

## **PROYECTO DE LEY**

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación,...

### **LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA.**

**Artículo 1. Objeto.** 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.

**Artículo 2. Ámbito de Aplicación.** La presente ley es de aplicación para todas las organizaciones y/o empresas públicas, mixtas o privadas, nacionales o extranjeras, industriales, comerciales o de servicio, domiciliadas o que en su accionar generen impactos en los grupos de

interés cuyo ámbito de actuación legal, se encuentre dentro del territorio de la Nación Argentina.

**Artículo 3. Grupos de interés.** Se considera a cualquier actor (persona, grupo, entidad, organización, etc.), internos o externos, que tenga relación o intereses (directos o indirectos) con o sobre la organización, que afectan o sean afectados por los objetivos o resultados de la misma.

**Artículo 4. Terminología.** Para los efectos de la presente Ley, se define la siguiente terminología:

**a) La Responsabilidad Social Organizacional,** es 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. Indica la capacidad de respuesta que tiene una organización, empresa o entidad frente a los impactos de sus acciones sobre los diferentes grupos con que se relaciona. De esta forma estas organizaciones son socialmente responsables cuando las actividades que realizan se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, como así también a la preservación y el cuidado del medioambiente.

**b) El Balance social de la organización,** es el instrumento para medir y evaluar en forma clara y precisa el resultado de la política social y ambiental de la empresa. En este documento se recogen los resultados cuantitativos y cualitativos de la responsabilidad social, valorando en forma objetiva las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas en su comportamiento. Dicho Balance comprende la edición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización, con respecto al objetivo del desarrollo sostenible. Debe proporcionar una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad por parte de la organización informante e incluirá, tanto contribuciones positivas como

negativas. Presenta los resultados que se han obtenido dentro del correspondiente período informativo, atendiendo a los compromisos, la estrategia y el enfoque directivo adoptado por la organización.

**c) El público con que se relaciona la empresa,** lo constituye cualquier individuo o grupo de individuos que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa. El término incluye a proveedores, clientes, accionistas, empleados, comunidades, grupos políticos, Municipalidades, Gobierno y medios de comunicación.

**d) Los productos socialmente responsables,** son los que se producen y comercializan de acuerdo con las buenas prácticas de desarrollo humano sostenible y cuidado del medioambiente.

**e) La inversión socialmente responsable,** es la que compatibiliza los rendimientos económicos de la empresa con los valores de sostenibilidad ambientales y sociales de los recursos para las próximas generaciones.

**f) El código de conducta,** es la declaración formal de valores y prácticas comerciales que una empresa se compromete cumplir y exigir su cumplimiento.

**g) La certificación de responsabilidad social,** es la verificación formal realizada por una entidad de certificación, del cumplimiento de las buenas prácticas de responsabilidad social de las empresas y su código de conducta.

**h) La auditoría social y reporte,** lo constituye la evaluación sistemática y documentada, por una entidad auditora independiente, del cumplimiento de la empresa de las buenas prácticas de responsabilidad social comparada con estándares y el cumplimiento de especificaciones de la certificación de responsabilidad social de la empresa.

**Artículo 5. Autoridad de Aplicación.** La Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación, será la autoridad de aplicación de lo establecido en la presente ley.

**Artículo 6. Balance Social.** El Balance Social al que se refiere esta ley y el art. 25 de la ley 25.877 respecto de las empresas o grupo de empresas allí reguladas, se hará público con el balance y memorias anuales con igual tratamiento, transparencia y difusión que el Balance económico del ejercicio.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el art 25 de la ley 25877, deberán contar con un Balance Social las sociedades de capital estatal, mixtas y sociedades comerciales privadas que deseen participar en licitaciones públicas.

Las organizaciones, entidades y/o empresas no incluidas en el párrafo anterior podrán efectuar el Balance Social de manera voluntaria.

El Balance Social contendrá todos aquellos conceptos relacionados con la actividad de la organización, de manera tal que se exponga el impacto de la relación con los grupos de interés y el ambiente, indicando la magnitud del mismo.

El Balance Social será confeccionado por profesionales idóneos en las materias de su contenido y se expondrá a través de los indicadores de desempeño que establezcan las normas profesionales emitidas por la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE).

**Artículo 7. Auditoría del Balance social.** La auditoría del Balance Social deberá ser practicada por un contador público nacional independiente que emitirá un informe de acuerdo a normas profesionales emitidas por la FACPCE, con firma certificada por el Consejo Profesional correspondiente, en el que se indique si el Balance proporciona una imagen razonable y equilibrada del desempeño de la organización, teniendo en cuenta, tanto la veracidad de los datos de la memoria como en la selección general del contenido.

**Artículo 8. Certificación.** Las organizaciones, entidades o empresas pueden obtener la certificación de Responsabilidad Social cuando su accionar se ajuste a las especificaciones que se establezcan por una norma

aprobada por entidades de normalización autorizadas por la Autoridad de Aplicación, tengan declarado formalmente su código de conducta, se haya verificado su cumplimiento y no hayan incurrido en alguna causa de exclusión de la certificación que establece este artículo.

El mantenimiento de la certificación de Responsabilidad Social extendido por una entidad de certificación acreditada, exige una auditoría social de su cumplimiento efectivo, con la periodicidad, método y requerimientos que establezca la norma a cuya conformidad se ha certificado.

**Artículo 9. Sello.** La certificación de responsabilidad social 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.

**Artículo 10. Registro.** Créase el Registro de Información de Responsabilidad Social Empresaria (RIRSE) en el ámbito de la Autoridad de Aplicación, que será de acceso público. Las organizaciones y empresas deberán presentar en el RIRSE el Balance Social.

**Artículo 11. Promoción.** El Poder Ejecutivo Nacional promoverá e impulsará comportamientos y conductas socialmente responsables en todo el territorio nacional, a través del desarrollo de medidas, planes, programas y proyectos, tendientes a:

- 1) Implementar campañas informativas, a través de los medios de comunicación, sobre conductas socialmente responsables.
- 2) Promover la interacción entre organizaciones empresarias, organizaciones sociales y las jurisdicciones locales, sean provincias o municipios, para acordar políticas que favorezcan el “consumo responsable”.
- 3) Construir espacios comunes de información, sensibilización, aprendizaje, reflexión y concientización para mejorar la comprensión de las conductas socialmente responsables entre la comunidad, las empresas y organizaciones.

4) Brindar un servicio de capacitación y asistencia técnica a aquellas organizaciones y empresas que estén interesadas en asumir comportamientos socialmente responsables.

5) Instituir un premio anual de “Responsabilidad Social” en el que participarán, de manera voluntaria, aquellas organizaciones y empresas inscriptas en el RIRSE, cuyos alcances, bases y procedimientos serán definidos por la Autoridad de Aplicación en la reglamentación de la ley.

**Artículo 12. Penalidades.** El incumplimiento por parte de la organización, entidad o empresa de la confección del Balance Social, en los casos de que sea legalmente obligatorio, o si se omitiere o falseare información relevante para los grupos de interés, queda tipificado como una infracción a determinar en la reglamentación a dictar por la Autoridad de aplicación.

**Artículo 13. Reglamentación.** El Poder Ejecutivo dispondrá de 180 días posteriores a la fecha de su publicación para reglamentar la presente Ley.

**Artículo 14.** Comuníquese al Poder Ejecutivo.

Ing. Daniel Raúl Pérsico

## **FUNDAMENTOS**

Sr. Presidente:

La responsabilidad social corporativa también llamada responsabilidad social empresarial (RSE), es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores.<sup>1</sup>

A través de la expresión de las ideas e identificación de los elementos conceptuales de la RSE, se propone una definición precisa del concepto y se establece una clara diferenciación con otros términos relacionados con la RSE, frecuentemente utilizados de manera no apropiada, como por ejemplo: acción social, reputación corporativa, ética empresarial, marketing con causa social, sostenibilidad, entre otros.

La Responsabilidad Social Empresarial ha sido definida desde diversos ámbitos de modos muy distintos. A pesar de esta diversidad conceptual, en casi todos los enfoques es posible encontrar un fondo común que ha permitido llegar a un cierto consenso sobre el concepto de RSE.

Una de las definiciones más conocidas es la de la Comisión Europea: “La RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”<sup>2</sup>.

Otras definiciones de RSE son:

“La RSE es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.

---

<sup>1</sup> Comisión Europea, Libro Verde “*Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*”.

<sup>2</sup> (Libro Verde “*Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*”).

“La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.<sup>3</sup>

“La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”.<sup>4</sup>

"La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".<sup>5</sup>

“La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”.<sup>6</sup>

“La RSE hace referencia a la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operaciones y políticas cotidianas”.<sup>7</sup>

También puede definirse como la contribución al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y calificativa así como su valor añadido.

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas dictadas a ese efecto, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, los principios constitucionales, la legislación laboral, en especial las leyes 25.250 y

---

<sup>3</sup> PWBLF, Prince of Wales Business Leaders Forum.

<sup>4</sup> BSR, Business for Social Responsibility.

<sup>5</sup> Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social

<sup>6</sup> Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas.

<sup>7</sup> The Center for Corporate Citizenship del Boston Collage

25.877 y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental.

El cumplimiento de esta legislación básica no resulta por sí de la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa efectuara actividades de Responsabilidad Social Empresarial si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

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

Ello surge del interés y necesidad de parte de las propias empresas de actuar en el campo de la Responsabilidad Social, quienes han estado desarrollando, como complemento de su cultura corporativa, el significado que le atribuyen al concepto que venimos definiendo.

La responsabilidad social de la empresa pretende buscar la excelencia en el seno de la organización, atendiendo con especial atención a las personas y sus condiciones de trabajo, así como a la calidad de sus procesos productivos.

Ello basado en los principios que fundamentan la Responsabilidad Social Empresaria, de los cuales se destacan:

- La incorporación e integración de la sociedad en general, el medio ambiente, las comunidades vecinas, proveedores, la cultura y los valores éticos al negocio.
- No medir únicamente la empresa sobre la base de sus productos y ganancias.
- Compromiso de contribuir al desarrollo social y mejoramiento de la calidad de vida.
- Cumplimiento regulatorio.
- Construcción de una sociedad más justa y sustentable.

- Materialización del compromiso de la organización con un desarrollo sustentable.
- Relación del desempeño de la empresa con el entorno donde se desarrolla la actividad.
- Construcción de una sociedad más justa y sustentable.

En el caso argentino, las empresas y organizaciones durante el período 1990-2003 han renovado su interés por el papel social dentro de la sociedad, en el marco de la Sustentabilidad Corporativa, ciertamente demuestra una fuerte transformación en la sociedad de nuestro país, expandiendo el compromiso que, de forma similar, están proporcionando el resto de las empresas del mundo.

Actualmente, las instituciones han provisto una gran cantidad de recursos (materiales, dinero, tiempo, conocimiento, personal) en numerosas actividades en todo el país. Asimismo, están logrando importantes resultados a través de alianzas con otro tipo de asociaciones del tercer sector, demostrando transparencia, compromiso y efectividad en el desarrollo de sus actividades.

Establecer la certificación de responsabilidad social empresarial, en sus versiones voluntarias y reglamentada, sería un primer paso que expresa la conducta del sector empresarial y del Estado Nacional, que hace que los involucrados den un paso seguro y cierto en materia de política pública, cuyo beneficio en términos de prestigio y reconocimiento será retribuido con creces, al igual que en otros países más adelantados en estas materias.

En definitiva, la Responsabilidad Social Empresarial es un concepto que implica que las organizaciones y empresas – éstos últimos agentes importantísimos de la sociedad moderna – integren preocupaciones de índole social y ambiental en sus operaciones y en sus interacciones con los empleados, los accionistas, los inversores, los proveedores, los clientes y las comunidades en las que se encuentran inmersas.

Así, los procesos de globalización, la creciente importancia del capital de reputación y las demandas de estabilidad y sostenibilidad del

ambiente, apuntan a la necesidad de desarrollar una cultura de la Responsabilidad Social Empresarial como parte de la identidad nacional.

Como he adelantado, entre los cambios ocurridos en la sociedad en los últimos años, sobresalen la creciente importancia adquirida por los valores sociales y el compromiso de los individuos con la preservación del ambiente y la gestión de recursos no renovables de manera de dejar a las próximas generaciones un mundo, al menos, en las mismas condiciones que en las cuales lo habitamos hoy.

La creciente complejidad del contexto global en lo referido a lo económico y social, las presiones que sobre las empresas ejercen cada vez más consumidores, sectores ambientalistas y organizaciones no gubernamentales, y el clamor por una mayor transparencia en la forma de hacer negocios plantean al sector empresario nuevos desafíos.

Para abordar esta nueva realidad, la empresa moderna debe comprometerse y atender a las nuevas exigencias. Así es que cobra suma importancia la Responsabilidad Social Empresarial como medio de contribuir al desarrollo de la comunidad de la cual es parte la empresa.

El cumplimiento de estándares nacionales e internacionales es cada vez más necesario para tener acceso a algunas porciones del mercado o para diferenciarse de la competencia.

El espíritu de la norma que se propone, es contribuir al fortalecimiento de la sociedad a través de la consolidación de las organizaciones e instituciones empresariales, tanto privadas como públicas.

De este modo, se pretende abrir una discusión de ideas sobre el rol de cada actor en la sociedad. En este sentido, busca dar respuesta a las exigencias de transparencia y ética en los negocios que la sociedad reclama del sector empresarial del país, motor del progreso y desarrollo de la nación.

La empresa debe ser económica, ambiental y socialmente sostenible. Si uno de estos pilares falla, en el corto o mediano plazo, surgirán problemas referidos a los otros dos.

Con este proyecto de ley, se intenta dar un acercamiento más concreto al objetivo de lograr una integración conjunta de éstos tres aspectos en la estrategia corporativa y que, en la construcción de los procesos de responsabilidad, se puedan redefinir muchos otros aspectos que los netamente sociales.

Este enfoque está basado en cumplir con este objetivo, el cual de implementarse, mejorará las relaciones de la empresa con el público interno y externo, los cuales incluyen los empleados accionistas, consumidores, proveedores, ambiente, comunidad, gobierno y sociedad.

Esta iniciativa espera también ser el paso inicial para el desarrollo de una cultura de organización basada en la ética y la responsabilidad social, destacando los valores internos de la organización. Una buena manera de comenzar a mostrar los esfuerzos realizados en este sentido, es mediante la publicación del Balance Social, herramienta que permite evaluar y determinar el impacto de la actividad de la empresa en los aspectos no solo económicos, sino también ambientales y sociales.

Estas dos visiones, la económico-financiera destinada a los accionistas, y la social-ambiental-comunitaria, destinada a una variada gama de grupos relacionados con la compañía, son complementarias e indispensables para generar valor para la empresa y la sociedad en su conjunto.

Mientras que en otras sociedades la Responsabilidad Social Empresarial es un concepto esencial al momento de hacer negocios, en el medio argentino se debe transitar un largo proceso para hacer de esto la regla, y no la excepción. Es nuestro objetivo comenzar, con esta ley, a transitar este camino.

La autoridad de aplicación estará a cargo de la Jefatura de Gabinete quien entre las funciones indicadas en el articulado, también podrá publicar las acciones de las empresas socialmente responsables; citar a los representantes legales de las empresas y pedir a las mismas, las informaciones necesarias; divulgar, ante la comunidad las buenas y malas acciones de las compañías en materia sociales y medioambiental mediante anuncios publicitarios en medios masivos; efectuar auditorias aleatorias, a

las empresas sujetas a esta ley; recibir las quejas que le formulen los afectados por la violación de la presente ley; y el resto de las funciones que por esta ley le competen.

Asimismo, cabe expresar que el proyecto contempla la creación de un Registro de Información de Responsabilidad Social Empresaria a cargo de la autoridad de aplicación que será de acceso público. Este instrumento permitirá al Estado Nacional contar con las herramientas necesarias para potenciar la RSE y comunitaria en el marco de un desarrollo sostenido, sustentable y competitivo.

Por último, la ley instruye al PEN a fomentar la RSE en el empresariado argentino con distintos medios de promoción entre los que también se pueden entender: la expedición de directrices en cumplimiento de la presente ley, que determinará teniendo en cuenta las características propias de cada sector productivo; proyectar los reglamentos necesarios para determinar el cumplimiento de los contenidos de la ley; fomentar la adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones a que se refiere el artículo segundo de la presente ley; realizar planes de acompañamiento para empresas en la incorporación de la Responsabilidad social empresarial; entre muchos otros.

Por lo expuesto precedentemente, pido a mis pares me acompañen en el presente proyecto.

Ing. Daniel Raúl Pérsico