

PROGRAMA DE ASESORIA PARLAMENTARIA

Fundación Nuevas Generaciones
en cooperación internacional con
Fundación Hanns Seidel¹

Las empresas y el Estado: el rol de la Responsabilidad Social y Empresaria en la Argentina

Resumen ejecutivo

En el presente trabajo se plantean los conceptos básicos que conforman la Responsabilidad Social Empresaria, su desarrollo y evolución en la Argentina, la interacción entre lo público y lo privado, y un conjunto de propuestas orientadas a aumentar las ventajas de la RSE y difusión en nuestro país.

I) Introducción

El concepto de Responsabilidad Social y Empresaria (RSE) es relativamente nuevo. Comenzó a gestarse en Europa en los años 90, y toma relevancia en los Estados Unidos de Norteamérica, Brasil, Chile, e inclusive en nuestro país. Las empresas se valen de la RSE para interactuar con la comunidad generando beneficios para ambos, mientras compiten en un mercado que reclama al empresariado compromisos éticos y morales cada vez mayores. A su vez, los procesos de globalización, la creciente importancia del capital de reputación y las demandas de estabilidad y sostenibilidad del medio ambiente, apuntan a la necesidad de desarrollar una cultura de la RSE como parte de la identidad empresaria nacional.

II) ¿Qué es la Responsabilidad empresaria?

¹ La Fundación Hanns Seidel no necesariamente comparte los dichos y contenidos del presente trabajo.

Las empresas son organizaciones dedicadas a actividades orientadas en pos de la consecución de fines económicos y comerciales. En un primer momento autores como Friedman, Sheldon y Levitt consideraban a la empresa como una institución económica, y por lo tanto, sólo con responsabilidades económicas. Con el tiempo este término fue evolucionando, dejando paso a una corriente que sitúa a la empresa como una organización que desempeña un papel clave en la sociedad, considerando a la misma responsable de sus acciones, generando un intercambio constante de beneficios.

Es así como se plantea una relación de reciprocidad, en donde los grupos sociales pueden tener un impacto directo o indirecto en la empresa, de la misma manera en que ellos reciben la influencia de la misma. Esta visión pone énfasis en que, además del interés de un determinado accionista, los intereses de los grupos sociales deberían estar incorporados a la empresa².

En la actualidad, indudablemente la RSE resulta un elemento fundamental para incidir de manera positiva en el mundo. Es por ello que la podemos definir de varias formas. En el presente trabajo utilizaremos una de las tantas definiciones existentes y entenderemos por tal a aquella capacidad de respuesta que tiene una empresa, o bien una entidad, frente a los efectos e implicaciones que sus acciones generan, o pueden generar, sobre los diferentes grupos con los que se relaciona³. De esta forma, podemos afirmar que una empresa es socialmente responsable cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus accionistas, a las de la sociedad y a las de quienes se benefician con su actividad comercial, como así también al cuidado y preservación del medio ambiente.

En este sentido, la empresa de hoy reivindica un valor que se había perdido. Podemos afirmar que la empresa no es ya un lugar en el cual únicamente se trabaja, sino que, para muchos, se ha convertido en aquel lugar donde se pasa la mayor parte del tiempo. Así, lo que se intenta es incentivar a las empresas a adoptar medidas en relación al bienestar de sus propios empleados y asociados, y además, en lo que hace a su vínculo con el resto de la sociedad, logrando de éste modo

² Teoría del stakeholder, Freeman (1984)

³ Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.

el bien común a través de su actividad. Ahora bien, la RSE no consiste en un solo hecho, o una sola actividad, sino que implica una actitud continua.

En consecuencia, a través de iniciativas de carácter voluntario, se establece una doble relación; una interna, que toma en cuenta el vínculo con los empleados de la empresa; y otra externa, frente al resto de la sociedad.

En el caso de la relación interna, las empresas se relacionan con sus empleados y sus familias a través de medidas relacionadas con el aporte humano, seguridad y salud. Dentro de estas medidas podemos mencionar, entre otras, a las que hacen a temas de negociación con los representantes de los trabajadores; la consulta a los trabajadores respecto de los temas relacionados a los recursos humanos, seguridad, higiene y salud; la permanente actualización, capacitación y formación, y la realización de auditorías vinculadas a la prevención de accidentes y afecciones laborales.

En lo que hace a las relaciones externas, tenemos a aquellas medidas que las empresas toman en relación a la comunidad local donde estas operan y de la sociedad en general. Estas medidas están generalmente vinculadas con los proveedores, el entorno ciudadano y el medio ambiente. De ese modo, se busca, por ejemplo, beneficios tales como la reducción de la generación de residuos y del consumo energético, y el uso de energías renovables; la ejecución de buenas prácticas medioambientales (producción limpia, inversión en tecnologías limpias, etc.); la reducción de la contaminación del medio ambiente y la realización de inversiones socialmente útiles (como ser el establecimiento de comedores, medidas sanitarias y educativas para vecinos, llevar a cabo talleres y cursos; etc.).

Cuando estos elementos confluyen resultan muy alentadores para las empresas o entidades pero también pueden transformarse en aportes positivos para la salud, la educación y el desarrollo. Es decir, la innovación de las empresas se pone al servicio de la sociedad.

En el marco de la RSE, la empresa realiza aportes sociales voluntarios como una de sus prácticas habituales, estableciendo inversiones tendientes al desarrollo de sus miembros, trabajadores, sus familias, la comunidad en general y el cuidado y la preservación del medio ambiente.

FUNDACION NUEVAS GENERACIONES

Beruti 2480 (C11117AAD)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4822-7721
contacto@nuevasgeneraciones.com.ar
www.nuevasgeneraciones.com.ar

FUNDACION HANNS SEIDEL

Montevideo 1669 piso 4° depto "C" (C1021AAA)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4813-8383
argentina@hss.de
www.hss.de/americalatina

La RSE no debe confundirse con la filantropía, ya que la primera incluye otros elementos y compromisos que hacen a la cadena de valor, tales como los intereses y necesidades de los públicos con los que se relaciona tales como accionistas, funcionarios, prestadores de servicios, empleados, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente. La filantropía en cambio, es pura acción social externa a la empresa y tiene como beneficiario principal a la comunidad en sus diversas formas.

Es importante destacar que la RSE no busca reemplazar la función del Estado, ni mucho menos restarle responsabilidad como garante último de los bienes públicos. Es el Estado el encargado de garantizar el bien social, lo cual no quita que otros actores puedan hacerse cargo de las acciones que tengan que ver con lo público. En este contexto, la RSE lleva a las empresas a interactuar con el Estado temas vinculados al bien común.

Esto debe lograrse sin necesidad de que el Estado fije normas que regulen la RSE ya que las empresas no deben ser obligadas a ello. Sin embargo consideramos que estas acciones son de suma importancia para la sociedad en su conjunto, motivo por el cual creemos que lo que se debe buscar es la generación de beneficios para aquellas empresas que decidan llevar a cabo prácticas propias de la RSE y su difusión.

III) RSE en Argentina

En América Latina el vínculo entre el empresariado y la sociedad está presente desde hace varios siglos con un enfoque filantrópico. A partir de 1990 este concepto fue evolucionando hasta que las empresas adoptaron el enfoque de la RSE. Los consensos internacionales -como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)-, la globalización de la economía y el avance de las tecnologías de la información y la comunicación, permitieron la expansión de los conceptos de sostenibilidad y responsabilidad social, alcanzando mayor fuerza durante las dos últimas décadas. Un hito en este sentido fue la “Cumbre de la Tierra”, celebrada en Río de Janeiro en 1992, donde se comenzó a instalar el término “Responsabilidad Social y Empresaria”.

En la Argentina la RSE comenzó a tomar notoriedad cuando grandes empresas incluyeron dentro de sus responsabilidades éticas y morales su aplicación. En un comienzo, la RSE era

concebida como una mera herramienta de marketing y comunicación. Con el transcurso del tiempo, pasó a integrar la estrategia de las empresas y a formar parte de las respectivas cadenas de valor. El concepto de RSE ya está arraigado en la agenda de las empresas, y tanto ellas como la sociedad le atribuyen gran importancia.

Las contribuciones a la sociedad de muchas empresas van más allá de los límites de la filantropía tradicional. Ello nos permite vislumbrar una tendencia hacia la definición de un nuevo tipo de competitividad ya que, cuando una firma quiere ser competitiva, no solo es necesario hacer las cosas bien, sino que además debe traducirse en un bien a la sociedad. En consecuencia, el Estado es quien se encuentra más receptivo a la adopción de mecanismos propios de la RSE por parte de las empresas.

El boletín mundial de líderes de la RSE arrojó datos contundentes respecto de la Argentina. Nuestro país obtuvo un 6,72 puntos sobre 10. Si bien ello marca una leve mejora respecto del 6,57 obtenido en 2012, plantea una meseta respecto de la evolución de las estrategias y resultados obtenidos⁴.

En la actualidad, son las empresas las que toman cada vez con mayor seriedad el rol social que les corresponde, lo cual, demuestra indudablemente que Argentina está adaptándose a los nuevos tiempos. El proyecto que se propone en el presente trabajo facilitará y agilizará un proceso que ya está en marcha.

Desde el sector privado existen organizaciones que apoyan la difusión de la RSE, tal es el ejemplo del IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria) el cual, entre sus objetivos, busca fortalecer el compromiso del sector de negocios de Argentina con el desarrollo sustentable.

Son muchas las empresas y entidades que en la actualidad aplican herramientas de la RSE en Argentina. Sin embargo un punto que nos preocupa es la limitación que padecen las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) que desean invertir en RSE, ya que les resulta un costo difícil de solventar. Hasta el momento no se ha favorecido ni facilitado la implementación y la difusión para que las PyMEs puedan aplicar estrategias de RSE de manera satisfactoria, especialmente a través de beneficios fiscales.

⁴ “Quien es quien RSE”, El Cronista Comercial: 2013.

La RSE también se hace presente en el ámbito académico a través de una amplia oferta de programas universitarios que se ocupan de brindar capacitación sobre esta temática. Como ello es relativamente nuevo para el mundo educativo, hay amplia variedad de contenidos en los programas y en los enfoques de aprendizaje. Una de las áreas más difundidas es la relativa a la sustentabilidad y la difusión de programas sociales⁵.

IV) Beneficios para los sectores privado y público

Cuando las empresas o cualquier entidad tiene una cultura de RSE incorporada en su pensamiento, obtiene grandes resultados tales como:

- Reducción de costos: diversas iniciativas, sobre todo las enfocadas al medioambiente, logran reducir costos de producción, como por ejemplo a través de políticas de reciclaje, cuidado energético y del agua, prácticas de concientización del personal sobre gastos innecesarios, etc.
- Calidad del ambiente laboral: las políticas de recursos humanos inspiradas por la RSE, logran instituir fuertemente los valores y creencias de la cultura organizacional, estimulando el desarrollo profesional y personal de cada uno de los miembros de la empresa. Los resultados se traducen en mayor productividad, motivación, honestidad y compromiso con los objetivos organizacionales.
- Desarrollo de la comunidad: para el progreso económico se necesita progreso social. Sin desarrollo social, el desarrollo económico no puede establecer raíces sólidas. Las empresas que promueven el desarrollo de la comunidad obtienen grandes beneficios económicos, tales como incremento en las ventas, performance financiera y mayor perdurabilidad del negocio en el tiempo.

Es común observar casos en los cuales las empresas realizan aportes en materia sanitaria, por ejemplo mediante la construcción de salas de primeros auxilios. También se suele trabajar en temas educativos, brindando charlas y cursos, aplicados también muchas veces a erradicar la discriminación, la violencia de género, etc. Es por ello que cuando hablamos de RSE nos referimos a acciones concretas para con la sociedad.

⁵ Diario Clarín, “Cursos, programas y posgrados: la fórmula RSE se multiplica”; 12/05/2013.

Dentro de este esquema, el Estado actúa como un mero receptor, por intermedio de la sociedad, de las acciones llevadas a cabo por un privado, en este caso, la empresas. La empresa a su vez obtiene un beneficio al encolumnarse en las prácticas de la RSE, ya que a través de ellas logra un mejor posicionamiento en un mercado tan competitivo. Es por esto que señalamos que a través de la RSE se genera una relación de múltiples actores que se benefician.

Como dijimos antes, la sociedad se beneficia, pero también lo hacen la empresa y el Estado. La sociedad porque es quien recibe obras, capacitaciones o actividades que pueden ser utilizadas por todos; la empresa porque al realizar acciones que promueven el bien común se posiciona satisfactoriamente en el mercado; y el Estado lo hace, de manera indirecta, ya que determinadas obras y acciones, que en muchos casos corresponden que sean llevadas a cabo por el Estado, son encaradas desde el sector privado.

Dentro de este esquema, consideramos a la RSE como un elemento necesario y satisfactorio para la sociedad, que permite generar un vínculo directo entre ella y los privados, con la participación de un Estado que premia y fomenta dichas acciones.

V) Propuestas

El objetivo del presente trabajo es proponer la creación de incentivos y beneficios para aquellas entidades con fines de lucro que apliquen RSE. Además, se pretende alcanzar una mayor difusión de la RSE, ya que como se dijo con anterioridad dicha técnica resulta relativamente novedosa en nuestro país.

Particularmente planteamos una modificación a la Ley Impuesto a las Ganancias (N° 26.731) y a la Ley de Ganancia Mínima Presunta (N° 25.063). En el primer caso proponemos la inclusión de un inciso en el artículo 81°, correspondiente al Título III (de las deducciones), con el fin de deducir ganancias de las acciones que se realizan en el marco de RSE. En el segundo caso proponemos la inclusión de un nuevo artículo en la ley, con el objeto de eximir del pago del impuesto a la ganancia mínima presunta a las empresas o explotaciones unipersonales que aplican RSE.

Además se propone que la autoridad de aplicación, en este caso el Ministerio de Economía y Finanzas públicas de la Nación o el organismo que este considere pertinente, elabore un registro

FUNDACION NUEVAS GENERACIONES

Beruti 2480 (C11117AAD)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4822-7721
contacto@nuevasgeneraciones.com.ar
www.nuevasgeneraciones.com.ar

FUNDACION HANNS SEIDEL

Montevideo 1669 piso 4° depto "C" (C1021AAA)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4813-8383
argentina@hss.de
www.hss.de/americalatina

de las entidades que llevan a cabo acciones de RSE en el país. A su vez, dichas entidades tendrán a su disposición un certificado de las acciones realizadas, brindando por la autoridad de aplicación de la presente ley.

De esta manera, promover y difundir el concepto y la práctica de RSE permitirá impulsar el desarrollo sustentable de la Argentina, generando un espacio altamente competitivo para atraer nuevos inversores. Así también intentamos solucionar la dificultad que presentan las pequeñas y medianas empresas y pequeñas asociaciones que no pueden aplicar RSE, ya que tienen falta de conocimiento en la materia, miedo a invertir en ella o directamente no alcanzan a cubrir los costos para hacerlo.

Si el Estado establece una serie de beneficios fiscales para las empresas o entidades que apliquen RSE, automáticamente se generaría una gran difusión, y se posicionaría al mercado argentino como propicio para mayores inversiones. Es importante destacar que dentro de este esquema no concebimos al Estado como interventor, sino como receptor de las acciones del privado.

VI) Conclusiones

El nuevo paradigma en el mundo de los negocios no toma como presupuesto disyuntivo la tradicional diferencia marcada entre las acciones comerciales netamente enfocadas en la ganancia (propias del concepto tradicional de "empresa privada") y el accionar promovido en el escenario de "lo público" y "lo social". Hoy en día, para el desarrollo de una sociedad sustentable, no alcanza sólo con la gestión pública del Estado. Resulta necesaria y conveniente la toma de una actitud solidaria por parte de las empresas para con su entorno. En este sentido, una gran cantidad de empresas, que con su ejemplo persuadan a las demás, se habrían comprometido en la integración de aspectos sociales y ambientales en sus políticas y planes de negocios, comportándose como sujetos socialmente responsables. La asunción de este rol activo por parte de las empresas en pos de las necesidades de la comunidad, representa un fenómeno social que debe regularse con el objeto de contener y potenciar dichas prácticas e iniciativas.

FUNDACION NUEVAS GENERACIONES

Beruti 2480 (C11117AAD)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4822-7721
contacto@nuevasgeneraciones.com.ar
www.nuevasgeneraciones.com.ar

FUNDACION HANNS SEIDEL

Montevideo 1669 piso 4° depto "C" (C1021AAA)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4813-8383
argentina@hss.de
www.hss.de/americalatina

Una última consideración sobre los países y RSE: para que su resultado sea positivo deben adecuarse al contexto local, construyendo diagnósticos y soluciones vinculadas a la identidad de las comunidades a las que pertenece.

Texto normativo

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

Artículo 1°.- Incorpórase al artículo 81° de la Ley de Impuesto a las Ganancias (t.o.1997 y modif.), ley N° 26.731, el inciso I, el que quedará redactado de la siguiente forma:

“i) Las erogaciones que se destinen al desarrollo de programas, planes y/o proyectos implementados en materia de Responsabilidad Social y Empresaria.”

Artículo 2°.- Incorpórase el artículo 3°bis a la ley N° 25.063, Ganancia Mínima Presunta, el que quedará redactado de la siguiente forma:

“Artículo 3°bis: Los bienes destinados al desarrollo de programas, planes y/o proyectos implementados en materia de Responsabilidad Social y Empresaria realizados por los sujetos pasivos comprendidos en el artículo 2° inciso C”.

Artículo 3°.- La autoridad de aplicación dará publicidad, en la manera en que lo considere más adecuado, a las acciones implementadas por los sujetos comprendidos en la presente ley en el marco de la Responsabilidad Social y Empresaria.

Artículo 4°.- La autoridad de aplicación otorgará, a pedido de parte interesada, la certificación de las acciones realizadas en el marco de la Responsabilidad Social y Empresaria. Asimismo creará un registro de los sujetos que llevan a cabo acciones de Responsabilidad Social y Empresaria en el país.

FUNDACION NUEVAS GENERACIONES

Beruti 2480 (C11117AAD)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4822-7721
contacto@nuevasgeneraciones.com.ar
www.nuevasgeneraciones.com.ar

FUNDACION HANNS SEIDEL

Montevideo 1669 piso 4° depto “C” (C1021AAA)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4813-8383
argentina@hss.de
www.hss.de/americalatina

Artículo 5°.- Designase al Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, como autoridad de aplicación de la presente ley.

FUNDACION NUEVAS GENERACIONES

Beruti 2480 (C11117AAD)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4822-7721
contacto@nuevasgeneraciones.com.ar
www.nuevasgeneraciones.com.ar

FUNDACION HANNS SEIDEL

Montevideo 1669 piso 4° depto "C" (C1021AAA)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina)
Tel: (54) (11) 4813-8383
argentina@hss.de
www.hss.de/americalatina