

El Senado y Cámara de Diputados...

Introducción

El presente proyecto de ley tiene por objeto instituir el marco legal que regule el desarrollo de las conductas de "responsabilidad social empresaria" (en adelante, "RSE") que se realicen dentro del territorio de la República Argentina. Mediante el mismo, concretamente, se pretende: a) promover la realización de conductas socialmente responsables por parte de las empresas, necesarias para asegurar la preservación ambiental y el desarrollo sustentable; b) garantizar el derecho de acceso a la información ambiental y social que se encuentre en poder de las empresas que actúan en el país y resulte de la realización de conductas socialmente responsables por parte de estas; y c) determinar las atribuciones legislativas en materia de "políticas públicas de responsabilidad social empresaria".

La función social de la empresa en la actualidad

En la actualidad, una empresa no es sólo un mero agente económico, encargado de fabricar bienes o prestar servicios dirigidos al consumidor; una empresa es hoy, además, una entidad inserta dentro de un entorno social y medioambiental, que interactúa con los distintos grupos e individuos con los que comparte el ambiente.

El concepto de conducta socialmente responsable (o conducta de RSE)

El concepto de este tipo especial de acciones realizadas por las empresas, conocidas bajo el nombre de "conductas socialmente responsables", ha sido constituido en torno a las ideas expresadas en la cumbre de Lisboa en el año 2000. Allí, el Consejo Europeo apeló a "la necesidad de incluir en la estrategia empresarial prácticas concretas en materia de aprendizaje permanente, organización de trabajo, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo sostenible" (1).

El planteamiento expuesto en el párrafo anterior, bien podría inferirse de lo establecido en nuestro orden jurídico interno en el párrafo primero del artículo 41° de la Constitución Nacional argentina. En tal sentido, se prescribe que "Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo". A párrafo seguido, se dispone que "Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales". Los convencionales constituyentes que actuaron en la reforma de la Constitución producida en el año 1994 -en donde se resolvió incorporar al texto histórico el precepto normativo referenciado- advirtieron la importancia de otorgarle jerarquía constitucional al principio de sustentabilidad y de reconocer derechos e imponer deberes en materia ambiental.

Lo relacionado a las conductas de responsabilidad social empresaria es "un tema multidimensional donde se combinan varios aspectos al mismo tiempo, lo que también conduce a cierta ambigüedad e imprecisión del concepto. Desde una perspectiva

sociológica, una expresión más objetiva sería la de comportamiento empresarial que puede manifestarse con distintos tipos y grados de responsabilidad (2) " .

Los especialistas en RSE advierten que no existe una definición estricta de lo que con el concepto se quiere significar. Por otro lado, la legislación interna y la asumida a nivel internacional por otros países difiere en cuanto a los alcances reconocidos a estos fenómenos. En líneas generales podría decirse que, cuando se hace uso de la palabra, se está queriendo aludir a una visión de los negocios que sea respetuosa de determinados valores éticos, de las personas, de las comunidades y del medio ambiente en general. En el área empresarial se pone cada vez mayor énfasis en la necesidad de conocer y adecuarse a distintos aspectos del contexto, superando barreras sociales y asumiendo una mayor inserción social (3) .

Hacia un cambio de paradigma

En estos últimos años, la sociedad argentina ha comenzado a tomar conciencia respecto del valor que representa el desarrollo y promoción de estas particulares conductas. No pasan desapercibidos estos esfuerzos en donde se ven confluír acciones de los particulares que se integran, asimismo, con políticas del estado (y/ los estados provinciales) en pos de un interés general. A los diversos grupos y actores sociales que - de una u otra forma- se relacionan con la actividad ordinaria de una empresa no les resulta indiferente que se comporten como "buenos ciudadanos corporativos". La articulación de "lo privado" con "lo público" implica la generación de una sinergia capaz alcanzar grandes metas en cuestiones sociales y ambientales que redunden en interés de todos.

Las conductas de RSE son asumidas por las empresas como algo más que un conjunto de prácticas puntuales o iniciativas ocasionales motivadas por el marketing. Constituyen prácticas y programas que son integrados a través de la operación empresarial al proceso de toma de decisiones. Integrar los indicadores de RSE en la cadena de valor de una empresa permite optimizar su productividad, adquirir ventajas competitivas y mejorar su posición en mercados cada vez son más exigentes. Al mismo tiempo, agrega valor a sus procesos y servicios, lo que mejora su desempeño y la valoración por parte de los grupos de interés.

La realización de conductas socialmente responsables viene ocupando un lugar crecientemente prioritario en las empresas. Según una encuesta de "ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia" publicada en el mes de marzo del corriente, dentro las diversas áreas de inversión en materia de RSE se encuentran entre las prioridades: capacitación laboral (64,5%), recreación (59,5%), salud (55,8%), educación formal (55%), alimentación (45,5%), seguridad industrial (43,8%), medio ambiente (39,3%), educación no formal (37,6%), cultura (32,6%), vivienda (29,3%), infraestructura (20,2%), formación en valores (16,9%), apoyo a la población vulnerable (14,5), construcción de paz (6,2%), superación de conflictos (2,5%) (4) .

Ventajas derivadas de la realización de conductas de Responsabilidad Social Empresaria

En la última década, un gran número de empresas han reconocido los beneficios de incorporar prácticas y políticas socialmente responsables. Sus experiencias han sido respaldadas por una serie de estudios empíricos que demuestran que la RSE tiene impactos positivos sobre los valores empresariales, medidos en varias formas.

Incluir conductas de RSE en la cadena de valor de una empresa permite optimizar su productividad, adquirir ventajas competitivas y mejorar su posición en mercados cada vez son más exigentes. Al mismo tiempo, agrega valor a sus procesos y servicios, lo que mejora su desempeño y la valoración por parte de los grupos de interés.

La cadena de valor, que toda empresa posee, consiste en una serie de partes constitutivas del proceso de creación de productos y servicios que no se encuentran aisladas. Estas son interdependientes, de modo que el cambio de una de ellas impacta a las demás. En suma, todos los procesos en una cadena de valor están ligados de un modo sistémico.

El norteamericano Michael Porter, quien popularizó el concepto de cadena de valor, la define como "una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual se descompone una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor" (Porter, 1985).

Un profundo entendimiento de cada una de las actividades de una empresa a la que alude Porter, permite conocer y medir en qué situación se encuentra la empresa y cuáles son las consecuencias sociales y medioambientales que produce. Este es el fundamento para avanzar hacia una gestión empresarial que considere no sólo los aspectos financieros y los patrones productivos tradicionales, sino que además tome en cuenta los costos y ganancias a largo plazo. Se trata de apostar también por un valor social que incluya a todos los afectados por la actividad de la empresa. Pero no por filantropía, sino porque se lo reconoce como un requisito que tomarán en cuenta sus clientes, accionistas, trabajadores, comunidad, entre otros. Y que finalmente le generará buena reputación, rentabilidad y ventajas respecto de sus competidores en el mercado.

Siguiendo con esta idea, se debe tener en cuenta la importancia de la comunidad, ya que en ella se encuentran los clientes, empleados, quienes entregan las licencias para operar. De una forma u otra forma, toda actividad en la cadena de valor de una empresa impacta en las comunidades en donde se encuentra instalada. Sin embargo, no sólo la actividad de la empresa tiene efectos en la sociedad, sino también a la inversa. En este escenario, según Porter, "la mutua dependencia entre las corporaciones y la sociedad implica que las decisiones de negocios deben seguir el principio de valor compartido". La idea es que el beneficio para la empresa, también genere valor para la sociedad. Porque si sólo una de las partes se favorece a expensas de la otra, las ganancias a corto plazo serán por un tiempo para la primera, pero no prosperarán en el largo plazo.

Por otra parte, el criterio para que la empresa se involucre con temas de la comunidad es la identificación de problemas y su intención de colaborar, lo que podría constituir una oportunidad para que la empresa logre una ventaja competitiva.

El actual reto de la empresa privada consiste, entonces, en convertir en oportunidades las expectativas de la sociedad, mediante respuestas innovadoras orientadas al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Muchos empresarios todavía ven la participación en actividades sociales como una fuga de beneficios económicos. Sin embargo, la creatividad y el liderazgo suelen ser las herramientas adecuadas para encontrar la manera de capitalizar las oportunidades que brinda el entorno social y transformarlas en una ventaja competitiva para la empresa.

Entonces, la responsabilidad social empresaria constituye una excelente oportunidad de sustentabilidad para las empresas por las siguientes razones:

- a) Mejora la imagen y reputación de la empresa, lo cual facilita la diferenciación por parte del público y trae consigo la mejora del desempeño económico.
- b) Mejora de manera simultánea el conocimiento que la empresa tiene del mercado y su comunicación con sus distintos públicos.
- c) Incrementa la lealtad de sus consumidores, lo cual viene aparejado con el incremento de las ventas, de la productividad y de la calidad de los productos y servicios.
- d) Mejora la captación y retención del talento humano así como las oportunidades de Financiamiento.
- e) Asociada con factores ambientales, reduce los costos operativos y la vigilancia regulatoria por parte de los organismos competentes.
- f) Incentiva el crecimiento de la confianza de los inversores
- g) Estimula la innovación y la competitividad hacia la creación y diseño de nuevos productos, servicios y procesos ambientalmente conscientes.
- h) Y por último, quizás el beneficio más importante, reside en que las empresas se convierten en organizaciones eficientes, internamente bien organizadas con una óptima y probada capacidad de gestión.

Por todo lo anterior, la responsabilidad social empresaria crea ventajas competitivas difíciles de imitar. Se trata de incluir en la estrategia una gestión responsable y comunicarla para ser competitivos a largo plazo.

Las pequeñas empresas y medianas empresas (PyMEs) suelen cuestionar la rentabilidad de integrar la responsabilidad social empresaria en su gestión. Pero son precisamente las Pymes las que juegan con ventaja gracias a sus características.

Por un lado, la proximidad con la comunidad local donde desarrollan su actividad y con los trabajadores. Basan su dinámica en relaciones personales que son mucho más duraderas que las de las multinacionales. Por otro lado, otro factor positivo es la flexibilidad por sus estructuras pequeñas y más efectivas a los cambios que permiten una menor burocracia y una comunicación directa y eficaz.

Además, actualmente muchas empresas grandes exigen a las pymes con quienes contratan, que sean socialmente responsables, ya que esto forma parte de la Responsabilidad Social Empresaria de la aquellas. Es una exigencia del mercado actual para contratar con firmas importantes.

Lo tratado en el párrafo precedente (relación RSE - PyMEs) se puede ver mejor reflejado si hacemos un análisis FODA, es decir un análisis de las:

Fortalezas: La Pymes son más adaptables y flexibles, Menos burocracia, Conocimiento del entorno local, Mayor confianza, Menos exigencias

Oportunidades: Ventaja competitiva, ayuda a la Administración, Mejora la reputación, Anticiparse a futuras regulaciones y exigencias, Mejor conocimiento de clientes

Stakeholders, Control de riesgos y demás beneficios citados en los párrafos anteriores que, sin duda, aplican a cualquier empresa independientemente el tamaño de la misma.

Debilidades: Recursos Limitados, Poca formación y conocimiento, Comunicación, falta de motivación, Falta de estrategias comunes

Amenazas: Supervivencia, No acceso a mercado global.

Como se ve, los efectos positivos de integrar la RSE en una empresa (grande o Pyme) son varios. Por un lado le ayuda a mejorar su imagen ante proveedores, clientes y la sociedad. Esto puede traducirse en un aumento de las ventas gracias al marketing social, lo que también permite diferenciar el producto o servicio. Por otro lado también ayuda a reducir los riesgos de litigios, de accidentes laborales, medioambientales y la publicidad negativa. Además al ser "buenos ciudadanos corporativos" contribuye a ofrecer sólidas garantías ante aseguradoras y entidades de créditos y también mejora la relación con las administraciones públicas. Y por ultimo y no menos importante, la empresa contribuye así a corregir desigualdades sociales.

De lo hasta aquí dicho, también puede decirse que, mediante conductas de RSE y desde punto de vista del consumidor, se genera valor para este ya se tienen en cuenta sus derechos como tal, la información sobre los efectos colaterales del consumo, si es reciclable o no, los contenidos del etiquetado, las prácticas de marketing, difusión y venta que se utilizan, así como el pos consumo, etc.

En los últimos años, la mayor consideración de la responsabilidad social y ambiental por parte de empresarios, está permitiendo que tomen consciencia de los beneficios que produce integrar la RSE en su cadena de valor. Y esto se relaciona con que está siendo considerada una herramienta útil que puede dar cuenta del impacto que producen sus actividades.

Asimismo, la creciente consideración de la RSE en la cadena de valor está permitiendo considerar que, lograr la adhesión de los grupos de interés sobre las políticas y acciones que en materia ambiental implemente la empresa, puede producir buenos resultados. Es decir, gestionar y velar por un equilibrio entre el ámbito social, ambiental y económico, puede permitir a la empresa el logro de mejores y nuevos beneficios.

Ordenamiento jurídico argentino (Nacional y Provincial):

Constitución Nacional:

El artículo 41° y 42° de la Constitución Nacional argentina establecen:

"Artículo 41- Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley.

Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales.

Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquellas alteren las jurisdicciones locales.

Se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radiactivos."

"Artículo 42- Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno.

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control.

No obstante ello, entendemos que la RSE debe ser voluntaria y no "obligada", ya que existe legislación vigente en todos los ámbitos que incumben los negocios las cuales garantizan un piso mínimo de protección a la sociedad (leyes laborales , de higiene, de contaminación , etc.)

Este es el espíritu del presente proyecto, debemos premiar a quien piense más allá del punto mínimo de cumplimiento con la sociedad. Esto es, beneficiar con acciones concretas y de carácter económico a los actores que cuiden y mejoren la calidad humana y ambiental mediante acciones de RSE."

Legislación nacional:

En la Argentina, la legislación relacionada a conductas de RSE es de reciente aparición. Las leyes 25.250 y 25.877 obligan a las empresas a presentar balances sociales concentrados en el área de recursos humanos. No se exige la triple cuenta de resultados (económica, ambiental y social) sino más bien, un informe sobre el estado de los contratos laborales y las convenciones colectivas.

Legislación Provincial:

En cuanto al plano Provincial, la ley 4.531 de la provincia de Río Negro y la ley 2.594 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires versan sobre RSE.

La provincia que más ha avanzado en esta materia es Salta (Decreto N° 517/11). Allí, el Ministerio de Desarrollo Provincial junto con el IRAM elaboraron una guía para empresas que quieran obtener el "Ecosello Salteño". Este es un distintivo que se alcanza tras finalizar y cumplir con ciertas etapas preestablecidas que, entre otras, se incluyen la confección y auditoría de un balance social. Los beneficios en caso de lograr dicho distintivo son la promoción y la devolución de gastos de certificación de firma del auditor. Si bien las iniciativas argentinas en dicha materia son buenas, per se, no vemos que estos marcos regulatorios presenten beneficios con fuerza tal que induzcan a los privados a formar parte de "lo social", en concreto, el ser humano responde a estímulos económicos y es por eso que en el presente proyecto de ley se plantean beneficios económicos (fiscales) concretos con el afán de que las empresas tiendan a ser "socialmente responsable".

Antecedentes internacionales

En el plano internacional encontramos, entre otras, las siguientes instituciones que tratan de orientar tanto la elaboración de RSE como de memorias o reportes de responsabilidad social.

"Ley de Extremadura (España) sobre RSE":

El proyecto de ley extremeño, de 7 de septiembre de este año, tiene por objeto promover la RSE en la comunidad autónoma de Extremadura, y a tal efecto empieza por definir la RSE, estableciendo sus elementos configuradores en los diferentes planos de la empresa: ética y valores; recursos humanos; medio ambiente; relaciones sociales de la empresa y comunicación.

La ley elabora después la manera en que las empresas pueden alcanzar la calificación de "empresa socialmente responsable" y los requisitos exigidos para ello en cuanto a información (balance social) y verificación, y establece a continuación los beneficios a que se hace acreedora la empresa que ostente esa calificación: subvenciones, beneficios fiscales y primas en la contratación pública fundamentalmente.

Esta pionera norma permitirá a las empresas de economía social y a aquellas que apuesten por ser socialmente responsables tener una serie de ventajas y beneficios en materia fiscal, así como en las contrataciones públicas.

"Normas ISO 26.000":

La ISO 26000 es la culminación del proceso para el desarrollo de la primera guía consensuada sobre la Responsabilidad Social, establecida por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) la cual se podrá aplicar en cualquier tipo de empresa u organización. Aunque esta guía no tiene propósito de certificación, regulatorio

o de uso contractual, si puede utilizarse para hacer una auto evaluación del grado de cumplimiento de los principales principios establecidos a nivel mundial para tan importante temática.

"Principios del Ecuador Global":

Es un estándar del sector financiero para determinar, evaluar y administrar el riesgo socio ambiental en la financiación de proyectos.

Las instituciones financieras signatarias de los principios del Ecuador, han adoptado los mismos con el objeto de asegurar que los proyectos que ellos financien sean desarrollados en una forma socialmente responsable y reflejen prácticas de gestión ambiental sanas. Al hacer esto, los impactos negativos en ecosistemas y comunidades afectadas por proyectos deben ser evitados siempre que sean posibles y si esos impactos son inevitables, deben ser reducidos, mitigados y/o compensados en forma apropiada.

"Global Reporting Initiative":

La Organización de las Naciones Unidas creó el Global Reporting Initiative (GRI) en 1999. GRI es establecida internacionalmente para desarrollar y difundir directivas mundialmente aplicables para hacer las Memorias o Reportes de Sustentabilidad. Estas normas son de uso voluntario por parte de las organizaciones a fin de difundir el impacto de sus actividades, productos y servicios. Pretende elevar la calidad del informe sobre sustentabilidad y lograr mayor comparabilidad (entre reportes), consistencia y eficiencia en la difusión. Las directivas de GRI constan de 54 indicadores centrales y están organizadas en tres dimensiones: ambiental, financiera y social.

Nace por la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA). El GRI ha desarrollado la "Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad", cuya primera versión surgió en el 2000, la segunda en el 2002 y la tercera en el 2006. Su misión es mejorar la calidad, rigor y utilidad de los reportes de sustentabilidad para que alcancen un nivel equivalente al de los reportes financieros. Se basa fundamentalmente en la implementación del triple balance (triple bottom line), económico, social y medioambiental.

Para producir un informe exigido por GRI, una empresa debe informar sobre todos los indicadores centrales o dar razones de por qué no lo hace. Los indicadores son amplios y cubren asuntos tales como el impacto económico, el consumo de recursos naturales, el impacto sobre la biodiversidad y la tierra fértil, así como el adiestramiento, la educación y el trabajo infantil.

El programa define al Reporte Social / de Sustentabilidad como una memoria, complementaria al balance financiero, publicada anualmente por las empresas que da cuenta de los proyectos, beneficios y acciones sociales dirigidas a sus grupos de interés. Es también un instrumento estratégico para avalar, difundir y multiplicar el ejercicio de la

responsabilidad social empresarial. A través de él, 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.

Explica el "Triple Bottom Line" como una metodología de línea de base triple o triple cuenta de resultados, que hace referencia a la necesidad de medir y reportar los resultados económicos, sociales y medioambientales de las compañías.

Plano institucional

En el presente proyecto de ley colaboraron la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas. (FACPCE) y el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Salta.

Estructura resumida del proyecto.

En primer lugar, se reconoce que las acciones y conductas de RSE son facultativas y que cada empresa contribuirá en esta temática de la forma que mejor lo entienda. Estas acciones y conductas de RSE que la empresa se compromete a realizar serán plasmadas en un código de conducta. A su vez, las conductas socialmente responsables realizadas por la empresa serán evaluadas y expuestas mediante indicadores de desempeño que midan el grado de cumplimiento de las mismas. El documento donde constara todo ello es el balance socio ambiental (que será regulado por la Federación Argentina de Consejos profesionales de Ciencias Económicas).

El proyecto hace referencia a la auditoria del balance socio ambiental, de modo tal que, un profesional de fe pública de la razonabilidad de los datos allí vertidos

A su vez se instauran beneficios impositivos y no impositivos que sirven de incentivos a realizar conductas socialmente responsables.

A modo de ejemplo, entre los impositivos encontramos: deducción en el impuesto a las ganancias de las erogaciones que las conductas de RSE demanden; Computo como crédito fiscal en el IVA del monto de IVA facturado por compras provenientes de conceptos vinculados a la realización de conductas de RSE y; exención en el impuesto a la ganancia mínima presunta de los bienes que sean destinados facilitar conductas de RSE.

Al final del mismo, en materia de legislación sobre políticas públicas sobre responsabilidad social empresaria, se ha dispuesto que sea el estado nacional quien dicte los presupuestos mínimos de protección social y ambiental y, a su vez, las jurisdicciones locales serán las que regulen las normas complementarias que fijen los criterios y parámetros para la definición de dichas políticas públicas.

Conclusión:

Es un hecho innegable. Las empresas modernas están empezando a actuar de manera responsable para con su ambiente y entorno social, ya que es requisito indispensable para mantener la actividad económica y calidad de vida (y poder mejorarla) en el futuro.

Este proyecto es un llamado a las empresas para hacer sustentable y sostenible el crecimiento económico, social, cultural y ambiental. Se espera dar impulso y crecimiento a esta conducta tan deseable y que tanto beneficiará al país y al planeta, mediante la implementación de un régimen y marco legal que ordene esta temática e instaure incentivos económicos (fiscales) y no económicos, para las empresas que se adhieran o mantengan en este nuevo cambio paradigma sobre la forma de hacer negocios en las sociedades modernas.

Por los motivos antes expuestos, solicito a mis pares que acompañen el presente proyecto de ley.

El Senado y Cámara de Diputados...

"Responsabilidad social empresaria (R.S.E.)"

Sumario: "Responsabilidad Social Empresaria" (R.S.E.); conductas socialmente responsables; derecho de acceso a la información ambiental y social en poder de las empresas; "Código de Conductas"; creación y regulación del "Balance Socio Ambiental"; programas, planes y/o proyectos en materia de responsabilidad social empresaria; beneficios impositivos; "Políticas Públicas de Responsabilidad Social Empresaria"; normas de presupuestos mínimos; atribuciones legislativas de las Provincias y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; "Distintivos Especiales".

TÍTULO I

Disposiciones generales.

Artículo 1º.- La presente ley tiene por objeto:

- a) promover la realización de conductas socialmente responsables necesarias para asegurar la preservación ambiental y el desarrollo sustentable.
- b) garantizar el derecho de acceso a la información ambiental y social que se encuentre en poder de las empresas que actúan en el país y resulte de la realización de conductas socialmente responsables por parte de estas;
- c) determinar las atribuciones legislativas en materia de "políticas públicas de responsabilidad social empresaria" conforme las pautas establecidas en el "Título VI".

Art. 2º.- Se entenderá por "conductas socialmente responsables" a aquellos actos realizados por una empresa, dentro del ámbito de su libertad, que se orienten a la satisfacción de las necesidades ambientales, sociales o económicas de la comunidad con la que se relaciona.

Las conductas socialmente responsables asumidas por una empresa serán cumplimentadas de forma complementaria respecto de aquellos actos que conforman su objeto y se dirijan a la producción o intercambio de bienes o servicios.

Art. 3º.- La datos e información que surjan de la realización de conductas socialmente responsables por parte de una empresa, deberán presentarse a través de un balance socio ambiental.

Art. 4º.- El estado nacional y las jurisdicciones locales deberán disponer medidas tendientes al desarrollo, promoción, protección y/o publicidad de conductas socialmente responsables.

A los fines de esta ley, entiéndese por "jurisdicciones locales" las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Art. 5º.- Las expresiones "responsabilidad social empresaria", "responsabilidad social", "responsabilidad empresaria", "responsabilidad corporativa" y todas aquellas que hagan referencia al conjunto de actos realizados por una empresa con el alcance señalado en el artículo 2º de la presente ley, serán entendidas como sinónimos.

TÍTULO II

De las conductas socialmente responsables.

Art. 6º.- La asunción del deber de realizar conductas socialmente responsables por parte de una empresa constituirá un acto facultativo.

Art. 7º.- La empresa que asuma el deber de realizar conductas socialmente responsables deberá contar con un "código de conductas".

Art. 8º.- En su código de conductas la empresa deberá indicar cuáles son los actos que conforman los planes, programas y/o proyectos de responsabilidad social empresaria por ella asumidos. Asimismo, deberá informar respecto de éstos, los caracteres que estime más relevantes y dar cuenta de los motivos por los que lleva adelante tales actos, los objetivos y las metas que pretende con ellos alcanzar.

Art. 9º.- Un acto realizado por una empresa no se considerará "socialmente responsable" si no ha sido previamente indicado como tal en el código de conductas.

TÍTULO III

Del balance socio ambiental.

Art. 10.- En el balance socio ambiental deberá suministrarse la información que a continuación se requiere:

a) La descripción de los deberes que surjan de los compromisos asumidos por la empresa en materia de responsabilidad social empresaria y se encuentren asentados en el código de conductas de la empresa.

b) Los datos e informaciones correspondientes a las conductas socialmente responsables que la empresa haya realizado durante el último ejercicio comercial anual.

Se deberán incluir todos aquellos conceptos vinculados con las conductas socialmente responsables realizadas por la empresa, de manera tal que se exponga el impacto ambiental y/o social. Dichos impactos, sean sus efectos positivos, neutros o negativos, deberán expresarse de forma analítica, exhaustiva y sistemática.

c) la información de las inversiones destinadas a solventar las conductas socialmente responsables, la cual será expuesta, además, en el estado de resultados contable correspondiente al ejercicio comercial anual.

d) La identificación y descripción de los grupos de interés con los que la empresa se relaciona en el desarrollo de sus actividades ordinarias.

e) La identificación y descripción de los grupos de interés con los que la empresa se relaciona en el desarrollo específico de conductas socialmente responsables.

f) El tipo y el procedimiento de auditoría a realizar para el control del balance socio ambiental.

- g) Las exigencias legales en materia de derecho al consumidor, de la competencia, ambiental, laboral, previsional, de la seguridad social, y demás prescripciones relacionadas que sean de aplicación a la empresa.
- h) La situación del cumplimiento fiscal de regalías, cánones, impuestos nacionales y provinciales que sean de aplicación a la empresa.
- i) En los supuestos en los que correspondiere, la descripción de los derechos y obligaciones que provengan de los acuerdos de voluntades celebrados en materia de responsabilidad social empresarial. Este requisito será exigido tanto respecto de aquellos acuerdos celebrados con otras empresas (nacionales o extranjeras), como asimismo, respecto de los que hubieren sido realizados con el Estado Nacional, Provincial, Municipal, o en su caso, con un Estado extranjero.

Art. 11.- La información del balance socio ambiental 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 (F.A.C.P.C.E.) que resulten aplicables para la confección del balance socio ambiental.

Art. 12.- El balance socio ambiental deberá ser transparente, auditable, completo, relevante, adecuado al contexto, preciso, neutral, comparable y claro. La información que se brinde mediante ese instrumento deberá ser objetiva, actualizada, veraz, suficiente, real, metódica, sistemática y cuantificada sobre los efectos de las conductas socialmente responsables realizadas por la empresa.

Art. 13.- La información contenida en el balance socio ambiental deberá someterse a una auditoría practicada por un contador público independiente, quien emitirá su informe de acuerdo a lo establecido por las normas profesionales pertinentes dispuestas por la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas ("FACPCE").

Art. 14.- Se presumirá que una conducta socialmente responsable no ha sido realizada si respecto de la misma no se suministrare la información necesaria para su identificación, cuantificación y control dentro del balance socio ambiental.

TÍTULO IV

De las medidas de desarrollo, promoción, protección y publicidad de conductas socialmente responsables

Art. 15.- Las acciones dispuestas por el Estado Nacional y las jurisdicciones locales, tendientes al desarrollo, promoción, protección y/o publicidad de conductas socialmente responsables realizadas por las empresas, asumirán, entre otras modalidades, la forma de programas, planes y/o proyectos. A su vez, esas acciones podrán verse estimuladas mediante la institución de beneficios en favor de las empresas que asuman el compromiso de realizar tales actos.

Art. 16.- Los programas, planes y/o proyectos en materia de responsabilidad social empresarial podrán establecer disposiciones con relación a los siguientes objetivos:

- a) la promoción de actos que contribuyan al "desarrollo sustentable" en materia de educación, ambiente, comunidad, salud, trabajo, cultura, deporte, ciencia, investigación, energía, producción, industria, comercio y economía;
- b) la constitución de instancias de trabajo, en conjunto con el sector privado;
- c) la implementación de campañas de divulgación y reconocimiento de conductas socialmente responsables a través de los medios de comunicación;
- d) la construcción de espacios comunes de información, análisis, aprendizaje, reflexión y/o concientización comunitaria, que tengan por fin la recepción e impulso de la

participación de los diversos actores sociales en materia de responsabilidad social empresaria;

e) el desarrollo de servicios de asistencia técnica y capacitación en materia de conductas socialmente responsables en favor de aquellas empresas interesadas en asumir y realizar este tipo de acciones;

f) la definición de "políticas públicas de responsabilidad social empresaria" mediante la institución de criterios y parámetros específicos conforme las pautas establecidas en el "Título VI".

Art. 17.- Las jurisdicciones locales podrán convenir la creación de "espacios de participación y/o regulación conjunta" en materia de responsabilidad social empresaria. Las características comunes de las condiciones ambientales, sociales y/o culturales resultarán un factor causal de relevancia para la implementación y coordinación de estas políticas de responsabilidad social empresaria.

Art. 18.- El Estado Nacional y las jurisdicciones locales podrán instituir beneficios impositivos en favor de las empresas que cumplan con los requerimientos legales oportunamente prescriptos en materia de políticas de responsabilidad social empresaria.

TÍTULO V

De los beneficios impositivos.

Art. 19.- En atención a lo prescripto en el artículo 18° de la presente ley, incorpórase al artículo 81° de la ley de impuesto a las ganancias (t.o.1997 y modif.) el siguiente inciso: "Las erogaciones que se destinen al desarrollo de programas, planes y/o proyectos implementados en materia de responsabilidad social empresaria, siempre que se presente el balance social".

Art. 20.- En atención a lo prescripto en el artículo 18° de la presente ley, incorpórase al artículo 3° de la ley de Ganancia Mínima Presunta, el siguiente inciso:

"Los bienes destinados al desarrollo de programas, planes y/o proyectos implementados en materia de responsabilidad social empresaria, siempre que se presente el balance social".

Art. 21.- En atención a lo prescripto en el artículo 18° de la presente ley, el crédito fiscal que resulte como consecuencia de gastos efectuados en los programas, planes y/o proyectos implementados en materia de responsabilidad social empresaria, será computable a los efectos del inciso a) del artículo 12 de la ley 23.349, texto ordenado 1997 (IVA).

TÍTULO VI

De las atribuciones legislativas en materia de "políticas públicas de responsabilidad social empresaria". De los "presupuestos mínimos" dispuestos por el Estado Nacional. De las normas complementarias dictadas por las jurisdicciones locales.

Art. 22.- En materia de legislación sobre "políticas públicas de responsabilidad social empresaria" corresponde al estado nacional dictar normas que contengan presupuestos mínimos de protección ambiental y social.

Art. 23.- Las normas complementarias sancionadas por las jurisdicciones locales que definan los criterios y parámetros de sus "políticas públicas de responsabilidad social empresaria" deberán respetar los presupuestos mínimos establecidos en la presente ley.

Art. 24.- Los criterios y parámetros que definan los alcances de las "políticas públicas de responsabilidad social empresaria" en cada una de las jurisdicciones locales, deberán:

a) establecer estándares de conducta fundados en argumentos técnicos y científicos;

- b) garantizar el derecho de acceso a "la información ambiental y social" proveniente de la realización de las conductas socialmente responsables por parte de las empresas. En tal sentido, los criterios y parámetros legislados por las jurisdicciones locales deberán poder medirse y cuantificarse en base a los indicadores de desempeño que establezcan las normas profesionales emitidas por la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (F.A.C.P.C.E.) y reflejarse en los balances socio ambientales que confeccionen las empresas a los fines de acreditar su cumplimiento;
- c) tener en cuenta las particularidades y necesidades ambientales, sociales y económicas;
- d) ser razonables y de posible cumplimiento.

Art. 25.- Las jurisdicciones locales podrán instituir beneficios en favor de aquellas empresas que se comprometan a llevar adelante una "política pública de responsabilidad social empresaria".

Art. 26.- Las empresas que cumplan con los criterios y parámetros exigidos por las jurisdicciones locales en materia de "políticas públicas de responsabilidad social empresaria" podrán ser reconocidas por tales jurisdicciones a través del otorgamiento de "distintivos especiales" que den cuenta de su accionar socialmente responsable.

Art. 27.- Las empresas que se comprometan a realizar conductas socialmente responsables de conformidad con los criterios y parámetros exigidos por una "política pública de responsabilidad social empresaria" deberán indicarlo en sus "códigos de conducta". El asentamiento de tal compromiso, y demás información, deberá realizarse conforme las pautas establecidas en la presente ley.

Art. 28.- El cumplimiento por parte de las empresas de los criterios y parámetros exigidos por las jurisdicciones locales en materia de "políticas públicas de responsabilidad social empresaria" se determinará a través de los datos e informaciones que surjan de los balances socio ambientales que se presenten ante las autoridades competentes de cada jurisdicción que así lo exijan. La confección y presentación de los balances socio ambientales por parte de las empresas deberá realizarse conforme a las pautas establecidas en la presente ley.

Art. 29.- Las jurisdicciones locales podrán impulsar medidas de publicidad que pongan en conocimiento de la comunidad sobre aquellas empresas reconocidas con el distintivo especial.

TÍTULO VII

Autoridad de Aplicación. Disposiciones transitorias.

Art. 30.- El Poder Ejecutivo Nacional establecerá la Autoridad de Aplicación de la presente ley.

Art. 31.- El Poder Ejecutivo Nacional reglamentará la presente ley dentro de los noventa (90) días de su promulgación.

Art. 32.- La presente ley entrará en vigencia al día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial.

Art. 33.- Las empresas que a la entrada en vigencia de esta ley realicen conductas socialmente responsables y den cuenta de dicho accionar, deberán ajustarse a lo establecido en ella en el plazo de ciento ochenta días (180) días a partir de su reglamentación.

Art. 34.- Comuníquese al Poder Ejecutivo Nacional.

Firmante

Distrito

Bloque

YARADE, FERNANDO SALTA FRENTE PARA LA VICTORIA – PJ

Giro a comisiones en Diputados

Comisión

LEGISLACION GENERAL

RECURSOS NATURALES Y CONSERVACION DEL AMBIENTE HUMANO

PRESUPUESTO Y HACIENDA