

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA ¹

“Integrando esfuerzos”

Cr. Germán Pablo Gallo²

¹ El autor agradece a la Universidad Católica de Córdoba y al equipo de PROETICA por brindarnos este espacio de diálogo y debate para enriquecer nuestra formación como persona y profesional.

² El autor es Contador Público egresado en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), con especialización en Sindicatura Concursal en la UNC, con especialización en Administración Financiera Gubernamental en el CPCE. Ejerce la profesión en forma independiente como consultor y asesor en el diseño, implementación y evaluación de proyectos multidisciplinarios relacionados con la planificación y ejecución de reestructuras de sectores y organizaciones. Se desempeñó como Consultor en el Programa de Modernización del Estado de la Provincia de Córdoba y en el Programa de Desarrollo Social de la Provincia de Córdoba, ambos financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Actualmente está cursando una diplomatura en Gestión y Gobierno de Empresas Familiares cofinanciado por el Programa del BID denominado, “Promover la Supervivencia y Competitividad de las Empresas Familiares en la Región Centro de Argentina”.

Abstract

El presente documento aborda la necesidad de consolidar aquellos esfuerzos que se visualizan en nuestra sociedad sobre las diversas políticas que se desarrollan en el ámbito público y privado sobre la temática de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Se propone analizar la naturaleza de este instrumento en cada uno de los ámbitos de su aplicación y estudiar los puntos en común, para unificarlos y promover el diseño de un modelo de actuación integrador de las políticas de desarrollo sustentable entorno a la RSE.

Índice

Introducción.....	4
I – Definición y elementos que componen la RSE.....	5
Aspectos que abarca la RSE.....	5
II – Misión y Valores empresariales en contextos de crisis	8
Gestión empresarial y social	8
Construcción del diálogo y la confianza	9
Sostenibilidad y desarrollo.....	11
Negocios Inclusivos	12
III – Retos de la agenda social latinoamericana	13
Interacción entre el Sector Público y empresas	13
Diseño de un Modelo de Actuación Integrador	16
IV - Conclusión	18
BIBLIOGRAFÍA	20

Introducción

En nuestro interés por involucrarnos en los conceptos que abarca la RSE vamos a diferenciar dos enfoques muy marcados entorno a su aplicación. Como una necesidad del mercado capitalista tendiente a “diferenciar” a aquellas empresas que aplican medidas para beneficiar a la sociedad con el objetivo de elevar las ventas de sus productos a través del premio o el castigo sobre las acciones positivas y negativas de RSE, respectivamente (Estados Unidos). Como una necesidad del gobierno en la implementación de ciertas reglas de juego que tienen como principal beneficiario a la sociedad en su conjunto (España, Francia). Como evidencia de ello, podemos mencionar la sanción por parte de la Cámara de Diputados del Reino de España del denominado Libro Blanco de la RSE.

Atento a ello, se percibe en nuestro país una tendencia más acentuada en la aplicación de los conceptos de la RSE más cercana a la de los Estados Unidos que la proveniente de los países europeos, con muy poca participación del gobierno. Se torna imprescindible fomentar un lenguaje común y contribuir a un único objetivo que contemple todos los aspectos que abarca la RSE en forma coordinada y responsable para hacer de ella un instrumento de desarrollo sostenible a largo plazo.

I – Definición y elementos que componen la RSE

Aspectos que abarca la RSE

Hemos descrito en la parte introductoria a la RSE en el mundo pero todavía no hemos definido que conceptos abarca la RSE. Lo cual no es un tema sencillo, ya que, de acuerdo a la visión de cada uno de los que se van involucrando en el tema y de acuerdo al objetivo que se persigue, le dan un enfoque particular o general según el ámbito de aplicación, el privado (como un aspecto de las empresas) o el público (como un aspecto de los gobiernos).

Como punto de partida hacia la integración de los conceptos sobre RSE, se presenta como prioritario para el desarrollo y aplicación de una política efectiva desde un *aspecto integrador* describir los grandes rubros sobre los que impactaría la RSE. Para ello vamos a partir de una definición de la DERES –Desarrollo de la Responsabilidad Social, Uruguay- que describe a la RSE como: “*una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica, el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente*”. En ese orden vamos a describir cada uno de los conceptos que involucran la definición.

Estos son:

- **Valores y Principios Éticos.**

Se refiere a cómo una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales. Esto se conoce como "enfoque de los negocios basados en los valores" y se refleja, en general, en la Misión y Visión de la empresa.

- ***Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo.***

Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc.

- ***Apoyo a la Comunidad.***

Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.

- ***Protección del Medio Ambiente.***

Es el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal.

Esto, que hoy inclusive se encuentra normatizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones.

- ***Marketing Responsable.***

Se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad.

En estos cinco aspectos tienen una íntima relación con los Principios del Pacto Global. Además podemos decir que tres de ellos se focalizan hacia adentro de la empresa y dos hacia fuera.

Consideramos que los conceptos ligados a los “valores y principios éticos”, las “condiciones de ambiente de trabajo y empleo” y el “marketing responsable” son cuestiones internas de las empresas que tienen que ver con sus propios modelos de gestión empresarial. Sobre el primero de los conceptos (“Valores y Principios Éticos”), resulta muy difícil estandarizar y generalizar, a través de una política de RSE, lo que cada empresa concibe como principio ético dentro de la actividad empresarial que desarrolla. Respecto del segundo componente de la RSE (“Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo”, según la definición del DERES), en nuestro país su regulación está dada por las políticas de recursos humanos de las empresas y por las leyes laborales existentes e impulsadas por el gobierno. En lo que respecta al “Marketing Responsable”, y con relación a lo mencionado en el primero de los aspectos, podemos afirmar que responde a dos aspectos, por un lado a una política interna de la empresa y por otro a las reglas del mercado, y además se lo puede asimilar al medio por el cual la empresa promociona no solo sus productos, sino también su gestión empresarial.

Respecto a los dos aspectos restantes, “Apoyo a la Comunidad” y Protección del Medio Ambiente”, los vamos a clasificar como aquellos que reflejan el comportamiento de la empresa hacia fuera. Es por ello que, consideramos recomendable diagramar un marco conceptual entre las empresas, el gobierno y la comunidad de aquellas medidas que reflejen las acciones que realmente representan la aplicación de una política de RSE.

En resumen, se presentan dos ámbitos bien definidos sobre los que se podría trabajar coordinadamente para unificar la aplicación de una política sobre RSE: uno de ellos el que tiene que ver con el comportamiento de la empresa

sobre la base de los principios del pacto global, no como un elemento complementario sino como parte integral de la estrategia de negocios y operaciones. El otro, tiene que ver con el comportamiento social de la empresa en la comunidad. Pero, no visto desde el punto de vista del asistencialismo social sino visto desde la responsabilidad social.

Este último aspecto es sobre el que las empresas deberían trabajar más profundamente, ya que se presenta como el principal valor no desarrollado en la gestión empresarial y en la forma en que se piensen los negocios; quienes se anticipen a los cambios, antes percibirán los beneficios.

II – Misión y Valores empresariales en contextos de crisis

Gestión empresarial y social

Así como en la vida de las personas, juega un rol fundamental la concepción y formación de cada ser humano, en las empresas también juegan un rol relevante estos principios. Vemos como la familia es la base de los valores y principios que conllevan al desarrollo de una persona sobre la base sólidas, que engloban a la ética y a aquellas virtudes que la caracterizan como una persona de bien.

Que hace diferente a esta persona de una empresa? Nada en lo absoluto. En la concepción de una empresa estará la raíz de los principios y valores para los cuales se creó, lo que comúnmente se denomina: misión y visión.

Atento a ello nos cabe la siguiente reflexión: se conciben las empresas sobre la base de principios y virtudes sólidas, pensando en el largo plazo, en la satisfacción de los clientes y de la sociedad en general, o solamente se crean para generar utilidades hasta el punto de, en muchos casos, apartarse de las exigencias legales y fiscales que impone el estado y la sociedad. Creo que la

respuesta es más que evidente, salvo puntuales excepciones, varias de las empresas se crean tienen una visión de mediano plazo y sus ambiciones y objetivos distan de responder a los valores y principios de la ética y del bien común. Entonces, como una empresa puede materializar la responsabilidad social y la ética cuando en su concepción y en su desarrollo no contempló esas virtudes. En la respuesta a este interrogante estará el camino que nos permitirá integrar la responsabilidad social a los negocios.

Dada esta realidad, el primer aspecto a fortalecer para integrar a la empresa a los conceptos de la responsabilidad social sobre la base de los principios del pacto global, tienen que ver con el diseño y la ejecución de un proceso interno de reformulación de estrategias con un arduo trabajo sobre los recursos humanos que la conforman, para reeducarlos sobre la base de los principios que engloba la responsabilidad social tendiente al cumplimiento del bien común para con la empresa y la sociedad.

Construcción del diálogo y la confianza

Diálogo, Confianza, Ética, Honestidad, Justicia, Responsabilidad, Solidaridad, Utilidades, Personas, Empresas, Estado, Sociedad, Inclusión Social. Será posible integrar todos estos conceptos en beneficio del bien común?

A nuestro entender la sociedad va demandando cada vez más responsabilidad en la forma en que se hacen las cosas, ya sea, en relación con las empresas, con el estado y sus representantes y con la comunidad. A partir de estas necesidades comienzan a resurgir los verdaderos valores que nos permiten convivir en una sociedad que pretende el bien común en todos los ámbitos en que se ve involucrada. El actual contexto de crisis nos exige y nos obliga, simplemente, a “volver a las fuentes”.

Entonces, empezamos a hablar de que se debe dialogar más, generar confianza, resaltar los valores de la ética, la responsabilidad social, y muchos otros conceptos que deberían estar intrínsecamente relacionados en el buen accionar de las personas que convivimos en una sociedad. Atento a las debilidades descritas que nos muestran la necesidad de reflotar estos valores, no faltan aquellos que ven este contexto de crisis institucional como una gran oportunidad. Una ocasión para “vender” aquellos bienes intangibles que representan los conceptos de la responsabilidad social, el compromiso, la ética, etc.

El dilema radica en identificar, si la forma en que se pretenden revalorizar estos conceptos es viable para incorporar esos intangibles en las empresas y en las demás instituciones. El fondo de la cuestión no es cuestionable, lo importante debería ser discutir la forma y la metodología en que pretendemos poner en práctica los mecanismos que nos permitan cambiar las actuales reglas de juego, pero sin desnaturalizar los roles y funciones de cada uno de los involucrados. Las empresas han sido creadas para generar utilidades, el Estado ha sido creado para velar por los intereses de la comunidad y la sociedad civil debería ser la encargada de que se mantenga el equilibrio en pos del bien común.

Como corolario de este análisis considero que el actual contexto de crisis nos brindará una buena oportunidad para profundizar sobre cuales deberían ser las nuevas reglas de juego que permitan a cada participante asumir el rol que le corresponde. En la actualidad existen algunos países que, con el acompañamiento del Estado, comenzaron a delimitar esas reglas de juego. Volver a las fuentes para rescatar aquellos principios que han quedado olvidados y desvirtuados, será la forma de empezar a planificar el cambio. Comenzar por las empresas, tal vez, sería el camino más rápido para promover este proceso y la metodología de crear e incorporar procedimientos y mecanismos de difusión, control y seguimiento de los valores y principios

descriptos para incrementar su capital social sea la forma apropiada. Lo importante de esta oportunidad y que condicionará el éxito a largo plazo, estará en la planificación del cambio y el rol que le corresponde a cada participante.

Sostenibilidad y desarrollo

“Los efectos de la mundialización constituyen una amenaza para la supervivencia de las comunidades locales, en particular de las minorías y pueblos indígenas, así como de los bosques y hábitats de que dependen esas comunidades. Las nuevas pautas del comercio y la producción mundiales plantean nuevos problemas de migración asentamiento, infraestructura y agotamiento de recursos”.

En la actualidad cuando se habla de “Desarrollo” se habla de una economía consolidada, de incremento del Producto Nacional Bruto, de la creación de industrias, del incremento de las inversiones de capital, de nuevos mercados para colocar la producción, de pleno empleo, de redistribución del ingreso, de la no existencia de pobreza, y así podríamos continuar enumerando una gran cantidad de indicadores absolutos que implican la utilización y sobre utilización de los recursos naturales no renovables con su impacto en la mayor producción de energía y sobre el medio ambiente, para generar bienes y servicios tendientes a crear y satisfacer las necesidades de la comunidad. Comparto la concepción de que el ser humano posee un gran poder de destrucción y de autodestrucción, en pos de mejorar su calidad de vida, la cual se refleja en la mayoría de los casos, por el incremento de comodidades de tipo materiales.

En nuestra sociedad globalizada los valores y los principios de una mejor calidad de vida no contemplan el respeto al prójimo, el respeto al medio ambiente, la solidaridad, el compromiso. La sociedad ha perdido los modelos a

seguir basados en los valores humanos para adoptar un modelo basado en el “desarrollo” impuesto por aquellos países denominados “desarrollados”.

Como si ello fuera poco, si analizamos en concepto de desarrollo humano, vemos que tal definición lo describe como: el proceso por el que una sociedad mejora las condiciones de vida de sus ciudadanos a través de un incremento de los bienes con los que puede cubrir sus necesidades básicas y complementarias, y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos de todos ellos. Es la cantidad de opciones que tiene un ser humano en su propio medio, para ser o hacer lo que él desea ser o hacer.

Por último, un tema de gran relevancia sobre el cual no tenemos ni tendremos control, que será un condicionante de nuestra calidad de vida, tiene que ver con la evolución del CLIMA. El cual presenta en la actualidad un comportamiento atípico e impredecible producto del manejo descontrolado que se viene realizando en el planeta fundamentado en el concepto de “desarrollo”.

Negocios Inclusivos

Se puede definir un Negocio Inclusivo como: “Una iniciativa empresarial que, sin perder de vista su objetivo de lucro, contribuye a la superación de la pobreza a través de la incorporación de personas de escasos recursos en su cadena de valor”.

La visión de negocios ha cambiado: del diseño de estrategias comerciales con la minoría de la pirámide (las personas ricas), a crear mecanismos de interacción con los más pobres (la base de la pirámide).

Por este motivo, el desarrollo sostenible a nivel empresarial, entendido como el equilibrio entre el crecimiento económico, el progreso social y el balance ecológico, sigue teniendo a la pobreza como su mayor reto.

Las empresas actualmente deben identificar la forma para responder a este reto, a través de la generación de bienestar y la creación de oportunidades para estos mercados. Las empresas se han dado cuenta que para tener éxito a largo plazo deben posicionar y mejorar su competitividad en los países en vía de desarrollo. Por esta razón los miembros del World Business Council for Sustainable Development - WBCSD, han desarrollado diferentes alternativas para enfrentar dicho desafío. Una de ellas es la creación de Negocios Inclusivos.

III – Retos de la agenda social latinoamericana

Interacción entre el Sector Público y empresas

Los retos con que se encuentra nuestro país y nuestro continente tienen que ver con la necesidad de que los Estados Nacionales, Provinciales y Municipales promuevan el diseño de un modelo de actuación integrador de las políticas de desarrollo tendientes a la instalación de un modelo de gestión fundado en los aspectos que se promueven a través de la responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE). Antes de hablar de cuales consideramos podrían ser los roles del gobierno en busca de un modelo de actuación integrador, vamos a tratar de identificar los principales actores en el marco de la promoción de la RSE y cuales serían los mecanismos para lograr instaurar una conciencia social y empresarial focalizada en la RSE.

A continuación se muestra esquemáticamente los mecanismos sobre los cuales las empresas y el gobierno (ya sea en forma directa o a través de las organizaciones intermedias) podrían interactuar para lograr diseñar un modelo de actuación integrador de las políticas de promoción de la RSE.

GOBIERNO		Ausencia de Estrategia	Fomentar la RSE
EMPRESA	Falta de Iniciativas	Falta de Iniciativas	Iniciativas públicas unidireccionales de legislación y control
	Iniciativas empresariales individuales	Iniciativas empresariales individuales	Visión compartida Iniciativas públicas de facilitación y combinación de recursos (diálogo, partenariados y redes)

Fuente: ESADE

En resumen, nuestra propuesta para crear un modelo de actuación integrador a efectos de instrumentar la RSE, estaría dada en la conveniencia de promocionar la RSE en forma conjunta entre gobierno, organizaciones y empresas a través del diseño y aplicación de políticas públicas sobre la base de un marco legal y normativo.

Roles del Gobierno en la promoción de la RSE

En lo que se refiere a los roles de los Gobiernos en materia de desarrollo de la RSE, es necesario destacar el planteamiento publicado por el Banco Mundial. En dicho planteamiento se describe la posible adopción, por parte del sector público, de cuatro roles bien definidos: *obligar*, *facilitar*, *colaborar* y *promocionar*, y la consiguiente tipología de iniciativas posibles en función de los diversos roles. La siguiente matriz nos brinda una visión de conjunto a partir de una combinación de iniciativas y roles.

OBLIGAR	Legislación de obligación y control	Regulación e Inspección	Sanciones e incentivos legales y fiscales
FACILITAR	Legislación facilitadora de actuaciones	Creación de Incentivos	Capacitación
	Apoyo Financiero	Aumento de la concientización	Estimulación de mercados
COLABORAR	Combinación de Recursos	Implicación de stakeholders	Diálogo
PROMOCIONAR	Apoyo Político		Difusión y reconocimiento

Fuente: Banco Mundial

La RSE requiere visión de empresa y visión de país. Cabría añadir, consiguientemente, que requiere también diálogo público sobre ambas visiones, un diálogo que facilite la participación de los diversos actores involucrados. Sólo desde este diálogo podremos disponer de un marco de referencia desde el que sea posible plantear cómo y por qué en cada país se promueven determinadas políticas sobre RSE.

Una política de RSE no puede reducirse a una relación bilateral entre el Gobierno y las empresas, ni a una relación unidireccional desde el Gobierno hacia las empresas. Por lo tanto, la elaboración y el diseño de un planteamiento sobre políticas de RSE no se reduce solo a la aplicación de una definición conceptual, ni depende de ella. El fundamento de una política de RSE no es una definición sino una opción política.

Quizá la conclusión más importante de todo lo que hemos señalado es que la actuación de los Gobiernos en el ámbito de la RSE debe plantearse como prioritaria más allá de la contraposición entre voluntariedad y legislación.

Porque la cuestión central no es si debe haber legislación o no, sino si debe haber una política o no, y de qué tipo.

Diseño de un Modelo de Actuación Integrador

La clave del diseño del modelo de actuación debería partir del supuesto que la elaboración e implementación de políticas públicas de RSE no sólo se entienda en la relación tradicional de la acción de los Gobiernos (Administraciones Públicas, Organizaciones Intermedias) hacia el sector privado (Empresas), sino que implica hoy a todos los actores sociales: sector público, sector privado, sociedad, y especialmente las intersecciones entre todos ellos, en las colaboraciones relacionales (relational collaboratives).

El otro elemento que emerge como absolutamente relevante es la dimensión integral que debe tener el modelo. Integral tanto con los diversos actores involucrados como atendiendo al ámbito internacional y a la existencia de organizaciones intermediarias. Este modelo de análisis no se limita a considerar el papel de cada uno de los actores involucrados por separado, sino que se centra especialmente en los ejes de interrelación, colaboración y partenariado entre los diversos actores: las empresas, los Gobiernos, las organizaciones intermedias y la sociedad civil.

Para ello se proponen tres niveles distintos para dirigir las acciones de integración en RSE: un primer nivel debería abordar los instrumentos a utilizar por el Gobierno en forma directa y a través de las organizaciones intermedias (ONG, Universidades, Fundaciones, Asociaciones Civiles, etc.) en sus iniciativas para promover y desarrollar la RSE. Una segunda profundización consistirá en abordar las contribuciones de los diversos stakeholders (Empresas), hasta el punto de aprender a desarrollar la gestión empresarial y social en forma conjunta. En tercer lugar, para conseguir un análisis sistémico a la vez que dinámico, se deberían abordar aspectos relacionales y estratégicos: analizar los modelos de actuación a partir de la concepción y el

desarrollo de las políticas públicas, la creación de indicadores de impacto de tipo analíticos, locales, autóctonos y contextualizados, que permitan acotar el universo de estudio y precisar la definición, de manera que se expliciten los propósitos específicos de cada indicador.

El modelo de Negocios Inclusivos se presenta como una herramienta muy útil en el proceso de integración y propone cuatro modalidades para su desarrollo:

Modalidades de negocios inclusivos:

Como Consumidores: Las empresas venden bienes y/o servicios a hombres y mujeres de escasos recursos. Como Proveedores: Las empresas compran bienes y servicios a hombres y mujeres de escasos recursos.

Como Empleados: Las empresas contratan importantes cantidades de empleados en condición de Responsabilidad Social Empresarial.

Como Socios: Las empresas se asocian con personas de escasos recursos.

En Colombia se ha escuchado el concepto Gana-Gana con los pobres, identificando a estos en su mayoría como consumidores”, pero es importante aclarar que para que exista una economía sostenible en el tiempo no sólo debemos trabajar en el lado de la oferta sino ver el otro lado de la ecuación que es la demanda (productos o servicios ofrecidos por la Base de la Pirámide).

Para fomentar los Negocios inclusivos, se podría estructurar a través de la definición de cuatro objetivos:

1. Desarrollar mayor nivel de conciencia en el sector empresarial alrededor del concepto de Negocios Inclusivos.
2. Contribuir a la identificación y priorización de oportunidades de Negocios Inclusivos.
3. Fomentar la implementación de estos negocios
4. Contribuir al desarrollo de Políticas Públicas orientadas a fomentar el desarrollo de Negocios Inclusivos.

Para concluir, podemos afirmar que es importante para el desarrollo de los Negocios inclusivos en el país, que sean diseñados con criterios de sostenibilidad (Equilibrio Económico, Social y Ambiental). Para lograrlo es fundamental la creatividad e innovación, al interior de las empresas, ya que nuestro planeta no podría soportar que la base de la pirámide consumiera de la misma forma que los países desarrollados. Por lo tanto debemos orientar estos negocios de una manera ecoeficiente, cambiando patrones de consumo, satisfaciendo las necesidades y mejorando la calidad de vida.

Todo ello supone tener en cuenta la relación entre los actores implicados, las interrelaciones y corresponsabilidades creadas. Resultará de vital importancia incorporar como un elemento crucial para entender las políticas públicas sobre RSE el análisis del entorno, el contexto cultural y la tradición socioeconómica del país en el que se desarrolla el marco gubernamental de la RSE.

IV - Conclusión

En definitiva, el modelo consagra la conformación de un espacio de debate, diálogo y deliberación en la búsqueda del equilibrio entre la gestión empresarial y social como rasgo característico de su aproximación a la RSE y para definir los objetivos a cumplir que permitan generar e incrementar la confianza en las empresas y en las instituciones.

En forma permanente el mercado globalizado nos va creando nuevas necesidades que tienden a brindar más opciones para mejorar las condiciones de vida. Hoy surge una nueva necesidad: sobrevivir sin destruirnos ni destruir nuestro hábitat.

Nos toca una tarea difícil de llevar a adelante la cual deberá estar sustentada en la **RE EDUCACIÓN** de la sociedad civil en todos sus estratos y principalmente en la **EDUCACIÓN** de nuestros hijos.

“**Construir sistemas de indicadores genéricos y específicos constituye un reto importante para la investigación en el campo de las Ciencias Sociales**”. Resulta necesario disponer de indicadores más analíticos, locales, autóctonos y contextualizados, que permitan acotar el universo de estudio y precisar la definición, de manera que se expliciten los propósitos específicos de cada indicador. Mientras no constituyamos un **EQUILIBRIO** entre nuestras necesidades y las necesidades de nuestras generaciones futuras, entre “desarrollo económico” y calidad de vida, entre lo cuantitativo y lo cualitativo, lejos estaremos de planear un objetivo de sostenibilidad para nuestra especie.

En ese orden y sobre la base de nuestra propuesta integradora, podemos concluir que el modo en que se diseñe y se implemente la RSE sobre un marco de políticas sociales resultará de la **obligación del Gobierno** en incorporar la RSE formando parte de la estrategia nacional de desarrollo sostenible llevadas a cabo *por medio de las Empresas y de las Organizaciones Intermedias* fundado en el **derecho de la Sociedad** de una mejor calidad de vida.

BIBLIOGRAFÍA

- Artículos: “El bien común en la vida de las empresas”, “La empresa y el desarrollo de las virtudes”, DRA. PATRICIA DEBELJUH, Profesora Investigadora Universidad Argentina de la Empresa (UADE).
- ¿Es rentable la ética empresarial en el nuevo orden mundial?, XVII Edición del Seminario sobre Ética y Empresa organizado por la Fundación ÉTNOR. VICENTE SALAS FUMÁS, Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de Zaragoza.
- Artículo: Diálogo y responsabilidad: Bases éticas de la confianza en la empresa. DOMINGO GARCÍA-MARZÁ, Profesor de Ética Empresarial Universitat Jaume I
- Ética empresarial, del Diálogo a la Confianza. DOMINGO GARCÍA-MARZÁ.
- Confianza en las organizaciones. Trabajo presentado para el Congreso Internacional Responsabilidad Social Empresarial, Universidad y Desarrollo. Buenos Aires, 4, 5 y 6 de septiembre de 2006. NORBERTO LOVAGLIO, Vicepresidente de DHL Express para el Cono Sur.
- Artículo: “Diez falacias sobre los problemas sociales de América Latina”. BERNARDO KLIKSBURG. Asesor de diversos organismos internacionales entre ellos ONU, OIT, OEA, UNESCO, y otros.

- Ser Confiable: Responsabilidad social y reputación empresarial, de Víctor Guédez. Análisis de BERNANDO KLIKSBERG.
- Diálogos entorno a la construcción de una ciudadanía responsable. LIC. NICOLAS LIARTE VEJRUP.
- Glosario de los principales términos sobre evaluación y gestión basada en resultados. Documento bajado de la web, <http://www.iadb.org>
- Manual de la Empresa Responsable: Políticas Públicas para impulsar la responsabilidad social de la empresa. Documento de ESADE, 1 de noviembre de 2005. <http://www.clubsostenibilidad.org>
- Manual de Primeros Pasos. DERES: Desarrollo de la Responsabilidad Social. Documento bajado de la web, <http://www.deres.org.uy>
- La RSE y el Desarrollo Incluyente: PEES BOZ, E.S. Tesis Doctoral Universidad de Sevilla, Dpto. de Teoría Económica y Economía Política, Octubre de 2007