

Responsabilidad Social Empresarial y el Derecho Internacional Privado.

CARMONA Ezequiel, RAMIREZ, Alejandra, ROBLEDO, Victoria, SCHELL, Martina y TORRES, Luisina.

Cita:

CARMONA Ezequiel, RAMIREZ, Alejandra, ROBLEDO, Victoria, SCHELL, Martina y TORRES, Luisina (2022). *Responsabilidad Social Empresarial y el Derecho Internacional Privado. Trabajo de investigación, I (I), 1-20.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/ezequielcarmona/4>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pnkO/9Dt>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



Responsabilidad Social Empresaria y el Derecho

Internacional Privado



La Plata, Noviembre 2022.

Grupo N°21

- **CARMONA Ezequiel** (Legajo: 130917/2 - Comisión: 8 - Email: ezequielcarmona1@gmail.com)
- **RAMIREZ Alejandra** (Legajo: 130863/6 - Comisión: 9 - Email: alejandraitati1997@gmail.com)
- **ROBLEDO Victoria** (Legajo: 132165/3 - Comisión: 6 - Email: Vickyroble99@gmail.com)
- **SCHELL Martina** (Legajo: 130313/8 - Comisión: 6 - Email: martuschell@gmail.com)
- **TORRES Luisina** (Legajo: 132214/4 - Comisión: 6 - Email: luisinatorres99@gmail.com)

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1 Metodología de determinación del campo.....	3
2. DESARROLLO.....	4
2.1 ¿Qué es la responsabilidad social empresarial?.....	4
3. MARCO NORMATIVO.....	5
3.1 Nacional e Internacional.....	5
3.2 Proyecto de Ley de Responsabilidad Social Empresaria.....	7
3.3 Jurisprudencia.....	8
4. LO QUE NOS DICE EL CAMPO.....	10
4.1 Coca-Cola Argentina.....	10
a. “Un Mundo Sin Residuos”.....	10
b. “Cuidado del Agua”.....	11
c. “Nuestras Comunidades”.....	12
d. 100% Innovación.....	12
4.2 Mc Donald’s.....	13
4.3 Mercado Libre Argentina.....	15
5. CONCLUSIÓN.....	18
6. BIBLIOGRAFÍA.....	19

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo el análisis de la responsabilidad social empresaria, observada ésta como un concepto teórico-práctico tendiente a exigir un compromiso de acción que, en ciertos casos, es de carácter voluntario atento a que las empresas desarrollan su actividad a favor del crecimiento económico y social de un país determinado.

Esta nueva forma de responsabilidad ha traído consigo un cambio enorme de paradigma en los últimos tiempos. Tal es así, que actualmente, la responsabilidad social empresaria es considerada una temática que se encuentra en la agenda política de los principales centros económicos mundiales.

Las estrategias y prácticas corporativas en busca de dicho desarrollo varían entre ellas, ya que para que las mismas sean eficaces, se deben poner en discusión factores sociales, políticos, económicos, culturales, ambientales, etc., de cada territorio, los cuales conllevan un profundo análisis interdisciplinario.

1.1 Metodología de determinación del campo

En el presente trabajo, además de introducir conceptos teóricos para una mayor comprensión respecto a la temática en cuestión, creemos conveniente realizar una aproximación a la práctica, tanto internacional como nacional, y asimismo vislumbrar la injerencia que tiene el Derecho Internacional Privado como ciencia jurídico-social en la responsabilidad social empresaria.

De esta manera, consideramos necesario realizar un análisis de las principales empresas que desarrollan actividades económicas en la Argentina cuestionando asimismo, bajo una línea hipotética de observación, si las mismas cumplirían con los objetivos y deberes mencionados en el proyecto de ley del año 2015 el cual profundizaremos posteriormente.

La selección de empresas no es casual, sino que responde a un criterio socio-económico específico, atento a que las mismas detentan una antigüedad de más de 15 años en el país contando con miles de trabajadores argentinos prestando su fuerza de trabajo en ellas.

2. DESARROLLO

2.1 ¿Qué es la responsabilidad social empresarial?

La globalización es un hecho que enfrenta el mundo, situación que en parte se genera por la distribución de los capitales, de la tecnología y de la información. Los problemas en torno a la globalización que hoy enfrenta el mundo son de carácter multinacional, cuyas posibles soluciones deben de ser abordadas con la misma entidad, es decir, con un enfoque transnacional.

Es menester entender que hechos como la pobreza, los problemas climáticos, los problemas laborales, no son únicamente atribuibles a los Estados, sino también a las empresas u organizaciones nacionales o multinacionales, ya que las mismas sin duda interfieren en las situaciones descriptas.

La Responsabilidad Social Empresarial, en adelante RSE, es considerada como una forma de contribución al desarrollo humano sostenible la cual, a través del compromiso y la confianza de las empresas hacia la sociedad, busca mejorar la calidad de vida de toda una comunidad¹.

Sus objetivos giran en torno a generar ambientes de mayor competitividad y sostenibilidad entre empresas buscando generar más productividad, y mejores condiciones para sus trabajadores. Tal es así que presentan como sus principales postulados los siguientes: el cuidado del medio ambiente; mejorar la calidad de vida y el desarrollo laboral de sus trabajadores; brindar ayuda y apoyo a las cuestiones humanitarias, etcétera.

Según el Ministerio de Desarrollo Humano y Hábitat del gobierno de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la responsabilidad Social empresarial *“es un programa de la Dirección General de Fortalecimiento de la Sociedad Civil que tiene como objetivo crear y consolidar un espacio de articulación entre las empresas y/o las organizaciones que las nuclean, las áreas de Gobierno que trabajan en temas sociales y las*

¹ https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf - El concepto de Responsabilidad Social Empresarial - Cemefi - Autor: Juan Felipe Cajiga Calderón

organizaciones de la sociedad civil, a través del desarrollo de canales que faciliten la cooperación mutua”².

Es menester hacer énfasis en que la RSE puede influenciar de manera positiva en el ámbito competitivo de las empresas de formas diversas, tales como:

1. Ayudando a mejorar los diversos procesos de producción, o mismo los productos resultantes de éstos, lo que promueve una mayor y mejor satisfacción por parte del consumidor, logrando que éste confíe en la empresa;
2. Causando una gran motivación y fidelidad por parte de los trabajadores, aumentando, de esta manera, la creatividad e innovación de éstos;
3. Promover un mejor y mayor crecimiento de la empresa dentro de la comunidad, ayudando a que la imagen de la misma sea cada vez más gratificante;
4. Aumentando y mejorando la situación de la empresa dentro del mercado laboral, permitiendo de esta manera que se vincule con otros socios y autoridades, con el objetivo de lograr obtener un acceso más amplio a las diversas ayudas públicas.
5. Contribuyendo a la generación de más ahorros respecto de los costos e incrementando el rendimiento empresarial, con fundamento en la mayor eficacia respecto de la utilización de los recursos humanos y de los productivos.
6. Fomentando un gran aumento en las ventas a raíz del mejoramiento de todos los elementos citados con anterioridad que buscan lograr la vinculación entre la RSE y la comunidad en sí. ³

Es por todo ello que el compromiso y las obligaciones asumidas por los miembros de una sociedad constituyen el inicio de la denominada práctica de la responsabilidad social, donde se busque promover la vinculación de la empresa con el medio ambiente y la comunidad.

3. MARCO NORMATIVO

3.1 Nacional e Internacional

² <https://www.buenosaires.gob.ar> (Buenos Aires - Desarrollo Humano y Hábitat - Fortalecimiento de la Sociedad Civil - Responsabilidad Social Empresaria)

³

<https://responsabilidadsocial.net/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es-definicion-beneficios-y-ejemplos/> - *Responsabilidad Social Empresarial (RSE): qué es, definición, beneficios y ejemplos*, fuente: RSS (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad).

Dentro de la normativa nacional, encontramos principios constitucionales relacionados a la temática en cuestión, entre ellos se pueden mencionar los arts. 14 bis., 41 y 42 de la Constitución Nacional que regulan los derechos del trabajador, el derecho a un ambiente sano y, de los consumidores y usuarios.

En relación al medio ambiente, encontramos en la legislación argentina una norma general de Política Ambiental Nacional (L. 25.675), que establece los presupuestos mínimos para el logro de una gestión sustentable y adecuada del ambiente. Por su parte, la Ley 25.612 regula la gestión integral de residuos industriales y, la Ley 25.688 que establece el régimen de gestión ambiental de aguas.

En lo que respecta a leyes laborales, el derecho argentino tiene una vasta regulación al respecto. Entre ellas, podemos enumerar la Ley 20.744 de Contrato de Trabajo; Ley 24.013 Nacional de Empleo; Ley 11.544 de Jornada de Trabajo; Ley 24.557 de Riesgo de Trabajo; Ley 19.587 de Higiene y Seguridad de Trabajo; Ley 26.390 de Prohibición del Trabajo Infantil y Protección del Trabajo Adolescente, entre otras.

Respecto a la normativa internacional, algunos tratados con jerarquía constitucional como, por ejemplo, el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, consagra derechos de los trabajadores, aspecto que tiene relación con RSE.

Asimismo, diversos organismos internacionales han elaborado ciertos principios propios en torno a la RSE. Algunos de ellos surgen de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), las políticas de la OIT y las normas ISO sobre RSE.

En una misma línea de idea, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha desarrollado el denominado "*Pacto Global*" en el cual trabaja sobre cuatro pilares y contiene diez principios fundamentales en materia de sostenibilidad. Entre ellos se encuentran; sobre Derechos Humanos; Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia. Las empresas deben asegurarse de que sus socios y colaboradores no sean cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos. Sobre relaciones laborales; Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. Las

empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. Sobre medio ambiente; Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Las empresas deben fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente. Sobre anticorrupción; Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Si bien el conjunto de la normativa que citamos en este capítulo no regula específicamente la RSE, resulta de gran importancia observar la misma como normativa de fondo para que las leyes especializadas que surjan en materia de responsabilidad social sean concordantes con nuestro ordenamiento jurídico.

3.2 Proyecto de Ley de Responsabilidad Social Empresaria

Ahora bien, resulta necesario indagar si existen en Argentina leyes específicas sobre la temática del presente trabajo de investigación, y si las mismas se integran y concuerdan con la normativa mencionada anteriormente.

Al respecto, en el año 2015, el Senador de la Nación Daniel Pérsico, presentó un proyecto de ley (S-0544/15 “LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA”) en la cual menciona en su art. 1⁴ que el objeto de dicha ley, entre otras cosas, regula [...] *la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones que tiendan al logro de objetivos sociales [...]*”.

⁴ Artículo 1°. Objeto. El objeto de la presente ley es la promoción de comportamientos voluntarios, socialmente responsables, por parte de las organizaciones aquí comprendidas, a partir del diseño, desarrollo y puesta en servicio de políticas, planes, programas, proyectos y operaciones que tiendan al logro de objetivos sociales, focalizando su accionar en aspectos como la protección de los derechos humanos, cumplimiento de estándares laborales, apoyando la libertad de Asociación Sindical, el reconocimiento a la negociación colectiva, la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o bajo coacción, la erradicación del trabajo infantil, la abolición de prácticas de discriminación en el empleo y ocupación; manteniendo un enfoque preventivo que favorezca el desarrollo del medio ambiente, promoviendo la responsabilidad ambiental y favoreciendo el desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente; y combatiendo la corrupción en todas sus formas. Es también objeto de esta ley propiciar la acción socialmente responsable con la finalidad de contribuir al bien común y al desarrollo sostenible, buscando instalar en las organizaciones y/o empresas nacionales y extranjeras con sede en el país, un nuevo valor social dentro de la política corporativa, de manera tal que este sector se sume con su accionar a las políticas públicas impulsadas por el gobierno nacional en esta materia.

A simple vista se pueden observar los claros lineamientos del proyecto de ley respecto a la responsabilidad social que deberían considerar las empresas instaladas en el país al momento de desarrollar sus actividades económicas. Dicho proyecto no debería analizarse de manera independiente y aislada respecto al resto del ordenamiento jurídico, sino que el mismo debe complementarse y ser operativo en relación a la legislación de fondo con la que cuenta nuestro país. Incluso, en los fundamentos del mismo, el senador Pérsico insiste en que [...] *la responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas dictadas a ese efecto, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, los principios constitucionales, la legislación laboral, en especial las leyes 25.250 y 25.877 y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental [...]*⁵”.

Al día de hoy, dicho proyecto, que pareciera ser un primer gran avance en cuestiones de responsabilidad social empresarial, no tuvo tratamiento alguno, por ende no se encuentra vigente para su aplicación en el territorio nacional.

3.3 Jurisprudencia

Dentro del aspecto netamente jurisprudencial existen diversos precedentes judiciales que refieren a la RSE, pero haciendo énfasis en diferentes cuestiones vinculadas:

1. Al derecho del consumidor (*“Combina, José Armando y otro c. Viajes Falabella S.A.” - Cámara Civ. y Com. Sala VI - Córdoba*);
2. A la igualdad laboral y a la no discriminación (*“Acción de tutela instaurada por Carolina Pascuas Cifuentes, contra Ecopetrol S.A.” - Corte Constitucional de Colombia*);
3. Al acceso a una vivienda digna (*“Acción de tutela instaurada por Oliverio Quintero Rodríguez y otros, contra la Alcaldía Municipal de Puerto Gaitán, Meta, la Inspección de Policía de Puerto Gaitán y el señor José Armando Navarro López.” - Corte Constitucional de Colombia*);
4. Al respeto de las comunidades indígenas (*“Acción de tutela ejercida por Oscar Carupia Domicó y otros [...]” - Corte Constitucional de Colombia*), y;

⁵ S-0544/15 “LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA”.

5. Al derecho ambiental (*“Acción de Tutela instaurada por Mansarovar Energy Colombia Ltda., contra el Tribunal Contencioso Administrativo del Meta” - Corte Constitucional de Colombia*).

En cada uno de estos últimos casos, los magistrados han fijado diferentes precedentes atendiendo a las cuestiones planteadas en cada supuesto judicial. Así por ejemplo, la Corte Constitucional de la República de Colombia en los diversos fallos ha establecido la prevalencia del principio de igualdad y el respeto por los derechos que integran el ordenamiento interno del país por sobre todas las violaciones que han llevado a cabo los diferentes demandados (corporaciones) respecto de los principios, garantías y potestades que integran el mismo.

Más allá de lo establecido en el ordenamiento nacional, la Corte utilizó y basó cada una de sus decisiones en lo establecido en diferentes instrumentos extranjeros que refieren a estas cuestiones y brindan una protección extra de los derechos, garantías y principios que resultaron perjudicados en los diferentes precedentes jurisprudenciales, efectuando una correcta y delicada utilización de cada uno de estos tratados internacionales.

Como se ha observado, uno de los precedentes corresponde a un dictamen proveniente de la Cámara Civil y Comercial N° VI de la provincia de Córdoba, sita en la República Argentina, donde se puso en tela de juicio no sólo la violación del principio de igualdad, sino que también el incumplimiento de lo establecido en la Ley del Consumidor y el principio de buen fe, propio de los contratos celebrados en función de la autonomía de la voluntad. En esta oportunidad, la Cámara también hizo uso de diversos instrumentos internacionales con jerarquía constitucional establecidos en el Artículo 75 inciso 22 de nuestra Constitución Nacional.

4. LO QUE NOS DICE EL CAMPO

4.1 Coca-Cola Argentina

Coca-Cola fue fundada en 1886 y se encuentra en Argentina desde 1942. Actualmente, emplea a más de 172.000 personas, ya sea de forma directa o indirecta, contando con 11 plantas de fabricación.

Al igual que numerosas empresas, Coca-Cola Argentina busca alinearse a determinados principios que rigen la RSE, tales como la protección de los Derechos Humanos fundamentales, los derechos laborales, como así también en materia ambiental. Es por todo esto que, basándose en la sustentabilidad, dividen sus proyectos en base a cuatro ejes fundamentales denominados: “*Un Mundo sin Residuos*”, “*Cuidado del Agua*”, “*Nuestras Comunidades*” y, por último, “*100% Innovación*”.

a. “*Un Mundo Sin Residuos*”

Se trata de un proyecto cuyo objetivo principal es lograr que, para el 2030, el 100% de los envases sean recuperables ya que, los mismos, están hechos de plástico PET (tereftalato de polietileno), el cual es 100% reciclable, compactable y de fácil identificación gracias a un símbolo que lo identifica.

Atento a ello, Coca-Cola ha establecido puntos de residuos en diferentes ciudades de la costa argentina como San Clemente del Tuyú, Las Toninas, Santa Teresita, Mar del Tuyú, Costa del Este y Aguas Verdes, entre otras, para que, durante el próximo verano, quienes se encuentren vacacionando puedan continuar con sus proyectos de reciclaje.⁶

b. “*Cuidado del Agua*”

Desde el 2015, Coca-Cola tiene el compromiso de devolver el 100% del agua que utilizan en sus productos. A su vez, han creado una estrategia global que busca lograr la seguridad hídrica para las comunidades en las que opera y para los productores agropecuarios que forman parte de esta extensa cadena de trabajo.

Para lograr este objetivo, la empresa busca reducir el uso de agua en su producción, realizando tratamientos en las diferentes plantas, generando proyectos de acceso al agua en lugares del país donde hay personas sumamente vulnerables, como así también trabajar con ecosistemas y protección de reservas naturales. Tal es así que, actualmente, se encuentran activos en dos proyectos de suma importancia; el primero de ellos se relaciona con los “fondos de agua” y el segundo se trata de la instalación de filtros purificadores en escuelas rurales y puestos sanitarios de la provincia de Salta.

⁶ Página oficial de Coca Cola Argentina.

Respecto al primero, el objetivo de estos Fondos de Agua es darle fin al uso ineficiente de agua y así ayudar a los productores agrícola-ganaderos que viven alrededor de estos ríos para poder garantizar la seguridad hídrica. En Argentina se encuentra activo un sólo fondo en la provincia de Mendoza, el cual cuenta con la participación de Coca-Cola Argentina, más allá de haber puesto en marcha recientemente un nuevo fondo en el Río Chubut.

Atento a los filtros purificadores, el proyecto fue denominado “Agua Segura”. El mismo lo llevó adelante la empresa de bebidas en análisis en conjunto con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y Proyecto Agua Segura. Dicho proyecto se encuentra vigente desde el año 2017.

c. “Nuestras Comunidades”

Es de conocimiento el gran impacto que tiene Coca-Cola en los diversos países de todo el mundo, y el nuestro no es la excepción. Uno de cada veinticinco (1/25) puestos de trabajo de Argentina está relacionado directa o indirectamente con el sistema Coca-Cola, lo cual ha generado que la empresa desarrolle un contacto estrecho con la población para escuchar sus necesidades y emplear proyectos en base a ello⁷.

El primero de ellos se trató del denominado “20+20, mujeres liderando el cambio”, impulsado por la Unión de Kiosqueros de la República Argentina (UKRA) en conjunto con Fundación Global y Coca-Cola Argentina. El mismo estuvo dirigido a 864 mujeres de diferentes ciudades del país y se encargó de temas relacionados a la tecnología, administración y marketing, todo esto enfocado a la perspectiva de género.

Otro de los proyectos en este área, “ProgramON Primer Envió”, consta de un curso de seis semanas dirigido a jóvenes entre 17 y 24 años que se encuentren cursando el último año de escuela secundaria, que la hayan terminado y no hayan iniciado estudios superiores o para quienes se encuentren cursando el secundario en la modalidad “adultos”, todos ellos en escuelas públicas. El objetivo de éste es que los jóvenes conozcan la situación actual del mercado laboral, desarrollen cualidades fundamentales para cualquier empleo de hoy en día, aprendan a armar sus CVs y a manejar adecuadamente los medios digitales para crear estrategias de comercialización.

⁷ Página oficial de Coca Cola Argentina.

d. 100% Innovación.

Al ser una empresa con tantos años de antigüedad, Coca-Cola constantemente se encuentra actualizando y buscando nuevas formas de innovar. Es a partir de esto que todos los años lanzan alrededor de 600 nuevos productos en todo el mundo.

A su vez, Coca-Cola impulsó el desarrollo de Wabi, una aplicación que tuvo su auge en plena pandemia y aislamiento, con el objetivo de que muchos de los comercios de barrio no tengan que cerrar sus puertas y así ser un intermediario directo entre el vecino que quiere un producto y el almacén que lo vende, sin necesidad de salir de su casa. Actualmente, dicha aplicación sigue teniendo gran éxito con más de 6.000 tiendas adheridas en 8 países de Latinoamérica.

4.2 Mc Donald's

McDonald 's cuenta con un programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), llamado "Compromiso Social". Es bajo esa denominación que realiza tareas de RSE desde que arribó al país en 1986, cuando abrió su primer local en Belgrano Buenos Aires –hace 36 años-.

Su compromiso social (la RSE para McDonald's) en conjunto con el desarrollo sustentable, está enmarcado, actualmente, en una estrategia social y ambiental llamada "Recetas del Futuro". Tiene el objetivo de impactar positivamente en aquellos sectores en donde tenemos las mayores oportunidades de lograr un cambio significativo.

Los principales pilares de compromiso social de esta empresa son: Empleo joven, Cambio climático, Economía circular, Abastecimiento sustentable, Familia y bienestar y Diversidad e inclusión.

A través de Empleo joven se trata ofrecer la posibilidad a muchos jóvenes de obtener su primer empleo formal, en donde se pueden capacitar y educar.

El pilar del cambio climático es la transición hacia la eficiencia energética y en el uso de materiales renovables. Buscando reducir el impacto ambiental. Los lineamientos para alcanzar esta finalidad son: ahorro de energía, cuidado del agua, separación de residuos,

construcción eficiente, uso de materiales reciclados. De hecho, el Programa para el Desarrollo

Sustentable, guiado por los “17 Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas”, está alineado a la estrategia del cambio climático de McDonald 's. En donde buscan que cada vez más empresas se sumen y eliminar plásticos de un solo uso, minimizando su huella de carbono.

Con respecto a la economía circular buscan extender la vida útil de los residuos que generan mediante el reciclaje y reutilización. En Argentina reemplazaron el papel tradicional por uno ecológico, elaborado 100% de fibra de caña de azúcar y sin blanqueadores químicos.

El abastecimiento sustentable lo realizan mediante procesos de producción que fomenten el cuidado del medio ambiente, el respeto a la salud y el bienestar de los animales buscando proveedores que también cumplan estos lineamientos, los cuales de acuerdo con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, establecen la libertad de asociación, prácticas laborales y trato justo y antidiscriminatorio, entre otros.

La familia y el bienestar refieren a ofrecer una experiencia superior de alimentación, con una comida que sea atractiva para los niños por ser deliciosa y para los papás y mamás por ser rica y nutritiva.

Con la diversidad e inclusión están comprometidos a promover equipos de trabajo diversos y un ambiente laboral que aliente el respeto y estimule la participación de todas las personas, impulsando el desarrollo desde las individualidades de cada uno, favoreciendo la inclusión e igualdad de oportunidades, tal es así, que firmaron acuerdos con el Programa de las Naciones Unidas “*ONU Mujeres*” en Brasil, Uruguay, Argentina, Colombia, como también el programa de la ONU “*Mujeres WEPS*”.

McDonald 's señala que esta estrategia está basada en un proceso de colaboración y aproximación con sus grupos de interés como son los franquiciados, los proveedores, clientes, organizaciones sociales y entidades de inversión socialmente responsable. Por ejemplo, el Mc Día Feliz, que es un programa de recaudación permanente que se realiza cada año en noviembre en conmemoración a la Declaración Universal de los Derechos de los niños y adolescentes decretado por la UNESCO. En este sentido, McDonald 's desde que inició su operación en el país incluye a jóvenes con discapacidades.

De acuerdo a McDonald's la mejor forma de desarrollar una buena Responsabilidad Social Empresarial es creando un marco estratégico a través de diversos órganos de gobierno y procesos estructurados para ayudar a identificar, gestionar y avanzar en una variedad de temas sociales y ambientales. Actualmente las áreas de interés prioritarios de la empresa son la nombradas como los pilares del compromiso social.

Además, el compromiso social de esta empresa es una actitud que está incorporada en todos los aspectos de planificación y operación empresarial desde la alta dirección hacia el resto de sus áreas. La administración necesita integrar, asignar los recursos necesarios, y ubicarlos en los planes estratégicos.

La RSE no es igual en todos los países. Por lo tanto, en una empresa global, los esfuerzos de la RSE se han de descentralizar. Los valores vienen de la dirección central, pero las estrategias y tácticas pueden variar en las operaciones geográficas distintas.

En su Informe de Responsabilidad Corporativa 2004, McDonald 's señala:

Nuestra responsabilidad significa empeñarnos en hacer lo correcto, ser un buen vecino en la comunidad e integrar prioridades medioambientales y sociales a nuestros restaurantes y a la relación con los proveedores y socios comerciales. Trabajar con el objetivo de la responsabilidad implica comprender las perspectivas y necesidades de nuestros clientes y demás partes importantes interesadas, colaborar con expertos para entender cuestiones y oportunidades, e insertar a la gente en nuestro sistema, inducir a los empleados de la compañía, los propietarios/operadores y los proveedores, a participar y conducirse conforme a nuestros valores esenciales.

El “Plan de Éxito” de McDonald 's se rige por su compromiso con la responsabilidad social empresarial en cada uno de los factores de éxito de su plan comercial: productos, gente, lugar, precio, promoción, responsabilidad con el medio ambiente.

4.3 Mercado Libre Argentina

Mercado Libre es una empresa multinacional argentina fundada en 1999 por Marcos Galperin. El inicio de esta empresa fue a partir de un sistema llamado Market Place, que llevaba adelante subastas por internet y tenía como objetivo expandirse para así

democratizar el comercio electrónico y los servicios financieros en la región para mejorar la calidad de vida de la sociedad. Uno de sus principales objetivos consistía en que todos pudieran vender y comprar a través de internet sin restricciones.

A medida que iba creciendo el comercio y la cultura del consumo electrónico, Mercado Libre creó nuevos métodos de fácil ingreso a esta nueva vida financiera por la web; creando nuevas plataformas y servicios dentro de Mercado Libre para concretar tales propósitos. Así surgieron Mercado Shops, Mercado Envíos, Mercado Créditos y Mercado Pago.

Una empresa que, en palabras de su creador, *“se impulsa en pos de democratizar el comercio y los servicios financieros en toda la región; igualando oportunidades entre grandes empresas y potenciando a las pymes y pequeños emprendedores.”* De esta manera, se les brinda a las personas la posibilidad de publicar sus productos, venderlos y cobrar desde la misma plataforma.

Como toda multinacional hay ciertos parámetros/estándares que la misma debe seguir de acuerdo a lo que las legislaciones le estipulan, y es así como Mercado Libre se rige en respetarlos.

Entre sus lineamientos y en lo que a este trabajo le interesa, Mercado Libre elaboró una guía de su gestión en relación a la RSE en donde detalla cuáles son sus principales prácticas internacionales, con la intención de transmitirle al público los impactos positivos y negativos a nivel económico, ambiental, y social, mediante la presentación de informes de sostenibilidad, especificando cuáles son las contribuciones negativas y positivas que tiene la empresa buscando mejorar y generar un desarrollo sostenible.

Mercado Libre, entiende a la RSE con una mirada negocial, que debe respetar a las personas, a la comunidad, al ecosistema y son esos sus tres ejes principales.

En cuanto a las personas, empatizan con quienes los elijen como lugar de trabajo. Conforman un equipo de más de cuatrocientas personas con una única unidad de gestión cultural que se encuentra en permanente desarrollo. Sus pilares son: Flexibilidad laboral, Capacitaciones en cuanto al desarrollo y aprendizaje, Comunicación y colaboración, Reconocimiento y celebración y Bienestar y familia.

Su estrategia de gestión se focaliza en el trabajo en equipo, porque consideran que tomar decisiones de manera conjunta es más justo y equitativo. Enfatizan en el consenso, en la transparencia y en la objetividad en sus equipos de trabajo.

Respecto a la diversidad e igualdad de oportunidades, Mercado libre empatiza en todas sus perspectivas; *“inspiran a que las personas desplieguen sus capacidades y se expresen en un ambiente sano y equitativo, donde las creencias previas no condicionen la aceptación y la curiosidad nos permita valorar las diferencias”*.⁸

Sus equipos de trabajo se conforman otorgándoles prioridad a las mujeres, a las personas del colectivo LGTB+, a las personas con discapacidad y a los grupos indígenas, fomentan la inclusión e instruyen en capacitaciones tecnológicas para todos sus miembros.

La empresa se enfoca en el crecimiento del comercio y de los servicios financieros de toda la región, priorizando las Pymes y los pequeños emprendedores; puesto que consideran que todas las personas tienen el derecho a participar en las economías de los países, puedan obtener productos, venderlos, ofrecer un servicio y poder liderar su vida financiera.

Lo que propone Mercado Libre son soluciones tecnológicas para la inclusión. Consideran a la inclusión financiera como el motor para combatir la pobreza y las desigualdades económicas, creando productos y soluciones de pago disímiles a los del sistema tradicional; sistemas mucho más accesibles para quienes por ejemplo no poseen una cuenta en un banco. *“De esta manera, nuestras herramientas permiten a las personas estabilizar o aumentar sus ingresos para ser más resilientes a los altibajos de la economía, mejorando su calidad de vida.”* (Mercado Libre, 2021)⁹

Respecto a la corporación en cuestión con el medio ambiente, la misma busca incentivar y promover una mirada más integral desde el usuario hacia el planeta y hacia toda la comunidad en general buscando generar beneficios para todos. Es la misma empresa la generadora de acciones comerciales para productos sustentables que incitan al crecimiento del comercio.

⁸ Mercado Libre. (2021). *REPORTE DE IMPACTO*. AWS. Retrieved November 9, 2022, from https://meli-sustentabilidad-bucket.s3.amazonaws.com/Mercado_libre_Reporte_de_impacto_2021_ESP_971188ee3a.pdf. Pag 48

⁹ Mercado Libre. (2021). *REPORTE DE IMPACTO*. AWS. Retrieved November 9, 2022, from https://meli-sustentabilidad-bucket.s3.amazonaws.com/Mercado_libre_Reporte_de_impacto_2021_ESP_971188ee3a.pdf. Pag 49

Pretenden así, priorizar el medio ambiente por sobre todas las cosas y que los desafíos de Mercado Libre generen impactos positivos. *“Fortalecemos las bioeconomías e impulsamos cadenas productivas que generen ingresos para las comunidades regionales, ayudando a conservar el ambiente”*¹⁰.

A su vez, se enfoca en contribuir a la preservación de los ecosistemas mediante una gestión eficiente en sus todas sus instalaciones. De esta manera, adopta energías renovables en sus operaciones, busca la reducción del impacto que su flota de transporte emite y busca la sustentabilidad en los materiales de trabajo, de residuos y en sus empaques.

5. CONCLUSIÓN

El presente trabajo de investigación se ha estructurado de manera tal que sea posible distinguir dos partes netamente diferenciadas. En la primera parte se ha abordado desde una perspectiva teórica el concepto de responsabilidad social empresaria y la historia de su desarrollo; como así también, todos aquellos temas directamente vinculados a dicha problemática, donde se incluyó el denominado “Marco normativo” que abarca un breve desarrollo de cuál es la situación actual de la reglamentación de la RSE, tanto en el plano nacional como internacional y , además, se hace una mención a diversos precedentes que son relativos a la materia en cuestión. Mientras que en la segunda parte, se presenta la investigación de campo efectuada, a los fines de establecer una aproximación a la práctica del concepto de RSE en la Argentina, haciendo hincapié en diversas empresas multinacionales (o corporaciones) de gran trascendencia tanto a nivel mundial como nacional. En función de ello fuimos desprendiendo del concepto de RSE diferentes cuestiones (relativas al derecho ambiental, el desarrollo laboral, la vinculación para con la sociedad, entre otros aspectos) y optamos por analizar el cómo funciona, en nuestro país y si se encuentra regulada cómo tal. Motivo que nos llevó a establecer una hipótesis acerca del Proyecto de Ley que se desarrolló en el territorio nacional, pero que nunca fue tratado, más allá de que se trata de un avance sumamente importante en materia de Responsabilidad Social Empresaria.

¹⁰ Mercado Libre. (2021). *REPORTE DE IMPACTO*. AWS. Retrieved November 9, 2022, from https://meli-sustentabilidad-bucket.s3.amazonaws.com/Mercado_libre_Reporte_de_impacto_2021_ESP_971188ee3a.pdf. Pag. 47

Por ello es que nosotros recomendamos y sostenemos que es necesario que éste Proyecto se vuelva ley y sea implementado a lo largo y ancho del país, principalmente respecto de todas las empresas productoras, desarrolladoras de actividades, y prestadoras de servicios, con el objetivo de plasmar un gran cambio en torno a la visión que se tiene sobre la RSE, y promover una vinculación más estrecha entre éstas corporaciones y la comunidad en general, promoviendo comportamientos voluntarios y socialmente responsables, por parte de éstas organizaciones, a través de la realización de diversos proyectos y políticas públicas, logrando de ésta manera llegar al bien común y al desarrollo sostenible.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Adelaida María Ibarra Padilla (junio 2014), Colombia. Revista de Derecho. “Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano” (N° 41), páginas 51 – 82. ISSN 0121-8697 http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012186972014000100003
- Arcos Dorados “Receta del Futuro”: <https://recetadelfuturo.com/>
- Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. “Responsabilidad Social Empresarial”: <https://www.buenosaires.gob.ar/develop/humanoyhabitat/fortalecimientodelasociocivil/responsabilidad-social-empresaria#>
- McDonald 's Mundial vía (2004). Informe de Responsabilidad Corporativa. <https://ddd.uab.cat/pub/infso/47133/irsMCDONALDSa2004ispa.pdf>
- Mercado Libre S.R.L. (1999 - 2022). “Somos”: https://www.mercadolibre.com.ar/institucional/somos#deal_print_id=2276f240-5144-11ed-a636b13925f059b9&c_id=buttonnormal&c_element_order=1&c_campaign=TRACKING&c_uid=2276f240-5144-11ed-a636-b13925f059b9
- Mercado Libre (2021). “Reporte de Impacto”: https://meli-sustentabilidadbucket.s3.amazonaws.com/Mercado_libre_Reporte_de_impacto_2021_ESP_971188ee3a.pdf
- Pacto Global Red Chile. “10 Principios De Pacto Global”: <https://pactoglobal.cl/nosotros/10principios-de-pacto-global/>

- Parlamentario.com (16 de Marzo de 2015). “Presentan nuevo proyecto sobre Responsabilidad Social Empresaria”: <https://www.parlamentario.com/2015/03/16/presentan-nuevo-proyecto-sobre-responsabilidad-social-empresaria/>
- Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad (RSS). “Responsabilidad Social Empresarial (RSE): qué es, definición, beneficios y ejemplos”: <https://responsabilidadsocial.net/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es-definicion-beneficios-y-ejemplos/>
- The Coca-Cola Company Argentina (2021). “Sustentabilidad”: <https://www.cocacoladeargentina.com.ar/sustentabilidad>
- United Nations Global Compact. “Los negocios como una fuerza para el bien: Misión”: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission>
- United Nations Global Compact. “¿Quiénes somos?”: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc>

Fuente Normativa:

- Persico, D. R (Marzo, 2015). Proyecto de Ley de “Responsabilidad Social Empresaria” (S-0544/15). Por medio de la cual se establece un marco jurídico especial para la regulación de la Responsabilidad Social Empresaria (archivado) <https://www.senado.gob.ar/parlamentario/parlamentaria/360458/downloadPdf>

Jurisprudencia:

- Cámara Civil y Comercial de Córdoba, sala VI (Diciembre 10, 2015), “Combina, José Armando y otro c. Viajes Falabella S.A.”, M.P.: <http://fallos.diprargentina.com/2016/08/combina-jose-armando-cviajes-falabella.html>
- Corte Constitucional de Colombia (Octubre 11, 2018). Sentencia SU095/18. Expediente T-6.298.958, “Acción de Tutela instaurada por Mansarovar Energy Colombia Ltda., contra el Tribunal Contencioso Administrativo del Meta”: <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2018/SU095-18.htm>

- Corte Constitucional de Colombia (Marzo 03, 2011). Sentencia T-129/11. Expediente T-2451120.
<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2011/t-129-11.htm>
- Corte Constitucional de Colombia (Abril 15, 2010). Sentencia T-247/10 - Expediente T-2220146. “Acción de tutela instaurada por Carolina Pascuas Cifuentes, contra Ecopetrol S.A.”
<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2010/T247-10.htm>
- Corte Constitucional de Colombia (Octubre 20, 2014). Sentencia T-781/14. Expedientes T- 3.996.814, T-3.996.833, T-3.996.834 y T-3.996.835, “Acción de tutela instaurada por Oliverio Quintero Rodríguez y otros, contra la Alcaldía Municipal de Puerto Gaitán, Meta, la Inspección de Policía de Puerto Gaitán y el señor José Armando Navarro López.”:
<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2014/t-781-14.htm#:~:text=T%2D781%2D14%20Corte%20Constitucional%20de%20Colombia&text=El%20concepto%20de%20vivienda%20digna,desarrollar%20su%20proyecto%20de%20Ovida>