

Acuerdo 17 DE 2015

"Por medio del cual se adopta la Estrategia de Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial en la ciudad de Medellín"

EL CONCEJO DE MEDELLÍN

En uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas en el artículo 313 de la Constitución Política, la Ley 136 de 1994, en concordancia con los artículos 62, 64, 79 y 333 de la Constitución,

ACUERDA

ARTÍCULO 1. OBJETO. Implementar la estrategia de fomento de la responsabilidad social empresarial en la ciudad de Medellín, a través del empoderamiento y enlace estratégico de los sectores Empresarial, Social y Público, de modo que se fomente el desarrollo local equitativo e incluyente y se ofrezcan soluciones a las problemáticas culturales, sociales, laborales, medio ambientales y económicas de los diferentes grupos de interés.

ARTÍCULO 2. DEFINICIONES. Para los fines y efectos del presente Acuerdo, se entenderán los siguientes conceptos de esta forma:

- **Responsabilidad Social Empresarial:** Acción voluntaria, que se ajusta a los lineamientos legales y que pretende la maximización de los beneficios sociales, logrando una visión de negocios diferente, al integrar el respeto por las personas y el medio ambiente con la gestión misma de la empresa. Integrar la Responsabilidad Social en toda la organización permite no sólo hacer un balance financiero de la actividad corporativa, sino un balance social que facilita la medición de los grandes aportes que puede hacer el sector empresarial a la sociedad.

Por otro lado, la Unión Europea en su Libro Verde del año 2001 define Responsabilidad Social Empresarial como "*la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores*".

- **Innovación Social Empresarial:** Estrategia "operativa" que une el desarrollo social, al desarrollo económico, para la búsqueda de generación de valor a través de la dimensión social de la empresa.

Implica que la ésta aborde una diferenciación competitiva en la elaboración de productos y servicios, la captación de mercados y en el impacto que genera.

- **Calidad de vida:** Este es un concepto que se hace difícil de generalizar, debido a que involucra muchos aspectos de la particularidad de cada ser humano y

el nivel de satisfacción que éste tenga con su vida, sin embargo, para efectos del presente Acuerdo, lo trataremos en articulación con los 14 subsistemas necesarios para concebir los aspectos, las necesidades y las dimensiones de la calidad de vida; incorporados al tratado sociológico de la Cibernética Social Proporcionalista, desarrollado por el P.H. Doctor Waldemar De Gregori Parentesco, Salubridad, Manutención, Lealtad, Recreativo, Comunicación, Pedagógico, Patrimonio, Producción, Ético, Religioso, Seguridad, Político, Justicia y Dignidad.

- **Balance Social:** Es resultado de un proceso que se inicia con un diagnóstico de la gestión social de la empresa, pasa por la planificación, implementación y evaluación de sus acciones y resulta en un documento que revela al público los resultados que ella logró y las metas que se propone para el ciclo siguiente.
- **Cultura Organizacional:** Sistema de valores y creencias que comparten las personas de una misma organización. Identidad y significado colectivo. Forma de pensar, sentir y actuar de una organización.
- **Emprendimiento Social:** Proceso de creación de valor agregado económico que tiene por objeto darle solución a una necesidad social o ambiental, creando impactos positivos en la comunidad.
- **Empresa Social:** Organización que realiza actividades de comercialización de bienes y servicios con miras a la resolución de problemáticas sociales o ambientales.
- **Economía solidaria:** Es una alternativa conformada por un conjunto de fuerzas organizadas de forma asociativa, identificadas por sus prácticas de autogestión solidaria, democrática y humanista, sin ánimo de lucro para el desarrollo integral del ser humano, entendiéndolo como sujeto, actor y fin de la economía.
- **Competitividad:** Capacidad de una organización de cualquier tipo para desarrollar y mantener sistemáticamente unas ventajas innovadoras y diferenciadoras que le permiten disfrutar y sostener, en el tiempo una posición destacada en el entorno socioeconómico en que actúa.

ARTÍCULO 3. PRINCIPIOS. A la luz del presente Acuerdo, toda empresa que se repute de socialmente responsable, debe poner en práctica los siguientes principios:

1. **La transparencia.** Se refiere a las ideas, pautas y principios generales para el desarrollo de conductas

socialmente responsables. Estos principios se encuentran en los códigos de conducta y buenas prácticas, las declaraciones de principios y los modelos de elaboración de memorias sociales o de sostenibilidad. La transparencia requiere también que las empresas den a conocer, informen y publiquen sus conductas de RSE.

2. **Aplicación de normas de calidad.** Las empresas deben cumplir con un conjunto de requisitos técnicos en su estructura y organización que son monitoreados por agentes externos. Así, una empresa socialmente responsable debe contar con sistemas e informes de auditoría social, medioambiental o en materia de RSE que le permitan la obtención de certificaciones y acreditaciones expedidas por diversas organizaciones.
3. **La autoevaluación.** La empresa socialmente responsable evalúa su desempeño en materia de RSE. Esta actividad le permite extraer conclusiones para realizar cambios en los sistemas de gestión y organización. Para llevarla a cabo, la empresa debe identificar los requisitos técnicos en la estructura y organización necesarios para ser calificada como socialmente responsable por agentes externos. Por otra parte, requerirá conocer las metodologías para establecer metas y objetivos de la RSE, los mecanismos y criterios para evaluar conjuntamente los resultados y los distintos modelos de los informes de evaluación de distintas instituciones y los llamados sellos de excelencia.
4. **La globalidad.** La RSE es de carácter global, es decir afecta a todas las áreas de negocio de la empresa, así como a todas las áreas geográficas en donde se desarrolla su actividad. Afecta por tanto, a toda la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la actividad, prestación del servicio o producción del bien.
5. **La gestión socialmente responsable.** Es el conjunto de códigos de conductas, declaraciones de principios, modelos o estándares de gestión, así como también los informes de sostenibilidad con los que debe cumplir la empresa.
6. **Consumo socialmente responsable.** Las actividades de las empresas en este ámbito se canalizan principalmente a través de las denominadas etiquetas (labels), indicativas para el consumidor de un correcto proceso de elaboración del producto en términos de RSE.
7. **Articulación Estratégica Intersectorial.** El sector empresarial debe articularse estratégicamente con el sector gubernamental, académico y social, buscando a través de modelos innovadores, hacer que su RSE tenga un mayor impacto para sus grupos de interés, con miras a contribuir de manera significativa al desarrollo local.

ARTÍCULO 4. LÍNEAS ESTRATÉGICAS. La estrategia de RSE del presente Acuerdo, tendrá las siguientes Líneas Estratégicas definidas:

Línea 1: Gestión y promoción integral de la RSE.

- Estimular una cultura de la práctica de la RSE en la ciudad.
- Promover la participación de los proyectos de RSE de las empresas de la ciudad en los premios regionales, nacionales e internacionales que se realicen para tal fin.
- Colaborar con el sector educativo, académico y social en los estudios y proyectos de investigación sobre la RSE.

Línea 2: Articulación Intersectorial y Gestión del Conocimiento de la RSE.

- La Colaboración con otros interesados como instituciones académicas, comités de expertos, agencias de promoción del comercio y asociaciones de RSE.
- El establecimiento de alianzas estratégicas entre los sectores Empresarial, Público, Académico y Social, con miras a fortalecer la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en la ciudad, que apunte hacia la Innovación Social Empresarial.
- Promoción de la investigación y la gestión del conocimiento que permita (la colaboración con instituciones académicas y de investigación también permite a las empresas abogar por) una mejor medición de los beneficios de la RSE (tanto para la empresa como para la sociedad), lo que aumenta la escala de implementación de las prácticas de RSE.

Línea 3: Fortalecimiento y participación constante del voluntariado corporativo y social.

- El Fomento del Voluntariado Corporativo orientado a la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial, en beneficio de las comunidades menos favorecidas.
- El Fomento la articulación de las diferentes organizaciones a las que pertenecen con el sector público y el privado.

ARTÍCULO 5. COMITÉ DE PROMOCIÓN DE LA RSE. A la luz del presente Acuerdo y con el fin de darle cumplimiento al objeto y a las líneas estratégicas del mismo, se establecerá un Comité Promotor de la Responsabilidad Social Empresarial en la Ciudad, el cual estará conformado por representantes de los sectores vinculados en este Acuerdo.

PARÁGRAFO. Los mecanismos de elección y conformación del Comité, así como sus funciones y alcances, será regulado por medio del Decreto Reglamentario.

ARTÍCULO 6. RESPONSABLES: El desarrollo y coordinación de esta estrategia estará en cabeza de la Secretaría de Desarrollo Económico y contará con el apoyo de la Secretaría de Inclusión Social y Familia.

ARTÍCULO 7. DIFUSIÓN: El Municipio de Medellín, se encargará de difundir, y comunicar a los actores involucrados del presente Acuerdo para que gocen de sus beneficios y así poder construir una base sólida de empresas que aplican los principios de la Responsabilidad Social Empresarial y la Innovación Social, con los cuales, contribuyen a la solución de las necesidades sociales, ambientales y culturales de la ciudad.

PARÁGRAFO. Por corresponsabilidad ciudadana, las entidades sin ánimo de lucro (ESAL), también están comprometidas en difundir y promover el contenido integral de la presente política pública en la ciudad.

ARTÍCULO 8. FINANCIACIÓN: El Municipio de Medellín apropiará los recursos necesarios para la financiación de lo dispuesto en el presente acuerdo.

ARTÍCULO 9. REGLAMENTACIÓN: Sin perjuicio de la potestad reglamentaria permanente que tiene el Alcalde consagrada en la Constitución, en la Ley 136 de 1994, y demás normas concordantes Reglamentará este Acuerdo dentro de los seis meses siguientes a su publicación.

ARTÍCULO 10. VIGENCIA: El presente Acuerdo rige a partir de su publicación en la Gaceta Oficial del Municipio.

Dado en Medellín a los 23 días del mes de julio de dos mil quince (2015).

Presidente

FABIO HUMBERTO RIVERA RIVERA

Secretario

GERMÁN ALBERTO PATIÑO DÍEZ

Post scriptum: Este Proyecto de Acuerdo tuvo (2) debates en dos días diferentes y en ambos fue aprobado como consta en Acta 706.

Secretario

GERMÁN ALBERTO PATIÑO DÍEZ