

Clase n° 10

Responsabilidad social corporativa

*Antes de empezar con la clase, recordemos lo visto hasta aquí. Hemos dividido este curso en cuatro partes: en las **CLASE 1, 2 y 3** nos hemos dedicado a estudiar qué es una **profesión**. En las **CLASES 4, 5 y 6** hemos abordado el tema de la **ética** a partir de distintas posturas filosóficas de base, pero que hemos podido aplicar a partir de casos prácticos. En la **CLASE 7** hemos caracterizado la sociedad en la que vivimos, y en las **CLASE 8 y 9** nos hemos abocado al tema de la **responsabilidad**. En las clases que nos quedan, abordaremos el tema desde el punto de vista de la **responsabilidad social corporativa**, que de alguna manera relaciona e incluye lo estudiado.*

1. Introducción

La responsabilidad social corporativa puede ser un concepto muy amplio y abarcar distintas actividades y proyectos¹. Desde facilitar guarderías para los hijos de los empleados o miembros de una organización hasta la certificación medioambiental de procesos industriales; desde la creación de fundaciones de ayuda al prójimo a la financiación de actividades recreativas o deportivas.

La idea de responsabilidad social corporativa implica una noción muy fuerte, con implicancias éticas importantes: la de *responsabilidad*, tal como hemos visto, y que no puede llevar a preguntarnos ¿hasta dónde se extiende la responsabilidad de una organización? ¿son las organizaciones responsables de las personas, incluso de aquellas totalmente ajenas a la organización? ¿lo son del medio ambiente? ¿de las generaciones futuras? Recordemos el caso visto en la **CLASE 6** ¿era la empresa Merck realmente *responsable* de la salud y el bienestar de los hombres y mujeres afectados por la ceguera del río?

El concepto de responsabilidad social se plantea entonces, como una *extensión* de la responsabilidad básica de las empresas, que es la responsabilidad económica. ¿Deben las empresas responder ante otros agentes sociales que no son sus accionistas o propietarios? ¿deben ocuparse de problemas sociales ajenos a su objetivo empresarial? ¿tienen los negocios alguna responsabilidad más allá de obtener beneficios?

¹ Para esta clase nos hemos basado en FRANCÉS GÓMEZ, Pedro: *Ética de los negocios. Innovación y responsabilidad*. Bilbao, Editorial Desclée de Brouwer, 2009.

2. Un poco de historia

El concepto de responsabilidad social es una discusión presente al menos desde los años 1950 (aunque ya desde el inicio de las economías modernas se reconoce que las empresas tienen deberes más allá de asegurar el retorno sobre el capital invertido). Es en esta década cuando la opinión pública –sobre todo en las sociedades norteamericanas– se pregunta si las grandes corporaciones, que cuentan con una gran capacidad económica y también con el poder suficiente como para hacer aportes significativos a la sociedad, no pueden emprender acciones destinadas a mejorar la educación, cuidar el medio ambiente, contribuir a las obras públicas, favorecer la cultura, etc.

Pero no fue hasta 1971 que se alcanzó un nivel de consenso suficiente como para que un comité estatal –el Comité para el Desarrollo Económico– declarase que la empresa es una herramienta importante para el progreso social en una sociedad pluralista. Se consideraba, en estas primeras reflexiones, que las empresas debían contribuir sobre todo a solucionar los problemas que ellas mismas habían creado, como la contaminación ambiental o el deterioro de ciertos barrios o ciudades. Lo que la sociedad pide al exigirles responsabilidad es que asuman los costos completos de sus operaciones. Como muchas veces esto es impracticable en cada caso concreto (no se puede calcular qué parte de la contaminación de un río fue causada por tal o cuál fábrica concreta, o quién debe pagar por la extinción de una especie), de ahí se deriva una responsabilidad general de *todos* los negocios. Son las empresas, en plural, las que han de contribuir a paliar los efectos sociales y medioambientales del sistema económico.

A lo largo de los setenta y ochenta, las ideas sobre responsabilidad social empresarial evolucionaron con altibajos. Durante los ochenta se favorece la libertad económica y se elimina el acento de las responsabilidades sociales; pero en los noventa, con los efectos de la globalización y de la doctrina neo-liberal cada vez más patentes, los movimientos sociales fueron alzando su voz de un modo perceptible: los movimientos ecologistas, las asociaciones de consumidores y usuarios, los reguladores de los mercados financieros, las organizaciones en defensa de los derechos humanos, etc.

Como otro hito importante, ahora ya en el viejo continente, podemos señalar el del Consejo Europeo, celebrado en Lisboa en marzo de 2000, que produjo, entre otros documentos y proyectos, un plan estratégico para la economía europea. Los objetivos que se planteaban –de “crecimiento económico sostenible”, “más y mejores empleos”, y

de “cohesión social”– requerían un nuevo impulso de las relaciones entre empresas y sociedad.

La comisión europea para el empleo inició un proceso de consultas para formular, de acuerdo con todos los interesados, el marco más apropiado para esas relaciones. El documento de discusión (libro verde) se denominó “[Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas](#)”. El objetivo era dotar a la economía europea de una definición común sobre el alcance de la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC). El documento dio lugar a una discusión amplia en toda Europa; tras la discusión, la Comisión Europea publicó una comunicación a finales del 2002.

La comunicación de la Comisión sistematiza una serie de ideas que han ido tomando cuerpo en distintas industrias y en distintas sociedades, no sólo en Europa, sino en todo el mundo. Siguiendo esa comunicación podemos aproximarnos a la concepción de la RSC que los propios agentes económicos (empresas, sindicatos, consumidores, gobiernos, etc.) elaboraron y están dispuestos a aceptar y promover.

3. Qué es la Responsabilidad Social Corporativa



La RSC se define 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.

La RSC incluye, por un lado, la **gestión de las relaciones entre los miembros de la organización**: tiene una **dimensión interna**. Aborda aspectos tales como la gestión de recursos humanos, la salud y seguridad en el trabajo, la adaptación al cambio, y la gestión del impacto ambiental de las operaciones de la compañía. Se trata de aspectos fuertemente regulados en Europa, donde la RSC equivale sobre todo a la disposición a cumplir de buena fe, y a suplir las carencias legales con imaginación y respeto hacia las personas y el medio.

Por otro lado, atiende a los **aspectos externos** de la organización: su **relación con las comunidades locales** (aspecto muy poco regulado, y donde impera la negociación o el

diálogo) y su relación **con los mercados, socios comerciales, proveedores, clientes y consumidores** (en este ámbito imperan relaciones de competencia, lealtad y de cooperación). El objetivo de la RSC es introducir en este campo reglas seguras de interacción, y un mayor respeto por las personas y organizaciones, basado en el diálogo y la cooperación. Un objetivo de mayor alcance es introducir la idea de control de la cadena de proveedores: la verificación, por parte de los clientes, de la responsabilidad de sus suministradores, al igual que verifican sistemáticamente la calidad o la competitividad de los precios. Los dos aspectos finales de la RSC tienen que ver con la esfera más amplia de influencia de las empresas: los **derechos humanos** y los **problemas ecológicos globales**. En el primer caso, la RSC significa que las empresas asumen su papel como entidades capaces de influir positivamente en las condiciones de vida de muchas personas, tanto directamente como a través de sus políticas de proveedores y sus iniciativas de cooperación y apoyo a las actividades de la ONU y las ONG.

En el caso de la ecología, se trata también de que las empresas adopten una actitud proactiva hacia la sostenibilidad, asumiendo las implicaciones que ello pueda tener para sus prácticas y políticas concretas (sean estas requeridas por las leyes o no). En este sentido existen muchas iniciativas concretas voluntariamente asumidas por las empresas, que pretenden garantizar la sostenibilidad de ciertos negocios, como la fabricación de muebles y papel, las producciones agrícolas, etc.

4. Niveles de responsabilidad

La RSC integraría al menos tres responsabilidades que la tradición de la ética empresarial norteamericana solía diferenciar: la responsabilidad económica, la legal y la social. Más dudoso, aunque admisible, es que incluyera una cuarta responsabilidad, que podemos denominar *filantrópica*.

Algunos autores proponen que estas responsabilidades conforman una especie de pirámide de obligación. La base está ocupada por la obligación ineludible de las empresas, que es la **eficiencia económica** (sin ese requisito, todo lo demás es imposible). El primer escalón lo ocupa el imperativo de **cumplir la ley**, pues representa lo mínimo que la sociedad espera de las organizaciones. Un segundo escalón lo conforma la **responsabilidad social**, entendida como algo añadido a las dos anteriores: suponiendo la eficiencia y la legalidad, aún hay exigencias a las que una empresa debe responder. No se le puede imponer coactivamente que lo haga, es decir, se trata de una

responsabilidad voluntaria, pero aún así es una responsabilidad real, pues concierne a aspectos que la empresa debería considerar esenciales, dado su contexto social: mantener las buenas relaciones entre los distintos constituyentes de la organización y con los agentes externos más relevantes, contribuir a la sostenibilidad de la economía, ir más allá de la ley en los aspectos en que ésta es insuficiente, satisfacer en la mayor medida posible las demandas sociales (calidad, atención a los clientes, respeto a los trabajadores en las negociaciones, condiciones de empleo, conducta en el extranjero, etc.). Por último, la **responsabilidad filantrópica** no es realmente una obligación sino el fruto de un compromiso enteramente voluntario de la empresa de contribuir a cualquier causa benéfica. Este tipo de compromiso, en tanto que no es nunca exigible, sería el último escalón de la pirámide. Debería asentarse sobre la base de todos los demás.

Hay que notar dos cosas sobre este punto de vista, ya clásico. *Primero*, la distinción entre los tipos de responsabilidad es demasiado taxativa. Pareciera que lo primero es la maximización del beneficio y sólo si se maximiza el beneficio puede pensarse en cumplir la ley. Obviamente esto no es así. Si para mantenerse en el mercado una empresa ha de incumplir sistemáticamente la ley (sobre todo si se trata de leyes que afectan a los derechos básicos de las personas), entonces realmente sería más responsable acabar con la empresa. Una *segunda* anotación: con frecuencia la responsabilidad filantrópica (la contribución a obras benéficas) se confunde con la responsabilidad social. Muchas empresas se amparan en sus proyectos de cooperación, o en sus donaciones, para ocultar prácticas social o medioambientalmente irresponsables. Es decir, muchas veces las empresas se centran en el vértice de la pirámide sin darle, en realidad, ningún apoyo.

La visión de la RSC que se ha consensuado en Europa pretende superar estas dificultades, centrándose en la **integración** de las responsabilidades empresariales. Se considera que la RSC no es *un* tipo de responsabilidad, distinta de la económica y la legal, sino un **modelo de gestión**

de las organizaciones. Este modelo da un peso equilibrado a las **personas** (condiciones de trabajo, formación, creatividad, ambiente laboral), al **beneficio económico**



(eficiencia, innovación, competitividad), y al **impacto social y medioambiental** (sostenibilidad, creación de empleo, cumplimiento legal).

Esta visión parte de la base de que una gestión integrada de las responsabilidades corporativas incide positivamente en la competitividad y la productividad. De modo que no se trata de imponer a las empresas objetivos incompatibles: el beneficio por un lado, y la contribución al bien común por otro. Se trata de entender que el tipo de economía que queremos construir –y en cuyo diseño participan tanto los poderes públicos como las corporaciones–, requiere que la responsabilidad social forme parte del concepto mismo de una empresa. La RSC no es más que un modo de gestionar el impacto de la organización en el mercado, en la sociedad, en el medio, en otras sociedades. Y esto a su vez es una parte esencial de la tarea de cualquier organización. La idea es convocar a las organizaciones para que conciban modos de incorporar las tres responsabilidades esenciales: económica, social y medioambiental, en sus planes estratégicos, de modo que contribuyan a aumentar su competitividad. Esto no es una quimera. La inversión en tecnologías y prácticas respetuosas con el medio ambiente, por ejemplo, incrementa la competitividad de las empresas y de las economías nacionales. Las inversiones en formación o condiciones laborales, o en mejorar las relaciones entre la dirección y los trabajadores, incrementan directamente (y de un modo mensurable) la productividad. Esta relación no es la razón para realizar esas inversiones o adoptar la dirección de la RSC, pero sí es una vía que permite a las empresas y a sus directivos administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

Clase n° 11

La Responsabilidad social en la sociedad de información

Contextualización:

En esta última clase les propongo un texto que, si bien es un tanto extenso, reúne la mayoría de los temas que hemos tratado en este curso: la profesión, la particularidad de la profesión del ingeniero, los conceptos y nociones éticas que rigen la conducta humana y su aplicación práctica, y la responsabilidad social y ética que toda organización posee.

Elegí este texto porque supongo que muchos de ustedes realizarán su actividad profesional en empresas u organizaciones ligadas a la información y a la tecnología, y es importante reflexionar como juegan todos estos aspectos especialmente en una sociedad como la nuestra, que el artículo caracteriza como una *sociedad de información*.

Texto: Responsabilidad social de la empresa en la Sociedad de la Información

1. Introducción

Con el desarrollo de la sociedad de la información, influenciada notoriamente por el desarrollo científico técnico percibido en el entorno empresarial, la forma de enfrentar situaciones objetivas por parte de las organizaciones, ha exigido una mayor profundidad de análisis y conceptos para asumir funciones o desempeñar papeles determinados, a fin de mantener un nivel de competitividad que garantice su supervivencia.

Las organizaciones sociales, en general, que busquen la competitividad de sus sistemas de trabajo, deben tener claro su diseño organizacional y sus procesos, siendo estos congruentes con las expectativas de calidad que demanda el cliente interno, el cliente externo, la sociedad en general y, el mercado en el que se encuentra establecida. De allí que en la integralidad de la organización, deban desarrollarse capacidades para el diseño, desarrollo y mantenimiento de procesos de gestión administrativa y operativa, que respondan a los objetivos planteados.

La gestión es la forma en que las organizaciones alinean los esfuerzos y recursos para alcanzar los objetivos. En este ámbito, el fin primordial de las tecnologías de la información y las comunicaciones es proporcionar las herramientas e instrumentos que

ofrezcan aportes significativos e innovadores en beneficio de la sociedad. Todos los escenarios y actividades en que se desenvuelve el ser humano pueden ser registrados por medio de complejos sistemas de información empresarial, y obtener a partir de diagnósticos un proceso racional, objetivo, sistemático y controlado que permita generar soluciones viables para atender necesidades específicas.

Las empresas se encuentran inmersas en una era de la información y adicionalmente la presión de los diversos actores sociales impactó sus bases estructurales, en un entorno turbulento donde la única constante es el cambio. Ciertamente, la globalización, entendida como el proceso de apertura de mercados nacionales, de alguna manera obliga a que las empresas se adapten a las nuevas condiciones competitivas para poder sobrevivir. Más aún, la tendencia a formalizar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, establecen retos importantes en el pensamiento empresarial del siglo XXI, orientado a satisfacer las necesidades básicas del hombre y sus demandas, mediante el incremento de las opciones de vida, el respeto a sus derechos y su identidad cultural.

Las diversas tendencias económicas, políticas y demográficas están generando un fuerte impacto en la cultura organizacional de las empresas. Los requerimientos del mundo empresarial son cada vez más diversos y los cambios cada vez más dinámicos. El gerente del siglo XXI deberá entender la magnitud de los cambios generados y estar preparado para las nuevas tendencias que regirán las organizaciones en los próximos años.

En este sentido, el pensamiento estratégico de cada uno de los líderes de las organizaciones deberá superar al pensamiento científico, no excluyéndolo, sino integrándolo, teniendo como objetivo buscar la capacidad de anticipación de los acontecimientos, visualizar un destino, construirlo y, alcanzar el futuro que se considera más conveniente para una persona, sociedad, empresa o nación.

Las organizaciones más exitosas de nuestro tiempo serán aquellas que sepan interpretar las señales del presente y rompan con los viejos paradigmas, creando una visión del futuro compartida que permita la integración de cada una de las personas y la responsabilidad moral, se convierta en la piedra angular de la filosofía empresarial moderna, con lo cual se garantiza la permanencia de la organización en el tiempo, generando un impacto positivo a la sociedad.

Entonces las empresas se convertirán en organizaciones sociales que incentivan valores como: la libertad, la igualdad, la solidaridad, la tolerancia, el respeto de la naturaleza, la responsabilidad común, el respeto a la diferencia y el reconocimiento del

otro, todos los cuales nos llevan a reafirmar que el sujeto esencial del desarrollo, es el ser humano y la sociedad en su dignidad integral, en su libertad y en sus derechos reafirmados en la justicia y en el imperio de la ley.

2. Consideraciones generales

La evolución de la tecnología y sus consecuencias son evidentes en todos los ámbitos del acontecer humano; el desarrollo de la máquina de vapor despertó el interés por la energía, la aparición de la turbina hidráulica, la turbina de vapor, el motor de combustión interna y el dinamo ampliaron considerablemente las posibilidades de progreso tecnológico [...]. En los años cuarenta ya se conocía el poder de la electricidad y la forma de distribuirla masivamente de modo que la era nuclear impulsó nuevamente el desarrollo tecnológico hacia un horizonte que parecía no tener límites. La ciencia se hizo más importante a medida que los avances tecnológicos aparecieron, las empresas destinaron cada vez más una mayor suma de dinero para ser invertida en investigaciones científicas y, posteriormente, en tecnología.

Al mismo tiempo, las inversiones en tecnología estimularon la investigación y el desarrollo de nuevos productos. El término tecnología proviene de las palabras griegas: *tecné*, que significa arte u oficio y *logos*, que significa conocimiento, ciencia o área de estudio y se aplica al proceso a través del cual los seres humanos diseñan herramientas y máquinas para incrementar su control y comprensión del entorno material. [...]

La ciencia y la tecnología deben ser estudiadas en conjunto con el contexto social en el cual se manifiestan, es indudable la interacción entre éstas y la civilización; ya para mediados del siglo XX, Forbes, expresó: "Desde el punto de vista puramente científico, podemos estar satisfechos con las soluciones que nuestros especialistas e ingenieros han dado a estos problemas. Pero, desde el ángulo social, ¿Hemos planteado siempre con acierto nuestros problemas?"¹. [...]

En el último medio siglo se suscitaron avances tecnológicos de tal magnitud que provocaron cambios sociales y culturales considerados como los causantes del nacimiento de una nueva era posterior a la "Era Industrial". Conocida con el nombre de **sociedad de la información** o era de la información, en la cual el uso del conocimiento y la información domina el trabajo y emplea la mayor proporción de la fuerza laboral. La característica distintiva de una sociedad del conocimiento es que hace más énfasis en el trabajo intelectual que en el manual; en la mente más que en las manos. En la economía de la información, los empleados de oficina superan en

¹ FORBES, R. J. (1958). *Historia de la técnica*. Fondo de cultura económica. México. Pág. 33.

número a los obreros de las fábricas. La mayoría de personas se gana la vida trabajando con *bits* o información, números e ideas, en lugar de fabricar productos u operar determinada maquinaria. Esta transformación comenzó cuando la manufactura dejó de ser el pilar económico de las grandes potencias.

Las tecnologías de la información y las telecomunicaciones están afectando la estructuración de las sociedades. No obstante estas tecnologías no son artífices exclusivos de la revolución. En realidad, el fenómeno se debe según Sarra a: "Los cambios conceptuales en la apreciación de la información y su valoración con respecto al comportamiento humano, en las organizaciones (como instituciones intermedias) y en la sociedad en su conjunto. Se trata, por tanto de una revolución integral que afecta todos los órdenes, ya sea el social, el cultural, el económico, el político, el psicológico y el tecnológico"².

La [...] gente abandona las fábricas para dedicarse a tareas relacionadas con la información, convertida hoy en día en el recurso clave de la economía, de las organizaciones, del mundo digital y de la política. En consecuencia nuevas empresas se crean, otras desaparecen, y muchas otras se refunden para crear otras nuevas empresas, capaces de afrontar los retos que impone la nueva sociedad de la información. [...]

Aun así, el hecho de que existan grandes avances e innovaciones para poseer una mejor calidad de vida no implica que todo ser humano la posea. Las disyuntivas del ser humano cada vez se ven más acentuadas dentro de la sociedad; los problemas del ambiente, salud, pobreza, educación, economía y finanzas, constituyen el día a día en el que viven gran cantidad de países, existiendo en ellos más pobreza que riqueza y una mayor desigualdad de condiciones dentro de una misma sociedad, lo cual se convierte en una de las principales preocupaciones del mundo entero. [...]

De continuar esta situación, los problemas sociales se incrementarán generando graves inconvenientes en el futuro inmediato, responsabilidad no sólo del gobierno como ente regulador y propulsor del desarrollo estatal, sino también, del empresario y la empresa, por ser uno de los principales elementos que componen y se benefician del progreso social. Es por esto, que el liderazgo ético y responsable dentro de la sociedad se ha convertido en un factor preponderante de la supervivencia y continuidad de la empresa, permitiéndole a las organizaciones incrementar su capital social y actuar de manera responsable, no solo con su comunidad, sino también con el ambiente interno y externo en el que se desenvuelven.

² SARRA, A.V. (2000). *Comercio electrónico y derecho*. Editorial Astrea. Buenos Aires. Pág. 22.

En este sentido, la nueva sociedad plantea la necesidad inmediata de una verdadera responsabilidad social empresarial, entendida según Fergusom de la siguiente manera "La responsabilidad social empresarial implica la existencia de valores éticos que guían la conducta empresarial de cada compañía con su entorno; estos valores son los derechos humanos, el bien común, solidaridad, transparencia, honestidad y desarrollo"³, que a través de mecanismos reales le permitan a las organizaciones contribuir con la sociedad actuando no sólo en el marco de no hacerle daño a nadie, sino en el de hacerle bien al otro y en la que todos los seres humanos, en virtud de la dignidad esencial que les corresponde tienen el derecho pleno de participar en el disfrute de los bienes materiales: culturales y morales de la sociedad de nuestro tiempo. [...]

3. Justificación de la investigación

Hace ciento cincuenta años la organización era una institución relativamente insignificante; hoy es algo omnipresente y se ha convertido en la institución más dominante de nuestra era; en consecuencia, su poder e influencia sobre la vida de las personas es cada vez mayor. La organización moderna surgió en la era industrial, específicamente en el año 1712 cuando [...] Thomas Newcomen [...] inventó una bomba de vapor atmosférica que permitía extraer el agua dentro de una mina de carbón [...] para que los trabajadores dedicaran su tiempo a la extracción del carbón y no del agua [...] estableciendo así las bases de la productividad. [...]

La sociedad de la información, tiene como característica esencial centrarse en la persona de forma tal que le permita estar integrada al desarrollo. Debe ser una sociedad en la que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que en conjunto, las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de un desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida.

Las organizaciones deberán contribuir a la resolución de los graves problemas sociales de la sociedad contemporánea. En condiciones favorables, pueden ser un instrumento eficaz para acrecentar la productividad, generar crecimiento económico, disminuir la pobreza y fomentar el empleo. La nueva sociedad hace posible una mayor comunicación humana, lo que permite generar, intercambiar, compartir y comunicar información y conocimiento entre todas las redes del mundo. [...]

³ FERGUSOM, L. (1990). *Conferencia Sobre Responsabilidad Social*. Canadá. Pág. 6.

6. Responsabilidad Social Empresarial

La economía industrial está dando paso a la creativa, y las empresas se encuentran actualmente en otras encrucijadas. Los atributos que las convirtieron en entes ideales, en el siglo XX, podrían debilitarlas en el XXI. Por consiguiente se deben transformar drásticamente y la balanza del éxito o fracaso se inclinará sobre las personas y organizaciones que logren o no adaptarse al nuevo mundo que está surgiendo. [...]

Indudablemente, el siglo XX fue el escenario de un constante crecimiento industrial que ha generado graves inconvenientes sociales y ambientales. En este sentido las organizaciones están modificando sus paradigmas convirtiéndose en agentes de continuo cambio social. Sus acciones tienen incidencia económica, social y cultural dentro de la organización y sobre todo en su entorno inmediato. En cada empresa están implicados los accionistas y directivos, los trabajadores, los usuarios y consumidores de sus productos o servicios, la comunidad en donde está asentada y las poblaciones afectadas en general por sus prácticas productivas y comerciales. No siempre ha habido conciencia de que la empresa tiene una responsabilidad frente a todo este universo descrito anteriormente. [...]

Después de la Segunda Guerra Mundial y con las aspiraciones socializantes de los trabajadores en pleno desarrollo, los empresarios vieron la necesidad política de integrarlos progresivamente a la gestión de la empresa. Comienza entonces la reflexión en torno a la responsabilidad social de la empresa, la cual es alentada a involucrarse de manera más activa con la comunidad desde otros ámbitos que escapan al económico. Así, y durante el período que va desde los años treinta hasta mediados de los ochenta, las actividades sociales de las empresas (fundamentalmente las grandes) se van a formalizar y potenciar con la figura jurídica de las fundaciones, especialmente con las fundaciones de carácter corporativo, hecho éste que se ve correspondido con el desarrollo en numerosos países de legislación destinada a estimular las donaciones privadas de los contribuyentes. Por otro lado, las grandes empresas privadas nacionales comienzan a gestar la noción de la responsabilidad social interna para con sus empleados.

En los años ochenta, comienza a emerger el concepto de inversión social caracterizado por una visión en la que las acciones de las empresas en materia social no deben ser asistenciales, sino que deben promover el desarrollo de las comunidades en un sentido amplio y no contentarse con sólo la satisfacción de necesidades. Además, y durante este período, comienzan a tornar importancia las políticas de gestión medio ambiental basadas en las teorías de desarrollo sostenible. La inversión social es la canalización de

recursos de la empresa hacia la comunidad, beneficia tanto a ésta como a la empresa destinando recursos para actividades u obras con el fin de establecer una reputación, una imagen corporativa, y de generar confianza entre los miembros de la comunidad. La inversión social implica asumir un compromiso con la comunidad en la que la empresa se desenvuelve y permite obtener resultados de mayor impacto, ya que en la medida que la comunidad perciba beneficios que le da la empresa, se torna en una aliada para enfrentar situaciones críticas o de riesgo. La inversión social requiere de un esfuerzo que articule la visión del trabajo de la empresa con el desarrollo de la comunidad.

Finalmente, y desde mediados de los años noventa, comienza a utilizarse la expresión Responsabilidad Social Empresarial (RSE), entendida como aquella que busca integrar la filantropía, la necesidad de asegurar la lealtad de la comunidad y su desarrollo con la competitividad y sostenibilidad de la empresa. Esto implica crear una nueva estructura de organización que procure producir sinergias positivas entre el proceso económico, el productivo y el contexto social en el cual se desenvuelve la empresa. Para el *World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD), la RSE es el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. La Unión Europea en su libro verde define la RSE 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. Por lo descrito anteriormente, el concepto de responsabilidad empresarial ha experimentado en términos generales una evolución en el tiempo atendiendo al recorrido caridad-filantropía-inversión social-RSE [...].

Así, el concepto de RSE se corresponde con un camino estratégico que busca valorizar las empresas, generando relaciones beneficiosas en el largo plazo [...], lo que implica un cambio radical con respecto a la óptica empresarial tradicional de simple maximización de beneficios. De esta manera la RSE es una nueva manera de hacer negocios mediante el compromiso empresarial de contribuir al desarrollo sostenible que engloba una dimensión de responsabilidad total para con todas las partes interesadas (*stakeholders*) de la empresa, esto es, clientes, proveedores, trabajadores, la comunidad, el medio ambiente y la sociedad en su conjunto, además de los propios propietarios o accionistas, siempre desde una perspectiva ligada con la ética empresarial y la transparencia en los negocios.

En este sentido, las diversas definiciones de RSE parecen confirmar la existencia dentro del concepto de dos dimensiones complementarias entre sí, esto es, la responsabilidad interna (relacionada con el público interno de la organización, esto es, sus empleados y trabajadores, además otros agentes como clientes y/o proveedores) y, por otro lado, la responsabilidad externa (cuyo objetivo primordial es el de atender a los agentes externos a la actividades de la empresa, como el ambiente o la sociedad en su conjunto). [...]

Es importante distinguir la actuación socialmente responsable de una empresa hacia sus trabajadores y hacia la sociedad en general, de las obligaciones contractuales laborales y las que derivan del cumplimiento de la ley en función del ejercicio de la actividad productiva a la que se dedica o el servicio específico que presta la empresa. Estas obligaciones tienen un carácter legal impositivo y están sujetas a sanciones prescritas en caso de incumplimiento. En cambio, la Responsabilidad Social Empresarial es voluntaria, por lo que el no ejercerla en ningún caso genera consecuencias jurídicas para la empresa, pero sí consecuencias sociales. El escenario empresarial mundial evoluciona en el sentido de promover un cambio radical para que las empresas asuman esa responsabilidad.

La Responsabilidad Social Empresarial refleja, en definitiva, el enfoque de una filosofía coherente que abarca múltiples áreas y un alto nivel de compromiso con todos sus públicos interesados (*stakeholders*) para asegurar el crecimiento económico y la sostenibilidad de la empresa a largo plazo. La RSE aborda una multiplicidad de ámbitos y abarca diversas áreas de actividades bajo dos perspectivas o dimensiones: la interna y la externa. La dimensión interna contempla el interior de la empresa, es decir, aquellas áreas que generan responsabilidades y obligaciones orientadas a sus accionistas y trabajadores. Por el contrario, la dimensión externa contempla el exterior de la empresa y está representada por aquellas áreas que establecen responsabilidades y obligaciones orientadas a su entorno y los agentes externos: los clientes, los consumidores, proveedores y la comunidad.

[...] La motivación hacia el trabajo en conjunto y la integración de las distintas áreas de una empresa son una gran fortaleza a la hora de emprender la tarea de estimular el interés de los trabajadores en donar su trabajo voluntario a la comunidad en donde la empresa está inmersa. Los beneficios que una empresa puede esperar de esos trabajadores son tangibles e intangibles y de altísimo valor. El beneficio tangible más importante es el aumento notorio de su productividad y, en consecuencia, de las utilidades. Los beneficios intangibles se perciben en el aumento de la satisfacción, la

lealtad, la identificación del trabajador con la empresa y la buena imagen que ésta proyecta en la comunidad.

Para que la RSE se pueda implementar efectivamente, es necesario modificar el esquema y estructura de la empresa para que se incorpore en los procesos de toma de decisiones, las expectativas e intereses de los *Stakeholders*, las políticas y los códigos de conducta que definen la nueva acción empresarial. Incorporar la RSE significa poner en marcha un sistema de gestión con procedimientos controles y mecanismos que permite a las empresas funcionar de acuerdo con un conjunto comprensivo de políticas, prácticas y programas que se insertan en la operación y proceso de la empresa. De esta manera, la RSE se convierte en parte de las estrategias de negocios y del sistema de planeamiento interno de la organización, dando como resultado el surgimiento de una verdadera cultura de la responsabilidad social empresarial. [...]

8. Modelo Conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial

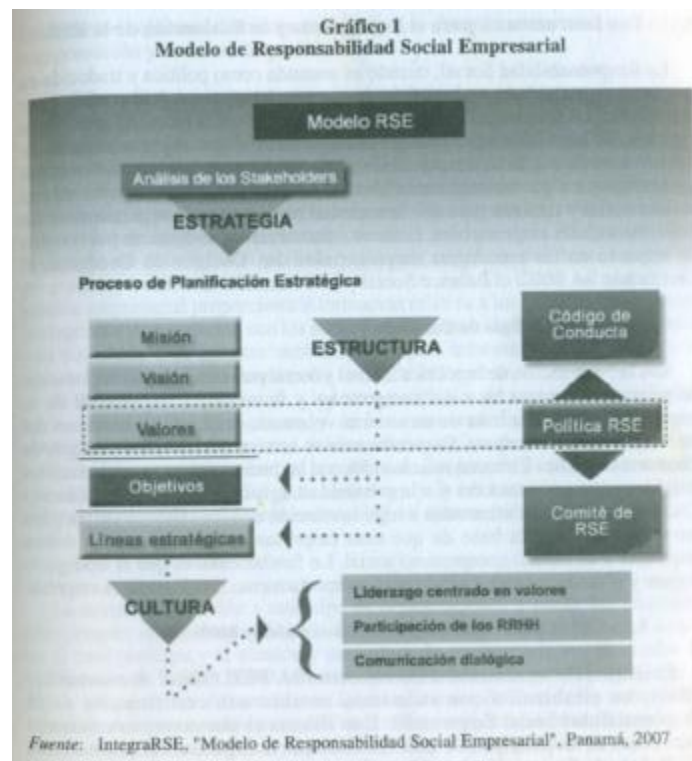
Las organizaciones son la expresión de una realidad cultural, que están llamadas a vivir en un mundo de permanente cambio, tanto en lo social como en lo económico y tecnológico, o por el contrario, como cualquier organismo, encerrarse en el marco de sus límites formales. En ambos casos, esa realidad cultural refleja un marco de valores, creencias, ideas, sentimientos y voluntades de una comunidad institucional.

La inclusión de la RSE como modelo de negocios constituye un factor determinante en el crecimiento económico y sostenibilidad de la empresa. Las organizaciones socialmente responsables pueden gozar de una posición más sólida en la economía global respecto a su competencia al poseer una serie de ventajas competitivas sobre sus competidores. Existen diversos modelos para implantar una estrategia corporativa basada en la Responsabilidad Social Empresarial. Sin embargo, el éxito del mismo dependerá de la capacidad de la empresa para compartir la filosofía y comprometerse con todos sus públicos internos y externos.

Por lo descrito anteriormente, el modelo de RSE desarrollado por el Centro Empresarial de Inversión Social (CEDIS) y la Fundación Kellogg, enfoca el análisis de los *stakeholders* como punto de partida en la dirección estratégica del negocio, integrando los valores y obligaciones éticas, sociales y legales, total y transversalmente, en todos los procesos de gestión y toma de decisiones de la empresa. Está constituido por las siguientes fases:

1. Fijar el direccionamiento estratégico de la empresa.
2. Optimizar los procesos, los sistemas y la estructura de la empresa.

3. Cambiar la cultura de la empresa desarrollando las capacidades individuales y organizacionales.



Los líderes de las diversas organizaciones deberán convencer a los trabajadores, de que el cambio en la cultura es importante para la sobrevivencia de la empresa. Si es así, la organización tendrá una nueva ventaja competitiva: la flexibilidad de su cultura. Además podrá aprovechar las nuevas oportunidades que se presentan en el mercado y llevar a feliz término la estrategia desarrollada, comprometiendo los más altos niveles jerárquicos y fortaleciendo la participación activa del personal involucrado.

9. Los Instrumentos para el Seguimiento y la Evaluación de la RSE

La Responsabilidad Social, cuando es asumida como política y traducida en programas y actividades en beneficio de la comunidad, merece ser conocida por la sociedad, tal como sucede con el balance financiero o la memoria anual de la empresa. Se han elaborado a lo largo de los últimos lustros algunos sistemas de control o medición de la Responsabilidad Social Empresarial que sirven como parámetros para que las empresas elaboren, evalúen y mejoren su política en el ámbito social y también para que la sociedad reconozca y dé seguimiento a las prácticas sociales empresariales. Entre esos instrumentos se destacan por el orden de impacto en las estrategias empresariales: los Códigos de Conducta, el Certificado SA 8000, el Balance Social y la Norma ISO 26000.

9.1 Los Códigos de Conducta

Son la formulación de la política laboral y social presentada como declaración de principios y como base del compromiso y la conducta responsable de la empresa. Dado que se trata de un sistema voluntario responde a incentivos del mercado y no es vinculante. Recientemente se han integrado a los Códigos de Conducta o de Ética los temas relacionados con las buenas prácticas empresariales dirigidas a los consumidores y a la comunidad. Igualmente, se han establecido Códigos de Conducta orientados a regir la relación con los subcontratistas y los proveedores, sobre la base de que esas empresas están integradas y deben responder a un mismo compromiso social. Lo fundamental es que el Código se respete y el único indicador válido es el comportamiento cotidiano de la empresa.

9.2 El Sistema SA8000 (Social Accountability 8000)

El sistema de verificación conocido como SA 8000 (Social Accountability 8000), ha establecido con su mismo nombre una certificación de la Responsabilidad Social Empresarial. Este sistema es una norma internacional que se basa en los principios de once convenios de la Organización Internacional del Trabajo, la Convención de los Derechos del Niño formulada por las Naciones Unidas y la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Se aplica a empresas de todo tipo y tamaño y a organismos del sector público.

Este sistema tiene por objetivo promover el mejoramiento continuo de las condiciones en el lugar de trabajo. Es un instrumento de medición de la Responsabilidad Social Empresarial en lo relativo a condiciones del trabajo como: trabajo forzado, trabajo infantil, salud y seguridad, libertad de asociación, contratación colectiva, discriminación, prácticas disciplinarias, horas de trabajo compensación y sistemas de gestión.

9.3 El balance social

El sistema más completo de medición de la Responsabilidad Social es el Balance Social. Es de gran utilidad para la propia empresa. Es un instrumento que permite medir objetivamente los resultados obtenidos de los programas y acciones de la política social de la empresa. Tiene como objetivo realizar un diagnóstico de la gestión empresarial desde el enfoque de la Responsabilidad Social en un determinado período y permite redefinir políticas, establecer programas y hacer más eficientes las inversiones sociales. Como herramienta de gestión empresarial proporciona información relativa a los recursos humanos de la empresa y de su relación con los sectores de la comunidad con la que la empresa está vinculada. Este informe también

es útil para informar adecuadamente a la opinión pública sobre el desempeño social de la empresa.

El Balance Social le permite a la empresa difundir las acciones desarrolladas en beneficio de sus trabajadores y de la comunidad. Es un instrumento que contribuye a atender los puntos débiles, distinguir los problemas y definir las acciones futuras relacionadas con la política de Responsabilidad Social asumida. Constituye un elemento útil para el diálogo y la concertación interna y para mejorar la realidad social de la comunidad del entorno de la empresa.

9.4 ISO 26000

La norma es aplicable a todo tipo de organizaciones y puede ser adaptada, por ejemplo, al tamaño y ubicación de una organización en particular, al sector en el cual participa y al alcance y naturaleza de sus operaciones. El diseño de elaboración de la ISO 26000 toma en cuenta la diversidad social, ambiental y legal, así como las diferencias en las condiciones de desarrollo económico mundial, excepto cuando éstas están en conflicto con normas internacionales de comportamiento socialmente responsable, de amplia aceptación. Se espera que la ISO 26000 promueva un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social, a través de la definición de los términos relativos a esta y ayude a aclarar la relación entre los principios de responsabilidad social y la estructura del gobierno de la organización.

Esta nueva norma internacional proporcionará una guía a las organizaciones sobre: principios, prácticas y temas relacionados a la responsabilidad social; integrar e implementar la responsabilidad social a través de la organización y su esfera de influencia, incluyendo su cadena de suministro; identificar y comprometerse con las partes interesadas; comunicar el compromiso y desempeño relacionado con la responsabilidad social; y la contribución de la organización al desarrollo sostenible.

12. Conclusiones

En la actualidad la competitividad de las empresas depende de su capacidad para aprovechar la información proveniente del entorno y la flexibilidad de su cultura organizacional. Las empresas del siglo XX se caracterizaron por el empleo de teorías gerenciales basadas en la producción, distribución y comunicación de bienes y servicios, para alcanzar los objetivos orientados a satisfacer el mercado. Las empresas del siglo XXI establecen sus objetivos con base a la información disponible en un momento dado, sin las limitaciones de una teoría que circunscribe la creatividad y con

la ventaja de un pensamiento flexible que se adapta a los diversos cambios de cualquier índole.

En este sentido, la Responsabilidad Social Empresarial refleja, en definitiva, el enfoque de una filosofía coherente que abarca múltiples áreas y un alto nivel de compromiso con todos sus públicos interesados (*stakeholders*) para asegurar el crecimiento económico y la sostenibilidad de la empresa a largo plazo, las tres dimensiones de la RSE: responsabilidad con los propios trabajadores (área interna), responsabilidad con la comunidad (área externa) y, con el medio ambiente, se convierten en factores críticos de éxito para las organizaciones de la sociedad de la información.

Referencia bibliográfica: RAMÍREZ PETRELLA, Emilio Antonio: “Responsabilidad social de la empresa en la sociedad de la información” en *PARAMILLO: II PARTE*, Universidad Católica del Táchira, edición especial (2008).