

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ¿OPORTUNIDAD O SOFISMA?

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: OPPORTUNITY OR SOPHISM?

MSc. Leonardo Fabio Pérez Suescún^a

^aCorporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN - Regional Magdalena, Grupo de investigación en Desarrollo y Crecimiento Económico Regional GIDECER Avenida del Libertador # 29-13, Santa Marta, Colombia, Leonardo_perez@cun.edu.co

Fecha de recepción: 06 de Julio de 2015
Fecha de aprobación: 23 de Septiembre de 2015

RESUMEN

En este artículo se presenta un análisis de la responsabilidad social empresarial como una oportunidad de materializar los postulados éticos que orientan el actuar organizacional, se fundamentó en los postulados teóricos de Argandoña. (2009), Bédard. (2003) Gómez. (2014), Holliday. (2010), Ruiz-Navarro. (2012) entre otros autores, se enmarca en una metodología documental y analítica. Se delibera sobre la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial como un valioso instrumento para la gestión integral de las organizaciones, adoptando principios que permitan abordar de manera integral el rol de la compañía dentro de la sociedad, dimensionando los aspectos económicos inherentes a la organización, pero también los sociales y ambientales propios del contexto donde desarrolla su actividad.

PALABRAS CLAVES

Desarrollo sostenible, ética, principios empresariales, responsabilidad social empresarial, stakeholders.

ABSTRACT

This article presents an analysis of corporate social responsibility as an opportunity to realize the ethical principles that guide organizational action, was based on the theoretical postulates of Argandoña. (2009), Bédard. (2003) Gómez. (2014), Holliday. (2010), Ruiz-Navarro. (2012) among others, is part of a documentary and analytical methodology. It discusses the importance of CSR as a valuable tool for the integrated management of organizations, adopting principles for comprehensively address the role of the company in society, by sizing the inherent economic aspects in the organization, but also the own social and environmental context in which it operates.

KEYWORDS

sustainable development, Ethics, Business Principles, Corporate Social, Responsibility, Stakeholders.

1. INTRODUCCIÓN

Cada vez son más los adelantos tecnológicos, el desarrollo industrial, la búsqueda de alternativas para facilitar que el hombre moderno se comunique y acceda a las diversas formas de conocimiento; los países se miden de acuerdo a su riqueza utilizando indicadores como el producto interno bruto y gran parte de la población mundial relaciona al progreso con desarrollo económico. En tanto, surgen una serie de efectos producto de esta percepción de desarrollo, asociado al uso, afectación de los recursos naturales,

sus impactos en los ecosistemas y las condiciones de vida de la población. Para gestionar las consecuencias de las actividades antrópicas han surgido iniciativas, además de tendencias como el Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial – RSE.

El análisis crítico que se presenta a continuación, consolida las apreciaciones en torno a la responsabilidad que tienen las organizaciones empresariales con la sociedad; teniendo como soporte una aproximación conceptual sobre la responsabilidad social empresarial, los alcances

que su adecuada implementación puede tener en la solución de las problemáticas sociales y ambientales que afectan a la humanidad.

En ese orden de ideas, se presenta desde una óptica crítica el análisis de la RSE de las empresas y la articulación de las mismas a los lineamientos del desarrollo sostenible.

2. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El desarrollo de los estados capitalistas tanto en lo social como en lo económico ha estado indisolublemente ligado al desarrollo empresarial, sin embargo, el éxito empresarial no necesariamente se asocia con los resultados o la solución a los problemas sociales, pues es una responsabilidad que históricamente ha sido asignada al estado. Es inadmisibles considerar la prosperidad empresarial rodeada de la pobreza e insatisfacción de las necesidades básicas de las comunidades que se constituyen en el entorno inmediato de estas organizaciones.

Justamente, las empresas como columna vertebral de las estructuras que impulsan las economías de los países, deben asumir la responsabilidad de implementar procesos orientados a redimensionar el rol que han desempeñado en los procesos de desarrollo, enmarcados dentro del concepto de sustentabilidad adoptado como paradigma. De tal modo que acoja e interiorice principios, valores, políticas, estrategias y prácticas circunscritas dentro de los lineamientos de la sustentabilidad.

En tal sentido, una empresa será sostenible en la medida que sus objetivos excedan los meramente económicos y adopte metas en materia social y ambiental. Tal como lo expresan Rodríguez y Ricart (2002) “Una empresa es sostenible si, y sólo si, su estrategia de negocio está diseñada para lograr de forma integrada una triple cuenta de resultados satisfactoria. En suma, una empresa será sostenible si su estrategia de negocio nace de la convicción de formar parte, y por lo tanto de depender, de un único sistema económico, medioambiental y social, del único que existe... ello implica que su estrategia tenga en cuenta, además de los elementos competitivos tradicionales, la corresponsabilidad de la empresa en el mantenimiento y desarrollo de los recursos escasos sociales y naturales de los que se nutre”.

Además es preciso señalar que la responsabilidad social empresarial, excede los límites de los probables beneficios que se deriven de esta práctica, pues su esencia permea la filosofía, los principios empresariales y éticos sobre los cuales se erige la organización. No se trata simplemente de ofrecer beneficios sociales o implementar programas ambientales, sino de compartir los beneficios que obtiene la organización como resultado de la actividad que desarrollan con criterios de sustentabilidad en un contexto específico, donde se interactúa, con un ecosistema y una población.

La Responsabilidad Social de las Empresas fue definida por la Comisión Europea en el libro verde de Lisboa en 2001 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” (Pág.7).

De tal modo que la filosofía de la sustentabilidad debe impulsar un nuevo orden de relaciones entre todos los agentes del desarrollo, que permitan construir visiones compartidas, modos, además de escenarios de interacción en el propósito de orientar los procesos, integrando las dimensiones humana, ambiental y económica hacia los objetivos superiores de la sociedad.

El Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible CECODES, como miembro del movimiento empresarial internacional liderado por el Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (World Business Council for Sustainable Development – WBCSD), define el desarrollo sostenible empresarial como la visión de largo plazo que busca el equilibrio entre el crecimiento económico, progreso social y balance ecológico, dentro de un proceso de mejoramiento continuo de la acción empresarial que garantice una mejor calidad de vida para las generaciones presentes y futuras. La actividad empresarial es un poderoso agente de cambio social, tanto al interior de la empresa como en su relación con las diferentes comunidades.

En este orden de ideas, las empresas han debido empezar por redefinir su rol en los procesos de desarrollo social con base en posiciones éticas de quienes las dirigen. Se crea entonces, un nuevo orden de relaciones empresa sociedad que implican comportamientos responsables ante los complejos desafíos socioeconómicos y ambientales propios de los contextos donde desarrollan su actividad productiva.

Para Argandoña (2009) “La RSC significa cosas distintas para distintas personas: una excusa para introducir nuevas regulaciones, una técnica de gestión, un procedimiento para aumentar los beneficios o para tranquilizar la conciencia, o para ganar legitimidad... pero si se entiende así, la RSC no tiene futuro. Por el contrario, debe entenderse como una responsabilidad ética, que las empresas deben cumplir porque esa es la mejor, la única manera, de llevar a cabo lo que la empresa es y de cumplir con excelencia la tarea de los hombres y mujeres que las dirigen, que es lo que la sociedad espera de ellas, más allá de los intereses particulares de sus stakeholders en cada momento”.

Como se aprecia, la diversidad de conceptos en materia de Responsabilidad Social Empresarial por parte de los actores involucrados en el proceso, impide de alguna manera la identificación, así como la adopción de propósitos comunes, lo que imposibilita articular las acciones estatales, privadas y de la sociedad civil para atender efectivamente las problemáticas a intervenir.

Lo anterior, sin considerar aún, la inaplicación de instrumentos estandarizados de medición o evaluación cualitativa de los verdaderos alcances de las prácticas de RSE por parte de las empresas; a pesar de los desarrollos logrados en esta materia por organizaciones como Global Reporting Initiative, The Global Compact, ISO, Ethos, Cecodes, entre otras.

Según (Francés, 2014) “desde un enfoque riguroso de

ética aplicada no podemos simplemente dar por válidos estos discursos. Además, la propia gestión empresarial se resentiría si así se hiciera. La idea que respalda la gestión de stakeholders no es sólo instrumental (respetar los intereses de los interesados en lo más conveniente para los fines de la empresa) o política (el contexto exige responder a las demandas sociales), sino también ética: hay razones independientes de las económico-políticas que hacen obligatorio ese respeto. Y sólo si la gestión se basa en, o tiene en cuenta, esas razones, puede esperar legitimarse satisfactoriamente ante todos los interesados”.

Analizando los postulados de Francés, se aprecia que un programa de responsabilidad social no se circunscribe únicamente a un plan de acción en favor de los stakeholders internos y externos, es indispensable consolidar una plataforma ética que más allá de los resultados, legitimen su accionar en principios morales establecidos e interiorizados por la organización, así como por las personas que de ella hacen parte.

3. TENSIONES ENTRE LA TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA RSE

La problemática del cambio climático hace parte de la agenda de los gobiernos y de los organismos multilaterales, las implicaciones ambientales, sociales y económicas empezaron a manifestarse, los pronósticos de los expertos no son nada alentadores. Según (Guardela y Barrios, 2006) “El mundo empezó a preocuparse por la situación ambiental y económica a raíz del deterioro consciente o inconsciente de los recursos naturales...”

El desarrollo sostenible implica el concurso de todos los estamentos de la sociedad, es necesaria la participación de las entidades gubernamentales, el sector productivo y la sociedad civil, en el propósito de desarrollar acciones que propendan por el uso sustentable de los recursos naturales. Por tanto, es pertinente indagar:

¿Cómo participan las Corporaciones en la búsqueda del desarrollo sostenible?

Las corporaciones a lo largo de la historia han definido como su principal objetivo la generación de valor a sus propietarios, a cambio de ofrecer bienes y servicios que el usuario demanda; otros que ofertan para direccionar el consumo, creando necesidades artificiales. Es así, como las corporaciones han manipulado los mercados, modelando los gustos de la sociedad, a cambio de lucros económicos e incrementos en las brechas de desigualdad social. Una de las formas más visibles de esta práctica es ejercida a través de los medios de comunicación.

De acuerdo con Francis Bacon “quien tiene el conocimiento tiene el poder”, esta frase ha sido reemplazada por “quien controla los medios de comunicación controla el poder”, pues en lo mediático está la clave de generar una primera impresión que afecta la capacidad cognoscitiva del individuo. Es preciso resaltar además, que estos medios tienen control estatal, respaldo financiero de origen público y privado, que en muchos casos, lo hacen parte de la estrategia de un estado por no solo controlar la información, sino que pueden incluso influir tanto en los comportamientos, como en las decisiones de los individuos

y organizaciones sociales.

Brevemente y tal como lo expresa Escarpit citado por García Gordillo (2000) para el cual el término se encuentra “en el ejército romano, donde la compañía llevaba el nombre de “manípulo” (literalmente, lo que cabe en el hueco de la mano). La dimensión manipular correspondía a una situación en que el jefe aún tenía vías de comunicación directas e inmediatas con sus subordinados, como la voz y el gesto, lo que le permitía manipular a su unidad globalmente, insertándose él mismo en la red informativa interna que le otorgaba su identidad”. Como similitud podría utilizarse el término “jefe” para citar a las multinacionales que tienen influencia en los sectores comerciales mundiales, y como a su “ejército” a los consumidores o grupos de interés para sus propósitos.

Además de la influencia y manipulación por la vía de los medios masivos de comunicación, es innegable el gran aporte del sector productivo en el desarrollo de las estructuras económicas de los países, sin embargo, la concepción de infinitud de los recursos provistos por la naturaleza bajo las cuales se edificó el modelo económico, aunado al avance tecnológico de las últimas décadas, a un marco normativo permisivo, así como a los hábitos de consumo de la sociedad, han generado el deterioro de los ecosistemas, poniendo en riesgo su capacidad de resiliencia, la provisión de bienes a las generaciones futuras, creando además de los ya citados, impactos tales como:

- Afectación de la salud pública por los niveles de contaminación ambiental.
- Emisión de gases, vertimientos y residuos sólidos en ecosistemas vitales para la población.
- Externalización de los costos ambientales.
- Desertificación y reducción de bosques.
- Problemáticas ambientales de carácter global.
- Conflictos por el uso del agua y del suelo.
- Pérdida de productividad en las actividades agropecuarias.

Las empresas han efectuado un gran aporte al desarrollo de las sociedades, sin embargo, sus prácticas empresariales orientadas por el principio superior de lograr el objetivo básico financiero externalizando los costos ambientales y sociales, representan una carga para la sociedad que resulta inadmisibles bajo el enfoque del desarrollo sostenible.

Pese a lo anterior, el rumbo de las grandes organizaciones multinacionales como el de los mercados en los que operan, están muy lejos de asumir esta postura como paradigma, pues su actuar sigue basándose en la agregación de valor a las compañías por la vía de la disminución de los costos de operación. Justamente esta práctica empresarial promovida por las grandes corporaciones ha traído como consecuencia la instalación de factorías en países en vía de desarrollo, donde la legislación es permisiva, favoreciendo el pago de salarios ínfimos, condiciones de trabajo deplorables y en el caso de la actividad minera, un enorme daño ambiental en muchos casos irreversible.

Surgen entonces los siguientes interrogantes:

¿Es esto RSE? ; ¿En qué etapa o parte del rombo del conocimiento que presenta Bédard (2003) se han

estancado las empresas?, ¿Por qué se detuvieron ahí?, ¿Cuáles serían las posibles soluciones frente a una sociedad de consumo que se nutre de la manipulación de la información, así como del ser ontológico, partiendo del hecho que dicho rombo es la situación ideal que se debe presentar entre el conocimiento y el individuo?.

A partir de estos interrogantes, se entrelazan una serie de inquietudes que desvirtúan en la realidad las cuatro dimensiones filosóficas (Praxeología, Epistemología, Axiología, Ontología) que fundamentan la RSE. Por tanto, más que los procesos en los cuales habría que entrar para que el individuo tuviese unos comportamientos acordes a la visión de la RSE, es el cómo se vigilan los diferentes valores culturales y éticos de tal forma que el individuo que no tiene la capacidad de razonar o conocer lo que realmente es su bienestar social en concordancia con los postulados del desarrollo sostenible.

No basta tener un modelo que mantenga el rombo propuesto por Bédard, se necesitan actores activos, grupos de interés, mecanismos e instrumentos, indicadores para la medición, pero especialmente líderes con capacidad de decisión; no disponer de estos elementos vuelven muy complejo alcanzar las dimensiones teóricas propuestas por el autor para hacer reaccionar al individuo, la familia y la sociedad misma, ante un sistema basado en el consumo que resulta insostenible.

En este sentido, es notoria la inexistencia de una verdadera política de responsabilidad social empresarial en las organizaciones, soportada en acciones prácticas, no solamente en fundamentos teóricos, más aún, cuando estas corporaciones desarrollan campañas publicitarias de RSE en sus países de origen, pero aplican prácticas inhumanas en los territorios donde ejercen su actividad, lo cual es plena prueba que no han interiorizado el concepto, mucho menos adoptado los principios éticos de su actuar corporativo.

Pero si estas conductas parecen graves, lo es más todavía el poder que han logrado consolidar las corporaciones a nivel mundial, así como su grado de influencia en los regímenes de los países donde desarrollan su actividad y en los organismos multilaterales que promueven la adopción de políticas en materia socioeconómica.

En ese orden de ideas, esta realidad hace cada vez más difícil la expedición, pero especialmente la aplicación de normas que regulen las prácticas empresariales que no reconocen límites en su operación, como por ejemplo en el caso Colombiano, donde las campañas políticas son financiadas con aportes del sector privado, luego los elegidos serán responsables de expedir el marco regulatorio de sus benefactores. Es así, el poder de las naciones cada día se debilita más como consecuencia de la integración de los mercados, a través de los tratados de libre comercio e integración de bloques económicos, promoviendo y facilitando el actuar perverso de las corporaciones.

De acuerdo con lo planteado, la generación de riqueza sigue siendo el único faro que guía el actuar de muchas empresas, para el logro de este objetivo disponen de

mecanismos para manipular la información ocultando las realidades de su verdadero actuar, frente a esto establecen un sin número de compromisos e iniciativas que promueven como RSE, que los haga ver como entes comprometidos y preocupados por “responder” ante los efectos de su actuar, sin embargo el uso instrumental que hacen del término dista mucho de sus verdaderos alcances e importancia.

Pese a lo anterior, existen una serie de iniciativas que de manera gradual podrían introducir las transformaciones que la sociedad demanda, una de ellas, el poder del consumidor sobre las decisiones del mercado, pues en la medida que los consumidores dispongan de la información para valorar el desempeño de las organizaciones en materia de RSE, podrán elegir los productos o servicios de las compañías socialmente responsables.

Un segundo elemento lo constituye la normalización, de ahí la urgencia de que se adopten e implementen la presentación de reportes, que permitan cuantificar y evaluar el real desempeño de las organizaciones en esta materia, pero especialmente la construcción de canales de comunicación, que garanticen la difusión de la información, además de la creación de una cultura que coadyuve a la estandarización tanto para el sector público como privado.

4. CONCLUSIONES

El Estado debe garantizar, como ejercicio de responsabilidad social empresarial, el cumplimiento de la normatividad en materia ambiental, laboral, comercial, tributaria, etc. Así como el respeto por los derechos de la población, promoviendo escenarios de concertación que coadyuven el desarrollo de acciones que articulen sus esfuerzos con el de las empresas y la sociedad civil.

De igual forma el Estado o en su defecto las agremiaciones, deben regular e implementar los mecanismos de participación y consulta, que facilite a la población acceder a información confiable que permita evaluar los verdaderos alcances de los programas de RSE de las organizaciones, este es un aspecto vital en un contexto caracterizado por una efímera cuestión de moda o un asunto de convincente pero engañosa publicidad. Sin duda es un asunto evidentemente urgente, que podría constituirse en un factor decisivo para atender las necesidades de la población en todas sus dimensiones, en tanto se asuma como una ética, honesta, justa e íntegra estrategia empresarial.

La RSE no es, ni puede ser un asunto exclusivo de los grupos empresariales y el Estado, es necesario promover la difusión de sus bases conceptuales, para que la sociedad en general asuma un rol protagónico, haciendo uso de los medios de presión de los que dispone, especialmente de la elección a la hora de adquirir un producto, que en conjunto constituye la fuerza del consumo.

Para lograr los cambios que el sector empresarial amerita en materia de RSE, es necesario primero transformar a las personas que ejercen liderazgo dentro de las mismas, pues en últimas los principios de las organizaciones están alineados con los de los accionistas, ejecutivos y empleados, lo cual supone la necesidad de abordar en

primer orden la transformación del talento humano, donde se dispone de dos escenarios, el núcleo familiar en primer orden, además del sistema educativo, cuyas debilidades han permitido surgir la cultura del todo vale por la carencia de una sólida formación ética.

Es evidente la necesidad de una institucionalidad fuerte, especialmente en Latinoamérica, con la capacidad de interlocución para liderar la articulación de los esfuerzos públicos, privados y de la sociedad civil en el propósito de reducir las brechas sociales que impiden la participación de millones de habitantes de los beneficios del desarrollo, en tal sentido (Holliday, 2010. Pág. 9) expresa:

".....mientras que haya millones de personas sin poder adquisitivo, la verdadera sostenibilidad global nos eludirá. Es innecesario decir que, esta gente representa una oportunidad perdida para los negocios. Las empresas deben trabajar en unión con los gobiernos y la sociedad para desarrollar vías que permitan a todos compartir una mejor calidad de vida - no a través de la filantropía sino a través de la participación económica y la dignidad que la acompaña....."

5. BIBLIOGRAFÍA

Argandoña, A., & von Weltzien Hoivik, H. (2009). Corporate social responsibility: One size does not fit all. Collecting evidence from Europe. *Journal of Business Ethics*, 89(3), 221-234.

Bédard, R. (2003). Los fundamentos del pensamiento y las prácticas administrativas. 1 El Rombo y las 4 dimensiones filosóficas. En: *Revista AD-MINISTER* Universidad EAFIT, Numero 3, Junio – Diciembre 2003 Págs. 68 – 88, Medellín.

Cortes León, I. D. (2013). La responsabilidad social empresarial en la economía global.

García, M. (2000). La Manipulación en la construcción de la información internacional. En: *Razón Y Palabra*, Revista Electrónica de comunicación social. Febrero. Recurso de Internet disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n17/17mgarcia.html> consultado el 5/10/2014.

Gómez, P. F. (2014). Nota sobre la evolución del concepto de responsabilidad empresarial. *Dilemata*, (15), 51-67.

Guardela, L. (2006). Colombia: ¿En la vía del desarrollo sostenible? [Versión electrónica]. *Revista de derecho* 2006. (Nº 26) 110-136 Recuperado el 14/10/2014 En: <http://gtitda.com/art2.pdf> <http://www.cecodes.org.co/index.php/responsabilidad-social-empresarial.html> consultado el 14/10/2014.

Interview with former DuPont CEO and chairman, and current Bank of America chairman, Chad Holliday. (2010). Recurso de Internet disponible en: http://www.scotholliday.com/uploads/2/9/5/2/2952155/article_interview_with_chad_holliday_on_sustainability_education_sept_2010_.pdf consultado el 24/10/2014

Rodríguez M. (2002). Hacia la Empresa Sostenible. Nota Técnica. IESE Business School. Recurso de Internet

disponible en: <http://www.elespectador.com/opinion/columna-354399-mentiras-y-mantras> consultado el 10/10/2014

Ruiz-navarro, Catalina. (2012) *Mentiras y Mantras*. En: Ediciones Online ELESPECTADOR.COM, Publicación del 20/06/2012. Recurso de Internet disponible en: <http://www.elespectador.com/opinion/columna-354399-mentiras-y-mantras> consultado el 5/10/2014

