

*“Cualquier cosa que pase en el mundo se sabe en segundos,  
ya no sirve esconderse, hay que hacer las cosas bien y verlo  
como una gran oportunidad para construir un mundo  
mejor” (Pierre Hupperts)*

## **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA LLEGO PARA QUEDARSE**

*Guillermo Enrique Ragazzi*

### **Sumario**

1. El tema de la RSE reconduce naturalmente a la noción de empresa y, muy especialmente, a la función que cumple en la actualidad y al rol que es dable esperar en el futuro. La empresa no es sólo un actor económico, sino también un actor social en el contexto de una determinada sociedad.

2. La RSE se manifiesta como una forma distinta de hacer negocios, de modo que pasa a formar parte de la política o, mejor aún, de la cultura de la empresa.

3. La RSE impulsa a pensar y a creer en una vuelta a los valores, un volver a las conductas, a las actitudes, rescatando el valor de la confianza mutua, la credibilidad y la solidaridad.

4. Avanzar en RSE debe verse como un esfuerzo colectivo. Los asesores de empresas tienen un protagonismo esencial, por cuanto su participación en la toma de decisiones, conlleva a decidir, muchas veces, el propio devenir de la empresa y el de los actores relacionados. La actuación profesional conforme a valores constituye un postulado ético que debe ser cultivado y jerarquizado.

5. La responsabilidad social alcanza e involucra a todos: las autoridades públicas, empresarios, profesionales, ciudadanos y las organizaciones de la comunidad tienen obligaciones hacia la sociedad.

## I. A modo de presentación

Nos ha parecido suficientemente ilustrativo titular este trabajo "La RSE llegó para quedarse", recordando un comentario preliminar escrito por Bernardo Kliksberg<sup>(1)</sup>, en oportunidad del Primer Congreso Internacional de Ciencias Económicas que se realizó en la Facultad de Ciencias Económicas de la U.B.A., en el mes de mayo de este año y en el cual el tema de la RSE, ocupó un preferente lugar.

Efectivamente, de manera tenue aún, la cuestión de la RSE ha llegado para quedarse. La idea de la RSE avanza y rápidamente en el mundo. Muchas veces se ha considerado que es una moda gerencial. Otras veces se ha dicho que se trata de un ejercicio actualizado de relaciones públicas y, seguramente, no se trata de lo uno ni de lo otro.

En primer término, la RSE muestra una tendencia en ascenso: 4500 empresas de 90 países han suscripto el Pacto Global de la ONU comprometiéndose a cumplir con sus 10 principios sobre derechos humanos, laborales, medio ambiente y anticorrupción y existen otros ejemplos constatables que revelan con certeza el avance de la RSE en el mundo<sup>(2)</sup>.

En realidad, la RSE es lo opuesto de una moda. Es parte de un proceso de evolución de la concepción misma de la empresa privada en las últimas décadas. Quienes impulsan este proceso son actores claves para las empresas y las partes. En primer lugar, los inversores, quienes apoyados por la opinión pública exigen en el mundo empresarial mayor transparencia, mayor participación de los accionistas minoritarios, regulaciones detalladas y efectivas y mayores limitaciones en los ingresos de los ejecutivos. En segundo lugar, piden RSE los consumidores. Exigen productos de buena calidad, saludables y precios justos. En tercer término, un rol decisivo lo ocupa la opinión pública.

Estas figuras y la acción de los empresarios de punta, con alta participación social, han impulsado una evolución rápida de la RSE<sup>(3)</sup>.

---

(1) Presidente del Centro Nacional de RSE de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA. El trabajo así titulado fue publicado en La Gaceta de Ciencias Económicas, mayo, 2007, p. 5.

(2) Kliksberg, Bernardo, La Gaceta de Ciencias Económicas, dic., 2006, p. 4.

(3) Ibidem.

Lo expuesto revela la importancia y la actualidad de la temática y ello, por cierto, no ha pasado desapercibido para los organizadores de éste Congreso quienes, con singular acierto, han incorporado la RSE al temario ya que, en definitiva, la cuestión plantea como eje central, el rol de la empresa en el nuevo siglo. Las empresas en la actualidad, además de asociaciones con fines de lucro, son vistas como actores morales a los que la sociedad civil en todo el mundo presiona por un comportamiento más humano o emocional entretanto perciben ganancias. Ecoetiquetas, banca ética, economía con rostro humano, comercio justo, certificaciones orgánicas y sensibilidad social, son apenas muestras del lenguaje que llegó para quedarse. *“Un idioma basado en el concepto de desarrollo humano sostenible que tiene que ver con la construcción de una comunidad global más justa”*, expresa Méndez Brandam <sup>(4)</sup>.

Las empresas, inmersas en un tenso escenario de problemas sociales, económicos, medioambientales y pactos globales que marcan nuevas reglas de juego, actúan e interactúan en un medio y se relacionan con un conjunto de actores -trabajadores, clientes, consumidores, proveedores, etc.- que están vinculados con su actividad. Su resultado, muchas veces, condiciona decisivamente el futuro, los proyectos y la vida misma de muchos de ellos. Existe por lo tanto, un entorno que genera una relación de valor y de la cual las empresas, como tales, no pueden prescindir ya que también su propia existencia depende de tales actores.

Si bien el análisis de la RSE ha recaído tradicionalmente sobre la figura de la empresa y más concretamente sobre la sociedad comercial, la responsabilidad social no es solo demandable a aquéllas, sino que abarca a las autoridades gubernamentales, a las organizaciones de la comunidad (sindicatos, universidad, etc.) y al ciudadano común ya que al igual que los empresarios, todos ellos tienen obligaciones con la sociedad. Por eso, resulta parcial el análisis de la responsabilidad social enfocado exclusivamente desde la visión de las empresas y exigible sólo a éstas. El tema debería abordarse, por lo menos en países como la Argentina, dentro de contextos más

---

(4) “Responsabilidad social”, La Nación, Comercio Exterior, 2/5/2006, p.1.

amplios, teniendo en cuenta los diferentes factores que inciden sobre la actuación de las empresas y reconociendo las mutables circunstancias que condicionan sus acciones y decisiones, incluyendo las políticas gubernamentales, las medidas económicas, laborales y sociales y las reglas de legislación general y del mercado, lo que proyecta un escenario de alta sensibilidad y movilidad, no exento de complejas dificultades.

Por ello, el análisis de la RSE debe ser cuidadoso en cuanto a la aplicación de conceptos y reglas exitosas en otros países ya que se trata de un concepto contextual y a medida dado que los desafíos son diferentes según la geografía, la actividad que desarrolle cada compañía o grupo corporativo y de acuerdo con las prioridades medioambientales y sociales de cada nación en la que se aplique<sup>(5)</sup>.

Aun con este reparo, el tema de la responsabilidad social y su relación con la empresa, emerge en nuestro país dentro de la materia comercial y especialmente societaria, como una cuestión novedosa, aunque ha merecido la atención de disciplinas vinculadas con la teoría de la organización, la administración y marketing, la comunicación empresarial, el derecho laboral, el medioambiental, el derecho del consumidor y los derechos humanos. Y en el derecho comparado, el tema ha sido abordado al analizarse el gobierno corporativo (*corporate governance*) y en la búsqueda de un modelo deseable, aceptable y útil, sin dejar de reconocer que la figura está estrechamente vinculada con una forma ética de desarrollar una actividad y hacer negocios; es decir cumpliendo con la ley, actuando en forma honesta, leal y transparente, priorizando el valor de la buena fe, la confianza, la credibilidad, la colaboración y la responsabilidad<sup>(6)</sup>.

En definitiva, el tema de la RSE, cualquiera sea la perspectiva de su análisis, concita el interés de la doctrina jurídica en general y,

---

(5) Huppers, Pierre, *La Nación*, 30/4/2006. Vottaw afirmó en 1972 que la RSE significa algo, pero no lo mismo para todo el mundo. Tres décadas después, esta afirmación parece seguir igualmente vigente (Martínez, Juan L., Carbonell, María y Agüero, Ana, *Los stakeholders y la acción social de la empresa*, Marcial Pons, Madrid, 2006, p. 31).

(6) Enseña Amartya Sen que "los valores éticos de los empresarios y los profesionales de un país (y otros actores sociales clave) son parte de sus recursos productivos", cit., Kliksberg, B., *Más ética más desarrollo*, Temas, Bs. As., 2004, p. 18.

a la luz de su contenido y actualidad, cabe anticipar valiosas conclusiones y repercusiones jurídicas, económicas y sociales.

## II. La RSE y la función de la empresa

La RSE comporta una redefinición de la misma noción y función de empresa.

Tradicionalmente se ha sostenido que la función de la empresa, desde el punto de vista económico, es la obtención de utilidades y su responsabilidad se limita al cumplimiento de las normas legales, delegando al mercado las responsabilidades sociales.

Sin embargo, sin renunciar a tales objetivos, la empresa puede contribuir al mismo tiempo, al logro de otros fines, integrando la responsabilidad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades. Cuando la RSE constituye un proceso de gestión de sus relaciones con diversos interlocutores (*stakeholders*) que pueden influir realmente en su libertad de funcionamiento, la responsabilidad social pasa a ser una inversión y no un gasto.

En ese orden y orientado a la mejor administración y gobierno de la empresa, cabe establecer un marco de relaciones entre propietarios, accionistas o socios minoritarios, *managers* y dependientes que no solamente persiga la satisfacción de los intereses de los accionistas, sino el de aquellos otros vinculados con la empresa. Así, aparecen dos cuestiones relacionadas con la administración: la eficacia y la responsabilidad. La eficacia se mide por los resultados. La responsabilidad es una cuestión de comunicación de la información y de transparencia, pero sobre todo de una adecuada delimitación de los deberes de lealtad y diligencia impuestos a los administradores<sup>(7)</sup>.

La RSE se construye desde el empresario pero también desde la memoria de la empresa. La RSE plantea una nueva manera en que la empresa -y los hombres que la integran- se relacionan con la

---

(7) Véase Fernández de la Gándara, Luis, "El debate actual sobre el Gobierno Corporativo: aspectos metodológicos y de contenido" en *El gobierno de las sociedades cotizadas* (Gaudencio Velasco, coord.), Marcial Pons, Madrid, 1999, p. 64.

sociedad (gobierno, mercado, sociedad civil, proveedores, clientes y sus empleados) en la cual y para la cual, la empresa trabaja. Dado que una empresa sin personas no es más que un concepto abstracto, la RSE debe entenderse también ligada, a la responsabilidad personal de los directivos de empresas, ya que sin ellos no existiría ni tendría sentido<sup>(8)</sup>.

Desde otra perspectiva, la empresa no tiene que devolver nada, sino crear algo. La RSE no es algo “postizo”, algo que se agrega a la empresa como actividad complementaria, sino que forma parte esencial de la misión encomendada por la sociedad a esta forma institucional. Si una empresa pretende desempeñar eficientemente su rol, debe crear valor, y esto implica hacerlo a todos los niveles y en todos los ámbitos de relación en los que entra en contacto con las personas de las que dice servir: consumidores, trabajadores, inversores y ciudadanos<sup>(9)</sup>.

Además, la RSE está vinculada con la llamada “ética de los negocios”. Y también, está referida a la capacidad institucional de responder a necesidades o demandas sociales, mediante procedimientos y mecanismos que permiten anticipar y reaccionar ante dichas circunstancias en prácticas y formas fructíferas, contribuyendo, voluntariamente, al logro de una sociedad mejor.

Más recientemente, sin que ello agote los aportes realizados sobre la evolución del concepto de RSE, se han abierto paso las nociones de gobierno corporativo, ciudadanía empresarial y sostenibilidad. Como una relación empresarial más amplia, insertada dentro de una sociedad y basada, por un lado, en deberes legales y éticos y, por el otro, en un comportamiento responsable y proactivo.

Tales conceptos conllevan, en definitiva, a adherir a las leyes, regulaciones y prácticas de negocios aceptables en el lugar donde opera la compañía y, desde un punto de vista más amplio, se aplica a la conducta responsable de la empresa tanto en los negocios como en

---

(8) Resulta preocupante el resultado de la encuesta realizada por Ernst & Young en la cual se informa que una de cada cinco empresas en la Argentina reconoce que ha sido objeto de delito en el último año, en su mayoría cometido por personal de la propia empresa, aunque sólo el 17% decidió llevar a juicio a los autores (La Nación, Economía & Negocios, 1/8/2007, p. 2).

(9) Martínez, Juan L. y otros, ob. cit., p. 36.

el trato con todos sus integrantes, con las comunidades y con el medio ambiente natural en general. Las empresas tienen derechos y deberes y, por lo tanto, el cumplimiento de las normas jurídicas constituye una condición necesaria del actuar responsablemente, aunque no siempre suficiente. Bajo esta óptica, la verdadera y única legalidad aceptable consiste en la combinación de acciones que respeten externamente las disposiciones normativas y que observen internamente sus fines, es decir, que respeten tanto su letra como su espíritu<sup>(10)</sup>.

Por lo tanto, profundizar la misión de la empresa se traduce en un dilema ético. Incluso, el derecho de los negocios no es ajeno al humanismo entendido como fundado en el respeto de la dignidad de la persona<sup>(11)</sup>. En tal sentido, la RSE debería verse como una alternativa que no sólo se traducirá en una productiva inversión, sino y muy especialmente, movilizadora de valores que redundarán en el propio beneficio de la empresa.

Muchas empresas han suscripto códigos de ética o de conducta, en virtud de los cuáles la propia organización y sus directivos asumen específicos deberes de lealtad, transparencia, responsabilidad, control de gestión, información y en suma, eficiencia de la gestión. Lo importante es que los códigos deben reflejarse en lo cotidiano, en hechos concretos y no consistir en meros enunciados organizacionales alejados de toda realidad. El contar con un código de ética no hace éticas a las personas ni, por ende, a las empresas. Se ha sostenido que si un código de ética estuviera centrado sólo en las normas y no contara con el auxilio de las virtudes, sería un documento difícil de observar. Por el contrario, si tuviera en cuenta los valores considerados aisladamente, se trataría de un ideal abstracto, alejado de las acciones diarias. Un código de ética desconectado de los bienes que se pretenden alcanzar puede convertirse en un pretexto para imponer arbitrariamente unas ideas.

Sólo desde esta nueva perspectiva se comprendió que este código ha de inculcar en las personas valores morales para que ellas mismas

---

(10) Nino, Carlos, *Un país al margen de la ley*, Ariel, Bs. As., 2005, p. 87.

(11) Alegría, Héctor, "Humanismo y derecho de los negocios", L.L. t. 2004-E, p. II.

se propongan aceptar normas y desarrollarse como personas, mediante el despliegue de las virtudes<sup>(12)</sup>.

### III. La RSE y los dilemas que plantea

Las dificultades para avanzar en RSE son muchas. De cualquier forma, el análisis debería incluir algunas cuestiones que se presentan prioritarias. La primera, la tensión existente entre RSE y el *marketing* social. Mientras que en la RSE se definen los valores y las convicciones que el empresario quiere transmitir y ello determinará el lugar que la empresa ocupa en la sociedad, en el *marketing* social, el fin es vender y para ello no se ponen límites. El dilema ético es evidente pero ello no es distinto a los dilemas que cotidianamente se enfrentan empresarios, funcionarios, profesionales y ciudadanos. Se trata en definitiva de tener la convicción de pretender integrar un círculo virtuoso y no pertenecer por comodidad o desidia a un círculo vicioso, difícil de quebrar, aunque no imposible.

Otro riesgo es el de abordar la RSE desde una perspectiva estrictamente utilitaria y no por convicción. Cumplir con cierto "deber" moral hacia la sociedad, sin saber cómo hacerlo o sin quedar demasiado involucrados.

De cualquier forma y si bien en nuestro país, no se perciben criterios uniformes para implementar una estrategia de responsabilidad social, la RSE, aunque lentamente avanza y muchas empresas promueven y ejecutan programas solidarios y acciones corporativas con sus empleados y con ONGs. Incluso, publicando el llamado Balance Social.

Vinculado con estas acciones, se relaciona un tema trascendente para la RSE y que es la dimensión comunicativa de la responsabilidad. Se ha dicho que la nueva solidaridad de las organizaciones es una *"solidaridad comunicativa, y en ella la ética es imposible si no se la entiende también comunicativamente. Por decirlo en una sola fórmula, la comunicación es la cultura de la ética de las*

---

(12) Debeljuh, Patricia, "Los códigos de ética deben reflejarse en lo cotidiano", La Nación, 23/04/2005, Suplemento: Responsabilidad Empresaria, p. 2.



*organizaciones, esto es: que el modo cultural en virtud del cual la ética debe expresarse es un modo comunicativo -precisamente porque se espera de las empresas mayor transparencia- y no entender esto dificulta entender qué tipo de organizaciones sobrevivirán en el nuevo modo de organizar el trabajo en el tercer milenio”<sup>(13)</sup>.*

Sin embargo, gran parte de las empresas no informa ni comunica sus acciones, contribuciones y donaciones. Ello plantea cierta “opacidad” de las operaciones empresarias y pone en evidencia que las *“empresas argentinas reconocen que la acción social puede contribuir a su empresa, pero su baja proactividad y visibilidad indica que no están suficientemente seguras sobre cómo hacer para que la acción social sea una herramienta estratégica”<sup>(14)</sup>.*

#### IV. RSE y Capital Social

La construcción y avance de la RSE está también relacionada con el grado de participación e interés de la propia sociedad civil, en la cual predominen los valores éticos, su capacidad de asociatividad, la confianza entre sus miembros y la conciencia cívica, es decir los principios que informan el llamado capital social <sup>(15)</sup>. La cuestión del capital social, asociada a la RSE, resulta determinante para el éxito de ésta, de modo que aquellas sociedades en las cuáles se evidencian estas reglas, actitudes y aptitudes, evidencian un grado de fortaleza mayor en la composición e integración de su tejido social y proclives a generar un grado de credibilidad y confianza hacia las empresas.

---

(13) Alvarez Teijeiro, Carlos, “La comunicación responsable. Construyendo cultura en el sentido del trabajo a través de la comunicación”, en *La responsabilidad de la empresa en la sociedad*, de Paladino, Marcelo y Milberg, Amalia, Ariel, Bs. As., p. 287.

(14) Milberg, Amalia, Paladino, Marcelo y Vassolo, Roberto, *Revisión de la responsabilidad social empresaria en Argentina*, p. 15.

(15) Según el Banco Mundial existen cuatro formas básicas de capital: el natural, constituido por la dotación de recursos naturales que cuenta un país; el construido, generado por el ser humano que incluye diversas formas de capital (infraestructura, bienes de capital, financiero, comercial, etc.); el capital humano, determinado por los grados de nutrición, salud y educación de su población; y el capital social. (Kliksberg, B, “*más ética...*”, ob. cit., p. 33).

## **V. Conclusiones**

Abordar el tema de la empresa es esencial para comprender la problemática total del Derecho en nuestro tiempo. La crisis de la empresa -quizás como consecuencia de la crisis general del mundo global- encierra el desafío de un fuerte compromiso ético que permita recrear las condiciones para que las empresas puedan actuar y funcionar en la sociedad y para que ésta, las reconozca y aprecie como tales.