

## LA RSE EN EL SECTOR TEXTIL ARGENTINO. ESTUDIO DE CASO

*Verónica P. Farré Calvo*

### **SUMARIO**

El caso que se presenta y estudia permite ser utilizado como modelo para extraer enseñanzas en comparación con problemáticas de ética empresarial que ocurren en similitud de circunstancias al mismo o que dadas las condiciones supuestas de éste pueda ser utilizado como ejemplo para prevenir situaciones similares que suceden en el mundo de las grandes marcas y pymes textiles.

En la actualidad se observa un fuerte cambio de paradigma a nivel global que exige el progreso económico de las unidades productivas para alcanzar un desarrollo sustentable. Sin embargo, el caso de ética de los negocios que se plantea para el presente Congreso se relaciona con varios problemas que se repiten desde mediados del siglo XIX en la industria textil. Éstos fueron motivados por las obreras que exigían mejores condiciones laborales y a quienes se las recuerda por ser los primeros actores sociales que exigieron al sector empresarial el respeto por cuestiones de dignidad humana en el ámbito laboral. En consecuencia a su pedido, sucedió el incendio intencional provocado en una fábrica de Nueva York en 1857, donde murieron quemadas las mujeres que hacían una huelga en protesta por sus reclamos, acontecimiento que se conmemora anualmente en el “Día Internacional de la Mujer”.

Hoy en día, dentro del sector textil en Argentina, se distinguen dos ramas que atraviesan desafíos éticos diferentes: el de la confección y el de la industria manufacturera. Por un lado, el sector de la confección debe afrontar el elevado índice de mano de obra no registrada, mayor al 75% según el registro del Instituto de Estadística y Censos de la República Ar-

gentina correspondiente al último semestre de 2004; problema agravado por el uso de mano de obra intensiva propio de este sector.

Este escalofriante dato reseña la cantidad de trabajadores que carecen de derechos laborales básicos, seguridad social y condiciones de seguridad e higiene, pero curiosamente, los problemas éticos en este rubro no radican en la presunta escasez de regulaciones. La Argentina cuenta con un extenso cuerpo normativo, según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), ésta ha ratificado 72 convenios laborales, a diferencia de países como Canadá, Estados Unidos o Japón que no superan las 50 ratificaciones.

En el ámbito de la normativa de nuestro país, se establecen altas multas para el empresario que realiza esta clase de contrataciones no registradas, por falta e ineficiencia de las inspecciones hechas en las fábricas y no demostrar intención alguna de luchar contra la corrupción.

Por ello, de este modo se requiere de una fuerte decisión y voluntad política del Estado para aplicar rigurosamente los instrumentos legales disponibles aunque exista la competencia de las importaciones con “dumping social y/o ambiental” proveniente de aquellos países con tasas de explotación, desregulación o corrupción aún mayores.



### **Cuerpo del caso**

Uno de los temas que conmovió en el año 2006 a la opinión pública argentina y latinoamericana, fue la tragedia ocurrida en el taller textil de la zona de Caballito, de la Ciudad de Buenos Aires, en el cual murieron 6 inmigrantes bolivianos. Este hecho se debió a la gran cantidad de talleres ilegales de confección de prendas que utilizan mano de obra bajo condiciones inhumanas. Según estimaciones del gobierno porteño, son aproximadamente 1600 talleres y fábricas, situados en diferentes barrios, que utilizan operarios en estas condiciones de servidumbre contemporánea, principalmente a inmigrantes cuya precariedad legal y económica los convierten en rehenes de empresarios inescrupulosos. A este contexto, también es preciso sumarle la ausencia de una infraestructura adecuada que garantice las condiciones mínimas de seguridad e higiene, como la ventilación, protecciones eléctricas y luminosidad, entre otras.

Las estadísticas de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo indican que en el año 2004 los accidentes laborales aumentaron un 19,4% respecto del año anterior, y durante ese mismo período fallecieron 804 trabajadores, un 12 % más que durante 2003.

Otra de las claves éticas para prevenir tales sucesos consiste en controlar y verificar las condiciones de trabajo de los proveedores de las grandes marcas y firmas comerciales. En el marco de la globalización, una de las características de las nuevas formas de contratación es la tercerización o subcontratación de personal, convirtiendo en proveedores a millones de trabajadores.

En otro orden, el sector manufacturero textil debe afrontar el desafío del cuidado del ambiente. Aspectos regulados por una legislación compleja, debido a la gran cantidad de leyes, decretos, resoluciones, ordenanzas, sancionados a nivel nacional, provincial y municipal. En este sentido, es importante señalar la iniciativa de algunas empresas del rubro por certificar la norma ISO 14001 (gestión ambiental) en sus instalaciones, cuyo objetivo consiste en la estandarización de las formas de producir y de prestar servicios que protejan al medio ambiente.

### **Conclusiones y utilidad del caso en relación con la ética de los negocios en la moderna economía globalizada**

La finalidad social corporativa se manifiesta en una adecuada relación entre las conductas a realizar y el bien común que se tiende alcanzar en las decisiones empresarias. Actualmente, las organizaciones empresarias benefician con efecto multiplicador a la sociedad donde actúan, siempre y cuando su obrar esté destinado a los intereses de sus partícipes. Para ello, se organizan uno o varios empresarios en unidades sociales o agrupaciones humanas para alcanzar fines específicos, combinando los factores de producción y asumiendo los riesgos económicos de sus inversiones con o sin fines socialmente responsables.

Toda organización tiene un fin y un objeto que se cumplen mediante la actividad que realice por medio de los actos que comprendan su fin social. Dicho fin es el motivo o razón de ser, para el cual es creada y el objeto es el ramo, la clase de actividad que realiza en el contexto social que surge a partir del caso analizado donde se extraen las siguientes conclusiones.

### *1) La responsabilidad social empresaria debe ser internacional y estar globalizada*

En este contexto, dentro de las implicancias de la finalidad social empresaria se deben evaluar los resultados benéficos que se generen para las compañías. En efecto, la credibilidad y legitimidad de una empresa frente a la sociedad resulta de su capacidad para responder a sus necesidades.

También se observa que la rápida evolución de la estructura de las empresas multinacionales se refleja a través de sus actividades en los países en vías de desarrollo en los que la inversión extranjera directa registra un rápido crecimiento. En efecto, muchas corporaciones multinacionales respetan normas de conducta estrictas para mejorar el desarrollo de los países donde actúan. Pero, en el mundo actual, la competencia es intensa y las compañías se enfrentan a diferentes cuestiones legales y sociales. Así buscan responder a las inquietudes de los ciudadanos desarrollando dispositivos internos, sistemas de orientación y gestión que avalan su compromiso con una buena actitud ciudadana, con prácticas correctas y con una buena conducta empresarial y laboral.

Por lo expuesto, las acciones corporativas socialmente responsables hacen referencia a un concepto al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más sano. Numerosos factores impulsan este avance de la respuesta social de las empresas, entre ellas se encuentran las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos y consumidores e inversores en la transparencia de las actividades empresariales. Así es que la finalidad económica de la empresa no es solamente generar riqueza suficiente para los integrantes de la misma sino también propiciar el desarrollo humano de sus miembros.

Estas finalidades al producir bienes y servicios satisfacen necesidades del medio socioeconómico, generan un valor económico agregado y establecen cumpliendo de modo equilibrado y razonable los compromisos económicos con los elementos que participan de la actividad de la empresa. En efecto, aquellas empresas que pagan un salario justo a sus trabajadores; ofrecen un buen servicio, calidad y precio a sus clientes; cumplen con sus obligaciones en el plazo estipulado, pagan intereses y capital a sus acreedores; distribuyen las ganancias de los accionistas; toman decisiones correctas por parte de los directivos y cumplimentan sus obligaciones fiscales a término demuestran por medio de su actuar so-

cialmente responsable que poseen fines sociales empresarios más allá del mero negocio.

## 2) *Presión y demandas sociales éticas*

De ahí que las compañías asumen las responsabilidades que la sociedad les demanda para la toma de sus decisiones en base a políticas determinadas por cada una, por lo cual se puede inferir que la empresa es un ente moral al que se le atribuyen, conforme a su actuación, determinadas responsabilidades sociales. Más allá de éstas, la empresa debe ser solidaria ante las demandas específicas tales como la pobreza o el deterioro urbano, proyectando programas de acción, estrategias y políticas específicas para solucionar los mismos y participar en forma activa en la sociedad orientando su accionar hacia el bien común. Si la empresa no toma conciencia del valor de su acción social en forma responsable se hallará fuera de contexto y opuesta a sus propios fines.

Por ello, su actividad encuentra legitimidad en su contribución hacia el bienestar general, ejerciendo el principio de la solidaridad que es, en definitiva, colaborar con el bien común. La empresa debe reaccionar ante las demandas de su entorno para satisfacerlas o dar explicaciones sobre ellas. Puede seguir los cambios que la sociedad le plantea o adelantarse a los mismos, pero lo hará con un fin de lucro. Las compañías han de escuchar las quejas o sugerencias para alcanzar la excelencia y así descubrir mayores exigencias éticas, siendo responsables y evitando así daños posteriores.

Es allí donde la ética empresarial encuentra su campo de acción para ayudar a la búsqueda del ideal de la moralidad de las acciones, proporcionando los lineamientos de la misión empresaria junto a sus estrategias y organización.

De este modo, potencia el liderazgo empresarial, porque uno de los principales objetivos de las empresas es llegar a ser el líder en su sector por medio de las iniciativas de sus integrantes que les aporten ventajas comparativas respecto de otras compañías.

Desde el empleado hasta el más alto directivo deben actuar de modo ético, deben saber elegir y decidir bien para ponerlo en la práctica. La preocupación de los altos niveles de dirección de empresas por introducir y aplicar los valores en sus organizaciones se acrecienta día a día en res-

puesta a la gran demanda social, que reclama considerar a la ética como un elemento necesario para los negocios.

### *3) Las compañías al servicio de la dignidad humana*

Por otra parte, el interés por la formación y capacitación ética de los directivos y empleados es una forma de demostrar la importancia que reviste esta disciplina filosófica para las empresas como carácter distintivo en sus organizaciones y como medio de lograr sus fines socio-económicos hacia una mejor competitividad, marcando así en el mercado un estilo de dirección.

Para accionar dentro del plano ético se requieren criterios de selección a efectos de aplicar la acción justa y adecuada para cada problema que se presenta sobre el cual la empresa debe tomar una decisión. Los problemas morales surgen cuando se debe prescindir de un bien para conseguir otro, y el deseo de tener un bien motiva a actuar.

En consecuencia, las compañías deben tomar conciencia que están siempre al servicio de la sociedad y crear el clima moral necesario para el desenvolvimiento de sus acciones: coherencia de sus normas, costumbres y cultura.

Cuando la empresa está bien dirigida y todos aúnan esfuerzos se convierte en una escuela de formación ética para trabajar con seriedad y eficiencia, pudiendo en forma individual sus integrantes tomar decisiones responsables y libremente. Esta comunidad de personas que forman la organización empresaria son responsables socialmente desde el punto de vista ético, porque sus decisiones personales repercuten en la sociedad.

La empresa que mantiene y crea puestos de trabajo respetando los derechos humanos favorece el desarrollo de sus trabajadores y actúa hacia el bien común. Para ello estudiará los impactos sociales de su actividad, generará políticas y programas de acción social a fin de adoptar un comportamiento responsable y una cultura empresarial dentro del principio de la prudencia directiva. De este modo, si la empresa sirve a la sociedad, crea riqueza, desarrolla a las personas y se posiciona de forma ventajosa frente a sus competidores menos responsables. Entonces, su imagen mejorará y su evaluación por parte de la sociedad será superior a la calificación de las demás. Un accionar ético genera confianza en los empleados y esto

refuerza la unidad y la relación entre superiores y subordinados y entre los mismos colaboradores.

En la actividad diaria del comercio una buena actuación produce prestigio, porque la honestidad y la corrección son factores que contribuyen a la satisfacción del cliente. Hablar de calidad prescindiendo de la veracidad en lo que se dice, ofrecer un producto sin proporcionar un verdadero servicio a los clientes, dejar de lado el trato correcto a los empleados, significa actuar sin coherencia y, por tanto, de manera contraria a la ética.

#### 4) *El buen hombre de negocios*

También se concluye que si bien todo representante de una compañía debe conservar sus distancias y ser objetivo ante los reclamos de la comunidad debería actuar como un buen hombre de negocios y buen padre de familia, porque sus intereses están plenamente ligados a los asuntos comunitarios. Por tanto, todo directivo, gerente u hombre de negocios es ejecutor de un poder decisorio sobre su empresa y la comunidad local, siendo un servidor implícito de la economía nacional, cuestión que torna más complejo y difícil el ejercicio de sus responsabilidades en la actualidad. Por ello, si una organización empresaria aspira a destacarse en el mercado, debería participar directamente en mejorar la calidad de vida de la comunidad mediante acciones socialmente responsables con efectos directos e importantes en ésta y en sus recursos humanos.

Aquellas personas que integran las organizaciones empresariales gozan de la protección jurídica de su dignidad y poseen el deber moral del perfeccionamiento humano, por lo tanto están obligadas a colaborar en la promoción del bien de los otros, ya que su derecho está relacionado con el derecho de los demás. En el mismo sentido, toda compañía está obligada éticamente a la defensa y búsqueda del bienestar general, siempre que se respete su libertad y su capacidad de iniciativa.

Toda compañía que pretenda priorizar la consecución del bien común no sólo realiza el correcto empleo de sus fines económicos, sino que lleva a cabo especialmente, aunque no en forma exclusiva, su finalidad socialmente responsable cumpliendo con los objetivos de los cuales participan todas las personas que componen la empresa.

En definitiva, la empresa con fin de lucro no sólo debe cumplir con sus fines económicos, sino que reviste el carácter que le corresponde a

las organizaciones propiamente humanas, cuyo activo principal son las personas.

### **Bibliografía consultada**

- ARGANDOÑA, Antonio, *La ética en la empresa*, Documento de investigación nro. 109, IESE Universidad de Navarra, Barcelona, 1994, pág. 11.
- BALLVÉ, Alberto M.; DEBELJUH, Patricia, *Misión y valores. La empresa en busca de su sentido*, Gestión 2000, Barcelona, 2006.
- BURSK, Edward C., "Your company and your community: The lesson of Pittsburgh", *Business Responsibility in Action*, McGraw Hill Book Company, New York, 1960, págs. 29 - 54.
- DANLEY, John, *The rol of the modern corporation in a free society*. University of Notre Dame Press, Indiana, 1994.
- DAVIS, Keith- BLOMSTROM, Robert L., *Responsabilidades de la nueva empresa*, Marymar, Buenos Aires, 1976.
- DEBELJUH, Patricia, *La conquista de las virtudes en la empresa*, Temas, Buenos Aires, 2004.
- DE SENDAGORTA, Enrique, "La responsabilidad social del empresario", *Cuaderno: empresa y humanismo*, nro. 3, Universidad de Navarra, Pamplona, 1998, págs. 1- 39.
- DURÁN VALENZUELA, José L; SÁNCHEZ VILLACORTA, Fernando, "Las nuevas relaciones con los proveedores y sus implicancias éticas", *Ética en el gobierno de la empresa. V Coloquio de ética empresarial y económica*, Universidad de Navarra, Pamplona, 1996, págs. 197-230.
- ELEGIDO, Juan Manuel, *Fundamentos de ética de empresa. La perspectiva de un país en desarrollo*, Ipade, 1996, México.
- GALLO, Miguel A., *Responsabilidades sociales de la empresa*, Universidad de Navarra, Pamplona, 1980.
- GUILLÉN PARRA, Manuel, *Ética en las organizaciones. Construyendo confianza*, Pearson, Madrid, 2005.



---

JONES, Audra, “Hacia una Mejor Comprensión de la Responsabilidad Social Corporativa”, (<http://www.ceda.org.ec/contenidos.php>) consultada en fecha 5 de mayo de 2006.

LLANO CIFUENTES, Carlos, *Dilemas éticos de la empresa contemporánea*. Fondo de Cultura Económica, México, 1997.

MELÉ CARNÉ, Domenèc, “Actuación social de la empresa”, *Documento de investigación Nro. 114*, IESE, Universidad de Navarra, Barcelona, 1994b.

VELASQUEZ, Manuel G., *Ética en los negocios. Conceptos y casos*, Pearson Educación, 2000, México.