

UN ACERCAMIENTO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA: DEBER MORAL, CONVICCIÓN, DIRECTIVOS Y PYME

*Ana María Chaves Rincón*¹

I. Introducción

Mucho se ha hablado y debatido sobre el papel de la empresa en la sociedad y si las decisiones dentro de la misma deben tener en cuenta a su entorno y no sólo pensar en las ganancias económicas a corto plazo, o si por el contrario, el interés principal de una compañía es la obtención de utilidades económicas para sus accionistas.

Es un hecho que dentro de las decisiones que deben tomar los directivos de las empresas día a día, se encuentran con dilemas éticos y en este punto es donde el debate mencionado toma importancia. A la hora de decidir, ¿Se le da prevalencia a los valores morales sobre el negocio en sí y sus utilidades? ¿De qué depende dicha prevalencia?

Estas y otras preguntas son las que intenta responder la Responsabilidad Social de la Empresa (en adelante RSE) en favor de los valores morales.

La RSE se originó en la década del 70' en Estados Unidos como una respuesta de la sociedad civil a ciertos actos de corrupción dentro de grandes y reconocidas compañías; a raíz de esto se promulgaron dos leyes, una de ellas impone multas a las empresas que paguen sobornos a las empresas extranjeras² y la otra reduce las penas impuestas a compañías

¹ Alumna de la Maestría en Derecho Empresarial (MADE) de la UADE.

² Ver *Foreign Corrupt Practice Act (1977)*, consultada el 29 de septiembre de 2012 en <http://www.justice.gov/criminal/fraud/fcpa/>.

que cometan algún delito federal pero que se les compruebe una conducta cívica³.

Pero fue hasta el año 2001 cuando el mundo evidenció las nefastas consecuencias del crecimiento de una empresa con una cultura corporativa sin valores morales impuesta por sus directivos, que estafó a miles de inversionistas y a sus propios empleados: me refiero al conocido caso Enron. Esta empresa energética fundada en 1985, alcanzó a ser la séptima más grande del mundo y por medio de sus prácticas corruptas, sus estados contables alejados de la realidad y promulgando valores de respeto, integridad y excelencia, se ganaron la confianza de sus grupos de interés con el fin de enriquecerse y lograron la mayor estafa en la historia empresarial de Estados Unidos y el mundo⁴.

A partir de ese momento, se entendió la importancia de que las empresas (especialmente sus accionistas y directores) sean socialmente responsables y los lineamientos de la RSE han cobrado más importancia a lo largo de la última década.

A pesar de lo anterior, al ser la RSE una obligación “moral” y no jurídica, se dificulta su aplicación por parte de las compañías. Adicionalmente, la falsa concepción de que la RSE equivale a donaciones a fundaciones y actuaciones que implican altos costos, impiden que las empresas pequeñas y medianas se comprometan con ella.

Esta concepción de la RSE no es del todo cierta, por lo que a lo largo del presente documento se expondrán algunas definiciones y contenidos de la RSE que están encaminadas a demostrar que ésta va mucho más allá de las donaciones y su aplicación es más que posible no sólo para empresas con un amplio presupuesto, sino también para las pequeñas y medianas empresas (en adelante, PYMES). Finalmente, dicho análisis se centrará en los responsables principales por la “cultura corporativa” de la compañía: directores y accionistas.



³ Ver *Federal Corporate Sentencing Guidelines* (1992). Consultada el 29 de septiembre de 2012 en http://www.uscc.gov/Guidelines/1992_guidelines/Manual_PDF/1992_Guidelines_Manual_Full.pdf.

⁴ Ver entre otros, DEBELJUH, Patricia, *Ética Empresarial en el Núcleo de la Estrategia Corporativa*, 1ra ed., Cengage Learning Argentina, Buenos Aires, 2010, pp. 21 y ss. GUILLÉN PARRA, Manuel, *La ética empresarial: una aproximación al fenómeno*. Cuadernos Empresa y Humanismo, Pamplona, 2002, p. 16.

II. Responsabilidad social empresaria: voluntariedad, rentabilidad y grupos de interés

Como primera medida, resulta necesario contar con una definición a la Responsabilidad Social Empresaria. Aunque su nombre de algunas luces de su contenido, tener un concepto más claro permitirá abandonar las falsas concepciones que se tienen de la misma.

No existe en la actualidad ninguna definición de RSE aceptada como única, por lo que expondré algunas definiciones bastante completas. La primera del Foro de Expertos de la Responsabilidad Social de la Empresa, del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales español: *“La responsabilidad social corporativa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la **integración voluntaria** en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales y medioambientales y de respeto de los derechos humanos, que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de intereses, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”*⁵(Negrilla fuera del texto).

En el mismo sentido, Patricia Debeljuh afirma que *“en definitiva, una empresa socialmente responsable es aquella que lleva adelante un **negocio rentable** asumiendo también los efectos ambientales, sociales y económicos que genera en la sociedad”*⁶ (Negrilla fuera del texto).

Finalmente, el Libro Verde de la Comisión Europea “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, la 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”***⁷ (Negrilla fuera del texto).

⁵ Foro de Expertos de la Responsabilidad Social de la Empresa, del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Tomado de: ARGANDOÑA, Antonio, *La Responsabilidad Social de las Empresas Pequeñas y Medianas*. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, n° 1 junio 2008, IESE Business School Universidad de Navarra, p. 12. Consultado el 29 de septiembre de 2012 en http://www.iese.edu/es/files_html/5_40821.pdf.

⁶ DEBELJUH, Patricia, *Ética Empresarial en el Núcleo de la Estrategia Corporativa*, op. cit., p. 34.

⁷ ARGANDOÑA, Antonio, *La Responsabilidad Social de las Empresas Pequeñas y Medianas*. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, n° 1 junio 2008, op. cit.

De las definiciones anteriores, subrayé 3 conceptos los cuales en mi opinión, son claves para entender la dimensión de la RSE: voluntariedad, negocio rentable y las relaciones de la compañía con sus interlocutores o grupos de interés. En primer lugar se encuentra la voluntariedad, la cual es una característica hasta ahora inherente a la RSE; la obligatoriedad de cumplir sus lineamientos no recae en una norma jurídica sino en la ética, la moral de cada individuo y el grado de convicción que tenga hacia estos principios morales.

Al no ser una obligación de carácter legal, no se le puede exigir a una compañía que cumpla con los lineamientos de la RSE y mucho menos imponer multas o castigos a las empresas que vayan en contra de los mismos; muchas veces las empresas realizan actos enmarcados dentro de la legalidad, que no son socialmente responsables. Sin embargo el lado positivo de lo anterior es que como no hay una obligación legal, las empresas que deciden actuar con RSE lo hacen por convicción, porque desean darle importancia a los principios morales y éticos y esto hace que se cree una cultura corporativa de respeto y contribución a la sociedad, que se convierte en una ventaja competitiva para esta compañía.

En segundo lugar está el negocio rentable, La idea tradicional de constituir una empresa es obtener utilidades y ganar dinero, lo cual es un fin lógico de las mismas; pero ¿esto significa que sea el único fin de la compañía, y que se debe lograr por cualquier medio?

“Para aquellas empresas cuyo único fin es ganar dinero a cualquier precio y utilizando cualquier medio (legal o ilegal, lícito o injusto), la ética es un concepto vacío y la sociedad-entorno un puro campo de especulación, una mera ocasión para el enriquecimiento. (...) Algunas investigaciones de campo muestran que las empresas que sobreviven en el tiempo son las que generan en sus miembros un sentido de pertenencia, las que crean confianza entre las personas (...). La ética es rentable y puede llegar a convertirse en uno de los principales activos de cualquier organización”⁸.

En el momento en que los empresarios tengan la falsa visión de que el único fin de la empresa es obtener utilidades, cualquier intento de sus miembros o de la sociedad para que se sigan los lineamientos de la RSE

⁸ DEBELJUH, Patricia, *Ética Empresarial en el Núcleo de la Estrategia Corporativa*, op. cit., p. 18.

van a ser en vano, ya que como se mencionó en el párrafo anterior, la ética es muy rentable pero no en el corto plazo; sus frutos no se verán inmediatamente.

El debate acerca de si la RSE y la rentabilidad de la empresa son excluyentes o no, no es reciente. En los años 70, el Nobel de Economía Milton Friedman sostuvo que “hay una sola y única responsabilidad social de los negocios y es incrementar los beneficios siempre que se permanezca dentro de las reglas de juego, lo cual significa participar en una competencia abierta y libre sin decepción o fraude”⁹.

En su teoría, Friedman rechaza los actos fraudulentos y propende por una competencia libre dentro de las reglas de juego, sin embargo dentro de su planteamiento, la RSE no existe. En su concepto, el único acto socialmente responsable debe ser cumplir las normas, por lo demás, el único interés de la compañía es generar utilidades para sus accionistas. Por este motivo, es llamada la teoría o concepción economicista.

Como respuesta a lo anterior y en este punto se menciona el tercer concepto, Edward Freeman elaboró la Teoría de los Stakeholders o Grupos de Interés que son todos los grupos que desean que la empresa sea exitosa. En este sentido afirma que “la responsabilidad tiene un orden de proximidad y de proporcionalidad. Así, por ejemplo, no todo el mundo se debe hacer responsable de todo lo que pasa (...). El círculo de los stakeholders es mucho más amplio que el de los accionistas y, empezando por ellos, suma también otros grupos interesados tales como los directivos y empleados de las empresas, proveedores, distribuidores, consumidores, acreedores, sindicatos, gobierno y comunidades locales en que la empresa actúa”¹⁰.

Es así entonces como surge la idea bastante aceptada de que los que buscan beneficios dentro de una empresa no son sólo sus accionistas, sino también todos los grupos de interés mencionados y por lo tanto, la empresa debe buscar un beneficio tanto económico como social.

Como se vio en este punto, se puede decir que una empresa que actúa bajo los lineamientos de la RSE, debe desarrollar su actividad con el

⁹ FRIEDMAN, Milton, *The Social Responsibility of business is to increase its profits*, New York Times Magazine, 13 de septiembre de 1970.

¹⁰ DEBELJUH, Patricia, *Ética Empresarial en el Núcleo de la Estrategia Corporativa*, op. cit., ps. 42 - 43.

fin de obtener utilidades y además asumiendo políticas y realizando acciones que atiendan las preocupaciones laborales, sociales, económicas y medioambientales, en beneficio de sus grupos de interés (que incluye a la sociedad).

III. Los directivos y su papel protagónico en la RSE

Es cierto que dentro de la RSE, la empresa busca el bienestar de la sociedad y todos los grupos de interés y que a su vez estos deben trabajar en pro del éxito de la empresa. Sin embargo, en mi concepto son los directivos los principales responsables de establecer las políticas y procedimientos de la compañía y la cultura corporativa de seguimiento de los lineamientos de la RSE.

Los directivos (junto con los accionistas), son los responsables de determinar cuál va a ser la cultura corporativa de la organización, qué fines espera conseguir y por medio de qué medios. Para comprobar la importancia de esta figura sólo basta recordar el ya mencionado caso de la quiebra de Enron Corporation. Sus principales directivos tenían en su mente la obtención de dinero a corto plazo, sin importar los medios y no tenían ningún interés en desarrollar su actividad respetando las normas y mucho menos obrando con responsabilidad social con sus trabajadores ni con sus inversionistas. No respetaron a sus empleados porque crearon una cultura en la que el mejor trabajador ascendía y el peor salía de la compañía, lo cual creó un ambiente de competencia extrema y desleal entre ellos. Tampoco respetaron a sus inversionistas porque les mentían y los instaban a invertir mientras tenían conocimiento que iban a perder este dinero.

Bajo esta cultura corporativa rapaz, los empleados estaban impulsados por los mismos directivos a no importarle el bienestar de sus compañeros, sino únicamente pensar en obtener beneficios económicos para la compañía y de esta forma poder ascender dentro de la misma. Si un empleado no estaba de acuerdo con estas políticas, debía seguirlas o seguramente su "bajo desempeño" (que para los directivos de Enron era obtener utilidades), lo llevaría a perder su empleo.

Como se puede ver por más que los empleados y demás grupos de interés deben respetar los lineamientos de la RSE, son los directivos los que tienen el poder y la responsabilidad de determinar si una compañía desea

o no seguir sus lineamientos. “Es evidente que el valor ético de una organización influye decisivamente en la generación y evolución de su valor económico y su valor social. A largo plazo es el verdadero determinante de las condiciones necesarias para que puedan generarse valores económicos y sociales”¹¹.

“El directivo, como cualquier otro profesional, ha de trascender los aspectos puramente económicos de su profesión si quiere de verdad ser un buen profesional. De él se espera que obtenga beneficios haciendo bien una serie de cosas. Si tan sólo piensa en el beneficio, acabará destruyendo su capacidad de hacer bien las esas cosas que son necesarias para poder obtener los beneficios”¹².

Es así como en manos de los directores recae la responsabilidad de establecer las políticas y procedimientos de la compañía, de ellos depende en gran parte si la empresa se acoge o no a los principios de la RSE y si lo toman como un compromiso serio con convicción. Los directores de la empresa se convierten en un modelo a seguir para los demás grupos de interés.

IV. RSE y las PYME

Finalmente quisiera exponer de forma breve el tema de las PYME frente a la RSE. Como se mencionó en la introducción, la incorrecta asimilación de la RSE a obras de beneficencia y a actuaciones con altos costos ha impedido que las pequeñas y medianas empresas se comprometan con sus actos y principios.

Este concepto está alejado de la realidad “La responsabilidad social no es sólo filantropía, acción social o beneficencia. No consiste en dar dinero para ese tipo de actividades, o en dedicar tiempo de los directivos a las mismas. (...) La responsabilidad social no tiene por qué consistir en un conjunto de prácticas sistematizadas y formalizadas, demostrables y públicas”¹³.

¹¹ PÉREZ LÓPEZ, Juan Antonio, *Liderazgo y ética en la dirección de empresas: la nueva empresa del siglo XXI*, ediciones Deusto S.A., Bilbao, 1998, p. 78.

¹² *Ibidem*, p. 83.

¹³ ARGANDOÑA, Antonio, *La Responsabilidad Social de las Empresas Pequeñas y Medianas*. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. No. 1 junio 2008, op. cit., p. 13.

Teniendo este punto claro, es importante mencionar algunas características de las denominadas PYME (Pequeñas y Medianas Empresas), resaltando que cada una de ellas es por supuesto diferente. En primer lugar, se caracterizan por tener recursos limitados (financieros, humanos, de tiempo) y por ende, tener una aversión al riesgo; también por la falta de una estructura formal e informalidad es sus actuaciones.

A menudo, otro argumento de los directivos de las PYME es que las acciones de RSE que puedan realizar, no van a hacer un cambio significativo en la sociedad. Es cierto que “las empresas pequeñas tienen poco poder y, cada una de ellas, un peso irrelevante en la economía de un país, de modo que, por ejemplo, la mejora medioambiental que puedan conseguir será, probablemente, insignificante. Pero eso significa que estamos contemplando sólo los resultados cuantitativos digamos “macroeconómicos”, y estamos olvidando algo que hemos mencionado antes: una empresa, también pequeña o mediana, que se tome en serio sus responsabilidades ante sus empleados y directivos, clientes, proveedores, comunidad local, medio ambiente y sociedad en general, estará iniciando, casi sin darse cuenta, un cambio en su estrategia y en su planteamiento de negocio, estará convirtiendo lo que parecen restricciones externas en fortalezas, estará creando una cultura nueva y estará potenciando sus capacidades distintivas”¹⁴.

Otra característica de este tipo de compañías es su preocupación por la supervivencia y cumplimiento de obligaciones; por este motivo quizás es que las PYME no sientan una presión por maximizar sus beneficios económicos. En este sentido, “los valores éticos, sociales y medioambientales del propietario-directivo, tanto positivos como negativos, ocupan un lugar importante en la definición de la misión y de la estrategia de las empresas pequeñas y medianas, probablemente más que en las empresas grandes”¹⁵.

No hace falta invertir grandes cantidades de dinero para que la empresa desarrolle su actividad, obteniendo utilidades y además realizando acciones que atiendan las preocupaciones laborales, sociales, de sus grupos de interés.

¹⁴ *Ibíd*em, p. 21.

¹⁵ *Ibíd*em, p. 16.

Y los beneficios que puede traer el desarrollo del objeto social con responsabilidad social empresaria pueden ser muy grandes. “No resulta difícil hacer un listado de consecuencias positivas de aquella responsabilidad social. De puertas afuera, actuar responsablemente (...) reduce los riesgos laborales, medioambientales, de litigios y sanciones o de boicots y publicidad negativa; (...) crear una buena imagen ante los clientes y proveedores y ante la sociedad, lo que puede traducirse en una mayor lealtad y en otras ventajas. (...) Presenta también ventajas internas: contribuye a atraer, fidelizar y motivar a los empleados, crea un clima de confianza y transparencia en las relaciones laborales”.

V. Conclusiones

Como se vio, la RSE no es un asunto menor en la actualidad. Cada vez se le está dando más importancia en especial desde la quiebra de Enron Corporation en el 2001; la sociedad y el mundo de los negocios está empujando a exigir y valorar el cumplimiento de valores morales al tiempo que se busca un beneficio económico.

La RSE incluye una armonización entre el desarrollo de la actividad de cada empresa y sus fines lucrativos, atendiendo de manera voluntaria las preocupaciones laborales, sociales, económicas y medioambientales, en beneficio de sus grupos de interés (acá se encuentran las 3 palabras características de la RSE: voluntariedad, rentabilidad económica y grupos de interés).

Si bien todos estos grupos de interés son responsables de la RSE dentro de la compañía y se benefician o perjudican con sus resultados, los directivos son los protagonistas y los encargados de establecer estas políticas de comportamiento y los que con sus actos, dan un ejemplo a los demás.

Finalmente es importante destacar que no hace falta una gran inversión económica ni un plan formal para cumplir con los principios de la RSE, por lo que ésta se hace perfectamente aplicable a las PYME.

El cumplimiento de la RSE parte de la voluntad y convicción de los accionistas, directivos y todos los grupos de interés, el cual puede convertirse en una ventaja competitiva a largo plazo para la compañía.

Bibliografía

- ARGANDOÑA, Antonio, *La Responsabilidad Social de las Empresas Pequeñas y Medianas*, Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, N° 1 junio 2008, IESE Business School Universidad de Navarra, p. 12. Consultado el 29 de septiembre de 2012 en http://www.iese.edu/es/files_html/5_40821.pdf.
- DEBELJUH, Patricia, *Ética Empresarial en el Núcleo de la Estrategia Corporativa*. 1ra ed., Cengage Learning Argentina, Buenos Aires, 2010.
- Federal Corporate Sentencing Guidelines (1992). Consultada el 29 de septiembre de 2012 en http://www.ussc.gov/Guidelines/1992_guidelines/Manual_PDF/1992_Guidelines_Manual_Full.pdf.
- Foreign Corrupt Practice Act (1977). Consultada el 29 de septiembre de 2012 en <http://www.justice.gov/criminal/fraud/fcpa/>.
- GUILLÉN PARRA, Manuel, *La ética empresarial: una aproximación al fenómeno*. Cuadernos Empresa y Humanismo, Pamplona, 2002.
- PÉREZ LÓPEZ, Juan Antonio, *Liderazgo y ética en la dirección de empresas: la nueva empresa del siglo XXI*, ediciones Deusto S.A., Bilbao, 1998.