

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

*Ignacio Aguilar Zuluaga**

Resumen

El presente artículo se refiere a la divulgación e importancia que ha tomado la responsabilidad social de las empresas o corporaciones. Señala sus criterios, sus campos de acción y atención, los valores en los cuales se fundamenta su propósito básico. Indaga algunas de sus definiciones las cuales sirven de punto de apoyo al cuestionamiento que se le hace a la responsabilidad social cuando con ella se persiguen beneficios cualitativos y cuantitativos. El contenido del texto conduce a varias conclusiones con las cuales su autor espera puntualizar el significado de la responsabilidad social empresarial, sus criterios, sus valores y su reconocida importancia en la sociedad contemporánea.

Abstract

This article refers to the dissemination and importance that has taken the social responsibility of companies or corporations. He points out its criteria, its fields of action

and attention, where the values underlying their basic purpose. Explores some of the definitions which serve as a support to the questioning that makes social responsibility when it pursues qualitative and quantitative benefits. The content of the text leads to several conclusions which the author hopes to point the meaning of corporate social responsibility, criteria, their values and their recognized importance in contemporary society.

Palabras clave

Responsabilidad social, valores éticos, bien común, solidaridad, cultura corporativa.

Keywords

Social responsibility, ethical values, common good, solidarity, corporate culture.

JEL: M10, M14, M19

*Economista, profesor investigador de la Escuela de Administración de la Universidad Sergio Arboleda, Decano emérito de la Universidad Santo Tomás, Premio Portafolio al mejor profesor universitario del país.

Este artículo es producto de la investigación que el autor hace en relación con la ética empresarial y con el desarrollo económico. Fecha de recepción, 16 de septiembre de 2011, fecha de aprobación, 7 de diciembre de 2011.

Para un número grande de personas la responsabilidad social es un compromiso voluntario que sólo incumbe a las personas jurídicas, incluyendo en ellas a organizaciones, entidades o instituciones tanto de orden privado como público.

Pertenezco al grupo que opina que la responsabilidad social es parte de todas las obligaciones que el total de miembros de la sociedad tiene para con ella, toda vez que así como todas las personas naturales tienen derechos, también tienen obligaciones y una de esas obligaciones es la de ser y comportarse como socialmente responsable.

Pero esta consideración aun está muy lejos de ser aceptada por los ciudadanos y por un porcentaje alto de empresas. Dentro de estas últimas se encuentran muchas que llevan a cabo actividades, programas y proyectos de responsabilidad social porque ven en ellos una fuente de ganancias o beneficios adicionales. En su actitud y en sus decisiones prima el ánimo de lucro, la optimización de las utilidades para repartir jugosos dividendos o participaciones a sus accionistas o a sus socios. Tampoco son escasos los empresarios que piensan así: Como está de moda la responsabilidad social empresarial (RSE), es conveniente matricularse en esta corriente que, a corto o mediano plazo, va a contribuir a más prestigio, más simpatizantes, más clientes que significan más ventas y éstas conllevan a mayores ingresos (Zañurtu, 1993).

No son pocas tampoco las empresas ni los empresarios que incluyen en sus presupuestos unas sumas de dinero como donaciones a fundaciones y entidades de beneficio social, para obtener una reducción importante de sus impuestos directos.

¿Qué tanto de solidaridad, de generosidad, de altruismo o de filantropía está incluido en una ayuda en especie o en dinero, cuando un empresario o su empresa participan en una campaña de ayuda a los damnificados por una ola invernal, un terremoto o un huracán? Porque cuando sucede alguno de estos lamentables acontecimientos, el despliegue publicitario de los medios de comunicación genera una “compasión generalizada”

que para muchos no debe pasar desapercibida porque es la ocasión para aprovechar y aparecer así ante la opinión pública y frente a los mercados, como personas que, más generosas que oportunistas, se suman a los filántropos y alcanzan, no sólo agradecimientos sino resultados efectivos de una positiva relación costo – beneficio.

No es mi intención considerar la responsabilidad social como un factor adicional y valioso para que las empresas que la practiquen puedan presentar a sus grupos de interés (stakeholders), al Estado y a la comunidad en general, un resultado financiero cada año más atractivo y más digno de elogiar para su junta directiva y su director ejecutivo. Mi preocupación se orienta hacia la validez, desde el punto de vista estrictamente ético, que puedan tener comportamientos o actuaciones que desfiguran y ensombrecen la genuina responsabilidad social corporativa.

Dentro del contexto anterior, me parece pertinente anotar algunas de las varias definiciones que hoy se conocen acerca de lo que debe entenderse como RSE. En ellas es posible encontrar los criterios y las apreciaciones sobre lo que verdaderamente puede aceptarse como una actuación socialmente responsable y por lo tanto esencialmente ética. A continuación citaré algunas de esas definiciones.

La RSE es una contribución positiva al desarrollo económico y al empleo; una colaboración activa con las instituciones sociales, culturales y científicas (Cortina, 2005).

Responsabilidad social significa buenas prácticas empresariales orientadas a garantizar un impacto social positivo, a promover valores universales de derechos humanos y a defender la sostenibilidad del medio ambiente. (Casado, 2006).

Es el compromiso auditable de las empresas con los valores éticos que dan un sentido humano a su empeño por el desarrollo sostenible, buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental (Martínez Herrera, 1994).

Es ser consciente de las obligaciones que las personas y las organizaciones tienen con la sociedad a la cual pertenecen (Aguilar, 2011)

Bajo el enfoque que esas definiciones demuestran acerca del significado de la RSE, la administración de las empresas deben considerar varios objetivos y finalidades, tales como la contaminación ambiental, el bienestar de la comunidad, el enganche de las minorías, la no discriminación, la seguridad y la calidad de sus productos y servicios y, prioritariamente, el bienestar integral del personal y de sus correspondientes familias.

Sin embargo, las definiciones anteriores no significan que el ejercicio o práctica de la RSE no incluya la aspiración a retribuciones significativas para quienes la llevan a cabo. Así como tampoco el que no se le pueda calificar como socialmente responsable a aquella organización que se dedica sólo a contribuir a la protección del medio ambiente o a contratar personal sin importarle su etnia, su religión o sus ideas políticas.

Todavía no he encontrado ninguna definición ni ninguna referencia a la RSE en la cual se anote que su práctica y su cumplimiento es un acto, una definición o una cultura corporativa voluntaria y ajena en todos sus actos a la obtención de ganancias adicionales, mas el incremento de su reputación, su prestigio y la admiración de la sociedad en la cual funciona.

Quien sí se constituyó como una excepción cuando le preguntaron acerca de lo que era la responsabilidad social empresarial fue el Premio Nobel de Economía y destacado ideólogo del liberalismo económico, Milton Friedman, quien manifestó que la RSE es con sus accionistas, a quienes la empresa deberá reconocerles los mejores o más altos dividendos. Y a renglón seguido anotó que la optimización de las utilidades y la eficiencia empresarial están atendiendo una función social crítica y relevante (Friedman, 1962).

Tampoco se incluye en el significado de la RSE el que ella sea un acto voluntario de la empresa; una decisión que nace de su filosofía, de su cultura y del ethos de sus due-

ños y directores. De ahí se puede obtener otra consideración, la cual puede referenciar a la protección y defensa del medio ambiente, toda vez que esta tarea ya es una obligación forzosa, un mandato legal que el Estado ordena a la comunidad de empresas y organizaciones de todos los sectores y de todas las clases, pequeñas, medianas y grandes, públicas, privadas o mixtas.

El cumplimiento a todos los aspectos en los cuales debe materializarse la RSE impone a las corporaciones y entidades de producción de bienes o de prestación de servicios practicar y mantener en todos sus actos valores tales como los siguientes: justicia en sus actuaciones; solidaridad con la comunidad; respeto por la dignidad y los derechos de las personas; responsabilidad en el cumplimiento de su gestión y de sus compromisos; transparencia en todas sus operaciones y negocios; fortaleza para enfrentar los retos empresariales, e integridad en la cultura organizacional (Blanchard y O'Connor, 2001).

La observancia de esos valores incluye el propósito fundamental de la ética: propender y buscar el bien común. Si este propósito se cumple, los empresarios y los administradores empresariales serán retribuidos por el sentimiento de satisfacción que resulta de haber podido ser útil a una persona, a un núcleo social o a la nación. Y no por la buena suerte o la oportunidad bien aprovechada que permitió a la empresa un incremento notable de sus ganancias bajo la aparente posición como practicante ocasional o permanente de actos señalados como ejemplo de responsabilidad social.

Sin embargo, creo que es reconfortante saber que en Colombia la RSE ha estado presente con mas empresas comprometidas con esa política, las cuales, a su vez han incrementado sus presupuestos para destinarlos a programas adicionales de ayuda, cooperación y participación muy necesarios y significativos.

Gracias a un estudio bianual que la Asociación Nacional de Empresarios (ANDI), se conocieron datos e informaciones acerca de lo que los empresarios colombianos están llevando a cabo en cuanto a la RSE se refiere. Por eso es conveniente e interesante incluir

en este escrito lo siguiente que hace parte del estudio realizado en el año 2011.

Empresas que tienen programas de R.S.E: el 67%.

Inversiones en programas y obras sociales: el 5% de sus rentas brutas.

Campos en los cuales se practica la R.S.E: educación, salud, vivienda, beneficios sociales al personal, asesoría jurídica, recreación y deportes, cooperativismo y cursos de formación y capacitación para los empleados de la empresa.

La práctica de la RSE en el sector empresarial colombiano tiene una tendencia de crecimiento anual que confirma la presencia cada vez más amplia, de una cultura corporativa en cuanto a la RSE se refiere.

Pero no es solamente el sector empresarial privado que representa la ANDI el único gremio comprometido con la contribución a las soluciones de la problemática social colombiana. A esta misión se suman también otras asociaciones empresariales y fundaciones privadas comprometidas con acciones dirigidas a la realización de obras sociales en pro del bien común. Entre varias más están las siguientes: Asociación Colombiana de Pequeñas Empresas (ACOPI), Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), Asociación Bancaria (ASOBANCARIA), Asociación de Cultivadores de Caña (ASOCAÑA), Universidad de los Andes, Fundación Mario Santodomingo, Fundación Corona, Fundación Éxito, Fundación Visión Mundial y Fundación Pies Descalzos. Aunque sería justo y deseable nombrar a todas las

entidades, organizaciones, empresas privadas y estatales, sumadas a las personas naturales socialmente responsables, es dado pensar que el no aparecer en esa lista se explica por el sano criterio de muchas de esas personas (naturales y jurídicas) que prefieren mantenerse en el anonimato como colaboradores efectivos en los programas, en ejercicio de su responsabilidad social.

Lo que la sociedad y la nación esperan es ver una curva y unos montos ascendentes cada año, en las gráficas y tablas estadísticas que revelan el comportamiento necesario de todos los núcleos sociales, en cuanto a su participación efectiva en la verdadera y auténtica responsabilidad social.

Conclusiones:

Lo escrito permite concluir lo siguiente:

- La RSE debe reconstruir los vínculos de las personas, entre si y entre ellas mismas con objetivos compartidos.
- La responsabilidad social debe ser una política permanente y generalizada.
- La RSE necesita un cubrimiento específico y determinado.
- No debe ser un medio para conseguir privilegios y tratamientos excepcionales.
- La RSE no debe practicarse para buscar resultados pecuniarios, beneficios cuantitativos, competitividad, mejor posición en los mercados o despliegues publicitarios.
- La RSE debe inspirarse siempre en el principio de la solidaridad y como propósito el bien común.

Referencias Bibliográficas

Aguilar Z, J. I. (2011). *Ética y Responsabilidad Social*. Bogotá: Ed. Fondo de publicaciones de la Universidad Sergio Arboleda.

Blanchard, K y O'Connor, M. (2011). *Administración por valores*. Bogotá: Ed. Norma.

Casado, F. (2005). *La Responsabilidad Social Empresarial ante el espejo*. España: Ed. Universidad de Zaragoza.

Cortina, A. (2006). *Ética de la empresa*. Madrid: Ed. Trotta.

Friedman, M. (1962). *Capitalismo y libertad*. Chicago: Chicago University Press.

Martínez H., C. (1994). *Responsabilidad social de los negocios*. México: Ed. Noriega Limusa.

Soto P, E. y Cárdenas M. J. A. (2007). *Ética en las organizaciones*. México: Ed. McGraw Hill.

Zañurto, M. (1993): Transformación productiva con equidad. En *Ética y Economía*, Bogotá: Ed. CEJA.