

# **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS: UNA VARIABLE MAS A CONSIDERAR EN LA CULTURA EMPRESARIAL**

**María del Pilar Muñoz Dueñas**

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

TLF: +34-986-812454

**Universidad de Vigo**

e-mail: [pilar.munoz@uvigo.es](mailto:pilar.munoz@uvigo.es)

## **RESUMEN**

La asunción de la responsabilidad social por las organizaciones es una cuestión de plena actualidad. El sentido social de las mismas se está convirtiendo en uno de los activos intangibles más importantes.

En este trabajo, en primer lugar, y, utilizando un enfoque diacrónico, realizamos un breve recorrido histórico que nos permita analizar aquellas aportaciones más valiosas y pertinentes en este campo, con el objetivo de alcanzar una aproximación al concepto de responsabilidad social. Posteriormente, analizamos el estado actual de la cuestión, poniendo de manifiesto que el incremento del capital social por parte de la empresa debe ser el resultado de una actuación enmarcada dentro de un patrón de valores culturales, morales, sociales y económicos, enfatizando la importancia de la emisión e implementación de códigos y estándares como guía a la hora de la aplicación de la responsabilidad social corporativa.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Corporativa, Capital Social, Códigos y Estándares

## **ABSTRACT**

Social responsibility of organizations is a highly topical question. Their social awareness is becoming one of their most important intangible assets.

In this paper, firstly we will make a short description of historical moments by using a diachronic approach so that we can analyse those contributions that are more useful and relevant to this field in order to reach the concept of social responsibility. Then, we will analyse the present situation, revealing that the businesses' increase of social capital must be the result of their activities within the standards of cultural, moral, social and economic values. We will also emphasize the importance of establishing and implementing some codes and standards as a guidance when applying CSR.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Social capital, codes and standards.

## **1.INTRODUCCIÓN.**

La necesaria adaptación de la empresa al entorno que la rodea, entendido éste desde todas sus dimensiones (próximo y lejano) y esferas (económico, social, cultural, medioambiental, entre otros) sugieren la necesidad de considerar a las empresas como un conjunto de contratos explícitos e implícitos que tiene como finalidad la creación de valor para todos sus stakeholders y en la que la obtención de un beneficio social puede ser tan valorado como la obtención de un beneficio económico.

Fenómenos como la mundialización económica, la fragmentación de la demanda y la aparición continua de sofisticaciones tecnológicas que afectan tanto a la información, como a la comunicación y el transporte, ha permitido a las organizaciones conseguir capital, mano de obra y materiales más baratos que los existentes en los países donde actúan.

Paradójicamente, este desarrollo material y expansión a escala global de las organizaciones, ha provocado efectos adversos sobre aquellos agentes que influyen o son influidos por las firmas. Así, en la actualidad, empieza a justificarse la actividad empresarial en la medida en los efectos sociales y medioambientales son mayoritariamente positivos.

De esta manera, frente al economicismo limitado que establece como principal objetivo de las organizaciones maximizar los beneficios, asumiendo como única restricción en su actuación el cumplimiento de la legalidad vigente<sup>1</sup>, se sitúa el modelo socio-económico de empresa que considera que la organización debe considerar un abanico de objetivos que vayan más allá del simple logro de aspectos puramente económicos, incorporando valores de tipo social<sup>2</sup>, ya que se presume que los objetivos económicos en sí son consecuencia, directa o indirectamente, de la consecución de objetivos de tipo social y/o medioambiental.

Así, la toma de conciencia, por parte de los gerentes, de que las empresas constituyen una institución social, tanto desde el punto de vista de su composición como desde aquel que la entiende como un miembro más del sistema social<sup>3</sup>, junto con la constatación, por parte de las mismas, de que su supervivencia en un entorno complejo y diverso, implica la consideración de otros elementos más allá de los estrictamente económicos, ha favorecido el desarrollo de la Responsabilidad Social de la Empresa o Responsabilidad Social Corporativa (a partir de ahora RSC).

## **2. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.**

El desarrollo de la RSC, tal como hoy la entendemos, puede situarse en los años cincuenta, si bien, algunos autores, entre el que destaca Boatright (1993) retroceden hasta los años veinte y establecen los principios de caridad y administración como precursores de la misma.

Es, como hemos mencionado, en los años cincuenta y tras producirse un incremento notable en el tamaño y poder de las empresas americanas, cuando el concepto de RSC toma carta de naturaleza en Estados Unidos.

En los años sesenta y setenta, cuando la nación estadounidense se enfrentó a graves problemas sociales como la pobreza, el desempleo, las relaciones raciales, la degradación urbana y la polución, continuó el debate acerca de la necesidad de la existencia de una responsabilidad social que debía ser asumida por la empresa.

En aquel momento la RSC acabó convirtiéndose en una demanda conjunta de distintos sectores de la sociedad que reclamaban un cambio en los negocios norteamericanos.

---

<sup>1</sup> Melé (1999)

<sup>2</sup> De la Cuesta et al. (2002)

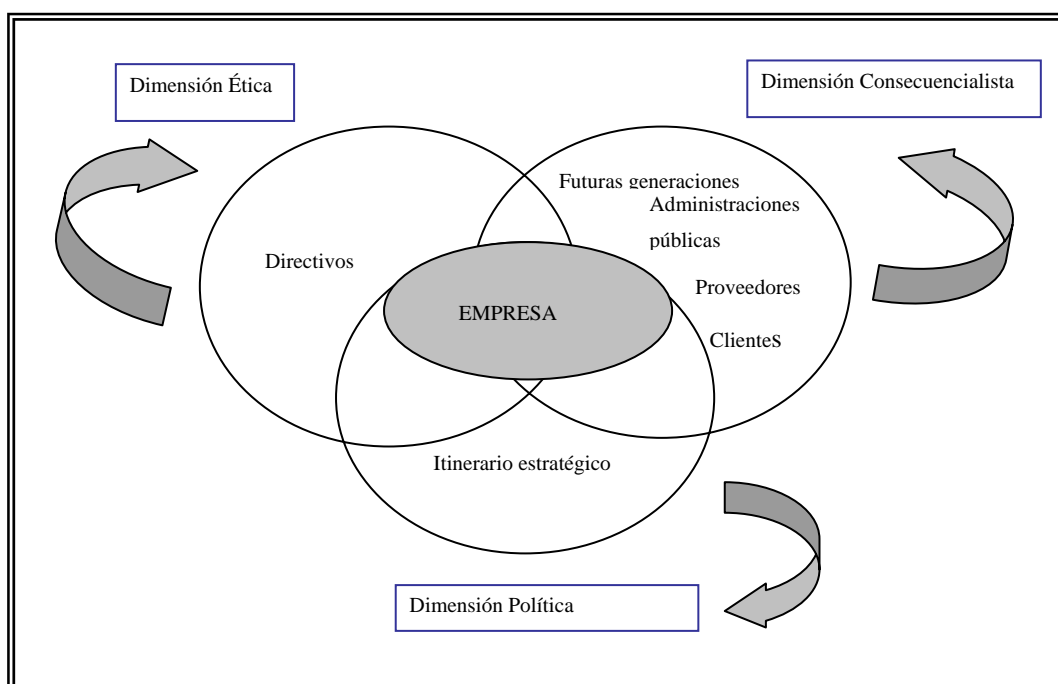
<sup>3</sup> AECA (2004).

Paralelamente, a lo largo de los años 70 se van precisando los temas que constituirán el ámbito de la RSC. En concreto, el Committee for Economic Development en 1971 presentó un conjunto de prioridades sociales que las empresas debían atender, que se concretaban, entre otros, a cuestiones referidas al crecimiento económico y eficiencia, educación, empleo y formación, derechos civiles e igualdad de oportunidades, desarrollo urbano, polución, conservacionismo y ecología, arte y cultura y atención médica.

A lo largo de los años ochenta el debate se situó en un análisis más práctico orientado a su aplicación en los procesos organizativos. De todo ello se sigue una progresiva articulación de la RSC en la ética empresarial.

Así la RSC puede entenderse como un momento previo en la sistematización de la ética de la empresa como disciplina<sup>4</sup> y la emergencia de una progresiva preocupación por la integración de los diferentes elementos que habían ido apareciendo a lo largo de este período, que se concretaron en tres dimensiones<sup>5</sup> (Figura 1).

Figura 1: Integración de los elementos de la RSC



Fuente: Elaboración propia

- La dimensión ética que atendía al significado moral de las actuaciones de las empresas y sus directivos.
- La dimensión consecuencialista que se centraba en el impacto de las actuaciones de la organización en cada uno de los agentes integrantes de la coalición empresarial.
- La dimensión política centrada en los procesos corporativos para determinar las orientaciones fundamentales de las estrategias y decisiones corporativas.

En los últimos años, se ha incorporado al discurso sobre la RSC los conceptos de ciudadanía corporativa y de desarrollo sostenible consecuencia de, por una parte, de la ampliación de las exigencias a las que tienen que enfrentarse las empresas, que van desde las estrictamente económicas y legales hacia las exigencias ciudadanas, y, por otra parte, la toma de conciencia sobre los graves problemas ambientales de carácter global que presenta el planeta.

<sup>4</sup> De la Cuesta (2002)

<sup>5</sup> Lozano (2002)

Así pues, y dado los diferentes aspectos que en cada una de las épocas y autores han aportado al análisis y al concepto de la RSC, establecer una definición unánime sobre la misma se convierte en una tarea compleja.

No obstante, podemos señalar tres cuestiones fundamentales que pueden orientar la definición del concepto de la responsabilidad social de la empresas, cuestiones, que por otra parte, no han dejado de ser objeto de debate.

Una primera cuestión es la referida al compromiso voluntario de una correcta actuación empresarial con el fin de que ésta acompañe al desarrollo de la sociedad.

El segundo tipo de cuestiones son las referidas a la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés.

El tercer tipo de cuestiones es el orientado a la intencionalidad de avanzar un paso más de lo exigido por la ley.

En este contexto, la RSC suele ser expresada como “la asunción voluntaria de responsabilidades que van más allá de las puramente económicas y legales por parte de las empresas”<sup>6</sup>.

Por otra parte, Prakash Sethi (1975, pág. 59 y ss.) considera la RSC como un concepto relativo, en el sentido de que presenta diferentes significados en función del contexto temporal y cultural que se tome en consideración. Como consecuencia de esto, el único criterio de comparación que nos permite incluir determinados aspectos como propios de la responsabilidad social, a través del tiempo o de las distintas culturas, sería el de la legitimidad de la actividad de las organizaciones, la cual representa, entonces, la medida según la cual las organizaciones responden a las expectativas de la sociedad.

En este sentido, es preciso tener en cuenta que, en la actualidad, la sociedad espera de las grandes empresas algo más que el cumplimiento de sus responsabilidades económicas y legales. De tal grado que la RSC puede ser definida como aquel acto que lleva “el comportamiento de las corporaciones a un nivel congruente con las normas sociales prevalentes, valores y expectativas de actuación”<sup>7</sup>.

La preocupación, pues, de los dirigentes debería estar enfocada a la satisfacción de las necesidades diversas, a veces contrapuestas, de cada uno de los interesados o implicados en la actividad de las empresas.

En definitiva, consideramos que la RSC es el compromiso voluntario de la empresa de incorporar como un objetivo más el logro de un desarrollo sostenible. Ello porque la empresa no sólo debe reducirse a cumplir una función económica de generación de beneficios, por lo que sus fines no han de ser exclusivamente económicos. Además, la empresa no es una institución neutra e independiente de la sociedad. Es decir, las firmas pueden, con la satisfacción de necesidades de los ciudadanos, favorecer el desarrollo social y la calidad de vida de la sociedad, al igual que pueden ejercer su influencia en el modelo de sociedad en el que se pretende vivir<sup>8</sup>.

### **3. LA RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA EN LA ACTUALIDAD.**

El creciente interés por la dimensión social de la empresa ha provocado un notable impacto en las propias organizaciones, en la comunidad en las que se hallan presentes y en las sociedades del mundo.

En este contexto, la preocupación de los gerentes empieza a estar enfocada a la satisfacción de las necesidades diversas, a veces contrapuestas, de cada uno de los interesados o implicados en la actividad empresarial.

---

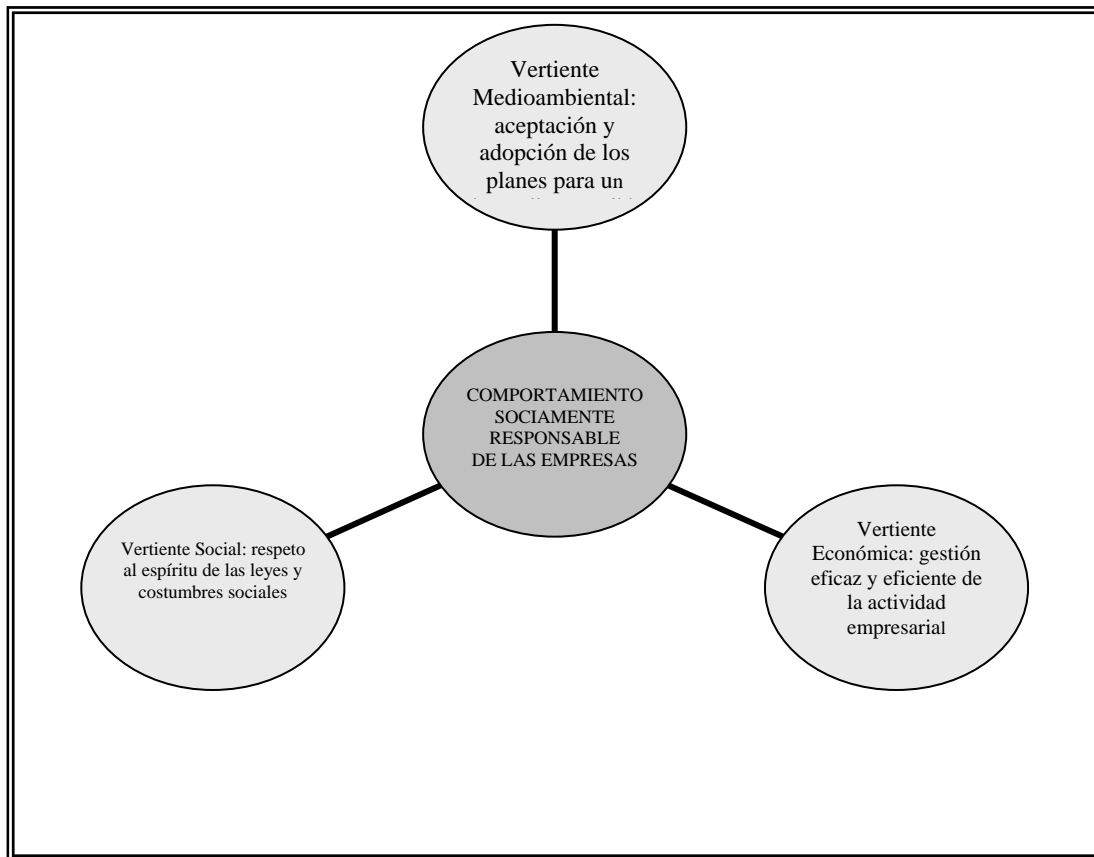
<sup>6</sup> McGuire (1963) recogido de Boatright (1993)

<sup>7</sup> Prakash Sethi, (1975)

<sup>8</sup> Lozano (1999)

Un comportamiento socialmente responsable de las organizaciones debe quedar reflejado tanto en el ámbito económico, como en el social y el medioambiental. Se asume, entonces, que la RSC está dirigida hacia tres vertientes<sup>9</sup>(Figura 2):

Figura 2: Vertientes de la RSC



Fuente: Elaboración propia

1. La vertiente económica que incluye una gestión eficaz y eficiente de la actividad empresarial.
2. La vertiente social pues se entiende que las organizaciones han de respetar el espíritu y letras de las leyes, las costumbres sociales y la herencia cultural, e involucrarse en la vida política y cultural<sup>10</sup>.

3. La vertiente medioambiental que supone la aceptación y adopción de medidas que permita la realización de la actividad empresarial en armonía con el entorno, tanto si se le considera a éste receptor o emisor de los recursos necesarios para llevar a cabo dicha actividad.

Todas estas variables, si se adopta una aptitud de responsabilidad social, deben ser incorporadas por la empresa a la hora de diseñar sus estrategias, lo que la colocaría en disposición de poder gestionarlas. Una evolución favorable de aquellas, redundará en su viabilidad a largo plazo y, por ende, en el beneficio económico.

En este contexto, se cuestionan, una serie de actuaciones en las prácticas empresariales, tales como la preferente orientación de sus objetivos a la maximización de beneficios, la consideración, casi en exclusiva, de los intereses de los accionistas o el cumplimiento de normas estipuladas como obligatorias y no de voluntario cumplimiento como único referente, entre otras.

<sup>9</sup> GRI, (2002)

<sup>10</sup> De la Cuesta (2002)

Todo lo anterior ha conllevado una reorientación, por parte de los directivos, de los fines de la empresa y de los medios para alcanzarlos, considerando que la actividad de la empresa no debe quedar reducida a su función económica, sino que se debe atender y satisfacer de forma equitativa y justa los intereses de cada uno de los elementos de la coalición empresarial, así como fomentar el desarrollo sostenible de las sociedades.

De ahí que entendamos que la RSC hace que la empresa sea considerada de una forma distinta, pues permite valorar la actuación de la misma tanto desde un prisma económico como social y medioambiental.

Ello supone poner de manifiesto que la gestión de las empresas debe equilibrar los intereses de cada uno de los componentes de la coalición empresarial y dejar de considerar como únicos los de los accionistas.

Para ello, los gerentes deben gestionar las actuaciones de la organización de manera que se garantice la equidad y rentabilidad de todos los interesados así como la sostenibilidad de la organización.

Es decir, es conveniente lograr que el ejercicio de la responsabilidad social no descansa en la alteración de las finalidades económicas de la empresa, sino en el establecimiento de procesos que, racional e integralmente, gestionen la creación de valor para los accionistas así como para el resto de los interesados en la actividad empresarial.

Se trata pues de generar un capital social basado en conceptos tales como la confianza, la fidelidad, el respeto a las culturas, entre otros. Así, adaptando la definición de capital social de Fukuyama (1998, pág. 44 y ss.) a la empresa, se puede entender que el capital social de una organización es su capacidad para actuar, en el entorno donde se halla ubicada, con el objetivo de alcanzar propósitos comunes a ambos.

No se trata, pues, que las empresas inviertan en RSC para incrementar su capital social, pues éste no es fruto de una decisión racional, sino que es el resultado de una actuación enmarcada en un patrón de valores culturales, morales, sociales y económicos.

Es aquí donde destacamos la importancia que están jugando en la actualidad los códigos y estándares centrados en la RSC.

Los códigos y estándares “pueden servir como un mapa para guiar a las compañías hacia una mayor transparencia y responsabilidad”<sup>11</sup>.

Su emisión es importante, pero más aún lo es su implementación. Una sin la otra puede llegar a ser perjudicial para las compañías, pues eleva las expectativas sobre las actuaciones empresariales entre sus stakeholders.

Así, la aplicación de la RSC, en la actualidad, podríamos decir que está guiada por la aplicación de códigos y estándares<sup>12</sup> cuya emisión y aplicación pueden ayudar a las organizaciones a conseguir sus objetivos a corto plazo (pueden ayudar en la gestión de crisis), a medio plazo (puede prevenirla) y a largo plazo (puede incrementar el valor de los interesados, incluidos los accionistas, promover la confianza y producir el incremento del rendimiento de las firmas)<sup>13</sup>.

De ahí que un comportamiento catalogado como socialmente responsable, en la actualidad, se centre en las actuaciones siguientes <sup>14</sup> :

A) En la definición de estándares cuyo cumplimiento constituye un mínimo de comportamiento socialmente responsable.

B) El establecimiento de protocolos de actuación sobre responsabilidad social.

---

<sup>11</sup> Leipziger (2003)

<sup>12</sup> El número de códigos de conducta, guías, sistemas de gestión, estándares o directrices se cifran en, aproximadamente, cerca de 500, pero los más aplicados no superan una veintena. Doane (2004).

<sup>13</sup> Recogido de Leipziger (2003).

<sup>14</sup> Leipziger (2003)

C) La consideración de nuevos campos o variables que deben ser incluidos en el tratamiento de la RSC.

D) La certificación y verificación de criterios que ya han sido definidos por otros organismos.

E) La elaboración de los códigos y estándares, contando bien con una participación unilateral en la que la compañía tiene la última responsabilidad sobre el código, bien con una participación bilateral, en la que el elaboración del código y/o estándar es firmado por dos partes, o bien con una participación multilateral, cuando el código o estándar es refrendado tras un acuerdo entre los diferentes interesados.

F) La atención a aspectos como el gobierno corporativo, la eliminación de la corrupción, el medioambiente, entre otros.

G) Evaluación del cumplimiento de las necesidades y expectativas de cada uno de los interesados bien de manera general, o por sectores o contextos regionales creándose códigos de actuación específicos para ellos. De igual manera, estos aspectos mencionados deben materializarse en informes accesibles a todo aquel que lo solicite y a cuya elaboración y tratamiento puedan adjudicársele, del mismo modo, criterios de RSC. De ahí que la información en ellos recogida deba reunir las siguientes características<sup>15</sup>:

- Compromiso de diálogo con todos los interesados,
- Imparcialidad en el tratamiento y ofrecimiento de los datos relativos a todas las áreas, actividades e interesados de la organización,
- Regularidad y periodicidad en su ofrecimiento,
- Extensión a todos los ámbitos de la organización,
- Susceptibilidad de ser verificada por controles externos que den validez a los informes emitidos, entre otros.

En definitiva, la consideración de todas las variables mencionadas, así como la dotación de las características anteriores a los informes, debe favorecer la mejora continua en la actuación empresarial en materia de responsabilidad social, de manera que se puedan planificar actividades socialmente responsables, tanto en la dimensión social, económica como medioambiental, evaluarlas e informar sobre ellas a los distintos interesados de la organización. Una información rigurosa, veraz, oportuna, integral y contrastable comunicada a los stakeholders, además de la transparencia, aumenta la credibilidad en y de la organización.

#### **4. CONSIDERACIONES FINALES**

La determinación de una definición unánime de la RSC es una tarea compleja. No obstante, el debate llevado a cabo por los distintos autores que han tratado sobre la responsabilidad social, suele girar en torno a tres cuestiones fundamentales: la voluntariedad en la aceptación del comportamiento socialmente responsable de la empresa, la satisfacción de los grupos de interés y la conveniencia de avanzar un paso más de lo exigido por la ley.

Por otra parte, el sentido social de las mismas se está convirtiendo en uno de los activos intangibles más importantes de las empresas, en tanto en cuanto, cada vez más, se considera un factor clave en su funcionamiento, su mantenimiento y su supervivencia, por lo que una actuación socialmente responsable debe abarcar tanto el ámbito económico como social como medioambiental.

Finalmente, los códigos y estándares definidos en materia de RSC se convierten en una adecuada guía para aquellas organizaciones que, voluntariamente, integren en su cultura la responsabilidad social, ya que, entre

---

<sup>15</sup> Doane, (2004)

otros, permiten a las empresas: definir unos comportamientos socialmente responsables mínimos, considerar variables sociales y medioambientales escasamente consideradas hasta el momento y fomentar la participación de los grupos de interés en la toma de decisiones.



## **BIBLIOGRAFÍA**

- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2002): Organización y sistemas. La toma de decisiones en la empresa.. Documento nº 14. AECA. Madrid. pp. 55
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2004): Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. Documento nº 1. Ed. AECA. Madrid. pp.19.
- Boatright, J.R (1993): Ethics and the condut of business. Ed. Prentice Hall. New Jersey.
- De la Cuesta González, M. y Rodríguez Duplá L. Coord.(2004): Responsabilidad Social Corportativa. Ed. Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca. pp.19
- De la Cuesta González, M.; Valor Martínez, M. et al. (2002): Inversiones éticas en empresas socialmente responsables. Ed. UNED. Madrid. pp.21 y ss.
- Doane, D. (2004): “Norms, standars and verification for Corporate Social Responsibility. A review and critique” en Responsabilidad Social Corportativa De la Cuesta González, M. y Rodríguez Duplá L. Coord. Ed. Universidad Pontificia de Salamanca, pág. 261-275. Salamanca.
- Frederick, W. C., Davis K. et al. (1988): Bussiness and Society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics. Ed. McGraw-Hill. Singapore.
- Global Reporting Iniciative (GRI) (2002): Sustainability reporting guidelines en <http://www.globalreporting.org>. pp.44
- Leipzigiger, D. (2003): The Corporate Responsibility code book. Ed Grenleaf Publishing. Sheffield. pp 37 y ss.
- Lozano, J.M. (2002): La empresa ciudadana: un reto de innovación. Ed. Esade. Madrid. pp. 22
- Mcguire, J. (1963): Business and Society. Ed. Mcgraw-Hill. New York. pp.144
- Melé, D. (1999): tres versiones de la ética empresarial. Ed, IESE. Barcelona.
- NNUU (2000): Carta de la Tierra (2000) en [www.cartadelatierra.org](http://www.cartadelatierra.org). pp.1 y ss.
- Prakash Sethi (1975): “Dimensions of corporate social performance: An analytical framewok for measurent and analysis”. California Managemente review. Vol: 17:3, págs.58-64.