

# UNA RESPUESTA A LA ACCIÓN SOCIAL, DE LA RENTABILIDAD A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

## AN ANSWER TO SOCIAL ACTION: FROM PROFITABILITY TO CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

**ANA MARÍA VÉLEZ EVANS**

*Magíster en Administración de la Universidad Pontificia Bolivariana. Especialista en Gerencia de la Universidad Pontificia Bolivariana. Ingeniera administradora de la Escuela de Ingeniería de Antioquia. Medellín - Colombia. Correo electrónico: ana.velez@upb.edu.co*

*Artículo recibido el 12 de marzo de 2010 y aprobado para su publicación el 13 de mayo de 2010.*

**Eje temático:** La responsabilidad social empresarial.  
**Subtema:** La inequidad social y la rentabilidad.

### RESUMEN

Durante las décadas de los 70 y 80 el mundo observó el surgimiento y consolidación de la Escuela de Chicago, liderada por Milton Friedman, quien argumentó que la única responsabilidad social de las empresas era obtener los mayores beneficios respetando el marco legal vigente y dando cumplimiento de los criterios éticos para no incurrir en engaño. Esta tesis tenía de trasfondo, para los directivos, la responsabilidad de evitar acciones o situaciones que impidieran un incremento del valor de la empresa a largo plazo.

Esta fue una época en la que se les exigió a las empresas que solo fueran rentables y generaran utilidades para evitar convertirse en una “*carga para la sociedad*”. Es decir, la rentabilidad y generación de utilidades eran señaladas como la responsabilidad social de las empresas. Ahora bien, hoy en día los empresarios del mundo globalizado han entendido que las responsabilidades empresariales van más allá del simple cumplimiento de la ley, la maximización del retorno de la inversión de los accionistas o de la puesta en marcha de prácticas filantrópicas; es decir, cada vez más aumenta la tendencia a favor de que las empresas desempeñen un papel fundamental de cambio y desarrollo en la sociedad.

No puede negarse que la sociedad hoy en día reclama y requiere de empresas capaces de reconocer que sus operaciones impactan los entornos humanos y ambientales en las que actúan, y que en la gestión de esos impactos recae su responsabilidad social para minimizar sus costos y los posibles riesgos.

**Palabras clave:** responsabilidad social empresarial, acción social, desarrollo económico, inequidad social, rentabilidad.

#### ABSTRACT

During the 70s and the 80s, the world witnessed the emergence and consolidation of the Chicago School, led by Milton Friedman, who stated that the only social responsibility of companies lied on the quest of finding the most effective way to maximize benefits while observing the legal framework and giving compliance to ethical standards to prevent fraud. In fact, this statement implies the responsibility of avoiding actions or situations that will hold back the increment in the company value overtime.

This was a time when companies were required to be profitable, so they would not become “a burden for society.” In other words, profitability and revenue generation were a corporate social responsibility. Nowadays, employers all around the globalized world have understood that corporate responsibilities go far beyond the mere observance of the law, the maximizing of the returns on investments for the shareholders, or the practical implementation of philanthropy. We must say that this increases the trend that companies should perform a major role in the change and development of society itself.

It is undeniable that nowadays society demands from companies that they recognize the activities they perform are going to impact all the environments in which they work, and that managing these impacts should rely on its social responsibility in order to minimize costs and risks.

**Key words:** corporate social responsibility, social action, economic development, social inequality, profitability.

## Introducción

El concepto de Responsabilidad social corporativa debe ser entendido como parte de un proceso

evolutivo que va desde la vieja sociedad industrial hasta la actual y globalizada sociedad del conocimiento. En definitiva, la Responsabilidad social corporativa no aparece gratuitamente como concepto que ocupa los primeros lugares en los debates de los directivos empresariales, para la muestra aparecen los artículos de actualidad, los textos académicos, los debates de altos directivos y las transformaciones e iniciativas que en el entorno empresarial se han evidenciado en los últimos años; por el contrario, su aparición en los escenarios académico, político, social y económico está más que justificada de cara a la deteriorada equidad social, el distanciamiento entre el desarrollo económico y el desarrollo social, y la generalización de mecanismos de exclusión social.

El cambio de mentalidad que hoy se evidencia, sobre todo en el comportamiento empresarial, está directamente relacionado con la acción social, que hoy en día demanda de las empresas un compromiso en cuanto a sus indicadores. Siendo importante aclarar que estas actividades están más cerca a la filantropía que a la responsabilidad social, y aunque este comportamiento beneficia a muchas personas, está separado de las consecuencias de los funcionamientos organizacionales, a diferencia de la responsabilidad social que asume como compromiso socialmente responsable de las consecuencias de sus funcionamientos orientados hacia este asunto.

De otro lado, de forma novedosa, las organizaciones han encontrado otro escenario de legitimación social, el de la responsabilidad social, que ha generado la necesidad de comenzar a incluir indicadores de gestión social, en los que se evidencia el inicio de una tendencia hacia el desplazamiento generado por el movimiento de las organizaciones, desde lo individual hacia lo colectivo, desde la acción empresarial utilitarista hacia la gestión

responsable socialmente de los empresarios. “La concepción de empresa cambia sustancialmente en los últimos tiempos, desde entenderla como el terreno de hombres sin escrúpulos, movidos por el afán de lucro, a considerarla como una institución socioeconómica que tiene una seria responsabilidad moral con la sociedad” (Cortina, 2005, p. 54). La sociedad actual es testigo de cómo se retoman antiguos conceptos como el planteado por la doctrina social católica, donde se defiende el bien colectivo sobre el individual.

Esta transformación del comportamiento empresarial tiene su génesis en la relación entre comportamiento empresarial y acción social, ya que es necesaria la apertura, adaptación y coherencia entre la empresa y la realidad social, cada una retroalimentada por la otra. En esto se reconoce el carácter sistémico del comportamiento empresarial dentro del macrosistema social que la acoge. El empresario, y el comportamiento empresarial, no se crean ni evolucionan en un “vacío social”; desde los mercaderes-empresarios del incipiente capitalismo mercantil, pasando por los empresarios característicos de la Revolución Industrial, y llegando hasta el empresario innovador del actual capitalismo informacional, este actor social siempre ha sido y es el producto del contexto dinámico en el que se desarrollan la economía y sus instituciones.

No es un misterio que las organizaciones, y por ende las empresas, no son neutras al devenir de la sociedad; relación que se presenta en doble vía, la primera, porque las empresas son agentes generadores de estructuras, cambios y tendencias económicas que impactan directamente la dinámica social, y segundo, porque las organizaciones depositan su razón de ser en las sociedades, en tanto son éstas las que demandan sus bienes y servicios. Es en la sociedad donde las empresas validan el éxito y el logro de sus objetivos.

Así las cosas, lo que se plantea en este artículo es una reflexión respecto a la siguiente pregunta: ¿Cuál fue el paradigma predominante que perdió fuerza de cara a la nueva realidad social, dando paso a un nuevo comportamiento empresarial que validó la aparición de la responsabilidad social empresarial en el mundo de las empresas?

## Un nuevo modelo económico

A partir de los años treinta, como consecuencia de la gran crisis económica, de la gran depresión posterior a 1929, se presentó un cambio en el modelo económico dominado entonces por las interpretaciones de la economía clásica. Hasta los años 40 predominó el modelo keynesiano como una propuesta interpretativa de la dinámica económica desde la crisis. Después de los años 40, el mundo dejó a un lado el eclosionado modelo keynesiano que lideraba el Estado benefactor en los países industrializados y dio paso a un escenario poskeynesiano que convergió hacia el modelo de la oferta y demanda agregada. En esta directriz, aparece la crisis de los años 70 y el impulso del proceso de globalización financiera que dio pie al desarrollo monetarista. La necesidad de liberar los mercados financieros, y posteriormente los mercados de bienes y servicios, permitieron consolidar la propuesta neoliberal desde donde se promulgaba la libertad del mercado, la necesidad de una menor fiscalidad, la racionalidad del gasto público y la minimización del intervencionismo de Estado. Todos estos aspectos, que se pensaba, darían solución a las altas cifras de desempleo, a las situaciones de estanflación y a los amplios y crecientes déficit de la época.

Desde entonces se rescató el liberalismo clásico promulgado por Adam Smith (1776), quien le había otorgado a la búsqueda del interés propio el título de motivación económica fundamental, y había definido que la actividad empresarial era

la llamada a propiciar el desarrollo del sistema capitalista y con él, la no intervención estatal o de otros agentes.

Los años treinta, entonces, marcaron la crisis de un modelo económico y, por ende, el inicio de un proceso de desarrollo de condiciones de mercado altamente inestables que reventaron la efectividad de todo control económico. Esto propició la defensa del libre mercado que llegó a su máxima expresión en el modelo neoliberal presentado por Milton Friedman (Kindleberger, 1985). A partir de entonces se comenzó a definir una nueva dinámica económica sin injerencia del Estado, asegurando la libre competencia, la desregulación laboral y comercial, la reducción de la protección social, la disminución de las ayudas públicas, la caída de la fiscalidad y la eliminación de la burocratización del Estado y, por consiguiente, el desarrollo del libre mercado a nivel global, el cual estuvo aún más fortalecido con la ocurrencia del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) y el WTO (Organización Mundial del Comercio) en 1995. Para este mismo autor, la única responsabilidad social de las empresas se reducía a la generación de utilidades que, según afirmaba, era la única forma de garantizar en el largo plazo la sostenibilidad de las empresas.

El capitalismo generó cambios en la concepción de la economía que se desarrollaba en un nivel básico, sustituyendo la idea de supervivencia por la de riqueza. Tal como lo menciona Charles Kindleberger (1985), se encontró en la riqueza la seguridad para el desarrollo sostenible de la economía y la sociedad del capital. El crecimiento económico se había constituido entonces en la premisa del desarrollo. Esta nueva conceptualización sobre lo que era la empresa llevó a pensar sólo en organizaciones creadas con fines productivos con el objetivo último de obtener el máximo beneficio, sin dar cabida a actuaciones de otro carácter que no fuera económico, y en

las que los intentos de mejora social no eran considerados, ya que los únicos intereses contemplados eran los de los accionistas.

Con la búsqueda de una maximización del beneficio, las organizaciones se convirtieron no solo en talleres de producción en masa sino también y de una forma muy especial, en el espacio donde se cultivaba el individualismo como paradigma social y económico. De esta forma se dio origen a la validación, valoración y reconocimiento de diversos tipos y formas de egoísmos amparados y fomentados empresarialmente por el ánimo de lucro, y legitimados por el mercado donde encontraron su razón de ser. En esta realidad podríamos tener motivos para considerar que no es la bondad del hombre lo que garantiza la supervivencia y la generación de riqueza, sino su propio egoísmo, situación que ha repercutido en el bien general ostensiblemente.

La civilización técnica, la sociedad tecnificada y la maquinización propias de este tipo histórico de empresas, buscaron y lograron que el hombre, como mano de obra, fuera una parte, un medio o un instrumento suyo, e hicieron todo lo posible para ser selectivos con el trabajo y los trabajadores concebidos como tareas, dejando atrás la perspectiva de ser persona. Esto fue lo que propició desfigurar sus valores, los valores empresariales, los sociales y permitió enajenar su comportamiento. Fue el momento en el cual se comenzó a ver a los individuos como mercancías en el trabajo, quedando atrapados en una escala de valores meramente mercantilista. Fue una época en la que el ser humano se consideró como mano de obra poseedora de potencial laboral, en vez de ser apreciado como un ser humano único, con valores moral y espiritual intrínsecos.

Una de las figuras más características del capitalismo de estos tiempos, y que mayor incidencia tiene

en el comportamiento empresarial propio de la era neoliberal, es el *emprendedor*, entendido como aquel individuo que asume riesgos económicos no personales para obtener beneficios a futuro. Según Joseph Schumpeter<sup>1</sup>, el empresario asumió un papel central en el desarrollo económico al convertirlo en el eje de sus cambios y ser, además, el responsable de asegurar la ganancia empresarial a toda costa.

Este modelo primó desde la década de los setenta y con él se favorecieron la política monetaria y las actuaciones económicas de los agentes individuales, bien fuesen personas o empresas privadas, sobre las agrupaciones de la sociedad civil, tales como gobiernos, sindicatos, poblaciones o grupos en general. Desde entonces se desarrolló un apasionado e incesante ataque a cualquier limitación que se presentara contra el libre funcionamiento de los mecanismos del mercado, dando como resultado el fortalecimiento de la escuela de Chicago orientada por Friedman, y la defensa de una “nueva y saludable inequidad económica y social” que sería la encargada de dinamizar las economías y acabar con los “nefastos resultados de la intervención estatal anticíclica y de la redistribución social” (Shumpeter, 1968, p. 56).

## La inequidad social y la responsabilidad social empresarial

Sin embargo, la inequidad social fue la otra cara de la moneda del modelo neoliberal<sup>2</sup>, que trajo

conigo una reacción social contra el alto número de privatizaciones, la derrota del movimiento sindical, el aumento del margen de ganancia y la caída de los salarios. Sin lugar a dudas, en los países de modelo neoliberal el poder adquisitivo de la población creció de la mano de mayores índices de concentración de la riqueza; así las cosas, la inequidad de los ingresos se convirtió en la realidad social de la época.

Múltiples informes lo muestran, por ejemplo, el informe sobre perfiles latinoamericanos de Alejandro Portes (1998), los valores de la bolsa vieron multiplicar su cotización y, por ende, las ganancias de las empresas. En general, el sistema capitalista ha mostrado sesgos preferentes hacia los dueños del capital en razón a la lógica misma del capital. Pero también es cierto que si los dueños del capital se han beneficiado de este sesgo, su responsabilidad social se ha visto incrementada, en cuanto se compromete la reproducción societal digna de la población que resulta necesaria para la acumulación del capital. Así las cosas, la responsabilidad social empresarial se inscribe en la misma esencia del sistema en términos de la lógica del movimiento del capital a través de sus organizaciones productivas. Es, pues, una consecuencia lógica de la forma como social y económicamente se asume y acepta la producción capitalista, que aunque no promueva una distribución igualitaria tampoco tiene por qué afectar la dignidad en el bien y el buen vivir.

Esta situación de inequidad no resultó agradable a la sociedad, pero se validó económicamente

- 
- 1 Joseph Alois Schumpeter se destacó por sus investigaciones sobre el ciclo económico y por sus teorías sobre la importancia vital del empresario en los negocios, subrayando su papel para estimular la inversión y la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad. Predijo la desintegración sociopolítica del capitalismo que, según él, se destruiría debido a su propio éxito. Sus principales obras son: *Teoría del desenvolvimiento económico* (1912), *Los ciclos económicos* (1939), *Capitalismo, socialismo y democracia* (1942) y *La historia del análisis económico* (póstuma, 1954).
  - 2 Es claro que no puede negarse que los modelos pueden reforzar tendencias regresivas en la distribución del ingreso y pueden afectar de alguna forma los factores reproductores de la inequidad.

en tanto era muestra de uno de los postulados defendidos por el economista más importante de la época, Milton Friedman (1970): “una sociedad que priorice la igualdad por sobre la libertad no obtendrá ninguna de las dos cosas. Una sociedad que priorice la libertad por sobre la igualdad obtendrá un alto grado de ambas” (p. 128).

Esta realidad social generó un alto descontento que influyó el descontento en torno a las verdaderas mejoras en la tasa de inversión y crecimiento de los países partidarios del modelo neoliberal, y sobre todo, respecto a los beneficios sociales del modelo, también en América Latina, donde este paradigma económico llegó con un retraso de décadas, al respecto, vale la pena aclarar que sólo en Chile se implantó el modelo neoliberal completamente, los demás países latinoamericanos apoyaron el modelo e implantaron medidas impulsadas por el FMI que bien iban en la misma dirección neoliberal.

Para finales del siglo veinte se puso en tela de juicio el comportamiento de las empresas que tenían la responsabilidad de asegurar a toda costa el incremento de su valor a largo plazo. El rechazo social a este modo de actuar llevó a pensar en cuál era el argumento que justificaba esa manera de proceder y fue entonces cuando las economías del mundo replantearon uno de los más polémicos postulados de Milton Friedman, quien argumentó desde 1970 que la única responsabilidad social de las empresas era obtener los mayores beneficios respetando el marco legal vigente y dando cumplimiento a los criterios éticos para no incurrir en engaño.

La realidad social comenzó a demandar la búsqueda de alternativas en la actuación empresarial, exigiendo a las empresas que dejaran de pensar solamente en ser rentables y generar utilidades con el pretexto de no convertirse en una carga para la sociedad.

Para los años noventa se presentó un cambio en la perspectiva social que rechazó el postulado neoliberal. A partir del momento en el cual se presta atención a este debate, se abrieron las puertas de un cambio en el comportamiento empresarial que tuvo como caldo de cultivo un escenario social en transformación.

Los cambios sociales que apalancaron esta nueva postura empresarial fueron principalmente: 1) el aumento en la sensibilidad social, 2) el nuevo sentido de integración, 3) la búsqueda de calidad laboral, 4) el surgimiento de la sociedad civil como agente valorado en la definición de estrategias empresariales, 5) la aparición del concepto de capital social, 6) la negativa frente a la desigualdad en la distribución de la renta, 7) la aparición del desarrollo sostenible, 8) la necesidad de la participación social y, por ende, 9) la modificación en el concepto de empresa (De castro, 2005).

El aumento en la sensibilidad social hace referencia a la búsqueda de mecanismos para asegurar la cohesión y equidad social, definir parámetros de transparencia en la gestión empresarial, defender la no discriminación de ingreso al trabajo y favorecer el desarrollo local integrado. Las empresas empiezan a comprender que sin la sostenibilidad del entorno no es posible garantizar la sostenibilidad de sus organizaciones. La apertura al mercado significó también la apertura a lo social y a la necesidad de trabajar en términos de la sostenibilidad de la relación empresa - sociedad, como forma de lograr la sostenibilidad de las organizaciones. Este es el marco general en el cual se inscribe la validez de la preocupación de las empresas por los compromisos socialmente responsables.

El segundo cambio social fue el nuevo sentido de integración que se inculcó en la sociedad a la par con la aparición de la globalización y su “*aldeia*

*global*". Los avances en las telecomunicaciones y las posibilidades de llegar virtual o físicamente a cualquier lugar eliminaron las barreras en los mercados y en las sociedades. El cambio en la tendencia social de cara a esta nueva globalización evidenció la necesidad de disminuir la polarización entre ricos y pobres buscando procesos de decisión más democráticos. El acceso al conocimiento del comportamiento de las empresas en diferentes lugares del mundo permitió evidenciar el aprovechamiento indebido de las condiciones de vida de la población para reducir costos de producción. La movilidad internacional del capital, especialmente en las empresas de tipo transnacional, encontró en los bajos salarios y en las bajas condiciones de vida, un aliciente más para explicar su movilidad. Así, comportamientos contradictorios de las empresas bajo condiciones sociales de vida diferentes en sus diversos lugares de asentamiento, originaron denuncias sociales que, tal como lo menciona Daniel Chudnovsky (2006), fueron conocidas y difundidas en el mundo entero generando resistencia a este tipo de comportamiento empresarial. Las empresas multinacionales se habían globalizado pero los grupos de impacto también lo hacían. Así, los compromisos socialmente responsables de estas organizaciones pronto trascendieron las fronteras de los países nacionales.

El tercer aspecto, la búsqueda de la calidad laboral, hizo alusión al rechazo social frente a la precariedad laboral que había tomado relevancia dentro del modelo neoliberal. La razón de ser de esta propuesta era que, precisamente, la calidad laboral es uno de los principales mecanismos de cohesión social, estabilidad social y desarrollo económico. El declive de la lucha sindical de tipo reivindicativo a nivel mundial había sido reemplazado por políticas empresariales incluyentes que buscaban mejorar las relaciones laborales. Así, las políticas y programas de bienestar laboral

mostraron su bondad y pronto la preocupación de la dirección empresarial por los aspectos relativos al trabajo se desplazó hacia el trabajador. Así, el bienestar dio paso a la responsabilidad social interna.

El cuarto cambio social hizo referencia al surgimiento de la sociedad civil como potente agente social en reclamo expreso de dignidad en el bien y el buen vivir para la búsqueda de mejor calidad de vida y de mayor cohesión e integración de la sociedad. La sociedad civil tomó partido al cuestionar la acción empresarial centrada solo en el crecimiento y proponer sobre cuál debería ser la configuración de las empresas y la normativa legal vigente para salvaguardar los intereses de los trabajadores y de la sociedad en general. Sin embargo, muy pronto se llegó a la convicción de que el aseguramiento del cumplimiento legal no era suficiente y que era necesario tomar iniciativa propia desde las empresas para proyectarse de una nueva forma hacia la comunidad. Las empresas encontraron en las carencias de las colectividades el espacio propicio para hacer presencia asumiendo correctivos que en no pocos casos correspondían por obligación al Estado. Este aspecto ayudó más a la confusión de cuál debía ser efectivamente el tipo de compromiso socialmente responsable que las organizaciones debían asumir, al tomar como responsabilidad social aquellas acciones sociales.

El quinto elemento fue la aparición del concepto de capital social como parte constitutiva del desarrollo social. Este nuevo concepto incluyó aspectos tradicionales como la salud, la educación y la nutrición, y nuevos elementos tales como conocimientos y habilidades en trabajos cualificados, capacidad de innovación y gestión del conocimiento, incremento en la sensibilidad social en pro de la cohesión y equidad social, confianza, densidad asociativa, comportamiento cívico y valores de la

sociedad. De nuevo, las carencias en el *stock* de capital social y muy especialmente en el campo de la organización social, fue asumido como compromiso responsable por las organizaciones. Así, las empresas entran a la esfera social como agentes activos del desarrollo con muy buenas intenciones pero con direcciones no muy claras respecto a cuál debería ser su papel en el contexto social.

El sexto cambio social fue la oposición frente a la desigualdad de la distribución de la renta, que seguía manifestándose como causa de la exclusión y fractura social del momento. Este punto marcó un fuerte rechazo al modelo neoliberal, ya que se consideró que la desigualdad social crecía sin amortiguarse y rápidamente se asoció como directa consecuencia de la acción libre del mercado.

El séptimo cambio social fue la aparición del concepto de desarrollo sostenible, donde lo social presionó políticamente sobre lo económico logrando que se marcaran límites de tipo ambiental al crecimiento empresarial y de las naciones. Este aspecto marcó el inicio de una reglamentación de la actuación empresarial de cara a la responsabilidad con el medio ambiente, y se convirtió en la bandera de lo que más adelante terminaría consolidándose como Responsabilidad social empresarial.

La octava modificación social fue la necesidad que evidenció la sociedad de generar democracias más participativas que permitieran una mayor participación social por medio de canales políticos e institucionales más abiertos.

Y finalmente, se presenta la modificación del concepto de empresa como resultado de la incorporación de estas acciones sociales dentro de la dinámica empresarial. Al respecto, Raúl Trajtenberg (1999) describe cómo las empresas dejaron atrás el concepto heredado de la Revolución industrial

y del neoliberalismo, en donde tenían el objetivo absoluto de maximizar sus beneficios, y optaron por una concepción de empresa en una forma más ciudadana, permeable, respetuosa y capacitada para convivir responsablemente con el entorno ambiental y humano que influyen.

El Libro verde sobre responsabilidad social empresarial, de la Comisión Europea para el año 2001, lista cuatro razones que motivaron esta transformación empresarial: 1) Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversores en el contexto de la mundialización y el cambio industrial a gran escala, 2) Los criterios sociales influyeron cada vez más en las decisiones de la inversión de las personas o las instituciones, tanto en calidad de consumidores como de inversores, 3) La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica, y 4) La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación (De Castro, 2005; Takahashi, (2001).

Esta nueva visión de empresa llevó a pensar en el contexto global en el cual estas instituciones desarrollaban sus actividades y, por tanto, incitó a la búsqueda de normativas que permitieran llenar los vacíos legales, logrando que las empresas comenzaran a tomar sus decisiones de acuerdo con criterios éticos de funcionamiento que fueran coherentes con todos los entornos de operación.

Este proceso de transformación socioeconómica generó una sinergia entre la acción social y la empresarial que hoy en día se mantiene y que finalmente ha comenzado a transformar la perspectiva de los empresarios, quienes están entendiendo que sus responsabilidades empresariales van más allá de maximizar el retorno de la inversión de los accionistas. La responsabilidad social se convirtió



así en un aspecto que cada vez ha cobrado mayor importancia para la acumulación del capital y para el proceso de valorización de los capitales exigidos cada vez más por los mercados. Esta nueva orientación empresarial comenzó a priorizar las dinámicas que permiten crear valor en el largo plazo promoviendo una relación activa con los públicos interesados y generando un proceso de interacción, respeto mutuo, diálogo y cambio social, organizacional y humano fundamentado en criterios éticos y morales. Así las cosas, se ha evidenciado la aparición de un nuevo concepto de empresa en la que se ha dejado de pensar única y exclusivamente en ser depósitos de riqueza, para considerarse redes de interacción entre intereses, grupos, personas, saberes y voluntades con claras responsabilidades sociales y humanas.

## **Las organizaciones y su nuevo rol**

Los directivos se vieron inmersos en una actividad social y empresarial que los llevó a entender que su papel es fundamental para la sociedad y que la sociedad es indispensable para su sostenibilidad. En las esferas estratégicas de las empresas se diseñaron nuevas estructuras de funcionamiento buscando el bien común de los grupos de impacto más allá del alcance de las políticas bienestarristas tan populares en las organizaciones y asegurando que la atención de la administración se oriente hacia las normas de conducta empresarial que, dentro del libre juego del mercado, permitieran minimizar los impactos de la actividad económica que dichas organizaciones conllevan. La responsabilidad social ha comenzado a armonizar la relación entre la libertad del mercado y la libre empresa, que ha iniciado un proceso para asumir un funcionamiento socialmente responsable.

La relación entre la acción del conjunto social y el comportamiento empresarial sigue estando vigen-

te, dando sus frutos en lo que hoy se conoce como Responsabilidad social empresarial. Este nuevo elemento plantea límites a las operaciones para asegurar que se gestionará el impacto sobre los entornos humanos y ambientales para minimizar los costos y riesgos asociados a las actuaciones empresariales. Las organizaciones son instituciones predominantes en la cultura mundial (Hawken, 1999), y hoy en día son influencias poderosas de la sociedad, se constituyen como fuerzas que afectan las condiciones mundiales y sobreviven si cambian, a fin de abordar las necesidades individuales y sociales y si se vuelven más democráticas en sus procesos (Maynard & Mehrtens, 1993).

Los empresarios serán los líderes mundiales de las economías y transformadores socioculturales, ya que las sociedades con la limitación de sus recursos necesitarán un liderazgo efectivo que las compañías pueden asumir. Aunque esto inicialmente no es una competencia de las empresas, la creciente exigencia de un liderazgo responsable por parte del sector empresarial está obligando a efectuar un cambio de orientación de las acciones del Estado y de los demás agentes sociales en función de otros objetivos en términos de desarrollo social y humano, además del objetivo económico orientado a la obtención de ganancias.

Esta nueva generación de empresarios ha desarrollado y debe seguir desarrollando una visión largoplacista y de bienestar común que reconoce la importancia de entornos naturales sanos y capaces de renovarse, y de recursos humanos mejor educados, sanos, y motivados, como sustrato que asegura la continuidad de la producción, la sostenibilidad organizacional y el éxito de la empresa moderna.

Esta tendencia aparece para afirmar que todos los factores de producción, incluyendo la tierra y la mano de obra, deben ser gestionados y protegidos

a través de procesos que minimicen los riesgos y los impactos negativos de la actuación empresarial sobre cualquiera de estos factores.

Así las cosas, pareciera que el escenario actual ha implicado cambios en la lógica de la competitividad empresarial, pues la sostenibilidad de las organizaciones y sus empresas no depende ya solo de los logros en términos de la participación en el mercado sino del reconocimiento e inclusión de los otros y de lo otro (el mundo que se nos fue dado) como estamentos sociales de sentido empresarial. Estos estamentos o grupos de impacto, reconocidos en la literatura de la responsabilidad social como grupos de interés o *stakeholders*, han logrado posicionar la responsabilidad social en igualdad de condiciones con el logro de los intereses individuales, cuando no es que someten la realización de los intereses individuales al cumplimiento de los compromisos socialmente responsables.

Esta posición también ha evolucionado, se ha ido desplazando de una que sólo exigía a las empresas ser rentables y generar utilidades, pasando por otra posición que sólo orientaba su responsabilidad social a no generar daños a la sociedad, hacia una tercera posición que incita a las empresas a contribuir para elevar la calidad de vida de la comunidad y minimizar los impactos generados por su actuación. No puede negarse, entonces, que hoy en día los estrategas y empresarios han comenzado a pensar en la sostenibilidad del viejo modelo de la maximización del beneficio para el accionista con una visión cortoplacista, ya que pareciera no ser sólo perjudicial para la sociedad en general, sino también para los propios accionistas, especialmente aquellos con menor poder de negociación y con intereses a largo plazo (De la Cuesta, 2004).

## El comportamiento moral empresarial

Esta idea de actuación socialmente responsable convoca a una nueva forma de *ser y hacer* empresa. Autores como Koslowski (1986) consideran que es necesaria una ética del capitalismo, una en la cual, existiendo una gran libertad, los valores morales mejoren la eficiencia, compensen fallos del mercado y favorezcan la integración social; según esto, la ética del capitalismo consistiría en la combinación entre moral y economía a través de la eficiencia en la coordinación de los fines individuales, libertad de consumo, de producción y de acción, y justicia distributiva.

Esta nueva actuación empresarial marca un punto de quiebre frente al tipo de empresas que se gestaron desde la década de los setenta, dejando al descubierto un aspecto que es importante resaltar: el modelo neoliberal rescató del liberalismo de Adam Smith sólo aquello que de momento le era útil, pero dejó de lado aspectos claves que, de haber sido considerados, posiblemente habrían marcado una dinámica capitalista responsable socialmente. Al respecto, Adam Smith (1759, p. 167) planteó que la ética debe estar inseparablemente unida al capitalismo, pues de lo contrario éste se desvirtúa y se aleja del bien común. De igual manera expuso que no es aceptable enriquecerse de cualquier forma, debe hacerse de manera legítima, de acuerdo a principios morales. En su obra "Teoría de los sentimientos morales", Smith destacó las obligaciones que tiene el Estado de aplicar regulaciones y de proteger a los más débiles, sin defender jamás la idea de una sociedad guiada por la moral del máximo beneficio al mínimo costo sin respeto por el ser humano y aclarando que, si bien las personas persiguen sus intereses, eso no es sinónimo de un egoísmo desenfrenado si sabe cómo alcanzarse.

Así mismo, en su obra clásica “Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones”, Smith (1776) intentó demostrar que era posible buscar la ganancia personal de forma que no sólo se pudiera alcanzar el objetivo individual sino también la mejora de la sociedad, asunto que recobra importancia en los debates empresariales del tema que hoy convoca este artículo. Los intereses sociales radican en lograr el máximo nivel de producción de los bienes que la gente desea poseer. Smith decía que la combinación del interés personal, la propiedad, el respeto por los demás y la competencia entre vendedores en el mercado llevaría a los productores, “gracias a una mano invisible”, a alcanzar un objetivo que no habían buscado de manera consciente: el bienestar de la sociedad.

En la actualidad las empresas como agentes económicos que son, y de acuerdo a la visión tradicional, se comportan de forma racional y persiguen un fin que, en principio, no pretende beneficiar a la sociedad, como es la obtención de resultados, ya que de no ser así, perderían la confianza de los inversores actuales y potenciales y quedarían apartadas del mercado. Sin embargo, el cambio que se ha producido en la economía de mercado de los países más avanzados ha sido sustancial, ya que para poder cumplir dicho objetivo las empresas ya no pueden ceñirse únicamente a criterios económicos, sino que deben tener en cuenta factores que no habían sido considerados, como los sociales y los medioambientales.

Una explicación del comportamiento moral empresarial reside en la idea expuesta de que la mejora de sus resultados en la actualidad pasa necesariamente por las actuaciones de carácter moral, que por tanto se constituye en una estrategia más cualificada desde lo humano, la persecución del fin tradicional de satisfacer a los accionistas ofreciéndoles los resultados esperados. Es mo-

ralmente aceptable combinar la persecución del máximo beneficio con los principios morales de los individuos, si el comportamiento moral correcto conlleva a un aumento de los beneficios y una mayor implantación en el mercado para las empresas, construyendo así una reputación sólida además de preservar las condiciones sociales, humanas y ambientales que garantizan su sostenibilidad en el largo plazo.

Esta relación entre acción social y comportamiento empresarial ha llevado a las organizaciones capitalistas, las empresas de estos tiempos, a reconocer que en la sociedad se ha alcanzado un grado determinado de “*conciencia moral*” que se refiere no tanto a los fines que se persiguen, como a los derechos humanos que es preciso respetar, entendiendo que estos derechos son fundamentales de la persona y por ende, no pueden ser atropellados con la disculpa que constituyen un obstáculo para los fines organizacionales. Parte del cambio paradigmático que induce la responsabilidad social es que induce a los empresarios en la práctica diaria del mercado a someter el interés económico financiero de las organizaciones al cumplimiento de los intereses ético-morales aceptados y exigidos por la sociedad.

Hoy en día existen empresas que han dado un giro en sus objetivos estratégicos. Hoy por hoy no puede bloquearse el espacio para el respeto de los derechos de los diferentes grupos de interés aduciendo que la meta es lograr un beneficio económico. Las empresas que quieren mantenerse en el mercado deben seguir aceptando la estrecha relación, de un lado, entre empresa y sociedad y, por otra parte, entre empresa y el ser humano, además de la relación entre empresa y medio ambiente. En consideración, las empresas han de saber que para obtener una legitimidad social deben producir los bienes y servicios que de ella se esperan, al igual que respetar los derechos re-

conocidos por la sociedad en la que se encuentran y los valores que societalmente se comparten.

Aunque la legitimidad no es nuestro objeto de estudio, se hace meritoria de la siguiente reflexión: la legitimidad puede lograrse ya sea como objetivo del desarrollo organizacional o como resultado de los comportamientos organizacionales. Así las cosas, cuando se busca la legitimidad como logro u objetivo a través de la Responsabilidad social empresarial, es claro que aparece la responsabilidad como medio (instrumento) del direccionamiento organizacional donde la finalidad última es la legitimidad y no la responsabilidad.

Actualmente, la Responsabilidad social empresarial no constituye parte integral de la organización sino solo parte de su instrumental. Cosa contraria ocurre cuando la responsabilidad acompaña a los comportamientos de la organización y la legitimidad es un subproducto de dichos comportamientos. De alguna manera, esta forma de legitimación es más cercana a lo deseable dentro del ejercicio de la gestión socialmente responsable.

Las organizaciones adquieren su legitimidad a través de sus comportamientos asumiendo aquellas formas de “ser”, de “hacer”, de “tener” y de “estar” que están conforme a lo socialmente establecido, esto es, los grupos de impacto en particular y la sociedad en general, esperan de las organizaciones coherencia entre sus comportamientos empresariales y los criterios acordados socialmente para ejercerlos. Por su parte, las organizaciones articulan sus respectivos funcionamientos a lo acordado y que en razón a este acuerdo es también lo esperado.

Los grupos de impacto y la sociedad definen así sus expectativas sobre los funcionamientos y sus resultados conforme al cumplimiento de los acuerdos establecidos de manera que pueda

construirse un clima de confianza entre las organizaciones y el resto de los agentes sociales. De esta manera, la confiabilidad impacta directamente el sistema de relaciones sociales de manera que se afiance el carácter dialógico de las relaciones, básico para el ejercicio efectivo de la Responsabilidad social empresarial.

## Los grupos de interés

Parte del protagonismo de la empresa a favor de los grupos de interés se debe a varios factores, por un lado, al crecimiento económico que ha generado una mayor renta disponible para los individuos y a la capacidad de los grupos de interés de elegir los productos y servicios que consumen, no sólo en función de su renta, sino también basándose en criterios tales como el nivel de responsabilidad social que asume la empresa con sus actuaciones. Es decir, la construcción de una reputación sólida mediante actuaciones socialmente responsables se ha convertido no sólo en deseable, sino en obligatoria para hacer frente a la fuerte competencia para captar a los grupos de interés y convertirlos en aliados y socios del negocio.

De este modo las empresas han iniciado un proceso para dejar poco a poco de marcar las normas del mercado a las que debían atenderse, cediendo paso a los grupos de interés, que también buscan sus fines particulares. Por ejemplo, los trabajadores buscan algo más que la obtención de un salario que les permita una calidad de vida a ellos y sus familias, buscan que el desarrollo de su trabajo cumpla sus expectativas de satisfacción con la actividad que desempeñan en la empresa, sentirse valorados dentro de la organización y estar orgullosos de que se les identifique como partes de ella. Lo que se plantea en la Responsabilidad social empresarial no es un sistema capitalista o un capitalismo más incluyente sino una economía más comprensiva en sentido y alcance (Restrepo, 2007).

Es éste un proceso evolutivo, tanto social como económico, cuyo resultado será una la transformación empresarial y la existencia de compañías que dan cada vez más importancia a su “humanización”, dando prioridad simultánea tanto al crecimiento en sus mercados como al bienestar de los trabajadores.

Restrepo (2007) argumenta:

Desde una visión menos ideal y coercitiva, lo humanista debe ser incluyente de todo aquello que define al hombre como ser humano, incluyendo en ello sus bondades y pecados, sus luz y su oscuridad. El hombre como constructo de sí mismo. Desde esta perspectiva, el hombre no es un ser natural sino un producto cultural de la evolución de la humanidad. Así, lo que es humano en el hombre no le proviene de su naturaleza humana sino de su condición humana. De otro lado, no se concibe en esta investigación al hombre como un ser histórico en el sentido de ser producto de su pasado, sino como constructor de su futuro a través de la experiencia y la conciencia aplicadas a la acción presente. Contemporáneamente “humanizar” a las empresas no parece ser la única tarea histórica que urge socialmente, pues al lado aparece la necesidad imperiosa de humanizar a la sociedad en consideración a que los hombres la han convertido práctica y conceptualmente en una gran empresa, desviando el curso de lo que debió haber llegado a ser: una sociedad empresarial. Lo que sí es claro es que la Responsabilidad social empresarial orienta a la organización hacia comportamientos sociales “socializantes” enriqueciendo incluso el alcance de sus comportamientos económicos. (p. 28).

Se trata de un cambio organizacional acompañado de un cambio social en el que todos ganan,

convirtiéndose en el punto de partida de las empresas socialmente responsables. Hoy en día, las empresas ejercen su responsabilidad social cuando satisfacen las expectativas que tienen sus diferentes grupos de interés sobre su comportamiento, incluyendo clientes, empleados, proveedores, socios y colaboradores. Su objetivo, finalmente, es contribuir a un desarrollo económico viable que, simultáneamente, sea social y ambientalmente sostenible.

## Conclusión

La responsabilidad social empresarial es un fenómeno que se ha ido posicionando cada vez más en el desarrollo social y en la cultura de negocios corporativos. Crece en escenarios complejos y dinámicos, en los que los cambios suceden con mayor rapidez y donde se comienza a ejercer presiones de transformación sobre las organizaciones por el surgimiento de una diversidad de partes interesadas que exigen una rendición de cuentas sobre el impacto de la actividad empresarial, dejando atrás la idea de organizaciones que solo tienen que responder por sus prácticas a los accionistas y frente al Estado en materia fiscal. Ante esto, las empresas intentan generar bienestar a los grupos de interés a través de procesos de adaptación que permite a las empresas minimizar las externalidades que le generan a estos colectivos.

Lo que se está retomando a nivel empresarial es la consideración de la organización como sistema social y abierto, haciendo que las relaciones con su entorno y con los distintos grupos relacionados con ella, tanto internos como externos, adquieran cada vez mayor importancia. Aspectos como las condiciones de trabajo, el medio ambiente, la comunidad, entre otros, cobran especial interés mostrando que la empresa debe cumplir con la función económica de maximizar ganancia pero,

a su vez, debe velar por otros aspectos que finalmente también hacen parte de esta función empresarial, como por ejemplo, la generación de riqueza está directamente vinculada con el escenario ambiental, campo de acción de la Responsabilidad social empresarial.

Hoy en día toma gran valor la Responsabilidad social empresarial dentro del direccionamiento estratégico de las organizaciones, apoyando postulados como aquel que afirma que los resultados empresariales positivos se incrementan en la medida en que las compañías son capaces de alcanzar relaciones de confianza con sus grupos de impacto. Para evidenciarlo, obsérvese el cambio estratégico de las empresas en pro de indicadores sociales.

Los resultados obtenidos con esta tendencia de la Responsabilidad social empresarial sugieren que no hay incompatibilidad entre buenos resultados empresariales y prácticas sociales, ambientales o de orden ético avanzado. Ha de ser cada empresa, en función de sus valores y compromisos sociales, la que defina el campo de actuación de su responsabilidad social.

Más aún, no debe condicionarse la Responsabilidad social empresarial sólo para aquellos momentos en que la empresa está obteniendo beneficios. La misma supervivencia organizacional es un compromiso socialmente responsable, de ahí que ser rentable es una necesidad y un compromiso. Ahora bien, no todos los compromisos socialmente responsables requieren de presupuesto si se establecen inercias intra e interorganizacionales, por lo tanto, su cumplimiento no está condicionado a la obtención de ganancias sino a la sostenibilidad de la organización.

Vale la pena aclarar que la primera responsabilidad que tiene la empresa es consigo misma, es

decir, que la primera acción de responsabilidad que debe realizar es la de asegurar su sostenibilidad y crecimiento en el tiempo.

## Referencias

- Chudnovsky, D. (2006). *Empresas multinacionales y ganancias monopólicas en una economía latinoamericana*. México: Fondo Xavier Clavigero.
- Cortina, A. (2005). *Ética de la empresa* (7ª. ed). Madrid: Trotta.
- De Castro, M. (2005). La Responsabilidad social de las empresas, o un nuevo concepto de empresa. *Revista de economía pública, social y cooperativa*. (53) 38, 2.
- De la Cuesta, M. (2004). El porqué de la Responsabilidad social corporativa. *Boletín económico de ICE* (2813).
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine* (1-14) 33, 30, 128.
- Hawken, P. (1999). *La economía que viene* (1a. ed.). Barcelona: Editorial Alianza.
- Informe 2007. *La Responsabilidad social corporativa en España, los nuevos desafíos de la RSC*. Fundación Alternativas.
- Kindleberger, C. (1985). *La crisis económica: 1929-1939*. Barcelona: P imprenta.
- Koslowsky, P. (1986). *La ética del capitalismo* (1a. ed.). Madrid: Rialp.
- Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, Comisión de las comunidades europeas 2002. Recuperado de <http://europa.eu.int/eurex/es/com/gpr/2001/com 200>
- Maynard, B. & Mehrtens, E. (1993). *La cuarta ola*. Barcelona: Ediciones Granica.
- Perry, A. (2003). *Historia y lecciones del neoliberalismo*. Los Ángeles: Universidad de California.
- Portes, A. (1998). El neoliberalismo y la sociología del desarrollo: tendencias emergentes y efectos inesperados. *Perfiles Latinoamericanos* (13), 9-53.
- Restrepo, F. (2007). *El sentido del desarrollo. Relectura desde Amartya Sen*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana. 28.
- Ryuzaburo, K. (1992). *La cuarta ola del mundo de los negocios en el siglo XXI*. Madrid: Harman.

- \_\_\_\_\_. (2004). *La teoría de los sentimientos morales*. Madrid: Alianza editorial.
- Smith, A. (1776). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones («La riqueza de las naciones»)*. Londres: Printed for W. Strahan and T. Cadell, in the Strand.
- Schumpeter, (1968). Análisis de la teoría general de Keynes en Ensayos. *Revista BCV XIV (2)*, 56.
- Trajtenberg, R. (1999). *El concepto de empresa transnacional*. Montevideo: Universidad de Montevideo.
- Takahashi, T. (2001). La sociedad de la información en Brasil. *Libro Verde*. Brasil: Ministerio de Ciencia y Tecnología.

