
**José Ángel Velásquez
González**

Decano de la Facultad de Ciencias
Económicas y Sociales (FACES).

¿Por qué la empresa debe ser socialmente responsable?

Las teorías económicas sobre la Responsabilidad Social de la Empresa

Una revisión del pensamiento de los grandes economistas del siglo XX sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)¹, nos lleva a examinar los juicios emitidos por Alfred Marshall, el último de los clásicos ó el primero de los neoclásicos, quien escribió en 1920: “en gran parte, el capital consiste de conocimientos y organización; y de esto una parte es propiedad privada y otra no”. (Marshall, 1946, Pág. 138 ed. Original, 1920). Por su parte, J. M. Keynes, creador de la macroeconomía moderna y salvador del capitalismo en la crisis de 1930, afirmó que “Transformar al empresario en un logrero es contraproducente para el capitalismo, porque destruye el equilibrio psicológico que permite la perpetuación de recompensas desiguales. La doctrina económica de los beneficios normales, vagamente comprendida por todos es una condición necesaria para la justificación del capitalismo. El empresario solo es tolerable en la medida en que pueda considerarse que sus ganancias están relacionadas en alguna forma con lo que sus actividades a grandes rasgos y algún sentido han aportado a la sociedad” (Keynes, J. M. Teoría General, 1971, Pág. 24. ed. original, 1923).

¹ Citados por Rodríguez J. M. (2003). El Gobierno de la Empresa: Un enfoque alternativo. AKAL, Madrid, Economía Actual.

Un pensamiento divergente fue formulada por Milton Friedman, Premio Nóbel de Economía y uno de los inspiradores de la escuela monetarista-neoliberal: "La empresa tiene una única responsabilidad, utilizar los recursos y realizar actividades dirigidas a aumentar los beneficios (...) siempre que esto se realice en libre y abierta competencia, sin fraude y con respeto a las normas sociales" (Friedman, M, 1962, *Capitalism and Freedom*, Chicago University Press, Pag. 133). Así mismo, Friedman en 1970 publica en el *New York Times Magazine*, un artículo donde defiende su punto de vista de que en una economía de mercado la única responsabilidad de la empresa es con sus accionistas: "The only business of business is business".

Estas dos líneas de pensamientos económicos han orientado el debate académico sobre las teorías acerca de la RS de la empresa.

En 1971 aparece la declaración del Comité para el Desarrollo Económico (CED)² que propone una propuesta formal de un acuerdo de participación (partnership) entre las empresas y el gobierno para el progreso social, lo cual favorecía la participación activa de las empresas en la solución de los más graves problemas sociales que enfrentaba la sociedad norteamericana.

El CED definió la RSE por círculos concéntricos, sentando un precedente al aclarar ante quien es responsable la empresa y cual es el nivel de dicha responsabilidad³:

El círculo interno atañe a la ejecución eficiente de las obligaciones económicas de creación de riqueza, crecimiento económico de la nación y las obligaciones con sus empleados.

El círculo intermedio se suma al círculo interno añadiendo valores y prioridades sociales (mediambiente, necesidades de los empleados y clientes). Unas responsabilidades que exigen a la empresa actuar con "sensibilidad" hacia las prioridades de la sociedad y con el máximo respeto hacia las normas y valores sociales.

El círculo externo correspondería a la participación de las empresas en el esfuerzo colectivo de progreso y de perfeccionamiento social.

El economista norteamericano John Kenneth Galbraith expresó en 1967 su visión sobre las relaciones entre empresa y sociedad, destacando que las poli-

ticas públicas y regulaciones eran imprescindibles para prevenir las tendencias socialmente dañinas o autodestructivas del sistema⁴. "Frente a la invisible mano neosmithoniana invocada por los neoliberales, Galbraith y los Keynesianos oponen los procesos políticos como los únicos instrumentos fiables para garantizar la estabilidad económica, el empleo y la justicia social⁵.

A finales de los setenta y durante la década de los años ochenta asistimos al desarrollo de una serie de teorías basadas en la corriente de la ética en los negocios (Business Ethics) que proporciona los fundamentos teóricos de la RSE sustentada en principios de autorregulación empresarial y la adaptación de las empresas al libre juego del mercado.

Frederick (1978) distingue el concepto de responsabilidad social de las empresas (Corporate Social Responsibility o CSR1) de la sensibilidad y capacidad de respuesta social de las empresas (Corporate Social Responsiveness ó CSR2). "Con este nuevo enfoque de RSE, se responde a las críticas de vaguedad y falta de concreción que el modelo de RSE había suscitado" (Perdiguero, T. 2003, Pág. 154).

Sethi en 1975 plantea la importancia de medir y evaluar las políticas y la conducta social de las empresas y propone actualizar el concepto de RSE otorgándole amplia prioridad a la eficacia en el desempeño de la gestión social (Corporate Social Performance-CSP).

Archie Carroll en 1979 y luego en 1991 plantea un modelo para analizar el campo de RSE, el cual puede ser representado con una pirámide de 4 niveles: En la base sitúa las responsabilidades económicas; en el segundo nivel las responsabilidades legales; en el tercer nivel las responsabilidades éticas (la preocupación por consumidores, empleados, accionistas y comunidad) y en la parte superior se colocan las responsabilidades voluntarias que no son exigidas por las leyes y que reflejan los objetivos sociales de la comunidad.

En los años noventa el enfoque de los "grupos participantes" ó "grupos de interés" (Stakeholders) se convirtió en la visión dominante de las teorías sobre la RSE. "Frente a los enfoques tradicionales de gestión empresarial (Shareholder Approach) centrados sobre los intereses y expectativas de los accionistas, el enfoque de los participantes propone

2 / Committee for Economic Development (CED) conformado por empresarios y educadores

3 / Millberg, A. et. Al (2004). Revisión de la responsabilidad Social Empresarial en Argentina, Mimeog

4 / Perdiguero, T. (2003) La Responsabilidad Social de las empresas en un mundo global, ANAGRAMA, Madrid Pág. 140

5 / Galbraith, J (1992). La cultura de la satisfacción, Ariel Barcelona

una visión de la empresa mucho más compleja que la establecida en la teoría económica neoclásica asignando a la dirección la obligación de gestionar en función de las necesidades, expectativas e intereses de todos los grupos e individuos afectados por sus actividades, entre los que destacan junto a los accionistas, sus empleados, los distintos socios del negocio, los clientes y las comunidades en las que se establecen las empresas". (Perdiguero, T. 2003, Pág. 158).

Fue Edgard Freeman (1984) en su "Strategic Management: A Stakeholder Approach" quien generalizó el término de los grupos participantes. Consideró a la empresa como un sistema complejo de equilibrios entre grupos de participantes, lo cual significó una visión más amplia del desarrollo de la empresa: "afirma que el interés de la empresa no es sólo económico y propone una transición tranquila desde el "business of business is business" a los nuevos discursos del progreso responsable" (Perdiguero, T. 2003, Pág. 163).

Cada día se imponen más las teorías que sostienen que la RSE influye en los resultados económicos de la empresa "bajo este enfoque se recogen una serie de argumentaciones teóricas que pretenden convencer a los accionistas y a los gerentes de que la RSE es buena para sus propios intereses a la vez que lo es para toda la sociedad" "La investigación ha encontrado evidencia suficiente de que los buenos resultados sociales y medioambientales beneficiarían a la cuenta de resultados, aumentando el valor económico de la empresa. (De La Cuesta, M. 2005, Pág. 28).

¿Ante quién es socialmente responsable la empresa?

La empresa es responsable ante todos los que tienen una apuesta (stake) en la empresa: sus stakeholders, los cuales son todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la empresa (Freeman, 1984, Lozano 1999),⁶.

Los Stakeholders pueden clasificarse en:

- Primarios: Aquellos con derechos directos y legales: accionistas, empleados, consumidores, proveedores, gobierno, competidores.
- Secundarios: Aquellos cuyas demandas se basan en criterios de lealtad a la comunidad o en principios éticos o comunales.

Una de las contribuciones más importantes de la teoría de los Stakeholders (participantes) es el valor fundamental que se concede al "diálogo" en la organización. Sin embargo, no siempre es posible el logro de un equilibrio entre los participantes o grupos de interés y en muchos casos las discrepancias son inevitables.

En una situación de conflicto de interés, el control compartido podría ser el mal menor a fin de proteger a los diferentes grupos de participantes (Tirole, 2001), por lo cual se debe considerar la opción de que algunos o todos los grupos de interés (Stakeholders) tengan representación en el consejo de administración de la empresa.

Criterios para medir el comportamiento empresarial socialmente responsable

Fundamentalmente son tres las áreas de responsabilidad social corporativa: (la económica, la socio-cultural y la medioambiental) las cuales permiten definir cuando una empresa exhibe un comportamiento socialmente responsable. Se pueden distinguir dos categorías del mismo:

- a) coyuntural, el cual está constituido por las acciones filantrópicas que ejercen de manera ocasional.
- b) estratégico, ejercido desde dentro de la unidad productiva hacia sus grupos de interés, su entorno y la sociedad en general, basado en fundamentos ideológicos firmes y en creencias de desarrollo humano y social (De La Cuesta, M. 2003. a).

Este comportamiento socialmente responsable es necesario traducirlo en variables medibles a través de indicadores, preferiblemente cuantificables.

Entre los criterios que se utilizan para medir y evaluar dicho comportamiento podemos citar los siguientes:

- Criterios económicos y de gestión
- Criterios sociolaborales y de relaciones con la comunidad
- Criterios medio ambientales
- Criterios de exclusión (por ejemplo: derechos humanos, alcohol, pornografía, tabaco, armamentos, etc.)

Muchas de estas informaciones pueden observarse en balances sociales y memorias de sostenibilidad, informes anuales de las empresas, informes medioambientales o encuestas realizadas a las empresas. La idea es elaborar ratios numéricos que permitan la comparación y a última instancia elaborar al menos indicadores cualitativos de forma de poder

6 / Citados por De La Cuesta, M. Op. Cit. 2003.a

reflejar de manera objetiva el mejor comportamiento en cada campo.

Un buen ejemplo de selección de criterios de RSC fue el estudio realizado por la Fundación Economistas sin Frontera (España), en el cual se seleccionaron los siguientes 19 elementos⁷:

1. Datos financieros y negocio
2. Inversiones en Innovación
3. Dirección y Gestión
4. Política sociolaboral
5. Condiciones de trabajo
6. Mujeres-diversidad y situación sociolaboral
7. Discapacitados
8. Obra social
9. Medio ambiente
10. Energía nuclear
11. Manipulación genética
12. Transparencia
13. Defensa y Armamento
14. Vivisección y experimentación con animales
15. Tabaco
16. Alcohol
17. Juego
18. Pornografía
19. Derechos Humanos

Estas evaluaciones deben ser realizadas preferiblemente por entidades independientes o en todo caso a través de los mecanismos de inversionistas individuales o colectivos o cualquiera organización que quiera orientar sus decisiones de inversión de consumo, de acuerdo a sus propios criterios éticos. En Europa existen entidades que realizan estas evaluaciones y ofrecen información y servicios sobre la materia.

Importancia de la Auditoría Social en la medición del comportamiento socialmente responsable de la empresa.

La auditoría social "es un proceso que permite a una organización evaluar su eficiencia social y su comportamiento ético en relación a sus objetivos, de manera que pueda mejorar sus resultados sociales o solidarios y dar cuenta de ellos a todas las personas comprometidas por su actividad"⁸.

La auditoría social permite integrar de manera estructurada diferentes aspectos de la gestión cotidiana de una empresa, (práctica honesta, transpa-

rencia de gestión y armonía con el ambiente exterior), así como llevar al día una contabilidad social. Un aspecto importante del proceso es el dialogo con el conjunto de los grupos de interés: miembros del personal, clientes, comunidad local, accionistas). El principio de base de la auditoría social es "generar un mejoramiento permanente del resultado solidario de la empresa".

Los siguientes principios definen las cualidades que deben reunir una buena auditoría social:

- *Perspectiva múltiple*: Incluir el punto de vista de todos los comprometidos con la auditoría de la empresa.
- *Completa*: Debe cubrir todos los aspectos del resultado social y ambiental.
- *Compartida*: En relación a otros periodos y otras organizaciones.
- *Regular*: Un proceso de largo alcance
- *Controlada*: Por entes externos
- *Publica*: Los informes deben ser publicados y comunicados.

Según De La Cuesta, M. (2003. a) la auditoría social es un proceso que permite determinar si una empresa es socialmente responsable y el mismo pasa por dos fases: a) la normalización: elaboración y difusión y aplicación de normas de RSC; b) la certificación que consiste en el proceso y resultado mediante el cual una agencia independiente garantiza que la empresa está sujeta a la norma o estándar. En este caso la certificación se denomina Social Screening o Social Rating.

Actualmente existen unas 225 normas de RSC y en varios foros se insiste en la necesidad de homogeneizarlas y reducirlas a una sola ISO de carácter universal.

BIBLIOGRAFÍA

Ávila, M. (2002). *Auditoría Social*. II Congreso Centroamericano de Profesionales Universitarios. Honduras.

Comisión de las Comunidades Europeas (2002). *La Responsabilidad Social de las Empresas: Una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. Bruselas.

De La Cuesta, M. (2004 b). *El Porqué de la Responsabilidad Social Corporativa*. Boletín Económico del ICE N° 2813.

De La Cuesta, M. y Galindo, A. (2005). (Coords.). *Inversiones Socialmente Responsables*. Universidad Pontificia de Salamanca, España.

De La Cuesta, M. y Rodríguez, L. (2004 a). (Coords.). *Responsabilidad Social Corporativa*. Universidad Pontificia de Salamanca, España.

De la Cuesta M. y Valor, C. (2003 a). *Responsabilidad Social de la Empresa: Concepto, medición y desarrollo en España*. Boletín Económico de ICE N° 2755.

Economistas Sin Fronteras. (2003). *Evaluación de La Responsabilidad Social de la Empresa Española*.

ESADE. (2003). *Observatorio de la Inversión Socialmente Responsable en España*.

7 / Economista sin frontera (2002) Evaluación de la responsabilidad social de la empresa española. Madrid

8 / Zadek, S. y Raymard, P. et. al. New Economic Fundatium.

Hollenhorst, T. y Jonson, C. (2003). *Herramientas Sobre Responsabilidad Social Empresarial*. Red Puentes. www.ifpeople.net.

Mauri, H. (2005). *Lineamientos para la Responsabilidad Social de la Empresa*. Cambio Cultural. Argentina.

Milberg, A. et al (2001). *Revisión de la Responsabilidad Social Empresarial en Argentina*.

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. (2004). *I, II y III Sesión de Trabajo de Foro de Expertos en Responsabilidad Social Empresarial*. España.

Perdiguero, T. (2003). *La responsabilidad Social de las Empresas en un Mundo Global*. ANAGRAMA.

Pizzilante, I. (2004). *El Gobierno Corporativo y la Realidad Latinoamericana. Razón y Palabra*. México.

Rebelión. *¿Responsabilidad Social de la Empresa o Control Democrático de las Decisiones Económicas?*. www.portalnoticiaspositivas.com.

Rodríguez, J. (2003). *El Gobierno de la Empresa: Un enfoque alternativo*. AKAL. Economía Actual.

Sánchez, P. (2002). *Los Fondos de Inversión Éticos y su Dimensión Ecológica: Herramienta para un desarrollo sostenible*. Universidad de Alcalá de Henares.

San Martín, S. (2001). *Instrumentos Financieros Éticos y Socialmente Responsables, Metodología de Evaluación del Comportamiento de las Empresas Españolas*. Economistas sin Fronteras – UNED.
