

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA PERSPECTIVA DE LOS AUTORES”.

Autor: Dorlan Ortega
dolan.rtg@gmail.com

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad social empresarial

RESUMEN

La Responsabilidad Social se inicio en el siglo XX a raíz de importante crisis en empresas multinacionales ante el manejo poco ético de los negocios. Bajo esta perspectiva, se puede acotar que en el mundo actual se vive una innumerable cantidad de transformación en todos los niveles, a saber: lo político, social, cultural, y económico; en ese sentido las organizaciones no pasan sin ser parte en toda esta transformación. Dar nuevas y mejores alternativas en ellas, requiere un conjunto de nuevas formas eficientes y efectivas de trabajo, con un plan y objetivos bien definidos. Una organización no es un ente aislado, cuyo único fin es su crecimiento económico, sino un ente social, responsable de su quehacer y las consecuencias de sus actos productivos, por tal razón debe contar con políticas sociales alineadas con su misión, visión y valores que van íntimamente relacionadas con su cultura organizacional. Por consiguiente, la Responsabilidad Social Empresarial es el conjunto de obligaciones inherentes a la libre apertura de una condición cuya fuerza vinculante proceden de la íntima convicción social

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, A AUTHORS 'PERSPECTIVE'

Author: Dorlan Ortega
dolan.rtg@gmail.com

KEYWORDS

Social responsibility

ABSTRACT

In today's world there is an innumerable amount of transformation at all levels, namely: political, social, cultural, and economic; In this sense, organizations do not pass without being part of this transformation. Giving new and better alternatives in them requires a set of new efficient and effective forms of work, with a well-defined plan and objectives. An organization is not an isolated entity, whose only purpose is its economic growth, but a social entity, responsible for its work and the consequences of its productive actions, for this reason must have social policies aligned with its mission, vision and values that are intimately related to their organizational culture. Social responsibility began in the 20th century as a result of an important crisis in multinational companies faced with the unethical management of business.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, la gerencia moderna ha entendido el valor estratégico que tiene la Responsabilidad Social que va más allá de una simple acción de caridad, es una decisión estratégica que permite participar en el proceso de desarrollo de los países. Hoy, la Responsabilidad Social se halla institucionalizada, a través de distintos organismos alrededor del mundo y puede ser considerada como una manera sólida de sustentabilidad que deben tener las diferentes organizaciones. La RSE no es estática y seguirá cambiando y nuevos acontecimientos habrán de sumarse a esta línea de tiempo que pretende ser un esfuerzo sintético de Expok por marcar en un documento cronológico, algunos de los muchos hechos que han forjado esta nueva visión del quehacer empresarial. Esta va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas dando por supuesto, su respeto o estricto cumplimiento. La responsabilidad

social está ligada con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícil que una empresa alegara actividades de responsabilidad social si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

La RSE puede aportar beneficios directos y garantizar la competitividad a largo plazo de la empresa. En este contexto, en los últimos años han surgido otros motivos para que a las empresas les resulte ventajoso ser responsables socialmente como: la presión de los clientes, de las comunidades locales, de bancos, de inversores y por parte de las aseguradoras. Una Empresa Socialmente Responsable tiene una amplia variedad de acciones en materia de RSE, dentro del marco de los tres grandes campos que la teoría del desarrollo sostenible ha elaborado el "Esquema de la Responsabilidad Social Empresarial" que contempla los siguientes aspectos: Entorno Social, Entorno

Económico y Entorno Medio ambiental.

Por lo tanto, el ensayo pretende delinear aporte sobre la Responsabilidad social de tal forma que puedan promover una economía respetuosa de la persona humana, donde ésta permanezca como el principal centro de atención para lograr que las empresas sean verdaderamente altamente productivas y generadoras de valor económico agregado, más justas y más humanas.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA PERSPECTIVA DE LOS AUTORES”.

La responsabilidad social corporativa (RSC) también llamada responsabilidad social empresarial (RSE), se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. El sistema de evaluación de desempeño conjunto de la organización en estas áreas es conocido como el triple resultado.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un corriente mundial de carácter plural, que ha ido cobrando fuerza y forma paulatinamente. Es un novedoso paradigma de gestión organizacional, centrado en los impactos que la organización genera a corto y largo plazo, en las áreas social y medioambiental los cuales influyen en los grupos internos y externos de interés de las empresas (skateholders).

Sus principales instrumentos de gestión tienen poco más de una década de existencia, uno de los más importantes es el Global Reporting Initiative (GRI), organización basada en la red que fue pionera en la sostenibilidad y ha sido el marco de presentación de informes más utilizado en el mundo. Sus objetivos principales incluyen la incorporación de divulgación sobre el desempeño ambiental, social y la gobernabilidad.

Esta va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. Bajo este concepto de administración

y de gestión se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos exponentes en la actualidad son las empresas de Economía social, por definición Empresas Socialmente Responsables.

La importancia creciente de la RSE ha venido desarrollándose a partir de los años sesenta y adquiere mayor relevancia a partir de los ochenta, cuando las empresas comienzan a tener plena conciencia del impacto social que pueden tener y de los costes que pueden tener sus actuaciones en el entorno en el que se desenvuelven. La RSE se dirige a promover prosperidad y mejor calidad de vida.

En otras palabras, la responsabilidad es un estado de consciencia. Solo se es responsable como empresa, cuando se es consciente y solo se es consciente cuando se posee la información, me refiero al conocimiento del impacto que genero a partir de aquello que hago o dejo de hacer como empresa. Hay quien cree que tener programas y proyectos sociales dentro de la organización, la hace responsable; y va más allá, son los procesos de gestión, la forma como se toman las decisiones y la consciencia que tenemos del impacto de ellas; estos son los que hacen una empresa socialmente responsable”.

Basándonos en lo antes establecido, la responsabilidad social corporativa es el conjunto de obligaciones inherentes a la libre asunción de un estado o condición, aun no tipificado por el ordenamiento jurídico positivo, pero cuya fuerza vinculante y previa tipificación proceden de la íntima convicción social de que su incumplimiento supone la infracción de la norma de cultura.

Otra forma de ver a la responsabilidad social, obedece a la forma de gestión, que se define por la relación ética de la empresa con los accionistas, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el respeto de la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

La RSE se puede manejar en dos dimensiones, la interna que contempla a la empresa desde el interés social y por lo tanto tiene que ver con los aspectos claves de la gestión de los recursos humanos y de la seguridad laboral, como también la externa, referida a las acciones que tiene la empresa con sus agentes externos y entorno social, ya que esta permite las interrelaciones con sus cliente, proveedores, entre otros.

De acuerdo a lo establecido por Carroll (1991), explica que es posible distinguir al menos cuatro tipos de acciones en responsabilidad social que gestionan las empresas: **Responsabilidades Económicas:** Busca la rentabilidad para los accionistas, entregar buenos trabajos a los empleados y producir productos

de calidad para los clientes.

Responsabilidades Legales: se basa en cumplir las leyes y las reglas del juego preestablecidas.

Responsabilidades Éticas: Abarca la moral de la empresa realizando lo que es correcto y justo, evitando generar daños a terceros. **Responsabilidad**

Filantrópica: Trata de las contribuciones voluntarias a la sociedad, dándole tiempo y dinero como una buena obra.

Por otro lado, Lantos (2001) estudia cuatro focos de compromiso de recursos en actividades de responsabilidad social: **Visión de generación de ganancias como fin único:** esta visión está enmarcada en el ámbito económico de la RSE, en donde la generación de ganancias es el fin único de la empresa y su único deber con la sociedad es respetar las leyes vigentes (normas explícitas). Aquí la idea es generar el máximo de utilidades mientras se respeten las leyes. **Visión de generación de ganancias en un ámbito limitado:** también es una visión económica de la RSE, pero además de cumplir la ley, la empresa se entiende como una

entidad que respeta tanto las leyes como las normas tácitas dadas por el entorno en que se desenvuelve.

Visión de bienestar social: en esta visión se lleva la ética a un nivel superior, donde la empresa debe estar consciente del daño que puede causar a la sociedad y hacerse responsable de él (gestión de externalidades negativas), integrando en esta visión las relaciones existentes con los diversos grupos de interés de una empresa. **Visión de empresa al servicio de la comunidad:** esta visión corresponde a una concepción altruista donde la empresa debe usar sus recursos de la manera más eficiente con el fin de generar bienestar en la sociedad (derramar beneficios sociales).

Adicional a las estructuras anteriores, se suma una tercera estructuración de la RSE que se caracteriza por su rigurosidad formal y amplio poder explicativo. Esta analiza los distintos trabajos de RSE en torno a cuatro grupos de teorías: *Instrumentales, Integradoras, de Carácter Político, y sobre Ética y Moral.*

Ahora bien, la visión de la empresa respecto a su filosofía, metas y políticas, en el marco de la sociedad ha ido transformándose en la última década. El factor fundamental para este cambio está relacionado con el mayor protagonismo de los consumidores y la fuerza trascendente que opera desde el mercado. En esta era, los productos y sus responsables, son sujetos a un control exhaustivo continuo en función de valores que van más allá de la calidad y eficiencia.

En este criterio interviene de manera sustancial un nuevo concepto que provee y atiende no solo las necesidades propias de un producto / servicio con más ética, el nivel de compromiso de la Empresa con la sociedad es fundamental, siendo ponderado cada vez con mayor incidencia en las expectativas de los consumidores. El nuevo concepto interpreta la estrecha relación del éxito de sus negocios con la percepción del cliente según el grado de compromiso o involucramiento social.

Adicional a estos, la constante Revolución industrial, la sociedad en red, la sociedad del conocimiento y el

establecimiento de una nueva soberanía, hacen que la Responsabilidad social cada día tome cierto auge dentro de las organizaciones y sea visto como una realidad que estas no puedan desligarse de la misma, desarrollando un acercamiento psico-sociológico a la racionalidad.

La construcción social de la realidad del año 1966, sostiene que todo el conocimiento, incluyendo el sentido común, el conocimiento más básico tenido por firme de la realidad diaria, se deriva y es mantenido por las interacciones sociales. Cuando la gente interactúa, comprendiendo que sus opiniones de la realidad están relacionadas, y como ella actúa sobre esta comprensión de su sentido común, la percepción de realidad se refuerza. Puesto que este conocimiento del sentido común es negociado por la gente; caracterizaciones humanas, significado e instituciones sociales se presentan como parte de una realidad objetiva. Es en este sentido que puede ser dicho que la realidad es construida socialmente.

Diversos autores manifiestan que las empresas tienen la necesidad de mantener la armonía entre los diferentes grupos para los cuales actúan (accionistas-comunidad/empleados - consumidores) y deben ser coherentes y equitativos en su actuación hacia ellos. De allí que hayan surgido lo que algunos autores conocen como Stakeholders Strategy Process. “Es un modelo de dirección estratégica que sirve para analizar la importancia de dichos grupos en la consecución de los objetivos marcados”. Guédez, V. (2005).

Estos abarcan los valores corporativos de la empresa (misión, visión y objetivos), y se encuentran formulados desde un enfoque social. Esto lleva a que se observe a los stakeholders como una estrategia comercial a largo plazo, es decir, para obtener beneficios intangibles pero reales, tales como el mejoramiento de la imagen hacia los públicos externos.

Al revisar los métodos utilizados para medir el balance de acción social empresarial, se puede establecer que dentro del proceso de Stakeholders, la

comunidad es el sector más claramente definido y al cual, no sólo se le asignan mayores recursos, sino es la inversión más fácil de medir cuantitativamente. Básicamente, los inicios de la RSE estaban enfocados a atender este sector, primero desde una perspectiva filantrópica y luego con una conciencia más clara de la obligación empresarial hacia la colectividad; de allí la importancia de estudiarlo con mayor detenimiento.

De acuerdo al referencial antes planteado, la responsabilidad social puede analizarse desde las posturas tanto cualitativa como cuantitativa, ya que existe una ausencia de acuerdo desde el punto de vista teórico y práctico sobre el objeto de estudio de la misma. Esta toma las dos vertientes, ya que a través de ella se pueden analizar los factores o criterios que la constituyen, como también se puede medir el estado financiero de la misma que conlleven a resultados categóricos.

Para finalizar, la responsabilidad social es una tendencia gerencial que va más allá de la eficacia en la producción de bienes para generar

rentabilidad y que involucra a las corporaciones en el desarrollo de sus empleados, accionistas, socios comerciales, proveedores y la sociedad. No se trata de meros actos voluntarios de filantropía, sino como una línea estratégica empresarial para participar en el proceso de desarrollo de los países. Esta puede ser entendida como un valor corporativo, ya que busca temas de identidad percibida e internalizada en cada uno de los miembros de la organización. Además indica el deseo de explorar y definir una nueva ruta para la organización. Ese camino comienza por la decisión de que “algo habrá que cambiar”; algunos modos de ser y de hacer deberán modificarse; muchas acciones deberán de limitarse y eliminarse y nuevas habrán de definirse, probarse y establecerse.

REFERENCIAS

Carneiro M (2004). **La Responsabilidad Social Corporativa Interna: la Nueva Frontera de los Recursos Humanos.** Editorial ESIC. España, Madrid.

Manuel (2006). **Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como Ventaja Competitiva, Tesis de Grado, MBA. Magíster en Gestión Empresarial, Departamento de Industrias, Universidad Técnica Federico Santa María. Valparaiso, Chile.**

Méndez Ch (2003). **La Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela.** Graficas Acea. Caracas, Venezuela

Páez, T. (2010) **Responsabilidad Social Empresarial.** XIX Seminario Internacional AISO. Edit. CEC, S.A. Caracas, Venezuela.

Responsabilidad Social Empresarial:
mucho más que una moda
www.cedice.org