

La Responsabilidad Social Empresarial. Ejemplo práctico de gestión ética en y para los negocios

Andrés Grisanti Belandria¹

*Profesor Titular e investigador de la Universidad de Carabobo
Venezuela*

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un tema que ha sido ampliamente abordado en las últimas décadas, pero por la gran cantidad de aristas que se manejan de este importante tópico, no se ha logrado definir una conceptualización que tenga aceptación generalizada. Un aspecto clave en el desarrollo de la RSE es que el vínculo que se dé entre las organizaciones y la sociedad, se fragüe por convicción de las empresas y no que sea producto de imposición de organismos gubernamentales, ya que dejaría de ser voluntaria, y por tanto, no encuadraría como RSE propiamente dicha. Esta investigación presenta los conceptos teóricos básicos y los aspectos claves vinculados con la RSE, ello producto de revisión de investigaciones relacionadas con el tema. La finalidad fundamental del estudio se enfocó en vincular a la RSE con el comportamiento ético y financiero de las empresas, así como su repercusión en la sociedad

Palabras clave: compromiso, ética empresarial, negocios, rentabilidad, RSE

¹ Licenciado en Contaduría Pública y Magister en Administración de Empresas (Universidad de Carabobo). Candidato a Doctor en Ciencias Administrativas y Gerenciales (Universidad de Carabobo). Certified Internal Auditor - CIA, otorgado por The Institute Internal Auditors. E-mail: agrisanti@uc.edu.ve

Recibido: 25/05/2015 - Versión final aceptada: 25/09/2015

Abstract

The Corporate Social Responsibility (CSR), is a subject that has been largely managed in recent decades, but by the large number of edges that are handled on this important topic, is not has failed define a conceptualization that has widespread acceptance. A key aspect in the development of CSR is that link that could occur between organizations and society, is to harden and strengthen enterprises conviction that is not product of imposition of government agencies, since it would be voluntary, and therefore, not framed as CSR itself. This research presents the theoretical basics and the key aspects linked to CSR, this product review of research related to the topic. The fundamental purpose of the study focused on linking CSR to the ethical and financial behavior of firms, as well as its impact on society.

Key words: Commitment, business ethics, business, profitability, CSR.

1. Introducción

El tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), si bien no es un asunto de reciente data, no cabe duda que toma cada vez más relevancia y presencia en el contexto de las organizaciones empresariales, siendo éste un asunto abordado por muchos y sobre el cual no se tiene un consenso generalizado, aunque sí se han identificado las líneas maestras que enmarcan este relevante tópico. Dicho lo anterior, sin embargo, es también cierto que cuando se habla de responsabilidades organizacionales, sería muy cuesta arriba acercarse a este ámbito sin tener que referirse, necesariamente, al comportamiento ético empresarial, otro tema con gran auditorio, pero también de alta complejidad.

La RSE se ha constituido en un motivo de relevancia en el ámbito organizacional, ocupando, de manera paulatina, importante atención en el quehacer de la gestión gerencial de las entidades productivas. Las empresas poco a poco han tomado conciencia de que ya no es suficiente generar ganancias para los dueños de las mismas, sino que también es necesario aportar, en la medida de lo posible, en la mejora del medio social donde se desenvuelve. Ciertamente se está en una

época de grandes adelantos científicos y tecnológicos, todo lo cual ha contribuido a optimizar los índices económicos de la economía global, sin embargo las diferencias entre ricos y pobres se ha ensanchado, no sólo entre países, sino también dentro de las mismas naciones. La importancia de la RSE es una realidad que ya es aceptada en el medio empresarial, pero el tema ha sido manejado en oportunidades de forma no del todo profesional, por lo que puede tender a banalizarse. Muchas empresas e individuos sostienen y toman como tal diversas acciones, como si se tratasen de RSE, cuando más bien son faenas asistencialistas o de mera filantropía, cuestión que no ayuda para darle la prestancia y real importancia que merece un tema tan serio como el de la RSE.

La responsabilidad atañe intrínsecamente a dos vocablos fundamentales: responder y rendir cuentas. Se responde por lo que se hizo o se dejó de hacer, así como también se debe rendir cuentas por las consecuencias de lo que se realizó o dejó de realizarse. (Guédez, 2014). La responsabilidad es ineludible a la conducta ética, ya que supone su relación con el ejercicio libre de una decisión que debe tomar en consideración el efecto que produce en los otros, valorándose muchas veces la responsabilidad a partir de asumir las repercusiones de la irresponsabilidad. Dicho lo anterior, resulta pertinente plantearse entonces las siguientes inquietudes: ¿qué vinculación existe entre la ética y la responsabilidad social empresarial? Las actuaciones socialmente responsables de las empresas, ¿generan beneficios o causan puramente costos adicionales?

Expuesto lo antedicho, la presente investigación tuvo como finalidad adentrarse al estudio de la RSE y la relación con las organizaciones y su entorno, así como reflexionar sobre la importancia del comportamiento ético de las empresas y su conexión con la responsabilidad social. Lo referido, si bien es un tema interesante, es complejo, por lo cual se consideró necesario acercarse y reflexionar sobre las diferentes dimensiones que pueden presentarse en la RSE, de acuerdo a estudios de la materia, en el entendido que es un ámbito aún inacabado y en pleno desarrollo.

2. Las organizaciones, su entorno y la Responsabilidad Social Empresarial

2.1. ¿A cuáles propósitos se debe encaminar la RSE?

Existen diversos y disímiles propósitos en los que los ejecutivos y las organizaciones empresariales resuelven y sustentan acciones relacionadas y vinculadas, o al menos así se asume, con la responsabilidad social. Donaciones a las comunidades que le son aledañas, contribuciones a obras sociales, participación activa en programaciones culturales, colaboración en campañas educativas y de formación social, son algunas, entre otras muchas, que son tomadas, a veces sin razón, como parte de la RSE de las organizaciones. Lo anterior da pie para señalar que en oportunidades, tal vez por desconocimiento, se confunde a la RSE con la filantropía, dado que la filantropía se trata de un término manejado de manera positiva, para referirse a la ayuda que se le da a alguien, persona o institución, sin esperar nada a cambio.

Ahora bien, si en oportunidades lo que se asume como aporte a la sociedad se hace de forma desinteresada, en otras tantas, su motivación al contrario es debida al cumplimiento de obligaciones legales, disminución de riesgos empresariales, gerencia de imagen y reputación corporativa, búsqueda de aceptación del entorno donde se acciona, así como ganarse la legitimidad y confianza social, sostenibilidad del negocio en el tiempo, entre otros; todos fines legítimos, pero que no son desinteresados, aunque esto, por su supuesto, no tiene nada de malo.

Una arista muy vinculada con la práctica de la RSE es la atinente al marco regulatorio que los gobiernos imponen al empresariado en un país. En Venezuela, existe una vasta legislación que obliga a empresas a efectuar acciones de tipo social, que obviamente no son voluntarias; leyes las cuales exigen a las organizaciones efectuar contribuciones sociales de muy diversa índole, tales como la de prevención de drogas, promoción de la ciencia y tecnología, el apoyo al deporte, por citar algunas. Asimismo, han aparecido nuevas obligaciones laborales relacionadas con la alimentación, prevención y medio ambiente de trabajo e

incorporación de personas con discapacidad, y en materia ambiental, casos tales como la ley de gestión de desechos sólidos. Dicho esto, sin embargo, podría sostenerse que no existe una política pública para motivar un comportamiento responsable en el país, ni tampoco se observa modelaje claro de parte de las empresas públicas en esta materia. (Méndez, 2014)

Existe frases utilizadas quizás con buena intención o simplemente como simples slogans, algunas en las cuales se sostiene que no puede haber bienestar económico sin bienestar social, o que si la empresa ignora la sociedad, la sociedad terminará por ignorar a la empresa, pero comoquiera que sea el asunto, que la contribución sea voluntaria u obligada, lo que es cierto es que ello es una realidad. Sobre las finalidades de las contribuciones sociales empresariales, así como si son voluntarias o no, habría que acotar que a fin de cuentas no importa que sean interesadas, no importa que sean obligadas, no importa que sean por defenderse, por sobrevivir o para lograr relaciones armoniosas; lo que importa es que a futuro pasen a la historia de la RSE de este país, por la manera de hacerlas y por el impacto que lograron. (Méndez, ob. cit.).

2.2. Factores económicos y la RSE

La RSE se encuadra dentro de un proceso fortalecido por la serie de valores y principios de quienes se auto-comprometen a trascender el cumplimiento de sus deberes meramente organizacionales, afrontando dificultades de muy diversa naturaleza. Sin la intención de estar dando definiciones de RSE, parece claro, que según estudiosos de la materia, una característica para que la RSE sea considerada como tal, es que sea voluntaria, y si bien, como acotamos en el aparte anterior, las contribuciones empresariales impuestas por ley pueden ser beneficiosas para la sociedad, las mismas no estarían enmarcadas en el ámbito de la RSE.

Sobre lo último anotado señala Bastidas (2010, p.192) lo siguiente: “Un proceso fundamental de la RSE es la inserción activa y voluntaria de los integrantes de una empresa en las acciones sociales promovidas por ellos y facilitadas por los niveles formales de la empresa”. Dicha

voluntariedad resulta ser el fundamento para la búsqueda de bienestar entre ellos mismos y entre ellos y terceros, siendo esto una muestra de ciudadanía en la que se invierten tiempo, esfuerzos y recursos, y que trae como contraprestación la satisfacción de lo logrado. Es claro, como se dijo, que la RSE requiere de tiempo, esfuerzos y recursos, por lo que una importante recomendación es que estas actividades sean debidamente planificadas y controladas para lograr alcanzar los objetivos que se persiguen, cualesquiera que sean estos.

En el discurrir económico de una nación se pueden distinguir esferas económicas claramente diferenciadas, a saber: Economía Social, Economía Pública y Economía de Capital. La primera de ellas, la social, está conformada por individuos que voluntariamente y de manera directa, encaran sus problemas con sus propios recursos, teniendo una constitución y funcionamiento que la distingue de las empresas privadas con fines de lucro. Respecto a las instituciones públicas, estas, a diferencia de las sociedades de capital, tienen, en teoría, como principal fin, la búsqueda del bienestar colectivo, y sus tareas deberían ser de cumplimiento obligatorio por parte de los funcionarios llamados a ejercerlas, por lo que la característica de la voluntariedad para que se considere RSE no aplica.

Por último, y es lo que constituye el propósito de este estudio, se tiene a la economía privada que persigue fin de lucro, entidades que se crean para satisfacer necesidades o solucionar problemas a individuos distintos de quienes las fundan, teniendo como objeto vital estas organizaciones generar ganancias para su supervivencia en el tiempo. Si las compañías no obtienen utilidades, que deben ser siempre lícitas por supuesto, las mismas difícilmente podrán tener repercusiones sociales positivas en la colectividad, por lo que lograr ganancias no debe ser visto como algo malo para la sociedad, tal como se escucha en muchos discursos de tendencia excesivamente socializantes, donde se tilda a los empresarios como un enemigo a enfrentar. A este respecto puntualiza Bastidas (ob. cit., p. 199): “El Común se convence cada día más de que el éxito empresarial pasa por relacionar voluntariamente la maximización de los beneficios económicos con los laborales y con un comportamiento

ético-estratégico ante la sociedad, particularmente en la protección del medio ambiente”.

2.3. La pobreza y responsabilidad empresarial

Las empresas pueden buscar cumplir con la RSE ya bien sea por motivaciones altruistas o quizás por razones más pragmáticas, pero sea como fuere el caso, no es una alternativa válida mantenerse al margen de la situación. A este respecto resulta interesante la reflexión que en este sentido Schaeffler (2003) señala de manera concluyente:

Finalmente, hay otra ecuación económica muy simple que demuestra que los empresarios, al no participar en los esfuerzos de disminuir la pobreza y al no actuar socialmente responsables y bajo normas de ética empresarial, dañan sus propios negocios y ponen en peligro la sobrevivencia de sus empresas. (p. 8)

Sobre lo anterior habría que acotar que, mientras exista exclusión social y pobreza, habrá escasa o ninguna capacidad de consumo de parte de la población, mercados económicos deprimidos, escaso acceso a servicios básicos, desborde de la criminalidad e inseguridad, así como menor capacidad de aprendizaje y competitividad. Con base a lo señalado, seguidamente se muestran dos aproximaciones que han buscado enfocar esta problemática, como lo son los modelos de Base de la Pirámide (BdP) y los Negocios Inclusivos (NI).

2.3.1. Base de la Pirámide

Una realidad incontestable hoy en día, es que en este mundo del progreso económico, tecnológico, educativo, cultural, y en muchas otras áreas, como nunca se había visto en la historia de la humanidad, el número de personas que se encuentran ubicadas en el tramo de la pobreza es realmente alarmante, tanto así que toda esta gente no puede ni debe dejarse al margen de la sociedad, motivo por el cual se han explorado iniciativas para atender a la población que constituye la BdP, esto es, los menos

favorecidos económicamente, a partir de mecanismos de mercado, buscando impulsar modelos de negocios donde las compañías contribuyan con el desarrollo de este importante nicho desde su misión empresarial, generando valor económico y social, sin dejar de lado la rentabilidad.

La BdP vista como consumidora, es un nicho para nada despreciable, el cual hay que valorar como el mercado de las mayorías, con enormes dimensiones y condiciones específicas en su poder de compra. Quienes argumentan a favor de este estrato de bajos ingresos, destacan que se promueve la inversión privada en un sector descapitalizado, se combate el costo de la pobreza, así como se abre un campo positivo para el sector privado, se fomentan innovaciones en las empresas y se contribuye a generar riqueza. (Bigio, 2010). Existe, sin embargo, quienes adversan la realización de negocios con la BdP, cuestionándose que el desarrollo de mercados y negocios con los pobres prevenga o evite posibles impactos negativos sociales, así como también ponen en entredicho la viabilidad económica de estos intentos, argumentando que si es rentable, no es responsable.

Dando por cierto que los negocios con la BdP son viables económicamente hablando, posición que dicho sea de paso compartimos, habría que plantearse qué condiciones requieren las empresas cuando se desea interactuar con la BdP como consumidores. Sobre el particular señala Bigio (ob. cit., p. 155) lo que se apunta de seguida: “Las empresas que desean desarrollar productos para la BdP requieren un proceso de revisión y readecuación del modelo de negocios, apelando a procesos creativos, flexibles y apropiados a dinámica local”. Señalado esto, es menester indicar, sin embargo, que la dirección esencial de los cambios que deben darse se asocia a la modificación de los paradigmas que deben asumir las organizaciones respecto a cómo deben percibir a la BdP, tratando de ver allí un mercado dinámico y distinto, por lo que es necesario reenfocar las actitudes, prácticas y capacidades gerenciales.

2.3.2. Negocios Inclusivos

Otra experiencia interesante de negocios que se hacen con sectores de bajos ingresos, y que resultan ser un paso adelante a los que se hacen

con la BdP sólo como consumidores, son los denominados Negocios Inclusivos (NI). En este sentido las unidades de responsabilidad social en las empresas buscan la posibilidad de producir valor social en la población de menores recursos, sin que ello ocasione pérdida de dinero. Los NI son iniciativas de mercado que son rentables para las empresas y a la vez incorporan a los sectores de bajos ingresos en una cadena de valor, sea como productores, socios, distribuidores o consumidores, de manera tal que mejora sustancialmente su calidad de vida. (Bruni y González, 2010).

Una conducta socialmente responsable no debería perjudicar la rentabilidad de una empresa, y mas bien, si se hace de forma adecuada, la acción social tiene sentido de negocio. Los NI pueden ser iniciativas de mercado que generen rentabilidad para las compañías y que a su vez pueden contribuir de manera significativa en la calidad de vida de los sectores de bajos recursos a través de su asociación a una cadena de valor. En este sentido Bruni y González (ob. cit., p. 153) precisan: “La rentabilidad es el móvil que hace que las empresas inyecten capital a los proyectos y aumenten la escala de operaciones de sus negocios, y esa es justamente la gran fortaleza de los negocios inclusivos exitosos”. En síntesis, la idea es tratar de producir riqueza mutua entre las empresas y la población de los sectores de bajos ingresos, en un proceso en el que las compañías identifiquen cómo generar dentro de este modelo de negocios oportunidades de diversas características para integrar a las comunidades en su cadena de valor.

2.4. Responsabilidad social y reputación empresarial

La base de la RSE debe ser la ética, ya que las organizaciones cuando se comprometen con un desempeño responsable socialmente hablando, se sentirán satisfechas consigo mismas debido a que son bien ponderadas por la sociedad, pudiéndose sostener que la ética es el fundamento de la RSE, y a su vez esta es la manifestación práctica de ella. De acuerdo a esto, podría interpretarse entonces la conciencia ética como la convicción de que no se puede pensar en proceder éticamente, si no

se admite la necesidad de vincular a la empresa con su contexto de espacio y tiempo, tanto en su ámbito interno como externo.

La primera responsabilidad de una compañía debe ser producir riquezas, puesto que sin ellas no es posible hacer frente a otros compromisos. La rentabilidad empresarial es la mejor forma de consolidar su permanencia y sostenibilidad en el tiempo. Si la organización no genera utilidades, sino que sufre pérdidas, no se podrá distribuir nada, ya que las ganancias sí permiten extender el radio de acción empresarial, pero por el contrario, las pérdidas no se pueden distribuir, sino que se sufren, por lo que obtener utilidades es una responsabilidad capital. Si las empresas, dentro de su objetivo de perseguir fin de lucro, descubren y perciben las bondades y beneficios que para el negocio produce la RSE, serán entonces también responsables por sentido de negocio.

La RSE tiene que ver mucho con hacer lo que se dice y decir lo que se hace, por lo que conceptos como la reputación empresarial y la imagen corporativa son importantes tenerlos claros al moverse en este ámbito. Sobre este particular Guédez (2008, p. 196) precisa: “Desde el punto de vista del negocio es más importante tener una buena reputación que actuar de manera ética. Pero resulta que, a mediano y largo plazo, es imposible tener buena reputación si no se es honesto”. Aquí entran en consideración aspectos relativos a las formas y al fondo, ya que si la reputación de una organización es bien ganada, y está avalada por su buen comportamiento, no habría nada que recriminar, pero si la imagen de la empresa se debe más a falsas fachadas que a un adecuado proceder socialmente responsable, la ética de la compañía estaría en una posición de duda evidente.

Con base en lo anotado resulta importante precisar algo más sobre la distinción entre reputación e imagen en la órbita empresarial. La reputación es el resultado de lo que la empresa es, esto es, lo que ha sido y en lo que es en realidad. A este respecto se toma en consideración su historia, su proyecto gerencial y su cultura organizacional, todo lo cual proviene de lo que han sido sus desempeños éticos y sus responsabilidades sociales expresadas en términos de valoración y admiración. Por su parte, la imagen representa mas bien los efectos de

las relaciones públicas, de la comunicación y de la propaganda con el público en general, aludiéndose en este sentido a cómo la empresa es percibida cuando se busca lograr crear una opinión favorable. (Guédez, ob. cit.). Hecha esta referencia, pareciese que lo más apropiado debería ser considerar a la RSE y a la ética empresarial, no como grados consagradorios de una meta definitiva, sino que ambas deben acrecentarse y consolidarse, así como también reorientarse, a lo largo de un camino continuo e ininterrumpido.

3. La ética de las empresas y su responsabilidad social

3.1. La ética en los negocios

La ética empresarial tiene tal nivel de dificultad, que un connotado estudioso de los temas gerenciales como Drucker (2001), sostenía que no existía una ética propia de los negocios ni hace falta tal cosa, ello en el sentido de que la ética de las personas es apropiada para cubrir las situaciones que se les presentan a las empresas. Ciertamente las organizaciones son movidas por las personas, y la ética de estas por supuesto tiene una influencia en el comportamiento que en este sentido tengan las entidades; sin embargo, hay quiénes se atreven a fijar posición sobre la existencia de una ética empresarial. En contraposición a lo anotado, se afirma que la ética empresarial no es, en sí misma, algo distinto de la ética en general, y se puede sostener que en la empresa no es sino la aplicación concreta de los principios objetivos de la ética, para que quienes laboran en el mundo de los intercambios económicos, adquieran hábitos operativos convenientes que les faciliten alcanzar la felicidad, meta última de cualquier persona. (Fernández, 2001).

La ética no debería considerarse como un listado de normativa limitadora de lo que podría, y a veces desearía hacerse, sino más bien es la búsqueda de las condiciones de posibilidad del desarrollo del bien de la persona y de las instituciones en las que se trabaja. Con base en esto, cabría plantearse: ¿tiene justificación la ética empresarial en los negocios?

Esta es una reflexión fundamental que deben afrontar aquellos que estudian a las entidades organizacionales y el proceder de los individuos en estas, ello debido a la aparición frecuente de tensión entre los valores éticos empresariales y la apreciación propia del mundo de cada persona. Este no es un problema de respuesta simple, manifestando Gómez (2010) en la esfera de las posiciones éticas de los individuos, que sería muy fácil la vida si en el ámbito de la moral los humanos coincidiesen con la misma exactitud y la misma necesidad absoluta con que coinciden en el campo de la lógica. Es claro entender que es muy dificultoso que las personas tengan la misma percepción de la moral, el mismo concepto respecto de qué es justo, la lealtad, lo correcto, la honestidad, lo bueno o lo malo. Sobre este contraste entre la ética y la lógica, el mismo Gómez (2001) apunta que siempre que se esté ante una realidad que es de una forma determinada y que no puede ser distinta, la ética está sobrando, ya que en un mundo donde todo efecto tiene una causa y toda causa un efecto, la ética no representaría ser más que un adorno, pero por suerte esto no es así.

La desatención a la ética propicia que se produzcan prácticas de corrupción, especulación y degradación de los individuos y de la sociedad en general, por lo que la ética empresarial no debería ser una opción, sino la única alternativa para asegurar la sobrevivencia. A efectos ilustrativo, es necesario referirse a la paradigmática debacle de la empresa Enron dentro de los escándalos financieros más renombrados ocurridos en Estados Unidos, potencia económica mundial indiscutible, y si bien no fue el primero ni será el último, si fue el caso que cambió la manera de percibir y tratar los fraudes empresariales debido a la gran cantidad de personas e instituciones que se vieron afectadas por el mismo. (Grisanti, 2012).

3.2. La ética de la rentabilidad y la rentabilidad de la ética

Los accionistas, los dueños del capital, si bien son importantes actores en el discurrir de las compañías, tienen como participantes vitales a la directiva y gerencia que los acompaña. En las empresas el poder del día a

día, de la toma de decisiones en negocios y transacciones trascendentes, del rumbo que se fije para las mismas, la mayoría de las veces es ejercido por los directivos y no por los socios de las organizaciones, realidad la cual genera no pocos inconvenientes. Los ejecutivos de las entidades empresariales se ven en la disyuntiva de que para que sus gestiones sean bien evaluadas, los estados financieros de las compañías que lideran deben mostrar buenos resultados económicos, y como ello no siempre es posible, en oportunidades se actúa de manera indebida para alcanzar los logros que de ellos se espera.

Sea como fuere el caso, ya bien sea que la exigencia de la obtención de rentabilidad a toda costa en las empresas, sea por presión de los empresarios o por actuaciones de los ejecutivos, el tópico de las relaciones entre la ética y el negocio es parte de uno de los debates más acalorados que se presentan en el campo de la RSE. En este sentido (Guédez, 2008) se plantea la presencia de visiones diferentes en este debate, las cuales las identifica en tres ejes. Un primer eje está conformado por quienes sostienen que la ética y los negocios son irreconocibles, mientras otros mantienen que la ética es un buen negocio. En otro eje se ubican los que defienden que el negocio es el negocio, en cambio otros plantean que el negocio de los negocios es el valor ético y social, y por último, en un tercer eje, están quienes aseveran que la ética es una cuestión de fachada, maquillaje y propaganda, mientras que en el otro extremo se ubican los que enfatizan que la responsabilidad básica de las empresas es de naturaleza ética y social.

El asunto de la ética y los negocios es como las cosas en la vida, donde las realidades muchas veces no son en blanco o negro, sino más bien de tonos grises, por lo que hay que distinguir matices en algo tan complejo como la ética empresarial. Ciertamente en el mundo de los negocios, la ética no es el negocio propiamente dicho, pero indudablemente es parte de él. La ética por sí misma no asegura lograr el éxito financiero de una empresa, pero al mismo tiempo no será posible lograrlo de manera perdurable dejando de lado las consideraciones éticas, por lo cual podría sostenerse que la ética es un requisito esencial, pero no suficiente, en el mundo de los negocios.

La existencia de la ética empresarial debe tener como razón de ser algo más trascendente que la mera generación de rentabilidad para el bien del negocio, no debiéndose utilizar la misma nada más para alcanzar buenos resultados económicos, sino para intentar darle un sentido de vida a la organización, así como entender las fundamentaciones del esfuerzo personal y colectivo de la compañía con la idea de perseverarse en un proyecto individual y organizacional. Más que de resultados financieros, debería hablarse de beneficios, los cuales son de mayor alcance, ya que abarcan lo humano y lo social.

3.3. Cuando los negocios no son solo negocios

Al abordar temas que relacionan el dinero y su rentabilidad, con las personas, los negocios y las empresas, es necesario acercarse a consideraciones filosóficas y existenciales del valor que se le da al mismo en la sociedad. El dinero desempeña un papel fundamental, ya que éste ejerce una función de intercambio que crea todo tipo de conexiones dentro del entramado económico. De acuerdo con esto, es entonces el dinero flujo conector de la sociedad, convirtiendo la economía monetaria a todo el mundo civilizado en un único círculo económico de intereses recíprocos. (Simmel, 1986). Ciertamente el dinero influye de manera muy importante en la personalidad de los seres humanos y en sus propios valores, convirtiéndose este a su vez en una de las formas esenciales de socialización.

La RSE se debe cimentar en valores éticos y morales, por lo que es fundamental que exista una debida conciliación entre las metas de productividad, competitividad y rentabilidad de una compañía, con el desarrollo cónsono de los individuos que en ella laboran, esto con la finalidad de impulsar la mejoría en la calidad de vida de la comunidad con que se interactúa. Existen empresarios y ejecutivos que defienden procedimientos empresariales rechazables, argumentando que los negocios son solo eso, negocios, pero como se ha reiterado en este escrito, la actividad que despliegan las organizaciones empresariales está sometida a pautas éticas. Schaeffler (ob. cit, p. 25) expresa una firme posición en este sentido al sostener:

Si la ética se encuentra inserta en toda actividad empresarial, no puede ser considerada como un valor agregado sino como un valor componente. Es imposible separar los negocios de la ética y los valores, como si ambos pertenecieran a mundos diferentes, porque la ética pertenece a la misma realidad por cuanto es una dimensión de toda actividad humana.

En verdad, la dimensión ética de las empresas debe comprometer lo fundamental y lo permanente de una organización, debiendo ser un marco propicio para formularse interrogantes trascendentales sobre fines y medios, principios y actitudes, el deber ser y sus imperativos. Tomando en cuenta los estándares éticos que imperan en el mundo de los negocios en los tiempos que corren, resulta pertinente plantearse, y responderse en la medida de lo posible, preguntas tales como: ¿qué clase de formación están recibiendo los ejecutivos en la organización?, ¿la actuación privada debe estar orientado esencialmente a la generación de lucro?, ¿qué fronteras deben regular la libre competencia? Si una compañía no produce ganancias, no podrá sobrevivir y, por tanto, no podrá pensar sobre sus finalidades sociales. De igual forma, si una entidad le da la espalda a la comunidad, no le será posible lograr un adecuado posicionamiento y ganarse una reputación en la sociedad que le asegure su sostenibilidad.

3.4. Gerencia responsable por motivos de negocio

Como se ha anotado ya anteriormente, no se tiene una definición generalmente aceptada de que se entiende por RSE, asunto sobre el cual muchos empresarios no terminan de ponerse de acuerdo. Hay quienes estiman que aportar recursos financieros en planes de caridad, nada tiene que ver con el giro propio de los negocios, sin embargo existen otros que califican las acciones de filantropía como parte de la RSE, independientemente de que sus consecuencias en el rumbo de la organización no sean directamente vinculables con los fines pragmáticos de la empresa. Lo que sí parece claro, es que para que el comportamiento sea considerado como RSE, debe privar la voluntariedad.

Diversas son las respuestas que pueden darse para gestionar, con mayor o menor éxito, las relaciones entre sociedad y empresa, las cuales se pueden agrupar en dos grandes opciones: por un lado las respuestas obligatorias producto de disposiciones emanadas de los gobiernos, y por el otro, las respuestas voluntarias de la empresas (Vidal, 2014). Sobre las respuestas obligatorias, está claro que las mismas no cumplen con la condición de voluntariedad, aunque también es cierto, que aunque sean de manera coactiva, estas acciones pueden generar beneficios en la sociedad. Respecto a las respuestas voluntarias, éstas si deben considerarse como RSE, ello con independencia de la modalidad de como ella se dé.

Las respuestas voluntarias pueden darse por diversos motivos, tal vez para forjarse una reputación o prestigio, o quizás por otras razones, pero el aspecto clave para que la RSE se consolide en el tiempo, es que la misma forme parte de la estrategia empresarial, enfoque en el cual se debe plantear una perspectiva de ganar - ganar, donde la empresa y la sociedad salgan beneficiadas. En estos casos por supuesto, la empresa no dejará de lado su mira de obtener ganancias, pero deberá tomar en consideración cuál puede ser su contribución dentro de su modelo del negocio, para y hacia la comunidad. Este enfoque estratégico de la RSE no es homogéneo en todos los países, y ello dependerá en buen grado del nivel de desarrollo de la sociedad, observándose que, por regla general en las regiones que muestran un desarrollo económico avanzado, las compañías dirigen su mirada en el dialogo con los grupos de interés y el compromiso social se asume como un proceso global que está presente en todas sus operaciones; en contraste, en zonas menos privilegiadas, la RSE se centra en acciones más básicas, como la acción social y el desarrollo comunitario, por citar algunos ejemplos.

Independiente de cómo se dé el enfoque estratégico de la RSE, necesariamente, si se aspira a tener éxito en este sentido, debe formar parte de la estrategia empresarial, en la cual el tren ejecutivo tiene presencia capital. Al respecto Vidal (ob. cit., p. 175) señala: “Para la empresa, la implementación de prácticas relacionadas con el principio de valor compartido va a depender de lo que considera y piense el equipo de

dirección de la empresa”. Las directivas de las organizaciones deben tener claro que las iniciativas de RSE que se motoricen, deben estar en consonancia con las líneas estratégicas del negocio, tanto por el bien de la empresa como de la sociedad.

4. Perspectivas de la RSE

4.1. Las empresas y su responsabilidad ante la sociedad: La RSE y sus variantes

El deber principal de una compañía es que logre ser rentable, ya que sin esa condición, todas las demás metas que se tracen, entre otras la RSE, se verán dificultadas, e inclusive, imposibilitadas de poder llevarse a cabo. La empresa dentro del marco empresarial y jurídico donde se desenvuelva, elaborará bienes o prestará servicios, generará puestos de trabajo, deberá respetar las leyes que corresponda cumpliendo, entre otras obligaciones, con el pago de los distintos tributos fiscales y parafiscales a que haya lugar. Al ser una entidad económicamente viable se estimulará una mayor inversión para seguir creciendo, así como se podrán crear más empleos, se expandirá el mercado, en fin, se creará y reproducirá la riqueza, todo lo cual redundará de manera directa e indirecta en la sociedad. En este sentido Vives (2014, p. 34) puntualiza lo siguiente: “No olvidemos que la primera responsabilidad de la empresa es ser rentable y continuar en marcha, de lo contrario no tiene sentido hablar de responsabilidad de una empresa que no existe o que es precaria”.

Dado entonces como condición *sine qua non* que una entidad para que pueda tener RSE necesariamente debe buscar ser rentable, cabría plantearse bajo qué variantes se puede dar la misma, algunas de las cuales, ya se han indicado en este artículo. Una primera modalidad, quizás la más básica, son las actuaciones de simple filantropía, las cuales se desarrollan sin un plan predeterminado, y por supuesto, sin esperar nada a cambio. Un estadio siguiente sería la calificada filantropía estratégica, que aunque al igual que la anterior no se espera obtener un beneficio

para la organización por ello en términos monetarios, en este caso si se conectan las dádivas que hacen con sus actividades comerciales, como sería por ejemplo hacer donaciones a la comunidad de los productos que se elaboran en la empresa.

Un paso de mayor involucramiento en las contribuciones acabadas de anotar sería la denominada inversión social, en la cual la organización se inmiscuye de manera directa en la administración de las donaciones, como sería el caso, por ejemplo, de gestión de centros educativos suministrando apoyo tecnológico en equipos y software, mantenimiento de las instalaciones, soporte logístico, etc. Esto es un avance en relación a lo referente a la filantropía, sea esta o no estratégica, pero este proceso de involucramiento no es todo lo que pudiese alcanzarse en un compromiso social para con la comunidad, el cual podría darse mediante un mayor vínculo con la colectividad como lo serían los modelos ya mencionados en el aparte 2.3 de este escrito referidos a la Base de la Pirámide (BdP) y los Negocios Inclusivos (NI).

Tal como se indicó en el aparte mencionado, los modelos de la BdP y de NI representan procederes de involucramiento más significativos con la colectividad. Por un lado, en el enfoque de la BdP, se considera y aprecia la comercialización de los productos que elabora la empresa para una importante cantidad de personas, pero sin que la empresa se vea perjudicada económicamente. Por su parte los NI representan un proceso aún de mayor compromiso, ya que en los mismos la organización incorpora de manera activa a la población de bajos ingresos como parte de los negocios propios de la compañía.

Independientemente de cómo se dé el acercamiento, el compromiso con la sociedad, se debe tener presente que la responsabilidad de una empresa no se ejecuta de igual manera en un país desarrollado, con leyes e instituciones avanzadas, al de una que opere en zonas de pobreza con deficiencias legales e institucionales. La actuación tampoco será la misma para una corporación, que para una compañía ubicada en el sector de la pequeña y mediana empresa, así como tampoco la RSE puede desarrollarse como se estilaba en el siglo pasado, en contraste a como es hoy en día, y a cómo será en el futuro. (Vives, ob. cit.)

4.2. Noción ampliada de la RSE: Dimensiones interna y externa

De acuerdo a lo desarrollado hasta ahora, el énfasis que se ha hecho respecto a la RSE es lo atinente a su dimensión externa, pero hay que dejar claro que ella no es la única. A este respecto debe indicarse entonces que (Álvarez y Medina, 2001) la RSE puede clasificarse en dos categorías: interna y externa, siendo la primera dirigida especialmente a los trabajadores a través de programas de capacitación y recreación para ellos y sus familias, estando la segunda categoría, la externa, referida a la comunidad, principalmente a través de acciones filantrópicas, inversión social, donaciones, patrocinios, alianzas estratégicas, así como mediante la creación de fundaciones o asociaciones sin fines de lucro. Sobre este particular, y ahondando un poco más acerca de la esfera interna de la RSE, apunta Schaeffler (ob. cit., p. 33) lo que se copia a continuación:

En su dimensión interna la responsabilidad social empresarial afecta, en primer término, a los trabajadores y hace referencia a la promoción del capital humano en los trabajadores (la gestión de los recursos humanos), a las medidas de seguridad e higiene en el trabajo, así como a la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales.

Sobre la dimensión externa ya se han realizado varias consideraciones, sin embargo hay que recalcar que las compañías forman parte de la economía y colectividad en la cual llevan a cabo sus actividades, y las cuales tienen diversos impactos sobre ellas. La dinámica de las empresas origina consumo, ahorros, inversiones y crecimiento, elementos valiosos en el desarrollo de las comunidades en donde se encuentran al generarse riquezas, de las cuales se beneficiarán sus miembros mediante el desarrollo de las diferentes variantes de la RSE ya estudiadas.

Se ha dicho que la RSE, para que sea tal, debe darse de manera voluntaria por parte de las organizaciones, pero ya que se está hablando de noción ampliada, es menester hacer referencia a algunas disposiciones legales que rigen en Venezuela en que se imponen contribuciones de

obligaciones de índole social, las cuales se calculan sobre los resultados financieros de las empresas. Solo a título ilustrativo, vamos a abordar lo relativo al tráfico y consumo de drogas, así como la del estímulo a las actividades deportivas, con lo cual el gobierno busca que las organizaciones privadas aporten económicamente para costear unos loables fines, pero repetimos, de manera coercitiva y no voluntaria.

La Ley Orgánica de Drogas (2010), tiene por objeto establecer los mecanismos y las medidas de control, vigilancia y fiscalización en el territorio nacional, a que serán sometidos los estupefacientes y sustancias psicotrópicas, estableciéndose en esta disposición legal que las personas jurídicas, públicas y privadas que ocupen 50 trabajadores o más, destinarán el 1% de sus ganancias ante el Fondo Nacional Antidrogas, aporte el cual se asignará para el financiamiento de planes, proyectos y programas de prevención integral y de prevención del tráfico ilícito de drogas. Respecto a la Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física (2011), ella tiene por objeto establecer las bases para la educación física, regular la promoción, organización y administración del deporte y la actividad física como servicios públicos, por constituir derechos fundamentales de los ciudadanos y un deber social del Estado, disponiéndose en esta ley la creación de un fondo nacional para el deporte al cual las empresas deberán contribuir anualmente con un aporte del 1% de su utilidad contable cuando esta supere las 20.000 Unidades Tributarias.

Obsérvese que estas contribuciones, como otras tantas que existen, se fijan precisamente sobre las ganancias de las compañías, lo cual hace que el margen de rentabilidad merme. Sumada a estas contribuciones coercitivas, debe añadirse la existencia de una cuestionable Ley de Precios Justos (2014), la cual tiene entre uno de sus objetos principales la fijación de porcentajes máximos de ganancias, que según este instrumento legal, en ningún caso podrán superar el 30% de la estructura de costos del bien o servicio. A manera referencial, hay que indicar que los índices oficiales de inflación según el Banco Central de Venezuela se ubicaron en los años 2013 y 2014 en el orden del 56% y 69% respectivamente, porcentajes muy superiores a los márgenes de rentabilidad

máximos permitidos, y con expectativas creíbles en los años porvenir, de alcanzar ratios de inflacionarios aún mayores a éstos. Bajo estas circunstancias se está empujando a muchas compañías hacia la descapitalización, e inclusive a la quiebra en los casos más críticos, por lo que en este escenario difícilmente las empresas podrán pensar en fortalecer su papel con respecto a la RSE, así como también las contribuciones sociales obligatorias que se fijan en distintas leyes se podrán en duda en el futuro cercano, ya que organizaciones deprimidas financieramente o en bancarota, no podrán seguir generando riquezas.

5. Reflexiones finales

El contraste de organizaciones empresariales prósperas y sociedades pobres, difícilmente logrará seguir de la mano por mucho tiempo más, ya que llegado el caso de darse situaciones extremas, como ya de hecho ocurre en muchos lugares de este mundo globalizado, los deterioros económicos y sociales contribuirán a perfilar un horizonte de profundas modificaciones en los patrones de inserción social empresarial. Independientemente del modelo económico que prevalezca en una nación, los actores privados y públicos, por instinto de conservación, van a tener que tratar de conciliar sus diferencias e intentar ponerse de acuerdo en las líneas más trascendentales, debiéndose enfatizar en este sentido (Jarrín, 2010), que mientras no se logre alinear en sus fines últimos al sector político y al sector empresarial, será la sociedad la que pague la factura de la incomprensión, en este caso, con un deterioro progresivo del poder de compra, del abastecimiento y de la calidad de vida en general.

Los gobiernos, vistas las grandes tensiones sociales que tienen que enfrentar, han querido endosar parte de sus responsabilidades al sector privado mediante la imposición de contribuciones obligatorias a las empresas, pero esta vía unilateral no luce ser el camino, ya que no parece ser que mediante más controles se alcanzarán soluciones definitivas a la problemática social. Por su parte, si bien es cierto la RSE es necesaria y bienvenida, además de no ser producto de la coerción, ella por sí sola no es una opción suficiente para erigirse en factor

de transformación social. Lo planteado quizás podría sintetizarse con la siguiente ecuación: Las empresas deben generar riquezas, el Estado encargarse de distribuirlas y la sociedad de preservarlas.

Para que la RSE tenga una base firme debe soportarse en el carácter ético de las empresas, y éste se edifica de adentro hacia afuera y de afuera hacia adentro, debiéndose tener presente que las fortalezas y debilidades internas de la organización están directamente relacionadas con las oportunidades y amenazas que se presenten. La búsqueda del lucro es un fin que no se puede dejar de lado, pero muchas empresas han advertido que sus puntos máximos de satisfacción no culminan con la repartición de dividendos a los socios ni con la distribución de utilidades a los empleados, sino que provienen de las gratificaciones superlativas de la resonancia de las contribuciones al bien común en todas sus escalas en la calidad de vida. (Guédez, 2004).

Como consideración de cierre cabría plantearse ¿es la RSE urgente o importante?, para lo cual resulta útil apoyarse en principios gerenciales aplicados por gente altamente efectiva. (Covey, 1996). Lo urgente significa aquello que necesita atención inmediata, ahora, en este momento, asuntos sobre los cuales se reacciona. Por su parte lo fundamental, de acuerdo a Covey, cuya posición suscribimos, lo importante es el corazón de la gerencia efectiva, ya que trata de metas de largo alcance, que necesitan de mucha preparación y ejercitación, asuntos que se saben hay que hacer, pero suelen eludirse porque no se consideran urgentes. Anotado lo anterior, entonces, y con la intención de fijar posición sobre el cuestionamiento hecho, en nuestro criterio, definitivamente la RSE es importante por los múltiples y trascendentales aspectos que comprende, asunto el cual debe ser atendido en las organizaciones en toda la dimensión que se merece.

Bibliografía

Álvarez, M. y Medina, A. (2011). Balance en términos de responsabilidad social empresarial en las grandes empresas manufactureras del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. *Revista Visión Contable*, N° 9, septiembre, pp. 11-31.

- Banco Central de Venezuela (2015). Información estadística: Índice Nacional de Precios al Consumidor. Recuperado el 8 de abril de 2015, de <http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp>
- Bastidas, O. (2010). *Los tres sectores económicos y la Responsabilidad Social Empresarial*, en Responsabilidad Social Empresarial: Visiones Complementarias. Hacia un modelaje social (Víctor Guédez, compilador). Caracas: Alianza Social Venamcham.
- Bigio, V. (2010). *Los Negocios Inclusivos y la RSE puntos de encuentro y diferencias*, en Responsabilidad Social Empresarial: Visiones Complementarias. Hacia un modelaje social (Víctor Guédez, compilador). Caracas: Alianza Social Venamcham.
- Bruni Celli, J. y González R. (2010). *RSE y negocios inclusivos*, en Responsabilidad Social Empresarial: Visiones Complementarias. Hacia un modelaje social (Víctor Guédez, compilador). Caracas: Alianza Social Venamcham.
- Covey, S. (1996). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*, (Jorge Piatigorsky, Trad.). Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Drucker, P. (2001). *La Gerencia: Tareas, Responsabilidades y Prácticas*. Buenos Aires: Ed. El Ateneo.
- Fernández, J. (2001). *La ética en los negocios*. Barcelona, España: Edit. Ariel Sociedad Económica.
- Gómez, E. (2001). *Atenas y Jerusalén*. Caracas: Editorial Panapo.
- Gómez, E. (2010). *¿Qué es lo humano en ti?* Caracas: Editorial CONINDUSTRIA.
- Grisanti, A. (2012). La verdadera historia de un fraude. *Revista Información Financiera, Gerencia y Control*, Año 2. N° 4, pp. 127-142. Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela.
- Guédez, V. (2004). *La ética gerencial, Instrumentos estratégicos que facilitan decisiones correctas*. (3ª. ed.), Caracas: Editorial Planeta.
- Guédez, V. (2008). *Ser Confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial*. Caracas: Editorial Planeta.
- Guédez, V. (Comp.). (2014). *La RSE en perspectiva. Ideas para un diseño, implantación, desarrollo y evaluación*. Caracas: Alianza Social Venamcham - Fundación BBVA Provincial.

- Jarrín, A. (2010). *RSE integrada al negocio y orientada a valores*, en Responsabilidad Social Empresarial: Visiones Complementarias. Hacia un modelaje social (Víctor Guédez, compilador). Caracas: Alianza Social Venamcham.
- Ley Orgánica de Drogas* (2010). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 39.546, noviembre 5, 2010.
- Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física* (2011). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 39.741, agosto 23, 2011.
- Ley Orgánica de Precios Justos* (2014). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 40.340, enero 23, 2014.
- Méndez, C. (2014). *¿Hacia cuáles finalidades se orienta la RSE?*, en La RSE en perspectiva. Ideas para un diseño, implantación, desarrollo y evaluación. (Víctor Guédez, compilador). Caracas: Alianza Social Venamcham - Fundación BBVA Provincial.
- Schaeffler, K. (2003). *Pobreza y Responsabilidad social del empresario*. Caracas: Fundación Konrad Adenauer.
- Simmel, G. (1986). Sociología: Estudios sobre las formas de socialización. Vols. I y II. Madrid: Editorial Alianza.
- Vidal, I. (2014). *Gestión responsable por razones de negocio*, en La RSE en perspectiva. Ideas para un diseño, implantación, desarrollo y evaluación. (Víctor Guédez, compilador). Caracas: Alianza Social Venamcham - Fundación BBVA Provincial.
- Vives, A. (2014). *La responsabilidad de la empresa ante la sociedad: La RSE y sus variantes*, en La RSE en perspectiva. Ideas para un diseño, implantación, desarrollo y evaluación. (Víctor Guédez, compilador). Caracas: Alianza Social Venamcham - Fundación BBVA Provincial.