



Cuadernos Latinoamericanos de
Administración

ISSN: 1900-5016

cuaderlam@unbosque.edu.co

Universidad El Bosque
Colombia

Wagenberg, Alan

LA NARRATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Cuadernos Latinoamericanos de Administración, vol. II, núm. 2, enero-junio, 2006, pp. 113-120

Universidad El Bosque

Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634344008>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



LA NARRATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Alan Wagenberg¹

RESUMEN

El objetivo principal de este documento es crear un espacio de reflexión acerca de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Mas allá de ofrecer una definición concreta sobre este concepto, el documento explora como la RSE esta fuertemente vinculada a procesos culturales e históricos y, por ende, depende de los valores morales que se encuentran en su entorno. Por esta misma razón, el autor argumenta que este concepto debe de ser promovido y desarrollado con precaución y gran madurez.

Palabras Claves: Empresa, Responsabilidad Social Empresarial, Ética, Gestión Empresarial, Derechos Humanos, Transparencia

ABSTRACT

The purpose of this document is to create a space for reflection on Corporate Social Responsibility (CSR). Moving beyond a specific definition, this document argues that CSR is embedded in cultural and historical processes. and, therefore, suggests that CSR can not be separated from the surrounding moral values. For this same reason, the author argues that this concept must be approached with prudence and maturity.

Key words: Business, Corporate Social Responsibility, Enterprise Management, Human rights, Transparency

LA NARRATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En la última década, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha recibido mucha atención y acogida a nivel mundial. Por una parte, las empresas perciben la RSE como una estrategia de gestión, la cual les permite generar valor haciendo el "bien". A cambio, la empresa recibe beneficios como una mejor reputación, reducción de riesgo y costos, sostenibilidad a largo plazo, acceso a mercados

éticos y retención de capital humano. La compañía brasilera de cosméticos Natura, por ejemplo, basa su gestión en un desarrollo sostenible y manteniendo una relación ética y transparente con sus "stakeholders" (colaboradores, proveedores, comunidades, consultores, consumidores, gobiernos, sociedad y accionistas). Esta empresa lleva adelante diversas acciones en el área social y tiene un departamento dedicado para ello. Como resultado, ha recibido centenares de premios nacionales e internacionales y en el 2005 generó un retorno operativo del 24,7%².

¹ Alan Wagenberg, tiene grado en Administración de Empresas de Babson College y una Maestría en Comunicación, Cultura y Tecnología de Georgetown University. Recientemente ejerció el cargo de Coordinador de la Red Universitaria de Ética y Desarrollo Social del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

² Natura. Informe Anual, 2005.



Por otra parte, los gobiernos y la sociedad civil acuden a la RSE para involucrar al sector privado en la lucha contra las injusticias sociales. En el libro *Multinationals Under Fire* (Multinacionales Bajo Fuego), Ingo Walter y Thomas Gladwin narran como las corporaciones eventualmente son forzadas a involucrarse en conflictos entre países, particularmente cuando se trata de derechos humanos³. Los autores describen como los gobiernos y la sociedad civil imponen mecanismos como "boicotts" y embargos comerciales para lograr que los países lleguen a resolver

sus conflictos. Durante la época del apartheid en Sudáfrica, por ejemplo, las multinacionales se vieron forzadas a intervenir en la desestabilización del régimen al ser presionadas por varios gobiernos, universidades y organizaciones, quienes retiraron sus inversiones en estas compañías. Esto forzó a que las multinacionales decidieran adoptar un código de conducta para los derechos humanos y la igualdad de oportunidades, llamado los "Principios Sullivan" (ver tabla 1). Al no producirse los resultados esperados, las compañías debieron retirarse del país.

Tabla 1. Los Principios Sullivan (1977)

1. La no discriminación racial en los puestos de trabajo.
2. Igualdad en las prácticas de empleo.
3. Igualdad en la retribución salarial.
4. Desarrollo de un programa de entrenamiento laboral para trabajadores negros y de color.
5. Incremento del número de empleados negros y de color en puestos de dirección.
6. Promoción de la calidad de vida de los trabajadores negros y de color en sus domicilios particulares.
7. Buscar la eliminación de leyes y costumbres que impidan la justicia social, económica y política. (Agregada en 1984).

Adicionalmente, con el surgimiento de la RSE, las compañías se ven obligadas a obtener una "licencia social" para poder operar en países en vías de desarrollo. Esta licencia, según la red estadounidense Business for Social Responsibility (BSR), esta conformada por cuatro requisitos: 1.) La empresa debe de mantener informado a la comunidad sobre sus operaciones. 2.) La empresa debe comunicar la información necesaria según las necesidades de la comunidad local. 3.) La comunidad debe de tener la oportunidad de participar en las decisiones que la afectan. 4.) El proyecto debe ser llevado a cabo teniendo en cuenta un desarrollo sostenible. Aquellas empresas que han ignorado estos requisitos han tenido que confrontar serios problemas. Shell y los derrames de petróleo en Nigeria, Nike y el uso de mano de obra infantil y Monsanto y la producción de químicos contaminantes son sólo algunos casos por mencionar. Como caso

más reciente en Colombia, cabe destacar el caso de Coca-Cola y su presunto vínculo en la muerte de varios miembros del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria de Alimentos (Sinatrainal). Actualmente existe una campaña internacional - que incluye una demanda legal en Estados Unidos contra esta empresa - en favor de la protección de los trabajadores y la compensación a las familias de los sindicalistas asesinados. Esta campaña, la cual comenzó el 22 de julio de 2003, ha resultado en la cancelación de contratos de exclusividad por parte de 23 universidades norteamericanas como forma de protesta⁴.

Sin embargo, a pesar de sus grandes beneficios, la RSE permanece ligada a procesos culturales e históricos y, por ende, depende de los valores morales que se encuentran en su entorno. Aunque la definición de este concep-

³ Gladwin, Thomas, Walter, Ingo. *Multinationals Under Fire*. Nueva York: John Wiley & Sons Inc, 1980.

⁴ Sitio web de la Campaña Internacional en Contra de Coca-Cola. Disponible en: <http://killercoke.org/>



to continua siendo debatida, la RSE puede ser definida como la "contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida". (Fundación PROhumana⁵). BSR la define un poco diferente: "la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa". Mientras que el gobierno inglés la describe como un conjunto de acciones de carácter voluntario que puede tomar la empresa para cumplir e ir más allá de sus obligaciones legales⁶.

Estas tres definiciones son sólo una muestra de lo confuso que puede llegar a ser la narrativa de la RSE. Parte de esta confusión puede ser explicada a través de un cambio de expectativas que tiene la sociedad sobre el sector privado. Hoy en día, varias encuestas revelan que la sociedad piensa que las empresas tienen un rol mas allá de solo generar ingresos y ganancias. Más aún, una encuesta realizada por McKinsey Quarterly Global Survey, encontró que cuatro de cada cinco empresarios alrededor del mundo también cree que la empresa tiene una responsabilidad social adicional a la de producir ganancias⁷.

¿Por qué surge este cambio de expectativa? Al fin y al cabo no fue hace mucho que el Premio Nobel Milton Friedman argumentaba que la única responsabilidad de la empresa era maximizar la rentabilidad de sus accionistas⁸. Gilbert Lenssen y Volodja Vorobey utilizan las teorías de contrato social, legitimidad y grupos de interés (stakeholders) para dar una respuesta a este interrogante⁹. Según la teoría de contrato social, existe un acuerdo implícito en cada sociedad que establece la relación entre el Estado, la sociedad y el sector

privado. Este contrato social moldea lo que se espera de la comunidad y especifica también la forma en que la sociedad debe involucrarse. Aunque esta teoría ayuda a identificar las reglas de juego de una sociedad, esta no explica como la empresa opera en este entorno. Es por eso que se debe acudir a la teoría de legitimidad, para describir como las decisiones de las empresas deben de ser validadas de acuerdo al contrato social. Como resultado, el sector privado debe de ganar, mantener y reparar su legitimidad alineando sus acciones con las percepciones de la sociedad. Es así que una empresa debe mantener una comunicación clara y consistente con el fin de transmitir sus intenciones. Para lograr esto, debe de acudir a los grupos de interés de manera de poder validar sus acciones. Entre 1980 y 1990, por ejemplo, la publicación voluntaria de balances sociales y ambientales aumento del 10% al 70% de las empresas encuestadas¹⁰. Otro análisis elaborado por la consultora KPMG también indica que los informes de RSE han estado aumentando significativamente desde 1993. De acuerdo a este estudio, en el 2005, 52% de las 500 empresas más grandes de Estados Unidos habían publicado algún tipo de informe sobre RSE¹¹.

Estas teorías ofrecen una explicación en como la dinámica entre las diferentes instituciones sociales evolucionan a través del tiempo. Sin embargo, no queda claro por que existe una demanda por la RSE. El escenario político y económico actual ha creado un crecimiento y una riqueza sin antecedentes. Desafortunadamente esto se ha logrado al costo de una mayor inequidad social. Según un informe elaborado en el 2005 por las Naciones Unidas, en 53 países (los cuales comprenden el 80% de la población mundial) la inequidad ha incrementado, mientras que solo en 9 países (con 4% de la población mundial) la inequidad ha

⁵ Sitio web de la Fundación PROhumana. Disponible en: http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=13&Itemid=90&limit=6&limitstart=12

⁶ Sitio Web del Ministerio Británico de Responsabilidad Social Empresarial. Disponible en: <http://www.societyandbusiness.gov.uk/index.shtml>

⁷ "The McKinsey Global Survey of Business Executives: Business and Society." Enero de 2006.

⁸ Friedman, Milton. "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". The New York Times. Septiembre 13 de 1970.

⁹ Lenssen, Gilbert, Vorobey, Volodja. "The Role of Business in Society in Europe". *Corporate Social Responsibility Across Europe: Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship*. Ed. Habish, Andre, Schmidpeter, Rene, Jonker, Jan, and Wegner, Martina. Berlin: Springer-Verlag, 2004.

¹⁰ Gray, R.H., Kouhy, R., Lavers, S. "Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure." *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8, No. 2. 1995. Pgs. 47-77.

¹¹ KPMG. "KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting." Holanda, 2005. Disponible: http://www.kpmg.com/Rut2000_prod/Documents/9/Survey2005.pdf



desminuido¹². Al mismo tiempo, la liberación y globalización de los mercados han aumentado la competencia entre las compañías forzándolas a buscar medios de producción de bajo costo. Mientras tanto, la creciente ausencia del Estado ha resultado en menos gasto social y mayor descontento.

Estas consecuencias negativas han llevado a muchos a cuestionar el modelo económico predominante y ha resultado en la creación de nuevos movimientos sociales que utilizan los derechos humanos y la justicia social en su narrativa. Al mismo tiempo que critican la globalización, estos movimientos sociales han aprendido a aprovecharla para promover su propia agenda. Caracterizados por el uso de sofisticadas redes internacionales, tales movimientos sociales despiertan interés por sus causas utilizando y criticando marcas multinacionales. En su libro *No Logo: El Poder de las Marcas*, Naomi Klein describe este proceso: "Lentamente, un sinnúmero de organizaciones no gubernamentales y grupos de intelectuales progresivos han desarrollado una estrategia política que reconoce que las marcas multinacionales, debido a su importante perfil, pueden resultar siendo más influyentes que los mismos políticos"¹³.

Otro fenómeno que ha adquirido popularidad es el establecimiento de alianzas y sociedades entre el sector privado y las Organizaciones no Gubernamentales (ONGs) internacionales. Tal es el caso de de Amnistía Internacional y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Estos grupos trabajan con las empresas en la elaboración de códigos de ética, guías prácticas, e indicadores. También investigan y difunden mejores prácticas y han creado mecanismos para monitorear y evaluar el impacto de la empresa en comunidades vulnerables. El Pacto Mundial, por ejemplo, es una iniciativa que reúne a diversas empresas con el sector

terciario, con el objetivo de comprometerlos de forma voluntaria, a trabajar hacia el cumplimiento de diez principios en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y transparencia (ver tabla 2). Su fin es "promover la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita la conciliación de los intereses y procesos de la actividad empresarial, con los valores y demandas de la sociedad civil"¹⁴. Creada en el 2005, hoy en día cuenta con la participación de más de 2.500 empresas de 90 países. Por su parte, Amnistía Internacional cuenta con un programa cuya misión es promover el respeto a los derechos humanos en las corporaciones.

En resumen, debido al debilitamiento del Estado y el aumento de poder de las multinacionales, la sociedad civil cada vez más exige mayor transparencia y responsabilidad del sector privado. No obstante, la falta de consenso sobre el significado de la RSE puede resultar en desacuerdo sobre que es exactamente lo que la sociedad espera de esta. Un estudio comparativo sobre la RSE realizado en cuatro países Europeos resalta este problema. Nigel Roome, el autor de este estudio, encontró que factores sociales, políticos y ambientales influyen en el desarrollo de la RSE. Concluye que "lo que constituye una buena práctica de responsabilidad social empresarial en un país o entorno, no necesariamente puede ser considerado igual en otro país"¹⁵. Otro investigador, Jean-Pierre Segal, ofrece aún mayor evidencia sobre la complejidad del tema¹⁶. Segal describe como los ciudadanos Británicos tienden a percibir la RSE como una herramienta de competitividad y rentabilidad. En Alemania, el enfoque es centrado en la comunidad y la ciudadanía corporativa, mientras que los franceses desconfían de ella y la perciben como una manipulación de la opinión pública. Un tercer estudio sugiere que la reputación de la empresa es la fuerza detrás de la RSE en Estados Unidos¹⁷.

¹² Informe sobre Desarrollo Humano de las Naciones Unidas "La Cooperación Internacional ante una Encrucijada: Ayuda al Desarrollo, Comercio y Seguridad en un Mundo Desigual." 2005. Disponible en: <http://hdr.undp.org/reports/global/2005/>

¹³ Klein, Naomi. *No Logo*. Estados Unidos: Picador. 2002. Pg. 342.

¹⁴ Sitio web del Pacto Mundial. Disponible en: <http://www.pactomundial.org/>

¹⁵ Roome, Nigel. "Some Implications of National Agendas for CSR". *Corporate Social Responsibility Across Europe: Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship*. Ed. Habish, Andre, Schmidpeter, Rene, Jonker, Jan, Wegner, Martina. Berlin: Springer-Verlag. 2004. Pg. 331.

¹⁶ Segal, Jean-Pierre. "Pluralité des lectures politiques de la responsabilité sociale de l'entreprise en Europe". Documento de Trabajo. 2004.

¹⁷ Matten, Dirk, Moon, Jeremy. "A Conceptual Framework for Understanding CSR" " *Corporate Social Responsibility Across Europe: Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship*. Ed. Habish, Andre, Schmidpeter, Rene, Jonker, Jan, Wegner, Martina. Berlin: Springer-Verlag. 2004. Pgs. 335-355.

**Tabla 2. Los Diez Principios del Pacto Mundial**

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Estas diferencias son comprobadas por una encuesta realizada por GlobeScan en 20 países. La encuesta preguntó a los participantes que factores hacen que una compañía sea considerada socialmente responsable. En Estados Unidos, Francia, Italia, Filipinas, Suiza y América Latina el factor más importante fue el trato justo hacia los empleados. Para Canadá, Inglaterra, Australia e Indonesia la protección del medio ambiente resultó ser lo más importante. Para los turcos, fueron las donaciones y para los sudafricanos y los coreanos fué la relación que la empresa establece con la comunidad.

En América Latina, la RSE permanece vinculada a organizaciones católicas y a la filantropía, pero se avanza hacia la visión que lo sitúa como una herramienta de gestión y competitividad. Según la CEPAL, la RSE ha estado presente en la región desde principios del siglo XX, aunque el "vínculo tradicionalmente reconocido como la primera relación entre la empresa y la sociedad es la filantropía"¹⁸. La filantropía tiene sus raíces desde la época precolonial, en la cual los pueblos indígenas se

destacaban por su sentido de comunidad y solidaridad. Una vez llegaron los colonizadores, esta fue transformada y dictaminada por la caridad de la iglesia católica. En Chile, por ejemplo, las primeras escuelas y hospitales fueron establecidas por esta iglesia la cual lograba mantener dichas instituciones a través de las donaciones de sus seguidores¹⁹. Recientemente es indudable la influencia de las directrices del Concilio Vaticano II. Por eso, no resulta extraño que muchos de los centros latinoamericanos de RSE hayan sido fundados por empresarios católicos.

Como resultado de este proceso histórico, la RSE en Brasil fue liderada por grupos elites empresariales quienes estaban preocupados por los altos índices de corrupción, inequidad y violencia. En Chile, esta sucedió por problemas de orden público y compromisos que se desarrollaron entre el gobierno y el sector privado durante la dictadura de Pinochet. En México, el surgimiento de la RSE fue un poco distinto, ya que esta fue influenciada por las escuelas de negocios y los modelos de gestión de calidad de los

¹⁸ Correa, María Emilia, Flynn, Sharon, Amit, Alon. "Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial". Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Chile. 2004. Disponible en: <http://www.eclac.cl/publicaciones/MedioAmbiente/4/LCL2104P/lcl2104.pdf>

¹⁹ Teixidó, Soledad, Chavarri, Reinalina. "La Acción Filantrópica como un Elemento de la Responsabilidad Social: El Caso Chileno". Santiago. PROhumana. 2000.



años ochenta. En Colombia, la relación entre RSE y filantropía continua estando ligada a fundaciones de empresas familiares y otras de origen católico como la Fundación Social. Según Felipe Agüero, estas "fundaciones disminuyen el énfasis sobre RSE, entendida ésta como la disposición de empresas individuales a asumir responsabilidad tanto dentro de la empresa como hacia la comunidad externa²⁰."

Por su parte, Lisa Whitehouse explica la necesidad de diferenciar entre filantropía y la RSE²¹. Según ella, existen cuatro razones por lo cual esta distinción es importante. La primera razón es que al poner énfasis en cuanto dinero se destina a donaciones, se pierde la oportunidad de generar suficiente valor para los grupos de interés. La segunda, el número de donaciones ofrecidas no indica el nivel de compromiso social de una empresa o hasta que punto la empresa está satisfaciendo las expectativas de la sociedad. Tercera, la filantropía puede resultar siendo controversial y asimismo traer consecuencias negativas para la empresa y su imagen. Por último, la filantropía no necesariamente trae beneficios al consumidor.

Debido a la característica paternalista de la RSE, hay personas que cuestionan si esta puede ser atribuida a la organización en sí o al liderazgo de una persona. Aunque es difícil hacer la distinción entre valores corporativos y personales, Hemingway y MacLagan sugieren que los directivos ejercen cierta influencia sobre los valores corporativos²². Es por eso que resulta importante tener en cuenta que la RSE no puede ser un sustituto de la ética. Al fin y al cabo son las personas que constituyen una empresa y son el conjunto de sus valores que define los valores de la empresa. Probablemente no existe mejor ejemplo que la quiebra de Enron para demostrar esto. En tan sólo 15 años, esta compañía se convirtió en la séptima empresa más grande de Estados Unidos, empleando a más de 21.000 personas. Premiada por la Revista Fortune como la empresa más innovadora, más admirada y uno de los

mejores lugares para trabajar, la compañía se distinguía por sus balances sociales. Estos informes detallaban sus políticas anti-corrupción, sus proyectos comunitarios y sus esfuerzos para reducir su impacto ambiental. Aunque Enron logró destacarse por su RSE, esta entró en quiebra después de que se hizo público que la mayoría de sus ganancias fueron el resultado de negocios con una de sus subsidiarias, práctica que les permitía maquillar en los balances financieros las gigantescas pérdidas que había sufrido. Como consecuencia, los accionistas vieron evaporar sus acciones cotizadas en más de 70 mil millones de dólares. El 25 de mayo de 2006, sus dos principales directivos fueron encontrados culpables por corrupción y fraude²³.

A su vez, los avances que se han logrado en RSE en América Latina pueden ser atribuidos a la estrecha relación que existe entre las organizaciones de América Latina y Business for Social Responsibility (BSR). BSR desempeñó un papel importante en la provisión de modelos para las organizaciones latinoamericanas, y fue su asesora en las primeras etapas²⁴. Al mismo tiempo, la RSE también ha recibido mucha influencia por parte de multinacionales quienes importan las iniciativas de sus casas matrices y son objetos de crítica por parte de las ONGs. Se puede destacar la firma BHP Billiton, que junto con una gestión ambiental preventiva, invierte anualmente en Chile el 1% de las utilidades de su mina local en el apoyo de iniciativas comunitarias. Aunque BHP Billiton es reconocida mundialmente como un líder en RSE, esta no se ha escapado de la controversia. Según Manuel Riesco, un tema que ha recibido poca atención en la narración de la RSE es la obligación tributaria de las empresas, teniendo esta un papel decisivo en el desarrollo social del Estado. Riesco analiza la industria minera en Chile y señala que aún siendo un sector lucrativo, las compañías privadas pagan muy pocos impuestos. Riesco presenta datos probatorios donde sugiere que BHP Billiton pudo haber incurrido en prácticas de fijación de precios que se tradujeron en una declaración de menos ingresos y, por lo tanto, en una reducción de impuestos²⁵.

²⁰ Agüero, Felipe. "La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú." Universidad de Miami. Informe Preliminar. Mayo 2002.

²¹ Whitehouse, Lisa. "Corporate Social Responsibility: Views from the Frontline". *Journal of Business Ethics*. Vol. 63. 2006. Pgs 279-296.

²² Hemingway, C.A. MacLagan, P.W. "Managers' Personal Values and Drivers of Corporate Social Responsibility". *Journal of Business Ethics*. Vol. 50. 2004. Pgs. 33-44.

²³ Thomas, Cindy. "The Enron Effect". *Revista Time*. Mayo 28 de 2006.

²⁴ Agüero, Felipe. "La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú." Universidad de Miami. Informe Preliminar. Mayo 2002.

²⁵ Riesco, Manuel, Lagos, Gustavo, Lima, Marcos. "The Pay Your Taxes Debate". United Nations Research Institute for Social Development. Documento de Trabajo No. 16. Octubre de 2005.



Otra razón por la cual existe desconfianza sobre la RSE son las diferencias internas y externas de una empresa. Son varios los casos donde las empresas concentran sus esfuerzos en trabajos con la comunidad y en patrocinar eventos que atraen mucha atención. También invierten sus recursos en mantener una relación amigable y abierta con sus clientes. Pero en el interior de muchas de estas organizaciones, los empleados son maltratados o reciben muy poca compensación por su trabajo. Una vez más, esto puede ser explicado por las diferencias históricas y legales de cada país. Dirk Matten y Jeremy Moon señalan que en Estados Unidos se presta mayor atención a los aspectos laborales que en Europa, debido a que los países Europeos cuentan con leyes que definen específicamente cuales son las responsabilidades de la empresa en este tema, mientras que en Estados Unidos no hay una reglamentación laboral definida. En Inglaterra, por ejemplo, cada empleado recibe un seguro médico por parte del Estado, mientras que la empresa es obligada a pagar una contribución al sistema de salud nacional. La misma diferencia existe con la reglamentación ambiental²⁶. La falta de atención a la cuestión tributaria y al comportamiento interno de la empresa ha ayudado a fortalecer los argumentos de los críticos, quienes ven la RSE como un mecanismo de reputación y mercadeo social utilizado por las empresas.

En el 2004, la organización Christian Aid publicó un informe crítico sobre la RSE. Titulado "Behind the Mask: The Real Face of Corporate Social Responsibility" (Detrás de la Mascarilla: La Realidad Acerca de la Responsabilidad Social Empresarial), la organización denuncia la RSE como una estrategia elaborada por las empresas para prevenir el establecimiento de regulaciones internacionales. Al mismo tiempo, Christian Aid culpa a la misma falta de regulación como la causante de muchos de los problemas que la RSE trata de solucionar. Para esta organización, la RSE no es una medida suficiente para contrarrestar el impacto negativo de las multinacionales y que por lo contrario, la RSE es utilizada para encubrir sus daños. El informe identifica algunos casos de empresas destacadas por su RSE y documen-

ta algunos de los impactos negativos que estas han tenido en las comunidades²⁷.

Es así, que es necesario preguntar cuales son los intereses primarios que tiene que satisfacer la empresa. ¿Los intereses de sus accionistas o el de la comunidad local? ¿Del país anfitrión o del país donde fue establecida? Aunque la empresa si tiene obligaciones y responsabilidades mas allá de generar ingresos, los proponentes de la RSE deben de ser conscientes que la empresa tarde o temprano tiene que priorizar estas responsabilidades. Esta decisión eventualmente dependerá del gerente, sus valores y su entorno social.

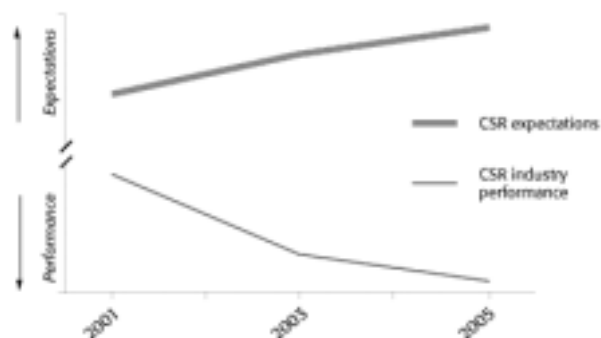
Otro interrogante que está ausente en la literatura, es si una empresa puede hablar de RSE sin antes haber cumplido con sus obligaciones principales. Es decir, ¿puede existir la responsabilidad social aun cuando la empresa paga mal a sus empleados o evade pagar impuestos? ¿En que momento se convierte la RSE en una fachada? Por esto mismo, es importante analizar la razón por la cual la empresa se está involucrando en el tema y mirar más allá de sus apariencias.

Como punto final, queda claro que la RSE esta siendo conducida en gran parte por las expectativas y percepciones de la sociedad. Sin embargo, cada día la sociedad esta exigiendo más de la empresa, al mismo tiempo que desconfía más de ella. Como resultado, las expectativas sobre el rol de la empresa cambian rápidamente y son cada vez mayores. La empresa, por su parte, no tiene la misma capacidad y flexibilidad para responder, creando así un círculo vicioso. La encuesta de GlobeScan resalta esta tendencia: "Mientras que las expectativas públicas sobre la RSE ha estado creciendo en todo el mundo, los índices de desempeño para los sectores industriales en términos de RSE ha estado en descenso constantemente desde el 2001". La siguiente gráfica demuestra esta creciente brecha. La línea azul representa la expectativa pública y la línea naranja el desempeño actual de los sectores industriales, basados en el promedio de los países analizados.

²⁶ Matten, Dirk, Moon, and Jeremy 'Implicit' and 'Explicit' CSR: A Conceptual Framework for Understanding CSR in Europe. Documento de Trabajo No. 29. Universidad de Nottingham. 2004. Disponible en: <http://www.nottingham.ac.uk/business/ICCSR/pdf/ResearchPdfs/29-2004.pdf>

²⁷ Christian Aid. "Behind the Mask: The Real Face of Corporate Social Responsibility". 2004. Disponible en: <http://www.christian-aid.org.uk/indepth/0401csr/index.htm>

Societal Expectations on CSR vs Industry
CSR Performance Ratings
Average of 21 Countries, 2001–2005



Fuente: GlobeScan, 2005.

El boom de la RSE ha sido posible gracias a tres tendencias. Por una parte, el resultado de la globalización y las políticas neoliberales de las últimas dos décadas han creado mayor inequidad y descontento. Esto ha creado una fuerza importante que busca cambiar el modelo económico actual por uno que tiene como fin la justicia social. Al mismo tiempo, la presión competitiva creada por la integración comercial ha forzado al sector privado a utilizar la RSE como una herramienta de competitividad. A diferencia de la filantropía, la RSE genera un valor agregado para la empresa. Por otra parte, debido al considerable poder e influencia que ha adquirido el sector privado, los gobiernos y la sociedad civil han aprendido a utilizar las empresas para cumplir sus propios fines. No obstante, las compañías terminan implementando soluciones mediocres con el fin de poder complacer a todos. Adicionalmente, la falta de claridad sobre la RSE, las distintas percepciones que existen sobre ella y la cantidad de interrogantes que falta por responder sobre su aplicación, indican que todavía hay mucho que entender y descubrir sobre este concepto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Agüero, Felipe. "La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú." Universidad de Miami. Informe Preliminar. Mayo 2002.

Correa, María Emilia, Flynn, Sharon, Amit, Alon. "Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: Una Visión Empresarial". Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Chile. 2004.

Christian Aid. "Behind the Mask: The Real Face

of Corporate Social Responsibility". 2004.

Friedman, Milton. "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". The New York Times. Septiembre 13 de 1970.

Gladwin, T.s, Walter, Ingo. *Multinationals Under Fire*. Nueva York: John Wiley & Sons Inc, 1980.

Friedman, Milton. "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". The New York Times. Septiembre 13 de 1970.

Hemingway, C.A. MacLagan, P.W. "Managers' Personal Values and Drivers of Corporate Social Responsibility". *Journal of Business Ethics*. Vol. 50. 2004. Pgs. 33-44.

KPMG. "KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting." Holanda, 2005.

Lenssen, Gilbert, Vorobey, Volodja. "The Role of Business in Society in Europe". *Corporate Social Responsibility Across Europe: Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship*. Ed. Habish, Andre, Schmidpeter, Rene, Jonker, Jan, and Wegner, Martina. Berlin: Springer-Verlag, 2004.

Matten, Dirk, Moon, Jeremy. "A Conceptual Framework for Understanding CSR" " *Corporate Social Responsibility Across Europe: Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship*. Ed. Habish, Andre, Schmidpeter, Rene, Jonker, Jan, Wegner, Martina. Berlin: Springer-Verlag. 2004.

Naciones Unidas. Informe sobre Desarrollo Humano. La Cooperación Internacional ante una Encrucijada: Ayuda al Desarrollo, Comercio y Seguridad en un Mundo Desigual." 2005.

Riesco, Manuel, Lagos, Gustavo, Lima, Marcos. "The Pay Your Taxes Debate". United Nations Research Institute for Social Development. Documento de Trabajo No. 16. Octubre de 2005.

Roome, Nigel. "Some Implications of National Agendas for CSR". *Corporate Social Responsibility Across Europe: Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship*. Ed. Habish, Andre, Schmidpeter, Rene, Jonker, Jan, Wegner, Martina. Berlin: Springer-Verlag. 2004.

Segal, Jean-Pierre. "Pluralité des lectures politiques de la responsabilité sociale de l'entreprise en Europe". Documento de Trabajo. 2004.

"The McKinsey Global Survey of Business Executives: Business and Society." Enero de 2006.

Whitehouse, Lisa. "Corporate Social Responsibility: Views from the Frontline". *Journal of Business Ethics*. Vol. 63. 2006. Pgs 279-296.