

Evolución de la responsabilidad social como instrumento estratégico empresarial y sus aportes a una emergente sociedad de la conciencia

Rezzónico, Ricardo C.; Tula, Melani; Muñoz, Gladys; Pierpaoli, Carolina y
Fernández, Luciana

GINGEOS. FR Córdoba, Universidad Tecnológica Nacional.

Maestro M. López y Cruz Roja Argentina, Ciudad Universitaria. Córdoba. Argentina.

rrezzonico@posgrado.frc.utn.edu.ar

RESUMEN

El artículo presenta un estudio y análisis de los aspectos centrales de la responsabilidad social empresarial (RSE) -la cual se ha ido convirtiendo en una práctica creciente en el ámbito corporativo e institucional- con el objetivo de aportar a una visión más amplia de los aspectos estratégicos de la gestión organizacional y sus contribuciones a la transformación de la actual sociedad del conocimiento a una emergente sociedad de la conciencia. En tal sentido (basándose en una revisión bibliográfica exploratoria de fuentes secundarias residentes en diversas bases de datos científico-académicas), se comienza analizando las fases de evolución del concepto y sus prácticas asociadas; se continúa con el abordaje de sus pilares fundamentales desde el paradigma actual en uso, avanzando en la revisión de las lógicas de gestión que se han ido instalando con el fin de mejorar la competitividad multidimensional de las organizaciones y como contribución al desarrollo de la sociedad. Complementariamente se presentan aspectos enmarcados en la economía social, vinculados estrechamente con el enfoque de responsabilidad, en un sentido más amplio.

Palabras claves: estrategias, responsabilidad social empresarial, economía social, ética.

ABSTRACT

The article presents a study and analysis of the key aspects of corporate social responsibility (CSR) -which has increasingly become a growing practice in the corporate and institutional environment- in order to provide a broader view of the strategic issues in organizational management and its contributions to the transformation of the current knowledge society to a emerging consciousness society. In this sense (based on a exploratory literature review of residents secondary sources in various bases of academic-scientific data), it begins by analyzing the phases of evolution of the concept and its associated practices; It continues the approach of its pillars from the current paradigm in use, progress in the revision of the logic of management that have been installed in order to improve the multidimensional competitiveness of organizations and as a contribution to the development of society. Complementary aspects enshrined in the social economy, closely linked to the approach of responsibility in a broader sense, are presented.

Key words: strategies, corporate social responsibility, social economy, ethics.

1. Introducción

Actualmente, las empresas buscan un vínculo más estrecho y vital con las sociedades en las cuales operan, por lo cual se ha producido un incremento en el número de ellas que fomentan sus estrategias de responsabilidad social; es decir, la integración voluntaria, por parte de las mismas, de las preocupaciones sociales, educativas, de salud y del medio ambiente en sus operaciones comerciales, como así también la relación con sus grupos de interés -tanto internos como externos- con el objeto de que el compromiso adquirido voluntariamente contribuya a su economía y sustentabilidad [1]. La responsabilidad, en este sentido, no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ven en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes y sustentables. En base a ello, De la Cuesta González afirma que "Desde una perspectiva puramente macroeconómica, la gestión con criterios de responsabilidad social empresarial contribuye sin duda al desarrollo sostenible y equilibrado del planeta. Si lo que perseguimos es generar riqueza de forma sostenible sin agotar los recursos naturales y minimizando la huella medioambiental de nuestra generación, pensando en las generaciones venideras, está claro que todos tenemos que mejorar los procesos para que así sea" [2].

Diversos son los factores que influyen en el avance de la RSE entre los cuales se destaca la continua aparición de inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversionistas en el contexto de la globalización y el cambio industrial a gran escala; a ello se suma la creciente preocupación por un sin número de impactos negativos, entre ellos el deterioro del medio ambiente y la vida social, la gobernabilidad, como así también la transparencia de las actividades empresariales propiciada por la ciudadanía y ciertos medios académicos y de comunicación, a través de las modernas tecnologías de información y comunicación global.

Por tanto, el Estado -en sus diferentes niveles-, las empresas con fines de lucro, aquellas de economía social y las cooperativas necesitarían mejorar su capacidad de gestión utilizando herramientas de análisis crítico y estratégico que sintonicen su desempeño global (no sólo que aumenten su eficiencia a la vez que mantengan su eficacia), en relación con un contexto que es cada vez más multidimensional y complejo.

Un buen número de empresas reconocen hoy los beneficios de incorporar prácticas y políticas socialmente responsables, las cuales -según la lógica econométrica prevaleciente- deben demostrar los impactos positivos de su aplicación en aspectos como el desempeño financiero, costos operativos, imagen de marca y en su reputación, lo que paradójicamente condicionaría fuertemente su adopción. Ello conlleva a que, la incorporación de políticas y prácticas de RSE en Latinoamérica y el mundo, no sea aún tan extendida y la mayor parte del interés en ellas emerja actualmente en las grandes y medianas empresas.

En tal sentido, se presenta un estudio exploratorio de los aspectos centrales de la RSE y sus contribuciones al cambio estratégico en las organizaciones y a la transformación de la actual sociedad del conocimiento a una emergente sociedad de la conciencia. Para ello, basándose en una revisión bibliográfica exploratoria de fuentes secundarias residentes en diversas bases de datos científico-académicas, se comienza analizando las fases de evolución del concepto y sus prácticas asociadas; se continúa con el abordaje de sus pilares fundamentales desde el paradigma actual en uso -y sus críticas asociadas-, avanzando en la revisión de las lógicas de gestión que se han ido instalando con el fin de minimizar los riesgos, mejorar la competitividad multidimensional de las organizaciones y como contribución al desarrollo de la sociedad. Por último, se presentan aspectos enmarcados en la economía social, vinculados estrechamente con el enfoque de responsabilidad, en un sentido amplio; y ciertas reflexiones finales vinculadas con cierto paradigma emergente desde los enfoques de la economía crítica y ecológica.

2. Evolución del concepto de responsabilidad social empresarial

El objeto de estudio y la práctica de la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha centrado -en primera instancia- en ciertos enfoques tradicionales cuyo interés radicaba en el bienestar y éxito de la empresa, con ciertos sesgos filantrópicos; sin embargo, en la actualidad se está dado un creciente énfasis en su aporte hacia fines sociales y hacia contribuciones de equilibrios con el ecosistema. Por ello, mucho se ha discutido sobre si la RSE contribuye a unos beneficios sostenibles y sobre los modos concretos de llevar a cabo dichas responsabilidades. Como expresa Aristizábal Chica [3] -desde un enfoque utilitarista- para las organizaciones hoy en día se hace imprescindible abarcar más aspectos sociales y humanos a la hora de direccionar objetivos y sus respectivos logros; es así que, con el paso del tiempo, se ha evidenciado que la importancia de las perspectivas de los actores y de las personas involucradas -internas y externas- en el crecimiento de las empresas tanto a nivel económico como de imagen, es lo más relevante.

El origen de la RSE en las empresas no responde a un sólo fenómeno sino a diferentes acontecimientos sociales. Por un lado, las raíces del concepto se sitúan a finales de la primera mitad del siglo XX, cuando las empresas, especialmente en Estados Unidos, comienzan a crecer rápidamente y a adquirir cada vez más poder, desarrollando tipologías de producción caracterizadas como depredadoras de los recursos desde enfoques eco-críticos y efectuando comunicaciones un tanto engañosas e ilusorias sobre los beneficios de sus bienes y servicios, así como ocultando las diversas facetas negativas de sus actividades. También encontramos que se comienza a hablar de RSE como un cambio del concepto de la filantropía, como una primera corriente de acciones “complementarias” vinculadas a lo social. Posteriormente, se comenzó a desarrollar la tesis de completar el balance económico-financiero con lo que fuera llamado “un balance social”, que reflejara sus acciones positivas hacia la propia comunidad productiva y la sociedad.

En síntesis, se pueden diferenciar distintas fases en el análisis de la evolución de la responsabilidad social de la empresa, las cuales son:

- **Fase precursora:** Ocurrió durante el siglo XIX y primera mitad del XX. En ella no existe la responsabilidad social empresarial como tal, ya que las distintas instituciones y organizaciones eran las que proporcionaban soluciones de un modo aleatorio a los problemas que pudieran plantearse.
- **Primera fase:** Se supone que comienza la participación voluntaria por parte de las empresas en los asuntos comunitarios. Las empresas comienzan a aceptar la existencia de una responsabilidad respecto al bienestar de la sociedad, realizándose actividades sociales de modo más planificado y sistemático.
- **Segunda fase:** Mediados de siglo XX, la sociedad fue tomando conciencia de la capacidad del sector privado (instalado preponderantemente como como el *sistema económico* y con la connivencia del *sistema político*, como parte de una única lógica de poder) para apropiarse de recursos y explotarlos en su beneficio (generando con ello una lógica consumista y cierta degradación en variables ecosociales); ello condujo a instalar la idea que pudieran también cooperar e influir en solucionar los problemas sociales, reconociéndose asimismo –en parte- los daños y perjuicios (externalidades negativas) que dicho sector ocasionaba en su entorno. Esto originó una presión para que los gobiernos y actores sociales interviniesen imponiendo normas y presión con el fin reconfigurar dichas conductas hacia la protección del interés público y los recursos naturales.
- **Tercera fase:** Constituye un periodo en el que ciertas empresas, instituciones y gobiernos liderarían un proceso de intentar articular acciones sistémicas y metódicas de hacer frente al cambio socioambiental y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del gobierno y de la sensibilidad de las empresas.

Aristimuño, Velásquez de Naime y Rodríguez Monroy [4] afirman que Álvarez considera que el abanico de definiciones se mueve, desde la más estrecha, que identifica la RSE con el buen cumplimiento de la misión de la organización, hasta la más abarcadora, que equipara dicha noción con una estrategia integral de funcionamiento y cultura empresarial que se proyecta hacia todos sus interlocutores (clientes, accionistas, trabajadores, proveedores, inversionistas u otros grupos de implicados) conjugando armónicamente los objetivos de la empresa o corporación con las preocupaciones sociales y ambientales del entorno donde actúa, incorporando, de forma voluntaria, compromisos que trascienden las obligaciones jurídica o convencionalmente establecidas. En este sentido, cabe destacar la diferencia de los términos en inglés para ello: *accountability* (como *rendición de cuentas* sobre lo obligado por la legislación y las normas o acuerdos) y *responsibility* (como *responsabilidad*, relacionada con la voluntad y ética en las acciones, las que suelen/pueden sobrepasar lo legalmente requerido)

Una sencilla jerarquía dimensional de análisis para la implementación y puesta en valor de la responsabilidad social empresarial se observa en la Figura 1.



Figura 1: Pirámide de la responsabilidad social empresarial [5]

De ella se desprende -y puede destacarse- que, el **cumplimiento del marco legal** es necesario, dado que la empresa no puede ser responsable socialmente sin conductas acordes al correspondiente régimen legal que debiere cumplir, base de cualquier acción. El **desarrollo de la persona** dentro de la empresa es necesario –por una parte- por razones basadas en valores y el respeto humano; y –por otra, de cierto carácter instrumental y economicista- en la medida en que los actores organizacionales estén más capacitados, más motivados, mejor tecnificados y con buenas condiciones laborales, la competitividad de la empresa será mayor, logrando así maximizar su productividad. En el mismo sentido, **incluir a las familias** de los agentes y colaboradores organizacionales en las políticas que se ejecuten, refuerza el sentido de pertenencia y la lealtad hacia la empresa, convirtiéndolos en aliados e incrementa el involucramiento en el trabajo que se realice. Asimismo es importante resaltar –como se viene afirmando- lo estratégico de las **acciones de proyección externa con la sociedad**, en virtud del valor –asignado en esta sociedad neocapitalista- de ciertos intangibles claves como la marca y el prestigio empresarial; finalmente, es clave el **rol de Estado, en el modo de orientar y catalizar comportamientos cada vez más responsables** de las organizaciones en la comunidad en la que se insertan, operando como cooperantes necesarios para un desarrollo más armónico y la gobernabilidad de los sistemas sociales (siempre y cuando, claro, que el Estado no sea minimizado e “idiotizado” por esas mismas corrientes ideológico-políticas, pretendidamente “responsables”).

En síntesis, según Correa, Flynn y Amit, la responsabilidad social empresarial sería hoy el compromiso voluntario de las organizaciones productivas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con los que interactúa [6]; es decir, a través de su comportamiento y sus acciones (en dimensiones -internas y externas- tales como: derechos humanos, ética, seguridad y salubridad, uso de recursos, impactos ambientales, entre otras) la RSE tiene como objetivo satisfacer las demandas de los principales grupos de interés involucrados.

El concepto de RSE surge -de acuerdo a Garriga y Melé- debido a las presiones de un gran número de grupos, tales como organizaciones no gubernamentales y de la sociedad civil, activistas, comunidades, medios de comunicación, administraciones públicas y otros grupos institucionalizados [7]. Estos exigen cada vez más un comportamiento responsable por parte de las empresas y organizaciones en general, y por ello se estarían desarrollando cada vez más maneras de establecer prácticas que les permitan establecer espacios de diálogo y acciones de beneficio mutuo con ese amplio campo de involucrados (*stakeholders*), aunque aún con marcadas reticencias producto de su propia lógica individualista de base. En tal sentido, Doménech Melé afirma que cuando uno trata de buscar razones profundas que justifiquen si las empresas deben o no asumir un conjunto de responsabilidades, sorprende la escasa atención prestada a los fundamentos filosóficos que la justifiquen, dado que el “debe ser” requiere de bases racionales sólidas y convincentes [8].

La interacción que la RSE genera entre empresas y sociedad civil ha sido vista como un nuevo modelo de relaciones que relegaría el activismo de la sociedad civil a épocas pasadas y que habría institucionalizado la relación (ambos aspectos centrales para avanzar fuertemente con una dominación sutil), involucrando actores fácilmente identificables que emplean prácticas compartidas y participan con patrones de interacción predecibles. Según Ruggie [9], se trata de un nuevo formato institucionalizado de discursos, controversias y acción organizada alrededor de la producción de bienes y servicios públicos globales que permite la expresión directa. Este proceso

crea múltiples formas de colaboración que pueden poner de manifiesto las diversas tensiones que se producen con respecto a un modelo cuyo diseño se basaba en cierta exclusiva centralidad de los Estados como actores preponderantes en estas temáticas.

Buchholz y Rosenthal determinan que la relación entre la empresa y la sociedad tiene su fundamento en un enfoque que sostiene que la sola idea del crecimiento económico como fuente de progreso para la empresa y para un país produce efectos indeseables que originan costos ambientales y sociales para algunos segmentos de la sociedad o para la sociedad como un todo [10]. Este enfoque apela a la capacidad de una corporación para responder a los cambios e impactos negativos -inmediatos y mediatos- que origina, resultando entonces evidente que la filosofía misma de la organización y la capacidad gerencial juegan un papel muy importante en la definición de cómo debe la empresa responder a las presiones y demandas de la comunidad y a la satisfacción de sus necesidades más preeminentes, sin desarrollar la externalización de costos diversos y variables claves como una de las estrategias de incremento de su rentabilidad.

2.1 Operatividad de -y ciertas críticas a- la responsabilidad social empresarial

Desde esta perspectiva de RSE, la empresa debe producir efectos tanto económicos como sociales y ambientales, e implementar -según Wood [11]- un comportamiento empresarial orientado a producir menos daño y resultados más beneficiosos para la gente y la sociedad. Sin embargo, la obligación social podría considerarse una desventaja financiera dado que los accionistas podrían no coincidir en que se inviertan fondos para filantropía o RSE en lugar de usarlos para obtener beneficios propios. Según afirma Wilson, es necesario buscar un balance, de lo contrario podría significar una pérdida de capital invertido perteneciente a la empresa [12]. Ello está indicando claramente -por boca de la academia- los límites que se plantean los líderes de las corporaciones en este involucramiento deseable.

El sistema económico y el mercado -en su concepción tradicional- proveen poca información a la gerencia para tomar decisiones en materia de responsabilidad social, por obra del inconmensurable poder del paradigma económico actual, centrado y medido por la rentabilidad (ya ni siquiera originada en la producción, sino más bien por la apropiación y la especulación). Debido a esta imprecisión y dado que el concepto de la RSE ha sido -y está siendo- interpretado de diferentes maneras, se ha producido una cierta confusión en su accionar inicial, ya que los gerentes que desean cumplir con esta responsabilidad y con lo pactado con los involucrados tendrán que basarse en sus ideales, intereses y valores (tomando el riesgo ante los accionistas, lo que lo hace un tanto improbable por instinto de conservación); o, en todo caso, emplear generalizaciones vagas acerca de la dinámica de los valores sociales y las nuevas y crecientes expectativas de parte de la comunidad; o basarse -como pareciera ser la dirección actual.- en ciertas directrices existentes (Pacto Mundial, Global Reporting Initiative, etc.) o normas (SA 8000, ISO 26.000, etc.), sin suficientes experiencias y conocimientos.

Desde otra óptica, según Sulbarán [13], no se estaría considerando el aspecto competitivo en el cual las empresas actuales se desempeñan. Ciertos defensores de la responsabilidad social ven a las mismas como entidades aisladas con capacidad -en cierta forma ilimitada- para afrontar una serie de problemas sociales. Sin embargo, es claro que se encuentran bastante limitadas en dichas capacidades para resolver problemas de este tipo, no sólo por factores económicos sino legales, etc. Complementariamente, Slocum indica que el concepto de responsabilidad social no orienta en los modos de clasificar como deben ser asignados los recursos para problemas sociales, como así tampoco provee ninguna dirección en cuanto a los tipos específicos de problemas sociales a resolver y las prioridades que deben establecerse para la formulación de estrategias y políticas adecuadas que contribuyan al mejoramiento del bienestar social [14].

Se consideran habitualmente dos ámbitos de responsabilidad empresarial que concretan la responsabilidad pública y proporcionan una expresión reguladora, conocidas como *implicación primaria* y *secundaria* respectivamente. Wood indica que la *implicación primaria* se refiere a las tareas económicas esenciales de la empresa, como ubicar y construir instalaciones, buscar proveedores, captar y seleccionar trabajadores y llevar a cabo el proceso productivo y distributivo de sus productos, entre muchas otras; mientras que la *implicación secundaria* se refiere a aspectos sociales derivados de la anterior, como la contaminación generada por la producción o el avance profesional de los trabajadores contratados, entre otros aspectos [15]. Así, los directivos deberán averiguar en cada momento -tarea no menor si no se cuentan con las competencias y miradas holísticas necesarias- los contenidos de estas implicaciones y tomar decisiones en cada situación particular, asumiendo su responsabilidad como actores ético-morales.

Otras críticas -emergentes del ala más conservadora del paradigma dominante simbiótico de lo económico/político- señalan que la RSE es un concepto etéreo e intangible y como tal no provee los mecanismos adecuados para contabilizar el uso adecuado de los recursos organizacionales;

aducen que es básicamente una doctrina que puede -en cierto modo- debilitar los fundamentos del sistema capitalista de libre empresa.

Según Arenas [16], la crisis financiera que estalló con fuerza en el año 2008 en Wall Street hizo temblar al mundo empresarial y la economía en general. Las ondas expansivas llegaron a todos los países, pero en determinados lugares se sumaron otros factores propios que agravaron la situación y le dieron unas características propias. Ello hizo visualizar y emerger miradas críticas alternativas, que repiensen el modelo apropiación-producción-consumo-dominación. El movimiento de la RSE no ha sido ajeno a este impacto y en especial aquellas empresas más comprometidas con su sobrevivencia e implantación han tenido que re-plantearse algunas acciones. Tal crisis ha supuesto inicialmente un duro golpe para los mercados financieros, trasladándose después a los resultados empresariales. Una de sus consecuencias ha sido la pérdida de confianza y credibilidad de los consumidores en la RSE como herramienta de cambio de las políticas empresarias. Sánchez y Sotorrio [17] afirman que en este contexto de incertidumbre económico-financiera, la crisis podría haber sido menor si las empresas hubieran sido más responsables aportando información relevante y veraz a los mercados para que tenga sentido económico (lo cual aún está lejos de sus lógicas de actuación rutinarias), de lo contrario no sería más que una estrategia comercial cuyo único objetivo sería mejorar la imagen de la marca.

Sulbarán argumenta que hacer a los administradores de empresa simultáneamente responsables ante los propietarios por el logro de los objetivos de utilidades y ante la sociedad por el logro del bienestar social, representa a la larga un conflicto de intereses que podría poner en peligro el sistema de libre empresa; este peligro latente podría conducir a la desaparición de la institución empresarial como tal si ésta es continuamente forzada a adoptar un comportamiento social que esté en conflicto directo con sus objetivos [13]. En el mismo sentido, Friedman, uno de los ideólogos del neoliberalismo -como la forma más perversa del capitalismo ensayada hasta el momento-, indica que en una empresa libre, en un sistema de propiedad privada, un ejecutivo corporativo es un empleado de los propietarios del negocio y como tal, tiene una responsabilidad directa ante ellos de lograr retornos sustanciales sobre el capital invertido (sin, en la mayoría de los casos de toma de decisiones operativas, sopesar éticamente los medios que utiliza). Así, esa responsabilidad radica en dirigir la empresa conforme a sus criterios, los cuales consistirán en ganar tanto dinero como sea posible adecuándose -con la toma de riesgos que se adopta habitualmente para incrementar los beneficios esperados- a las reglas básicas de la sociedad (aquellas incorporadas en las leyes) y, en menor medida, aquellas reflejadas en las costumbres éticas. En tanto que estas acciones reduzcan los rendimientos para los inversionistas, él estará gastando el dinero de ellos y en tanto que sus acciones eleven el precio de los productos/servicios, él estará gastando el dinero de los clientes [18].

Asimismo, y en esta línea, Levitt [19] plantea que la esencia del sistema de libre empresa es la obtención de un beneficio lo cual es consistente con las propias leyes de supervivencia en un sistema económico. La maximización de beneficio debe continuar siendo para la empresa la meta dominante tanto en la teoría como en la práctica (lo que explicita claramente los límites de la RSE dentro del actual sistema). Continúa afirmando que el bienestar social no es de la incumbencia de la empresa y por ello se debe distinguir las funciones del gobierno realizando las labores que le son propias. Estos enfoques son cada vez más criticados por otras corrientes (por caso las de economía crítica y la de economía ecológica) que advierten sobre la pérdida incremental probable de gobernabilidad en los sistemas sociales basados en la explotación, la inequidad, la injusticia sistémica, la hipocresía comunicacional, la ilusión consumista, la prevalencia del capital financiero especulativo, entre muchos otros operadores de la decadencia capitalista.

Más allá de estas posturas enfrentadas, el desarrollo de la RSE parece ser un vector incremental - y también necesario e imprescindible, en esta etapa- ante una *sociedad del conocimiento* que va produciendo una emergente *sociedad de la conciencia*, en donde los actores involucrados en una democracia con mayor maduración (Estado, ciudadanos, clientes, gremios, ONGs, OSCs, etc.) debieran tener cada vez más herramientas para ejercer sus poderes en defensa de sus intereses y puedan ir construyendo miradas más equilibradas y a la vez exigentes, hacia la conformación de organizaciones cada vez más responsables, saludables, innovadoras y sostenibles [20, 21, 22].

2.2 Transparencia y credibilidad de la información, asunto clave en RSE

Aumentar la transparencia y credibilidad de la información no radica en proveer sólo mayor cantidad de datos; por el contrario, será necesario implementar instrumentos inteligentes para transformar esa información en conocimiento operativo asociado a una conciencia crítica que lo valore. Según expresan Morata, Costa y Suárez [23], desde una mirada reduccionista y hasta economicista-mezquina, unas medidas cuyo objeto principal sea sólo aportar mayor información (reportes de responsabilidad, sostenibilidad, etc.) no serán suficientes y en algunos casos puede ser hasta contraproducente, ya que la aplicación obligatoria y generalizada de una norma sobre

divulgación de información de carácter social y/o medioambiental supone un aumento de los costos de las empresas que puede terminar pagando la sociedad en conjunto.

No obstante, la información suministrada por las empresas debiera ser fiable y relevante, de modo de satisfacer las necesidades y preocupaciones potenciales de los stakeholders. Dicha transparencia aumentaría la relación entre responsabilidad social de la empresa y su reputación, lo cual repercute en un aumento de la efectividad entre las actuaciones sociales de las organizaciones y la percepción positiva del mercado o del entorno hacia ellas, lo que incrementa el capital social (como articulación de confianza, conectividad y civismo), un aspecto muy importante para el equilibrio y favorecer el desarrollo económico y humano en todas las dimensiones.

Sin embargo, el generar valor mediante políticas o actuaciones socialmente responsables es empleado por empresas –en buena parte de los casos- de modo oportunista y engañoso, llevando a cabo prácticas de marketing social que se aprovechan de las asimetrías de información del mercado y la ciudadanía para así obtener mayores rentabilidades, lo que seguramente repercutirá en un aumento mayor de la desconfianza del consumidor hacia la información aportada por las empresas acerca de sus prácticas y bienes/servicios; es decir, minimizando dicho capital social. Estas prácticas oportunistas sólo se podrán reducir o eliminar cuanto mayor sea la transparencia del mercado y la sociedad, lo que conducirá a reducir la asimetría de la información y sus impactos en las decisiones.

Larenz y Wieacker [24] determinan que la confianza ha estado integrada desde siempre en el moderno derecho privado por medio del principio de la buena fe; sin embargo la confianza va más allá de la ley, pues se trata de percepciones sociales complejas que se desarrollan en las interacciones y/o mediatizadas por comunicaciones. Pero aun así, las estructuras legales favorecedoras o protectoras de la confianza mediante algún sistema de sanciones, producen un efecto positivo hacia el incremento de esa necesaria confianza, según lo indican Luhmann y Calpe [25].

Los argumentos que han sido considerados como positivos en la implementación de la RSE parecen ser que la empresa, como tal, debiera responder adecuadamente a los cambios socio-culturales si espera tener éxito y sobrevivir, debiendo vislumbrar esos cambios y cooperar en la solución de problemas sociales estimulando así la creación de un ambiente propicio en el que operar; para lo cual, los aspectos vinculados con la información, la comunicación y la transparencia son fundamentales.

3. Avances en aspectos vinculados a la economía social y su relación con paradigmas alternativos

La economía social, se refiere al conjunto de aquellas organizaciones de productores, consumidores, ahorristas, trabajadores, etc., que operan regidas por los principios de participación democrática en las decisiones, autonomía de la gestión y –fundamentalmente- la primacía del ser humano sobre el capital. Las prácticas de estas organizaciones se circunscriben en una racionalidad productiva (contrapuesta claramente a la preeminencia del capital con fines de lucro y estrategias basadas en lógicas de sobre-explotación de todos los recursos disponibles), donde la solidaridad es el sostén del funcionamiento de las iniciativas y de los procesos sociales [26].

Una empresa de economía social que actúa en el mercado o en la sociedad integra habitualmente los siguientes valores:

- Organización democrática.
- Anteponer a la persona antes que el capital.
- Reparto de beneficios o resultados con un criterio colectivo.
- Propiedad de tipología horizontal.
- Especialmente solidaria con el entorno social.
- Provocadora de cohesión social.
- Potencialmente respetuosa de los ecosistemas.

Asimismo, las empresas de economía social se caracterizan por disponer de una organización y objetivos que pretenden la distribución del trabajo, su remuneración adecuada, reparto de los beneficios derivados del mismo entre los trabajadores de dichas empresas, comercio justo con proveedores, tendencia a una comunicación responsable y ética con los involucrados, entre otros aspectos no menos importantes. El concepto de economía social agrupa a denominaciones utilizadas en varios países como economía solidaria, tercer sector o CMAFs (cooperativas, mutualidades, asociaciones o fundaciones).

Por ejemplo, y aun no siendo uno de los espacios geopolíticos más favorables para estas prácticas, desde hace varios años, el sector de la economía social en Europa ocupa un lugar de

creciente importancia. Según datos facilitados por la Comisión Europea representa más del 4% del PIB (UE-25) y del 8% empleo total de Europa [1].

Entre otros aspectos a destacar, las empresas de economía social se distinguen de las empresas de capital por cierta especificidad de sus características comunes, en especial:

- La primacía de la persona y del objeto social.
- La adhesión voluntaria y abierta.
- La conjunción de los intereses de los miembros, usuarios y del interés general.
- La defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad.
- Cierta autonomía de gestión e independencia respecto a los poderes públicos.
- La mayor parte de los excedentes se destinan a la consecución de objetivos a favor del desarrollo sostenible, el interés de los servicios a los miembros y el interés general.

En este tipo de empresas una de las características básicas es el proyecto social que sostiene al emprendimiento, proporcionando a los trabajadores una filosofía de empresa basada en el trabajo diario de los trabajadores para su propio beneficio (sin la intermediación del capitalista como propietario de los medios de producción), lo que le permitiría crear cierta estabilidad, a través un ideal de trabajo de calidad por y para la ciudadanía, de un incremento natural, lógico, estable y consensuado entre empresa-trabajador-sociedad, siendo este último el fin necesario y uno de los puntos fundamentales de las características claves de este tipo de organizaciones.

Cada vez parece más claro que los ciudadanos no están dispuestos a utilizar y/o consumir productos o servicios, de empresas que no tengan un comportamiento ético (social, ambiental, económico-financiero, tributario, entre otros muchos aspectos). Es por ello que una nueva cultura de empresa responsable, debe auto exigirnos una formación, unos objetivos, una motivación, una implicación que lleva a estar en continuo proceso de mejora e innovación creativa.

Así, la economía social representa una forma de emprender y hacer que se basa en los valores constitutivos de la RSE, puesto que las acciones que llevan a cabo están relacionadas íntimamente con la solidaridad, la cohesión, la equidad y el desarrollo socioeconómico-ambiental.

3.1. Caracterización de la economía social y estrategias multiplicadoras

En el caso de las entidades de economía social, se puede hablar por un lado de participación corporativa, que es la colaboración en los órganos sociales de la empresa; y por otro lado, de la participación operativa, respecto a la toma de decisiones de funcionamiento, en el propio puesto de trabajo y en la actividad productiva cotidiana. Existe, incluso, un enfoque de estudio de la economía social como economía de la participación, que pone la democracia (una persona, un voto) en el mismo centro de la economía social. Se trata de una visión amplia y profunda de la participación corporativa. Mediante un razonamiento similar se puede establecer el paralelismo de los principios cooperativos con la RSE. Para conocer las particularidades de la adaptación de la RSE a las cooperativas, basta con recordar los principios cooperativos de adhesión voluntaria y abierta o el de gestión democrática.

Bajo esta perspectiva de administración y transparencia, las empresas de economía social serían un ejemplo modélico de un desarrollo económico sostenible en el que propiedad y gestión van asociadas con el desarrollo responsable de las organizaciones: coincidencia de propiedad y control, transparencia, toma de decisiones por consenso y reinversión de beneficios en el negocio, evitando la descapitalización/vaciamiento de la empresa (y otros instrumentos perversos del capitalismo), entre otros aspectos.

La sociedad exige cada vez más a las empresas compromisos sociales y medioambientales que superan el ámbito estrictamente económico. Por ello, a las empresas en general, y a las de la economía social en particular, se les pide que adopten prácticas de RSE dirigidas a satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés, máxime cuando las mismas pueden explicar, en buena medida, el logro de ventajas competitivas [27].

De este modo, la economía social se caracteriza por la búsqueda del desarrollo empresarial con objetivos sociales amplios, se focaliza en el crecimiento en dos aspectos importantes la responsabilidad social y el voluntariado. Es decir, que se engloba un conjunto de organizaciones que tienen entre sus valores corporativos y su modo de hacer empresa un fuerte componente social, como su propio nombre indica. Para la economía social, el centro del proyecto son las personas y la ética; también la participación, el compromiso y la transparencia son valores fundamentales.

Por tanto, desde la academia y los sistemas de innovación se podrían desarrollar ciertas vías de profundización en su estudio sistemático, logrando mayor visibilidad como paradigma alternativo

en la gestión de los recursos multidimensionales que se necesitan en la evolución de nuestra sociedad. Así, pueden definirse algunos puntos críticos de crecimiento cuali-cuantitativo como:

- Comprender mejor el funcionamiento de estas empresas y sus consecuencias socio-económicas mediante diversas investigaciones, que aporten a desarrollar teorías y métodos que contribuyan a la comprensión de sus lógicas de actuación, toma de decisiones y sus impactos internos y externos.
- Colaborar con empresas de economía social para ayudarles a mejorar su funcionamiento en términos psico-sociales y económicos, desarrollando conocimientos, técnicas y herramientas prácticas que pueden contribuir directamente a ese fin.
- Aprender de otras experiencias, en diferentes partes del mundo, que conduzcan a diferentes aproximaciones a la economía social, relacionándola con las diferentes idiosincrasias y culturas.
- Difundir este conocimiento a públicos académicos, empresariales, gubernamentales y sociales.

4. Conclusiones

En base a lo expuesto anteriormente se puede afirmar que la sociedad exige cada vez más a las empresas compromisos sociales y medioambientales que superan el ámbito estrictamente económico. Esto está provocando que las empresas vayan asumiendo –no sin ciertos reparos- este tipo de responsabilidades y adopten prácticas de responsabilidad social empresarial dirigidas a satisfacer las expectativas de los distintos grupos de interés.

Diferentes son los ángulos desde los cuales es posible enfocar el tema de la RSE y la mayoría de ellos ofrecen argumentaciones coherentes para justificar, desde un punto de vista económico, social, ambiental y ético-moral la necesidad de incorporar aspectos de esta índole en la gestión empresarial.

Aunque la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar beneficios, pueden contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales, relacionados al ambiente, educativos, y de salud integrando la responsabilidad social como inversión relevante en el contenido de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades. Cuando la responsabilidad social de la empresa constituye un proceso de gestión de sus relaciones con diversos grupos de interés que pueden influir realmente en su funcionamiento, las justificaciones son evidentes.

Ciertas corrientes buscan métodos cuantitativos y cualitativos más sofisticados capaces de medir la RSE y relacionarla con la rentabilidad empresarial. Tal como indica Toro (2006) que afirman Burke y Logsdon, el próximo paso en el debate académico sobre la RSE se centrará en clarificar y cuantificar los beneficios de la misma en sus diversas dimensiones [28]. Es por ello que los nuevos intentos en las corrientes más economicistas apuntan ahora no ya en la correlación directa en RSE y ganancias a corto plazo sino en examinar los programas, actividades y procesos que pueden crear beneficios estratégicos a largo plazo.

Suarez, Morata y Vilá [23], reconocen que fomentar la importancia y conveniencia de instrumentar políticas y acciones socialmente responsables supone atravesar arduos caminos plegados de críticas, obstáculos y vicisitudes, en especial sabiendo que algunos sectores del ambiente empresarial aún no están convencidos de su conveniencia e importancia. Entre las principales dificultades para ello se puede destacar, en primer lugar, cierta inestabilidad económica y política que ha singularizado a nuestro continente. Como afirma Vives [29], durante los períodos inflacionarios, las empresas generalmente se ven forzadas a adoptar estrategias de corto plazo que juegan en contra del comportamiento socialmente responsable; la incertidumbre generada en un marco de inestabilidad puede constituir un obstáculo insuperable a la hora de ser responsable ante la totalidad de los interlocutores.

Sulbarán sugiere que en aquellos casos en que la organización decida asumir responsabilidad respecto de un determinado problema social, la gerencia, oportunamente, debe considerar si su actuación es legítima puesto que, si no es así, estaría eventualmente usurpando áreas que podrían estar reservadas al gobierno, al individuo o a otras instituciones dentro de la sociedad [13].

En resumen, la responsabilidad social no parece estar en contradicción con los objetivos empresariales, como –obviamente- tampoco aquellas organizaciones que practican la economía social. No obstante, las gerencias debieran prepararse adecuadamente para estos desafíos. Otros, más conservadores, sugieren que sea cautelosa a la hora de aceptar responsabilidades que no sean de su área de interés y que a la larga comprometan o menoscaben su eficiencia. Todos, en definitiva, debieran también considerar y valorar aquellas responsabilidades cuya aceptación implique el ejercicio de una autoridad ilegítima y la intervención en áreas que no son de su competencia.

No obstante la innovación es, esencialmente, subvertir el orden actual en busca de respuestas más inteligentes en todos los sentidos, aunque especialmente desde el punto de vista social; y la sostenibilidad (económica, social, ambiental) la senda conceptual que debiéramos tomar y profundizar -más temprano que tarde- para sobrevivir como especie. En el centro de esa reflexión debiéramos “recordar que el metabolismo de la actual civilización industrial responde cada vez más a estímulos llamados económicos, unidimensionalmente expresados en dinero y guiados por afanes de lucro en crecimiento permanente, que eclipsan otras informaciones y criterios orientadores de la gestión” [30].

5. Referencias bibliográficas

- [1] Izquierdo, R. J. S. y Vicedo, J. C. (2009). *La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas*. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, (65), 7-31.
- [2] De la Cuesta González, M. (2004). El porqué de la responsabilidad social corporativa. *Boletín Económico del ICE*, 2813, 45-58.
- [3] Aristizábal Chica, P. C. (2013). *Responsabilidad social empresarial*. Tesis. Facultad de Ciencias Económicas, Especialización en Alta Gerencia. Disponible en: <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/10113/2/AristizabalChicaPaolaCristina2013.pdf> [accedido 12-11-2014]
- [4] Aristimuño, M.; Velásquez de Naime, Y. y Rodríguez Monroy, C. (2010). *La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como valor organizacional en la Pequeña y Mediana Industria (PYME)*. Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology (LACCEI'2010) “Innovation and Development for the Americas”, June 1-4, 2010, Arequipa, Perú. Disponible en: http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/EE031_Aristimuno.pdf [accedido 12-11-2014]
- [5] Centrarse (s/f). *¿Qué es la RSE?*. Disponible en: http://centrarse.org/?page_id=42 [accedido 12-11-2014]
- [6] Correa, M. E.; Flynn, S. y Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. Serie Medio Ambiente y Desarrollo, vol. 85. CEPAL United Nations Publications. Disponible en: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5621/S044214_es.pdf?sequence=1 [accedido 12-11-2014]
- [7] Garriga, E. y Melé; D. (2004). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 2(14), 338-358.
- [8] Melé, D. (2007). Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Revista Vasca de Economía*, (65), 50-67.
- [9] Ruggie J. L. (2010). “Greenpeace y la Responsabilidad Social de la Empresa”. *La Responsabilidad Social de la Empresa a debate: lecciones de la crisis*, 117.
- [10] Buchholz, R. A., y Rosenthal, S. B. (2002). Social responsibility and business ethics. *A companion to business ethics*, 303-321.
- [11] Wood, D.J. (1991). Social issues in management: Theory and research in corporate social performance. *Journal of management*, 17(2) ,338
- [12] Wilson, P. (2008) Marketing y responsabilidad social empresarial (RSE) 10. De la crisis financiera a la crisis económica mundial.
- [13] Sulbarán, J.P. (1995). El concepto de responsabilidad social de la empresa. *Economía*, 20(10),

- [14] Hellriegel, D.; Jackson, S. y Slocum, J. (2002). Administración, en un entorno dinámico. En *Administración. Un enfoque basado en competencias* (pp. 3-13). Colombia: Thompson Learning.
- [15] Wood, D.J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, 16(4), 691-716
- [16] Arenas, D. (2010). La Responsabilidad Social de la Empresa a debate: lecciones de la crisis, Parte II empresa, 55.
- [17] Sánchez, J. L. F., y Sotorrío, L. L. (2010). Mayor transparencia y credibilidad para hacer frente a la crisis de confianza de la RSE. La Responsabilidad Social de la Empresa a debate: lecciones de la crisis, 58.
- [18] Friedman, M. (1970). La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades. *Oficio y arte de la gerencia*, 2, 195-203.
- [19] Levitt, T. (1958). The dangers of social responsibility. *Harvard Business Review*, septiembre-octubre, pp. 41-50.
- [20] Rezzónico, R.; Fernandez, L; (2013). Complejidad, estrategia y gestión sustentable de riesgos. *Actas VI Congreso Argentino de Ingeniería Industrial (COINI 2013)*, Noviembre 7 y 8. San Rafael (Mendoza), Argentina Disponible en: http://www.edutecne.utm.edu.ar/coini_2013/coini_2013.html [accedido: 21-3-2015] ISBN 978-987-1896-26-4
- [21] Muñoz, G.; Rezzónico, R.; Montalván, N.; Fernandez, L; (2013). Evolución conceptual hacia lógicas y modelos de gestión empresarial social y ambientalmente responsables. VI Jornadas de la Asociación argentina-uruguaya de Economía Crítica (ASAUEE 2013), Noviembre 26 al 29. Salta, Argentina. 2013 Actas ASAUEE ISBN 978-987-633-103-6 (e-book / CD)
- [22] Rezzónico, R.; Pierpaoli, C. y Muñoz, G. (2011) Operadores claves para una emergente Sociedad de la Conciencia: Modelos más humanos, responsables y sustentables. Trabajos publicados V CISDA 2011. Digital/CD s/ISBN. V Congreso Iberoamericano sobre Desarrollo y Ambiente de la REDIBEC (Red Iberoamerica de Economía Ecológica). Setiembre 13 al 15, 2011. Santa Fé, Argentina. Disponible en: <http://fich.unl.edu.ar/CISDAV/pagina/Ponencias%20y%20Posters/> [accedido: 23-02-2015]
- [23] Morata, F.; Costa, B. V. y Suárez, C. (2010). La Responsabilidad social de la empresa a debate: lecciones de la crisis: una perspectiva europea.
- [24] Larenz, K. y Wieacker, F. (1992) De la crisis financiera a la crisis económica mundial. Marketing y responsabilidad social empresarial (RSE) 10
- [25] Luhmann, N. y Calpe, W. (2004). Realidad empresarial: además de economía, cultura para la dirección. *Lecturas críticas y alternativas de realidad empresarial*, 91.
- [26] Radrigán Rubio, M. y Barria, C. K. "Situación y proyecciones de la economía social en Chile", en José M. Pérez de Uribe (Coord.). *La economía social en Iberoamérica*. FUNDIBES, Madrid, 2006.
- [27] Arcas Lario, N. y Briones Peñalver, A.J. (2009). "Responsabilidad social empresarial de las organizaciones de la economía social". *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 65, 143-161.
- [28] Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 2(14), 338-358, Oct-Dic de 2006 - ISSN: 1697-9818 Disponible en:

<http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/2942/Enfoque%20estrat%20gico%20de%20la%20responsabilidad%20social%20corporativa.pdf?sequence=1> [accedido: 23-02-2015]

- [29] Vives, A. (2010). La responsabilidad social de las empresas: enfoques ante la crisis. III Conferencia España-Iberoamérica sobre la Responsabilidad Social de las Empresas. *Fundación Carolina*. Disponible en: <http://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/08/Cealci12.pdf> [accedido: 23-02-2015]
- [30] Naredo, J.P. (2013). Ideología político-económica dominante y claves para un nuevo paradigma. *Revista de Economía Crítica*, nº16, segundo semestre 2013, (1008-143). ISSN 2013-5254. Disponible en: http://revistaeconomicritica.org/sites/default/files/revistas/n16/03_JoseManuelNaredo.pdf [accedido: 23-02-2015]