

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UNA VENTAJA COMPETITIVA

**Dina Ivonne Valdez Pineda,
Beatriz Ochoa Silva,
Roberto Celaya,
Guadalupe Ross A.**

EL tradicional distanciamiento entre el mundo de la economía y el de las organizaciones ha lastrado el desarrollo de ambas ciencias durante décadas, y sólo en los últimos años se ha iniciado un esfuerzo mutuo de acercamiento. Esta separación también se ha dado entre el mundo de la economía y en el de la responsabilidad social en las organizaciones. Este distanciamiento ha hecho que durante mucho tiempo haya sido tema de estudio básicamente académico, muy alejado de la realidad cotidiana. Ya que el mundo empresarial, exige un planteamiento dinámico coherente con su eterno conflicto entre los principios individuales y las responsabilidades organizativas, entre la asunción de las consecuencias individuales y colectivas de sus acciones.

El desarrollo de la responsabilidad social de nuestras organizaciones no es, habitualmente, un proceso continuo. A lo largo de su historia el desarrollo puede ser regresivo. En épocas de crisis suelen prevalecer los aspectos económicos sobre los aspectos referentes al bienestar social. El desarrollo está íntimamente relacionado con los valores de los fundadores, con los principios de la dirección general, con los diferentes acontecimientos que han ido marcando el devenir de la organización y con las oportunidades y amenazas del entorno.

La responsabilidad social corporativa no está todavía implantada en la mayoría de organizaciones a pesar de la importancia que tienen en la actualidad temas como la protección del medio ambiente, la satisfacción del cliente, la mejora de la comunidad y el desarrollo y el bienestar de las personas. Ya que si las empresas implantan la responsabilidad social les ayudará a tener un bienestar empresarial y social y a la vez una ventaja competitiva y diferencial con otras empresas de su competencia.

Tal vez será que algunas empresas confunden el concepto de responsabilidad social corporativa (RSC) con otros conceptos que tienen relación pero no son responsabilidad social corporativa.

La Responsabilidad Social Corporativa se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades, y el medio ambiente. La RSC es un amplio conjunto de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración". Foro de la empresa y la responsabilidad social en las Américas.

El tener una idea clara de lo que es la RSC. se deberá tomar en cuenta que es un concepto dinámico y en desarrollo, por lo que es preciso caracterizarlo con algunas claves para comprender como es su verdadera dimensión. Así, la RSC es:

- Integral, es decir, abarca a un conjunto de dimensiones de la empresa.
- Gradual, puesto que se presenta como un camino de excelencia a seguir.
- Proporcional, ya que la expectativa del ejercicio y aplicación tiene una relación directa con el tamaño de la empresa y su correspondiente poder o capacidad de influencia en el mercado.

Como ocurren muchos casos, acudir a la definición negativa de RSC ayuda a comprender mejor el autentico significado del concepto y evitar conjunciones terminológicas que son habituales en el ámbito de las RSC. a continuación se exponen algunos conceptos

Acción social. Es la dedicación de recursos empresariales a proyectos de desarrollo socioeconómico que apoyan a personas desfavorecidas, principalmente en las áreas de servicios sociales, salud, educación, formación profesional y empleo. (Fundación Empresa y sociedad www.empresaysociedad.org)

La acción social es un complemento a las prácticas de RSC y nunca puede sustituirlas. Una empresa puede ser socialmente responsable sin hacer acción social y puede ser irresponsable aunque destine grandes cantidades de dinero a acción social.

Desarrollo Sostenible. Se ha definido como el desarrollo armónico en los ámbitos económicos, social y ambiental de manera que el desarrollo presente no limite las posibilidades de desarrollo de las generaciones futuras. Idea que nace en la cumbre del río de 1922.

Comisión Mundial del medio ambiente de la ONU, creada en 1983 lo define Como un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades esta definición fue empleada por primera vez en 1987.

Gobierno Corporativo. Según la OCDE, (2004) el gobierno corporativo es un elemento clave en la mejora de la eficiencia y el crecimiento económico así como aumentar la confianza de los inversores. El gobierno corporativo incluye las relaciones entre los directivos de la empresa, el consejo de administración, los accionistas y otra parte interesados. El gobierno corporativo también proporciona

la escritura a través de la cual se fijan los objetivos y se determinan los medios para conseguir esos objetivos y se controla el desempeño”.

Por tanto el gobierno corporativo es el sistema por el que las empresas son dirigidas y controladas. La estructura de gobierno corporativo especifica la distribución de derechos y responsabilidades entre diferentes miembros de la organización, tales como el consejo de administración, directivos, accionistas y otras partes interesadas y detalladas las reglas y procedimientos para la toma de decisiones sobre cuestiones corporativas.

Reputación Corporativa. Activo estratégico de una empresa basado en la percepción favorable de la misma que tienen las diferentes partes interesadas sobre la capacidad de una compañía para crear valor de forma permanente para sus grupos de interés.

El foro de reputación corporativa (FRC) la define como conjunto de percepciones que tiene sobre la empresa los diversos grupos de interés con los que se relaciona.

Esta aproximación al concepto de RSC permite abordar lo realmente crítico para la empresa: definir que es para ella la RSC.

Toda empresa que desee implantar política y prácticas de RSC debe responder a estas preguntas iniciales:

- ¿Que es la RSC para mi empresa?
- ¿Por qué mi empresa debe implantar la RSC?
- ¿Para que implantar la RSC en mi empresa?

Si la empresa contara con su definición propia de la RSC le permitiría reflexionar sobre su verdadera naturaleza de su actividad y construir una base sólida en que progresar adecuadamente y lograr su ventaja competitiva.

Y con ello que le permitirá desarrollar su labor en una sociedad avanzada que plantee a las empresas la satisfacción de nuevas y más exigentes demandas y expectativas.

Existen algunos motivos y críticas que las empresas han tomado en cuenta para fortalecer el desarrollo de la responsabilidad social corporativa, como es la ética. Tradicionalmente se ha pensado que en el mundo de la empresa era independiente de la esfera moral y que las reglas económicas eran diferentes a las morales: “Los negocios son los negocios”. Sin embargo, las partes interesadas de la empresa han roto con esta disociación y exigen que la empresa haga

compatible los beneficios económicos con una conducta basada en sólidos valores éticos.

La ética no cuestiona la rentabilidad si no la manera en que las empresas obtienen sus ganancias. En definitiva, también en el mundo de la empresa, se aplica el principio “el fin no justifica los medios”. Esta creciente reflexión ética acerca de la actuación de las empresas y a su gestión ha alimentado con fuerza a la RSC. Lozano (2002).

Escándalos derivados de las malas prácticas empresariales que han saltado a la opinión pública y que han causado grandes pérdidas a pequeños inversionista han sido un detonante para exigir a las empresas una conducta adecuada que permita recuperar la confianza en ellas y en las reglas de mercado.

Hasta hace pocos años, los modelos de desarrollo habían prestado poca atención al medio ambiente. La naturaleza se veía como otra forma de capital; el aire y el agua, como bienes gratuitos e ilimitados. Los servicios ambientales- como el reciclaje de agua, los sumideros de carbono, la regulación del clima, los nutrientes, la biodiversidad - de ninguna manera se consideraban parte de los procesos económicos. No se consideraban las condiciones necesarias para su conservación ni tampoco los costos ambientales asociados, sino que éstos se transferían a otras personas o, peor aun, a las generaciones futuras.

Deterioro el Medio Ambiente. Los impactos ambientales de la actividad empresarial son prácticos y fácilmente identificables. La demanda de un comportamiento responsable con el contorno natural es una de las primeras voces que se alzo a favor de la RSC y unos de los movimientos más potentes y organizados de la sociedad. La presión de las ONGs ha sido crítica en este ámbito pero otros grupos han recogido el testigo y el cuidado del medio ambiente ya que no es una opción para las empresas sino una necesidad.

Presión de grupos algunos grupos que afectan o se ven afectados por la actividad de la empresa cobran un nuevo protagonismo al demandar y exigir a las organizaciones un compromiso con la sociedad y el medio ambiente y unas prácticas coherentes con este compromiso.

Tomando en cuenta esto, los accionistas toman sus decisiones contemplando, además de los resultados financieros de la empresas, su desempeño en los ámbitos social, y ambiental. Además, esta tendencia se fortalece con el protagonismo que estas cuestiones están teniendo en las juntas generales de accionistas.

En muchas ocasiones, los empleados son los primeros que sufren la irresponsabilidad de las empresas y sus reivindicaciones han sido un fuerte impulso de la RSC y un motor de cambio hacia un nuevo modelo de empresa.

Una empresa que ya no se entiende como un juego cero en el que las rentas se reparten entre el capital y el trabajo, sino como un sistema de cooperación eficiente basado en el diálogo y acuerdo como factor clave de reducción de los costos de coordinación y como potencial de innovación.

Insuficiencia del derecho. La legislación y su apartamiento coercitivo se han demostrado ineficaces para el cumplimiento de unas mínimas reglas de juego. La RSC va más allá del derecho al configurarse no como una obligación externa sino como una auto imposición, una exigencia propia.

La globalización, ha sido posible en buena medida por la expansión de las multinacionales por todo el mundo. Esto ha hecho que operen en sociedades con distintos valores y costumbres y que acumulen un gran poder. La consecuencia ha sido desajustes entre los valores de la empresa y los de las sociedades en las que opera y una creciente petición de control de países en desarrollo. El desarrollo de la sociedad de la información alimenta el fenómeno y facilita la movilización de las empresas.

Crisis del estado del bienestar social. La ineficiencia de la gestión pública y las previsiones de los economistas han hecho saltar las alarmas sobre la sostenibilidad del modelo de bienestar. Ante esta situación, la sociedad ha vuelto su mirada hacia las empresas, a las que se les pide que asuman su responsabilidad social y compartan con el Estado la tarea de mantener el nivel de bienestar de los ciudadanos.

Las malas prácticas de algunas compañías han contribuido a crear una mala imagen de las empresas, que necesitan recuperar la legitimidad y formar parte de la comunidad. Algunas empresas han visto en la RSC el camino más corto para conseguir la licencia para operar lo que a menudo se ha traducido en una perversión de la RSC al concebirla como un medio para mejorar la imagen social de la empresa. La RSC es un fin en sí misma al conectar los beneficios empresariales con los beneficios sociales.

Ante las presiones sociales y los escándalos empresariales, la respuesta de algunos gobiernos ha sido la de aumentar la regulación. A la tradicional regulación ambiental o laboral se ha unido la tendencia a la regulación legal de aspectos como el gobierno corporativo o la información social y ambiental.

La capacidad coercitiva y sancionadora de la ley estimula algunas prácticas de RSC, pero el grueso de la RSC cae en el ámbito de lo voluntario, de la competitividad y de la gestión de las empresas.

Declaraciones de RSC. Estas declaraciones se han desarrollado en documentos de carácter sectorial para facilitar la implantación de las prácticas de RSC en función de la naturaleza de cada actividad.

Los mercados son cada vez más competitivos y las empresas han visto en la RSC una oportunidad de diferenciarse y crear ventajas competitivas. La RSC se mueve en el ámbito de lo voluntario, de la competitividad. La RSC es una oportunidad para que la empresa conozca mejor el entorno con el que se relaciona y responda adecuada y rápidamente a los cambios. Por otro lado, la RSC es una eficaz herramienta de minimización del riesgo social, ambiental y reputacional de la empresa.

Empresario/directivo responsable. Un factor que se suele olvidar es que la RSC se origina a partir de una decisión que toman los empresarios y directivos de la organización. Existe una nueva generación de directivos y empresarios que, conscientes del impacto social y ambiental de su actividad, se comprometen con una gestión responsable e implantan prácticas sostenibles. Sin duda, factores como la formación o el entorno en el que desarrollan su actividad han proporcionado la aparición de estos nuevos profesionales.

A pesar de sus evidentes beneficios, la RSC también se enfrenta a críticas y posturas en contra. Si no fuera así, seguramente todas las empresas implantarían prácticas de RSC. Conocer estas críticas permite reforzar los argumentos y construir un concepto de RSC más sólido y eficaz.

Algunas Empresas asocian la RSC con el costo económico. Los empresarios la consideran como un auto impuesto que supone un gasto añadido para la organización. Este argumento nace de la confusión entre RSC y acción social. La realidad es que una empresa puede ser perfectamente responsable sin dedicar un peso a acción social y, al contrario, una organización puede ser tremendamente irresponsable aun que dedique grandes cantidades de dinero a actividades filantrópicas.

Otra crítica derivada de la idea existencial de la RSC es que los accionistas son los dueños de la empresa y son ellos los que deben decidir si deben dedicar recursos para los grupos desfavorecidos. Por tanto, se trata de una decisión personal que no pueden tomar los directivos de la empresa con el dinero de los accionistas. Aquí se debe de crear un ambiente, para que los esfuerzos no sean en vano y dirigir esos esfuerzos ala obtención a la obtención de triunfo. Brown (2001).

Una crítica muy extendida es la mayoría de las personas la comenta que la RSC es una herramienta publicitaria y de relaciones públicas es cierto que muchas organizaciones hacen poco y dicen que hacen mucho. El reto es hacer lo que dicen que hacen y asumir la RSC de una manera más integral, no como una solución cosmética y superficial. Esta perversión de la RSC se deriva de entender la RSC como un medio y no como un fin en si misma.

A menudo también se esgrime el argumento en contra de la RSC de que lo social es responsabilidad del gobierno y de las organizaciones sociales. Sin duda, esto es así, pero esta responsabilidad no es exclusiva y todos los ciudadanos somos responsables del desarrollo y bienestar de nuestra sociedad. La empresa, como ciudadano corporativo que es, contribuye con su actividad a la mejora de la comunidad y debe minimizar externalidades negativas que se deriven de sus operaciones.

Una crítica más a la RSC es que supone nuevos riesgos para la empresa. Algunos directivos ven en la RSC una exigencia de transparencia que pueda develar algunas debilidades de la empresa. También se suele decir que la RSC estimula el desarrollo normativo de los aspectos sociales y ambientales de la gestión empresarial. En cierta medida estas apreciaciones tienen parte de verdad. Efectivamente, algunas de las empresas líderes en la implantación de prácticas responsables sienten que se han puesto en el centro de las miradas y que son las más criticadas. Esto es una paradoja que desincentiva a las empresas, pues ven que es mejor no hacer nada ante el temor a ser criticadas.

Una manera para que las empresas implanten la responsabilidad Social Corporativa y logren la ventaja competitiva debe trazarse retos sobre su implantación.

Primero que nada las empresas deben tomar la iniciativa, pasando de acciones aisladas de carácter filantrópico y de comunicación a la verdadera integración a las demandas sociales y ambientales de las partes interesadas en sus actividades de negocio.

En la actualidad y de una manera más intensa en el futuro, el éxito financiero ya no es la única medida por la que las partes interesadas emiten un juicio sobre las empresas. Ahora se espera de las compañías que tengan un buen desempeño en ámbitos no financieros tales como los derechos humanos, la ética de la empresa, políticas ambientales, desarrollo de la comunidad, gobierno corporativo o prácticas laborales. Tal es la importancia de estas cuestiones que el desempeño social y ambiental se ha puesto a la misma altura que el financiero. Este nuevo escenario plantea a las empresas el desafío de presentar una triple cuenta de resultados (económica, social y ambiental) y atender a las demandas y expectativas de las partes interesadas. En la nueva economía global, las empresas que lo consigan estarán mejor posicionadas y más competitivas. Ya que las organizaciones que son socialmente responsables pueden gozar de una posición más sólida respecto a su competencia al poseer una serie de ventajas competitivas.

Referencia

Brown Stanley A.(2001) Administración de las relaciones con los clientes, ed. Oxford, México.

Lozano Josef M.(2002) Etica y Empresa, ed. Trotta, España.

Business for social Responsibility www.bsr.org

Foro de Reputación Corporativa www.reputacioncorporativa.org

Fundación Empresa y Sociedad www.empresaysociedad.org

Fundación Entorno www.fundacionentorno.org