



CAPÍTULO II

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA ESFERA INTERNACIONAL





2.1. La Responsabilidad Social Empresarial: un concepto para poner en práctica

La responsabilidad social empresarial puede definirse como la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). Dicha responsabilidad es la forma como las empresas se relacionan entendiendo cómo sus actividades se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno (CCRE, 2004).

Y es que las empresas se encuentran frente a una sociedad informada, crítica, exigente, demandante, que toma posiciones, se agrupa y decide:

Además de la presión del consumidor, han surgido grupos de interés que, por ejemplo, abogan por la protección y la conservación de los recursos naturales, la eliminación de cualquier tipo de trabajo forzado y del trabajo infantil, el respeto a los derechos humanos y la sostenibilidad. Estos grupos presionan y, de una u otra forma, influyen en las decisiones de los consumidores, sobre todo en aquellos casos donde el comportamiento de X empresa no es socialmente responsable (Nowalski, 2011, p. 409).

El Libro Verde de la Comisión Europea afirma que la RSE es “la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones de negocio de una empresa y en la relación con sus interlocutores o grupos de interés” (Libro verde, 2001, p. 13).

Luis Fuentes, jefe de Comunicación Corporativa de Coca-Cola en México, afirma que en esa compañía se concibe la RSE “como un conjunto de principios y valores que orientan la gestión del negocio, entendiendo que la sustentabilidad es el único camino que nos permitirá satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las del futuro” (Fuentes, 2013, p.6).

Según los desarrolladores de la norma ISO 26000, la RSE tiene que ver con

la responsabilidad de una organización respecto de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente, por medio de un comportamiento transparente y ético que (...) sea consistente con el desarrollo sostenible y el bienestar general de la sociedad; que considere las expectativas de sus partes interesadas; que esté en cumplimiento con la legislación nacional y sea consistente con normas internacionales de comportamiento; y que esté integrada en toda organización y se refleje en sus acciones (International Organization for Standardization, 2008).

Curiosamente, Mauricio González Lara, autor del primer libro de RSE en México, plantea una interesante diferencia entre RSE y sustentabilidad, cuando afirma:

yo no visualizo a la RSE como sinónimo de sustentabilidad. La primera es una cultura de gestión que contempla varios vectores, la segunda, en cambio, se centra en la viabilidad del uso de los recursos de una empresa y el mundo en el mediano y largo plazos. La primera se relaciona con ética y toma de decisiones, con condiciones de justicia y desarrollo; la segunda se centra casi exclusivamente en el aspecto ecológico, en si los recursos son usados de una manera sustentable para el futuro. La medición de la primera es difícil y ambigua; la segunda, en cambio, puede ser evaluada de una manera rigurosa. Esa diferenciación, de hecho, es un factor que define el panorama de la RSE en la actualidad. Dicho esto, para la RSE el panorama luce complicado (González, 2013, p. 8).

Hoy la tendencia de la RSE trascendió de entenderla como una mera actividad con el único propósito de lograr reputación a través de las relaciones públicas, para ser un mecanismo de gestión importante dentro de la estrategia global empresarial, concebida esta sólo desde parámetros éticos, transparentes, honestos y de compromiso real con la sociedad:

Dentro del equipo multidisciplinario de ICONTEC se ha acordado comprender la responsabilidad social como el compromiso que la organización asume frente a las expectativas legítimas de sus interrelaciones más relevantes (stakeholders), reconociendo los impactos positivos y negativos de sus operaciones, y por tanto, implica la capacidad de tomar decisiones a partir de escuchar, comprender y priorizar tales expectativas. Supone el cumplimiento de los valores o principios éticos que la organización ha elegido para sí, y que van más allá de sus responsabilidades legales, a través de todos sus objetivos, políticas y programas (Solarte, 2003, p. 14).

En Latinoamérica, este tema ha tenido un desarrollo aparentemente dinámico:

La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) ha tenido un acelerado desarrollo en las últimas décadas, como consecuencia de la intensificación de la globalización, la explosión de los medios informativos y las redes sociales y el surgimiento de las grandes economías emergentes, donde ha crecido significativamente la producción de bienes y servicios, que en ocasiones son producidos en condiciones de desatención a los derechos laborales y al medio ambiente, que luego se consumen en países desarrollados. También ha influido la percepción de que los recursos naturales son limitados y que no se pueden seguir consumiendo al ritmo actual, mucho menos considerando los niveles de pobreza que prevalecen en muchos países en desarrollo. Adicionalmente, la crisis financiera de 2007-2010, atribuida a irresponsabilidades empresariales,

codicias individuales y negligencia de los reguladores y que afectó a gran parte de la población, agudizó la sensibilidad general hacia el tema de la responsabilidad empresarial con la sociedad (Vives y Peinado Vara, 2011, p. 06).

Esta sensibilidad posiblemente se ha agudizado más en la comunidad que en las empresas, las cuales presentan un cambio más lento: “este cambio gradual se hace desde el supuesto de que existe un contrato social implícito entre la sociedad y la empresa: la empresa tiene obligaciones con respecto a la sociedad y tiene que elaborar su política sabiendo que tendrá que dar cuentas ante la sociedad” (Martínez, 2005, p. 5). El problema es pasar del dicho al hecho, pues la RSE

no ha sido construida como un discurso destinado a quedarse en documentos que completen un librero, ni para lograr que las empresas tengan una mejor reputación con pocas acciones. Afortunadamente para los convencidos de que la RSE es una herramienta empresarial que debería ser incorporada por las empresas desde su nacimiento, por el valor social que generan alrededor de ellas, esta ha sido entendida como parámetro de negociación comercial entre países (www.colombiaincluyente.org - Líderes Amcham).

En países como Colombia, justa o injustamente se cuestiona mucho el papel de la empresa en la sociedad, pues la falta de publicaciones e informes para la comunidad deja la sensación de que se sigue buscando solo la rentabilidad, la producción y venta de productos y servicios, eso sí, con cuidados medioambientales:

Todas las organizaciones son sistemas abiertos que dependen de su medio ambiente. Esta dependencia exige que los administradores pongan atención a las expectativas y puntos de vista de la sociedad. Eso se aplica a toda clase de organizaciones: empresas, escuelas, hospitales y gobiernos. Todas deben responder a las necesidades de la sociedad. La Responsabilidad Social se ha convertido en una cuestión más importante dado que la sociedad ha desarrollado mayores expectativas hacia las organizaciones y los administradores (Quezada, 2008, p. 18).

En este país la responsabilidad social empresarial se ha convertido en una oportunidad para reducir impuestos, por lo que las organizaciones solo cumplen el “requisito” con un mínimo de esfuerzo sin interiorizar su rol, sin preocuparse por el bienestar de la sociedad y sin el interés de devolver a la comunidad algo de lo recibido:

Una empresa que tiene claro su rol de ciudadano corporativo dentro de este nuevo esquema, y sabe transmitirlo, estimula el cuestionamiento del receptor respecto a cuál es, a su vez, la parte de responsabilidad que le corresponde como ciudadano y como integrante de esos grupos de interés (Azucero, 2009, p. 18).

Aunque siempre ha existido la filantropía, esta no ha sido precisamente la característica principal del sector empresarial colombiano, que se ha enfocado más bien en la productividad y en la obtención de más y mayores beneficios económicos; sin embargo,

la RSE representa un buen negocio para todas las partes interesadas. Mediante la implementación de prácticas socialmente responsables se crea valor económico, ambiental y social; se reducen riesgos y se fortalecen las interrelaciones entre las partes interesadas y, por ende, la democracia. En tanto las prácticas se den en armonía con el medio ambiente se contribuye a la sostenibilidad del desarrollo de los países (Nowalski, 2011, p. 408).

La idea de responder a ciertas problemáticas sociales por parte de las empresas se empezó a tejer en Europa y en EE.UU hacia el siglo XIX, cuando se despertó un especial interés hacia los empleados y una preocupación más aguda por el bienestar de la sociedad.

Para el siglo XX, después de la segunda guerra mundial, hacia 1945, en contraposición al “estado de guerra”, aparece el concepto de “estado de bienestar”, que años después llevó a una discusión más estructurada por parte de Keynes y algunos representantes del Socialismo Fabiano, sobre la obligación del Estado de garantizar la satisfacción de las necesidades básicas de sociedad:

La integración de las prácticas de responsabilidad social en la gestión de la empresa, obliga a definir su forma de implicación en esa responsabilidad y concretar el modelo de gestión de aquellas, que debe contemplar dos ejes principales: la gestión de la planificación y el desarrollo de sus actividades y la gestión de la comunicación que se origina antes, durante y después de su realización (Marín, 2008, p.10).

Pero garantizar la salud, educación, empleo, servicios públicos, vivienda, etc., es demasiada carga para cualquier gobierno, sobre todo los contaminados por corrupción, desorden político, descalabro presupuestal y recursos públicos disminuidos, entre otros; por esto, el Estado requiere ayuda y la busca en el sector empresarial con la premisa que las empresas deben reorientar su rol y romper la lógica básica de consecución de riqueza y generación de empleo, para convertirse en agentes de desarrollo social y cambio; el nacimiento de la ONU y luego el surgimiento de los Derechos Humanos fueron el trampolín para una mayor conciencia social.

La expresión Responsabilidad Social Empresarial empieza a tener forma entre los años 50 y 60. El término se consolida un poco más con eventos como la Conferencia de Estocolmo en 1972, el Informe Brundtland, en 1987 y el protocolo de Kyoto, en 1997, por mencionar algunos, pero, se puede decir que es en 1999 (31 de enero) cuando termina de tomar forma con el Foro Económico y Mundial de Davos (Suiza),

en cuyo evento Kofi Annan, secretario general de la ONU, propone el “Pacto Mundial” desde el cual pide que se adopten algunos parámetros de comportamiento desde los pilares Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la corrupción, que garanticen el bienestar social y el desarrollo de los pueblos:

La producción mundial con respecto a la ética y la responsabilidad social empresarial ha ido en un constante incremento. El primer hito fue el Foro de Davos de 1973, que propuso un “Código de comportamiento ético para la gestión de empresas”; luego, la Mesa Redonda de Caux concertó unos principios para los negocios: Más allá de las leyes del mercado, las empresas han de asumir la responsabilidad con respecto a la política y las actividades financieras y el respeto a la dignidad y a los intereses de sus actores; además, sus actividades han de estar orientadas por valores comunes, incluyendo la obligación de procurar el bien común, global y local. En el mismo sentido se expresó la Declaración Interconfesional, para la Construcción de Códigos de Ética en los Negocios Internacionales, que reunió a representantes de las religiones del Libro: musulmanes, judíos y cristianos. Esta declaración reconoció cinco valores fundamentales: respeto por la vida, juego limpio, honestidad, justicia y protección al medio ambiente. Finalmente, desde el año 2000, el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan ha venido impulsando el Convenio Mundial (The Global Compact), que es un espacio para que las empresas y otros sectores sociales traten de resolver sus diferencias mediante acciones voluntarias, en particular referidas a los aspectos laborales, ambientales y de derechos humanos (Solarte, 2003, p. 11).

Así pues, aunque hoy por hoy la importancia de la RSE sea indiscutible, razón por lo que ya ha sido normatizada en algunos países, para muchas empresas de naciones latinoamericanas este tema aún sigue siendo una mera alternativa, no una obligación legal. Los gobiernos no tienen cómo hacer cumplir a las empresas exigencias de responsabilidad social, por lo que ofrecer reducción de impuestos y subsidios ha sido una buena opción para motivar a las corporaciones hacia el desarrollo de planes de RSE.

2.2. La Responsabilidad Social Empresarial en los tratados de libre comercio

Hace ya más de tres décadas que Latinoamérica empezó a mostrar un tímido interés por un nuevo modelo económico basado en el desarrollo, y por tanto, en la apertura económica y la expansión del comercio. Fue así como se empezó la búsqueda de una inversión privada más activa, de más equilibrio macroeconómico, de liberalización y expansión del comercio y de apertura a esferas internacionales; todo esto con las facilidades que se fueron abordando por cuenta de la tecnología; sin embargo, con esto se vieron gravemente afectados varios aspectos, como los recursos naturales explotados sin consideración:

hasta entrada la segunda mitad del siglo pasado, lo ambiental y el desarrollo eran dos problemas que se entendían y miraban por separado, en términos del desarrollo teórico económico. El economista no tenía referentes ambientales para evaluar o proponer el desarrollo. Las reflexiones sobre la relación entre ambiente y desarrollo surgieron cuando, en términos económicos, se empezó a sentir el carácter limitado de la oferta natural (Sánchez, 2002, p. 80).

También se vieron afectados la reducción de las ya bajas condiciones laborales y el aumento de la demanda de mano de obra barata, entre otros, situación que se mantuvo sin dolientes por un buen tiempo hasta que en la década de los 90 se empezó a hablar de Responsabilidad Social Empresarial:

La adopción de prácticas de RSE es una excelente decisión para Latinoamérica de cara al creciente condicionamiento que surge de la expansión del comercio y, en particular, de la negociación de nuevos tratados que incluyen más obligaciones y la proliferación de normativas privadas y estándares internacionales que obligan a las empresas a actuar de una forma socialmente responsable, lo que eventualmente contribuiría a la sostenibilidad, la equidad y al desarrollo de los países centroamericanos (Nowalski, 2011, p. 412).

En Latinoamérica el proceso de transformación empresarial ha sido difícil y traumático, muchas organizaciones se han extinguido y otras luchan aun por mantenerse, involucrando planes y programas que optimicen sus procesos de producción internos y que fortalezcan su posicionamiento en los mercados locales e internacionales, siendo la RSE una gran oportunidad de lograr prestigio y reputación.

Con mucha dificultad y lentamente, las empresas se han dado cuenta de que las exigencias de la globalización van hacia otro camino: “el comercio socialmente responsable se basa en una competitividad sostenible, producto de la inversión en la gente (desarrollo humano), la innovación y el desarrollo tecnológico, todo ello en armonía con el medio ambiente” (Nowalski, 2011, p. 409).

Entonces, se deben modernizar los procesos de producción, de reciclaje, invertir en el recurso humano y en los recursos naturales, mostrar un notable interés por la calidad de vida de los trabajadores y de sus familias, invertir en tecnologías limpias, en ciencia ética y transparente, cuidar y proteger el medio ambiente, y en general, adoptar medidas de cara a la comunidad:

Estándares de calidad ambiental empiezan a ser introducidos en los acuerdos internacionales de comercio, obligando a los países de bajo desarrollo tecnológico a adquirir la tecnología producida por los grandes conglomerados. Los arreglos productivos considerados como ambientalmente sanos o menos agresivos se abren mercado en el mundo entero. Esto, sin embargo, no contrarresta el proceso de degradación ambiental global que estamos viviendo,

como tampoco transforma la dinámica ambiental al interior del país. Por el contrario, la homogeneización de los mercados y de la cultura genera importantes efectos ambientales negativos (Sánchez, 2002, p. 83).

Las empresas exportadoras deberán acoger en sus operaciones los requisitos acordados en las rondas de negociación. Ya sea por presiones externas o por la seguridad que tengan los empresarios de que las relaciones con los grupos de interés en las que el resultado final sea un “gana-gana”, la adopción de temas de RSE, será cuestión de adaptación a las exigencias del comercio (www.colombiaincluyente.org - Líderes Amcham).

La Responsabilidad Social Empresarial poco a poco se ha convertido en norma de comportamiento empresarial y, obviamente, de negociación internacional:

El carácter voluntario de la RSE está en entredicho de cara a una expansión comercial que va acompañada de un creciente condicionamiento que gradualmente obliga a comportamientos socialmente responsables para la producción y la comercialización de bienes y servicios (Nowalski, 2011, p. 408).

La globalización

ha replanteado y delineado las fronteras económicas, lo que ha redundado en una mayor competencia entre empresas y países. La constante transformación tecnológica, el acelerado desarrollo en las comunicaciones y el consecuente acceso a la información, la transnacionalización productiva, la mayor apertura de las economías y la expansión del comercio generan nuevos desafíos para las empresas y las economías en general. A pesar de los llamados tratados de 'libre' comercio, han proliferado estándares internacionales y (...) condicionamientos que “obligan” a las empresas a actuar de forma distinta en un mundo más complejo en donde cada vez son más los grupos de interesados capaces de impactar o verse impactados por la forma de producción y comercialización de las empresas (Nowalski, 2011, p. 407).

El profesor Carlos Ferro Soto, del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad de Vigo, España, afirma que

la responsabilidad social empresarial se ha convertido en una cláusula inexcusable de cualquier tratado de libre comercio (...) los TLC exigen condiciones básicas de RSE y las empresas de los países implicados en dichos tratados si quieren pasar a disfrutar de las ventajas que supone esa apertura de los mercados, obviamente tendrán que realizar esfuerzos en materia de RSE (Gestratégica, 2011).

Ferro ve la RSE como un atributo y una ventaja competitiva sostenible que define, en gran medida, la calidad de los productos y servicios que presta una empresa, por lo que no debe ser solo un cúmulo de acciones aisladas sino más bien un proceso estratégico de la organización que permita aumentar la competitividad, tanto en el mercado nacional como en el internacional: “Las prácticas de RSE no tienen por qué ser complejas ni costosas para la empresa. Simplemente consisten en hacer lo de siempre pero de otra forma. Esta 'otra forma' a la que me refiero implica más inversión en cambios de mentalidad que en unidades monetarias” (Gestratégica, 2011, p.1).

La adopción de prácticas de RSE no solo prepara a las empresas para enfrentar las obligaciones que emanan de los tratados de libre comercio, sino también sientan las bases para un comercio socialmente responsable que se puede traducir en mayores oportunidades económicas para miles de unidades productivas, excluidas hoy en día de “las oportunidades” que brindan los tratados de libre comercio, mejores condiciones laborales y mayor bienestar social, todo ello en armonía con la naturaleza (Nowalski, 2011, p. 412).

El texto promocional de la firma consultora *Sustainable Trade* plantea que

la competitividad exige empresas socialmente responsables y ante un tratado de libre comercio no solo un bajo precio o la calidad serán factores determinantes de la demanda, desarrollar e implementar cambios a nivel organizacional permitirá llevar nuestra producción a mercados desarrollados con alto valor agregado bajo el contexto de la responsabilidad social empresarial (<http://www.creo.org.co>).

Es por todo esto que naciones como Canadá y China incluyen en sus tratados claras exigencias en temas de RSE como la protección ambiental, la defensa de los derechos de los consumidores, las condiciones laborales de los colaboradores, el respeto por la propiedad intelectual y hasta condiciones de cambio climático, entre otros aspectos que generalmente tienen un carácter obligatorio y que se hacen cumplir con rigor:

Las prácticas de RSE, en lo que a la creación de valor se refiere, asumen tres dimensiones, a saber: la económica, la ambiental y la social. Esto es lo que se conoce como “la triple creación de valor.” En cuanto a la dimensión económica, las empresas pueden llevar a cabo programas para desarrollar y fortalecer las capacidades innovadoras y resolutivas de la fuerza laboral; pueden asumir esquemas de gestión participativos que sean costo-eficientes y que mejoren la productividad de los trabajadores y, además, pueden adoptar estrategias de mercadeo que incorporen las expectativas de los consumidores, lo que puede delinear mejor el giro del negocio y producir bienes y servicios de calidad que satisfagan las expectativas y las necesidades de sus clientes (Nowalski, 2011, p. 406).



A simple vista, se puede concluir que el TLC firmado entre Colombia y Estados Unidos no es explícito en el tema de sus exigencias en cuanto a responsabilidad social empresarial, por lo que dos de las tres dimensiones de las que habla Nowalski, la económica y la social, deben encontrarse entre líneas o definitivamente no son tenidas en cuenta, pues para lo ambiental fue dedicado el Capítulo Dieciocho, denominado “Medio Ambiente”, que se analizará en el punto 3.2.2 de este documento: “Este es un tema al que habrá que ponerle mucha atención conforme avanza el libre comercio y se negocien más acuerdos que incluyan mayores obligaciones para las partes” (Nowalski, 2011, p. 408).

A escasos meses después de su entrada en vigor, toda indagación que se haga sobre el TLC Colombia–Estados Unidos resulta necesaria, por la ausencia de registros sobre investigaciones relacionadas con la temática expuesta.

