

**QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU IMPORTANCIA**

**CONCEPTUAL**

**NICOLÁS PATIÑO ZULIANI**

**ESCUELA DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**FACULTAD DE DERECHO**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**MEDELLÍN**

**2015**

**QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU IMPORTANCIA  
CONCEPTUAL**

Presentado por:

**NICOLÁS PATIÑO ZULIANI**

Trabajo de grado presentado para optar al título de  
**ABOGADO**

Director de trabajo de grado:

**NÉSTOR LONDOÑO**

**ESCUELA DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**FACULTAD DE DERECHO**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**MEDELLÍN**

**2015**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

**Director de Trabajo de Grado**

---

**Jurado**

Medellín, octubre de 2015.

## **Dedicatoria**

A mi abuela y a mi madre, quienes me animaron a terminar mi carrera universitaria y me enseñaron a culminar ciclos en la vida; a mi padre, porque me enseñó lo que es meritorio en la vida y cómo ganarlo; a mis hermanas, por el apoyo incondicional y la motivación incansable, haciéndome entender que todo es posible con la disciplina adecuada; a mis abuelos, que aunque ya no están, siempre estarán presentes en el corazón; a mis tías, por enseñarme el valor de la familia y a mi tío por instruirme en el buen humor frente a la vida.

También dedico esta tesis a los primos, por enseñarme que cada cual puede escoger ser feliz de la manera en que lo considere conveniente y, sobre todo, a los que se olvidan, ¡que son tantos!, por ser un aporte esencial y valioso dentro de la formación, no los menciono, pues me tocaría hacer la tesis de nuevo para recordarlos, pero a cada uno he tratado de agradecer como puedo.

### **Agradecimientos**

A Néstor Londoño, por su infinita paciencia; al doctor Hoyos, por su forma de enseñar el Derecho de manera diferente; al doctor Hernán Valencia, por mostrarme que la erudición sí es posible; al doctor Henri, por hacerme ver el valor del esfuerzo; a toda la academia de la Universidad Pontificia Bolivariana si es posible y, sobre todo, al doctor Jaramillo, por permitirme pasar el último examen de la carrera dos días antes de poder llenar los requisitos para la graduación.

## Tabla de contenido

	Pág.
<i>Resumen</i> .....	11
<i>Abstract</i> .....	12
<b>1. Introducción</b> .....	13
<b>2. Planteamiento del problema</b> .....	17
<b>3. Justificación</b> .....	20
<b>4. Hipótesis</b> .....	25
<b>5. Objetivos</b> .....	26
<b>5.1. Objetivo general</b> .....	26
<b>5.2. Objetivos específicos</b> .....	26
<b>6. Diseño metodológico</b> .....	28
<b>7. Capítulo 1: Marco teórico</b> .....	29
<b>7.1. Definición de RSE</b> .....	29
<b>7.2. Los conceptos</b> .....	31
<b>7.3. Distintos ámbitos de la responsabilidad</b> .....	34
7.3.1. Responsabilidad curativa .....	35
7.3.2. Responsabilidad preventiva .....	37
7.3.3. Responsabilidad curativa-preventiva .....	38

<b>7.4. Social.....</b>	<b>39</b>
<b>7.5. Los conceptos .....</b>	<b>42</b>
<b>7.6. La empresa.....</b>	<b>42</b>
<b>7.7. Los conceptos en su conjunto .....</b>	<b>46</b>
<b>7.8. Otros elementos de la RSE .....</b>	<b>49</b>
7.8.1. Desarrollo voluntario .....	49
7.8.2. Sostenibilidad.....	50
7.8.3. Grupos de interés .....	50
<b>8. <i>Capítulo 2: Primera definición del concepto de RSE.....</i></b>	<b>54</b>
<b>8.1. Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial.....</b>	<b>54</b>
<b>8.2. Razonamientos bajo los cuales surge la Responsabilidad Social Empresarial.....</b>	<b>55</b>
8.2.1. Razonamiento filosófico .....	55
8.2.2. Razonamiento ético.....	56
8.2.3. Razonamiento pragmático .....	56
<b>8.3. El concepto de Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad .....</b>	<b>57</b>
<b>8.4. Los diez principios del pacto mundial de la ONU .....</b>	<b>59</b>
8.4.1. Derechos Humanos .....	59
8.4.2. Estándares laborales.....	59
8.4.3. Medio ambiente .....	60
8.4.4. Anti-Corrupción.....	60
<b>8.5. Funciones de los principios.....</b>	<b>60</b>

8.5.1.	Función creativa.....	61
8.5.2.	Función interpretativa .....	61
8.5.3.	Función integradora .....	61
<b>9.</b>	<b>Capítulo 3: Regulación internacional de la RSE .....</b>	<b>62</b>
<b>9.1.</b>	<b>Norma.....</b>	<b>62</b>
<b>9.2.</b>	<b>Reglamento .....</b>	<b>65</b>
<b>9.3.</b>	<b>Reglamento técnico .....</b>	<b>66</b>
<b>9.4.</b>	<b>Certificaciones sociales .....</b>	<b>67</b>
<b>10.</b>	<b>Capítulo 5: La RSE como control de gestión frente al medio ambiente.....</b>	<b>69</b>
<b>10.1.</b>	<b>El medio ambiente .....</b>	<b>71</b>
<b>10.2.</b>	<b>El problema medio ambiental .....</b>	<b>71</b>
<b>10.3.</b>	<b>El concepto de desarrollo sostenible .....</b>	<b>72</b>
<b>11.</b>	<b>Capítulo 4: Beneficios.....</b>	<b>74</b>
<b>11.1.</b>	<b>Los clientes .....</b>	<b>75</b>
11.1.1.	Cientes actuales.....	76
11.1.2.	Cientes potenciales .....	77
<b>11.2.</b>	<b>La marca.....</b>	<b>77</b>
11.2.1.	Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (stakeholder) .....	80
11.2.2.	Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades .....	81
11.2.3.	Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.....	81
11.2.4.	Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial .....	82

11.2.5. Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo .....	83
11.2.6. Decisiones de negocio mejor informadas .....	83
11.2.7. Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.....	84
11.2.8. Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos .....	85
11.2.9. Optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable.....	85
11.2.10. Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas .....	86
11.2.11. Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor .....	86
11.2.12. Incremento en la productividad y en la calidad .....	87
11.2.13. Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal .....	87
11.2.14. Reducción de la supervisión regulatoria .....	88
11.2.15. Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo .....	88
<b>12. Capítulo 5: Conclusiones.....</b>	<b>92</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>95</b>

## Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Componentes de la Responsabilidad Social .....	47
Figura 2. Factores que integran una empresa socialmente responsable.....	47
Figura 3. Impactos ambientales producidos por una organización.....	52
Figura 4. Interacción entre los componentes del Desarrollo Sostenible.....	74

## Resumen

El motivo por el cual resulta fundamental comprender el sentido, alcance y significado de la responsabilidad social empresarial (de aquí en adelante RSE), desde el punto de vista jurídico, reside no tanto en su aparato o sistema normativo vigente, sino ante todo en el carácter multifactorial que abarca dicho termino, en relación con la sociedad, el medio ambiente y con la población civil en general; es decir, desde un contexto jurídico resulta imprescindible identificar y lograr una comprensión en torno al marco legal e institucional bajo el cual se configura y se despliega la RSE.

**Palabras claves:** sector productivo, minimización, impacto ambiental, gestión social, indicador, política ambiental, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), marco legal de la RSE.

### **Abstract**

The reason why it is essential to understand the meaning, scope and meaning of corporate social responsibility (hereafter CSR), from a legal point of view, lies not so much in your device or existing regulatory system, but above all in the multifactorial nature covering such term, in relation to society, the environment and civilians in general; that is, from a legal context it is essential to identify and develop an understanding about the legal and institutional framework under which CSR is configured and deployed.

**Keywords:** productive sector, minimization, environmental impact, social management, indicator, environmental policy, Corporate Social Responsibility (CSR) CSR legal framework.

## 1. Introducción

La Responsabilidad Social es un compromiso de naturaleza ética que se traduce en:

*“(…) la atención a las expectativas que sobre su comportamiento (el de las organizaciones) tienen los diferentes grupos de interés (stakeholder: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medioambiente, accionistas, proveedores,...), con el propósito último de contribuir a un desarrollo, social y ambientalmente, sostenible y económicamente viable” (Avendaño, 2013, p. 155).*

De esta manera, las empresas y el Estado pueden actuar de forma responsable en el área económica, socio-cultural y medioambiental, y desde estas, según señala Avendaño (2013), pueden ser analizadas las acciones de las instituciones, entidades, corporaciones, etc.

Precisamente, lo que motivó la realización de este trabajo es que se la RSE trata de un marco de análisis amplio dentro del cual convergen diversas disciplinas y ya no de forma única o exclusiva a la administración de empresas. Así pues, este trabajo de grado, al plantear como tema de análisis y desarrollo la cuestión sobre la Responsabilidad Social Empresarial Internacional y su aplicación en Colombia, exige una interpelación en torno a la reflexión y el papel que se debe desempeñar desde el marco jurídico, no tanto en términos de regulación, leyes, decretos y artículos, en tanto normas estatuidas para el cumplimiento de la RSE, sino que ante todo se trata

de observar cuál es la especificidad de la RSE desde una mirada que provenga de la hermenéutica jurídica.

En efecto, el tema aquí planteado adquiere mayor relevancia si se consideran los diversos factores y elementos que entran en juego y le imprimen cierta dinámica a la RSE: la minimización del impacto ambiental, la responsabilidad para con la sociedad en términos de bienestar, productividad y desarrollo sustentable y también la necesidad de adoptar por parte de las empresas una política ambiental que sea acorde a las prácticas, criterios y estándares tanto internacionales como aquellos instituidos por el Estado en materia de protección al entorno social y el medio ambiente, derivado del tipo de producción que desarrolla el sector empresarial.

Dado que se trata de un tema que, por otra parte, ha ido cobrando cada vez mayor protagonismo en el ámbito mundial y también regional y local, la RSE, debe ser susceptible de un análisis que, apelando al ámbito teórico del derecho, de cuenta de su necesidad, de su razón de ser en el seno de la sociedad civil y, más aún, que brinde las herramientas y mecanismos teóricos para comprender cuáles son sus implicaciones y el impacto que se deriva de la RSE, en tanto práctica organizacional.

De ahí que en el presente proyecto de grado se realice un análisis conceptual real sobre la Responsabilidad Social Empresarial, tanto a nivel internacional como a nivel nacional, esto es, en el caso del Estado colombiano, teniendo en cuenta las necesidades de conservación, protección y buen aprovechamiento de los recursos naturales tales como suelo, agua, flora, fauna

y aire, respectivamente, así como las dinámicas sociales que se establecen hoy en día entre empresa y sociedad.

El aporte principal es que el documento ha de servir para futuras consultas e investigaciones; en él se plasman una serie de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que se ciernen en torno a la implementación de la RSE, centrando la atención sobre la necesidad de fomentar un cambio de cultura en el ámbito organizacional en torno al buen uso y aprovechamiento de los recursos naturales, procurando su conservación y protección, así como la importancia de establecer medidas de tipo estímulo y sanción para quienes cumplan o infrinjan las normas ambientales y la importancia de la interacción entre los resultados del sector productivo y el bienestar sustentable de la sociedad.

Así las cosas, la importancia del fenómeno estudiado aquí, y el cual amerita la realización de este trabajo, es que, ante todo, se puede concebir este escrito como un análisis de orden reflexivo y conceptual en torno a la Responsabilidad Social Empresarial internacional y su aplicación en Colombia, desde el punto de vista del Derecho, toda vez que éste, como disciplina circunscrita al campo de las ciencias sociales, se concibe como un saber y una práctica que ha sido diseñada para mantener el orden de lo social. Precisamente, porque algo que no se hace en el Derecho es elaborar o abordar los temas y las cosas a partir de simples opiniones sin fundamento o carentes del mismo, esto es, emitir juicios de valor; pues bien, es imperativo entonces detenerse por un momento en una revisión conceptual que de luz sobre el tema en particular que aquí nos ocupa: la pregunta en torno al sentido, el alcance y significado de la RSE a la luz del Derecho y, a partir

de la formulación del mismo, proceder a elaborar una concepción particular que proceda del análisis respecto al concepto de RSE como tal.

## 2. Planteamiento del problema

Resulta fundamental, a fin de poder comprender el campo de acción y la amplitud de la RSE, evaluar y comprender los impactos de tipo social, ambiental y económico que se generan por parte de las empresas; esto es lo que se conoce como la «la triple línea de base», puesto que la actividad empresarial está más allá de lo meramente económico. Estos análisis tienen que ser globales, deben tener conexión con los demás elementos, todo ello motivado, claro está, por una concientización, en cuanto a que las inconsistencias en un sistema de producción como el actual (ya se a que se interprete como neoliberal o capitalista) son insostenibles, debido a su naturaleza rapaz y voraz, lo cual implica entender de manera cabal que es inviable continuar persiguiendo ganancias a como dé lugar.

Así pues, las iniciativas en pro de una estabilidad y equilibrio social y ambiental en relación con la actividad empresarial a nivel mundial resulta crucial y, por lo demás, se tornan interesantes; sin embargo, el mero ámbito teórico o su simple formulación resultan insuficientes a la hora de establecer estrategias y recomendaciones de acción para mitigar y minimizar los efectos lesivos a nivel social y ambiental derivados de la actividad de las empresas; es por ello que resulta imprescindible llevar a cabo un análisis multifactorial, esto es, un análisis de corte hermenéutico que busque no sólo esclarecer el sentido de las normas en torno a la RSE, sino que además brinde una interpretación desde el marco jurídico en torno a los principios de la RSE comprendidos en el ordenamiento jurídico internacional y nacional.

La Responsabilidad Social Empresarial se puede entender como:

*“(…) una estrategia organizacional de competitividad que consiste en la inclusión, tanto en el nivel estratégico como operativo de la organización, de las preocupaciones de los grupos de interés o stakeholders internos y externos en la búsqueda de un triple beneficio: rentabilidad económica, mejora del bienestar social y preservación del medio ambiente” (Ibarra, 2014, p. 53).*

En este orden de ideas, se enuncian a continuación, a modo de sistematización, los principales interrogantes que servirán como hilo conductor para el desarrollo de la presente investigación, a saber: ¿Todas las regulaciones con las que contamos en la actualidad a nivel internacional, se están implementando en Colombia? ¿Cuáles han sido las consecuencias de las políticas de RSE? ¿Qué alicientes se tienen para la implementación de todas las políticas sociales, en especial la de la ISO 26000 y el pacto global (visto desde Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción)? ¿La RSE contribuye a generar nuevas oportunidades de empleo y de negocios que facilitan la reducción de la pobreza?

Las preguntas fundamentales para una empresa, entonces, serían: ¿cuáles son los factores diferenciadores entre los clientes potenciales y los actuales? ¿Qué pueden hacer para transformar los clientes potenciales en actuales sin hacer grandes sacrificios de ganancias, precio o calidad? ¿Qué estrategias pueden ser usadas para expandirse más en los mercados que a la postre les de credibilidad y factores diferenciadores frente a la competencia?

Así las cosas, la formulación del problema aquí se centra en identificar cómo está regulado y como es ejercida la Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial y cuál es la esencia misma de la misma.

### 3. Justificación

En la actualidad, la ideología imperante en la mayoría del mundo es la capitalista, la cual está basada en la productividad de las empresas, el consumismo y el afán de lucro por parte de quienes la profesan y quienes viven en ella. A lo largo de toda la historia reciente de la humanidad (desde los inicios del Renacimiento) estos han sido los pilares sobre los cuales se ha basado no sólo la relación con las personas, sino también con la naturaleza.

Dentro de este concepto tradicional las empresas contaban con la libertad para realizar toda clase de operaciones que les eran lucrativas sin importar las consecuencias sociales; dentro de las más representativas están los colonialismos, en donde se generaban todo tipo de repercusiones sociales y ambientales, por ejemplo, la caza de ballenas y demás especies o las quemadas indiscriminadas de bosques vírgenes. Todo esto sin que se tuviera consciencia de los daños que se producían y no había ninguna clase de reproche, ni social ni moral, para quienes realizaban este tipo de conductas, ya que se consideraba que el mundo era un lugar que se tenía que conquistar.

Con el desarrollo de la tecnología y el aumento de la calidad de vida la población comenzó a crecer de una manera desproporcionada y ya no era posible seguir con estas políticas sin ningún tipo de legislación; mencionando alguno de los efectos se puede recordar lo que pasó con los recursos naturales: estos comenzaron a escasear y en la actualidad se corre un grave riesgo

(calentamiento global) de desastres naturales y demás implicaciones que el descuido del medio ambiente puede traer consigo.

Es así como la población en general empieza a tomar consciencia de la importancia de buenas prácticas sociales y corporativas para darle a la sociedad un rumbo distinto, para que la calidad de vida se mantenga con el paso de los años y no se llegue al inevitable desastre al que el descontrol estaba llevando.

Desde hace algunos años esta libertad absoluta se ha comenzado a limitar, porque se entendió que se tenían que establecer algunos límites para la industria y para las personas; es de señalar que ya en el planeta existen aproximadamente seis mil millones de personas, una cifra enorme, y no se puede seguir viviendo como se hacía antes, pues se tienen que establecer nuevas normas para controlar el crecimiento exponencial que se está dando en la actualidad y, para esto, se necesitan normas que tengan un impacto muy grande en toda la población.

Si bien se pueden notar algunos avances en algunos Estados miembros del Protocolo de Kioto o del de Río, etc., pero lo que interesa establecerse aquí es lo que tiene que ver con las empresas, pues aunque se constituye como un mero principio, por allí es donde comienzan todas las cosas.

Dentro de la investigación preliminar se han escogido la regulación “ISO 26000” y “el Pacto Global” de la ONU, los cuales, a título personal, se cree son los estándares mínimos que tienen que tener las empresas en su relación con el medio ambiente y con las comunidades. Estas son partes fundamentales de lo que se conoce como Responsabilidad Social Empresarial, la cual

consiste en unos lineamientos para que no se abuse en los distintos ámbitos en los que están involucradas las empresas.

Por este motivo se ha elegido realizar un estudio sobre el tema, ya que se considera que en Colombia si bien se han adelantado algunos aspectos en la materia por parte de las empresas, estas no cuentan con el apoyo del Estado y son simplemente iniciativas de los entes privados como algo filantrópico.

Colombia está en mora de implementar todas las políticas que se están adelantando a lo largo y ancho del mundo, porque en lo que se considera como los países del primer mundo, la presión no sólo de los consumidores, sino de todas las personas en general, de la comunidad, ha hecho que se comiencen a establecer todas estas prácticas, ya que se han entendido los graves perjuicios que se causan si no se realizan y se toman todas estas medidas a tiempo.

A pesar de que se hacen tímidos acercamientos en todo lo que tiene que ver con la Responsabilidad Social Empresarial, todavía es mucho el camino que falta por recorrer; por ello, es necesario hacer un análisis de la situación actual, para observar cuáles han sido los avances y en qué se puede mejorar; la mejor herramienta para realizar este acercamiento es, sin duda, el Derecho, porque es allí donde se encuentra más material para estudiar de manera adecuada todos los fenómenos.

Se considera entonces que la RSE se va a convertir en un punto referencia para los empresarios en su labor, porque se tiene que tener claro que una empresa se mueve en distintos

ámbitos como los económicos, legales, éticos y hasta filantrópicos y cuando se habla de las empresas, se encuentra con que están involucrados muchos actores como los consumidores, el Gobierno, la industria, los trabajadores, las organizaciones no gubernamentales (ONG) y hasta el sector académico como son las universidades y los grupos de investigación.

¿Quiénes son los que deben orientar el crecimiento armónico de las empresas para que no se descuide el ámbito económico social y del medio ambiente? ¿Será que deben ser los Estados, mediante reglamentación del mercado, imponiendo cargas y demás herramientas con las que cuentan? O, por el contrario, ¿Corresponde a las empresas hacerse cargo de las actividades que están realizando, haciéndolo de manera más proactiva para que esto redunde en beneficio de más personas?

Como ya se ha demostrado a lo largo de la historia, cuando el Estado interviene en la economía se ejercen presiones para que no lo haga, pues la mayoría de las veces lo hace de forma engorrosa y sin la debida planificación; es por ello que se han creado movimientos que lo que han buscado es tener incidencia efectiva en el mercado, sin dejar solo al Estado; es en este ámbito precisamente donde surge lo que se llama RSE, la cual es una respuesta del sector privado, entre ellas organismos como la ONU, la cual, mediante el Pacto Global propuso una serie de cláusulas para que las empresas se adhirieran y así atacar, de alguna manera, ciertas prácticas que eran generalizadas a lo largo y ancho del mundo, aunque ello no bastó, pues eran muy genéricas y no daban las bases en concreto de cómo debía ser el accionar de las empresas; luego surge la ISO, que con su Resolución 26000 ha regulado el tema detalladamente, pero

queda siempre la cuestión de que ésta es facultativa de cada empresa, es decir, que estas deciden si la toman o no, por ello no se han vinculado con esta iniciativa el total de las empresas.

Pero no todo el panorama es negativo, ya que también se debe tener en cuenta que en la actualidad existen una gran cantidad de certificaciones a las cuales pueden acceder las empresas, dependiendo del ámbito en el que se muevan y el sector al que estén dirigidas, creando así una diversidad interesante de distintas gamas por donde pueden escoger las empresas, dependiendo el sector al que se quieran dirigir.

Pero antes de entrar a estas discusiones, vale la pena establecer qué se entiende por RSE y cuáles pueden ser los distintos significados de esta palabra.

#### 4. Hipótesis

En esta investigación se parte de los supuestos de que la Responsabilidad Social está siendo implementada en distintos países, en especial en lo que tiene que ver con las nuevas prácticas ecológicas y con la mitigación del impacto social que tienen las grandes empresas multinacionales en los ámbitos locales y regionales en los que operan.

La hipótesis básica es que la RSE está cambiando la manera en la que las empresas se relacionan con los lugares y las personas con las que interactúan, siendo ello uno de los avances más significativos que se han dado en los últimos tiempos, no sólo por las implicaciones que se tiene el no hacerlo, sino por los riesgos que se están mitigando.

Por lo anterior se considera que la RSE está generando un gran impacto desde que se comenzó a implementar. Sin lugar a dudas, en un Estado en donde el conjunto de sus instituciones operan en beneficio del interés general, los avances mayores se darán hacia el futuro cuando éste empiece a desarrollar mecanismos de ayuda para implementar profundamente estas prácticas.

Este concepto es de gran importancia para Colombia, ya que se cuenta con un terreno muy fértil para implementar todas estas prácticas, las cuales no se han desarrollado del todo en el país y todavía no se tiene un punto de vista claro sobre lo que significan y las repercusiones que pueden tener en el ámbito corporativo y estatal.

## **5. Objetivos**

### **5.1. Objetivo general**

Identificar las bases estructurales, es decir, los principios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que se hallan en el ordenamiento jurídico, con las cuales se pueda explicar de manera conceptual la Responsabilidad Social Empresarial tanto en el contexto internacional como nacional.

### **5.2. Objetivos específicos**

Estructurar el concepto y temas afines que estén relacionados con Responsabilidad Social Empresarial.

Identificar y comprender la reglamentación de la RSE, en especial la que tiene que ver con la “ISO 26000” a nivel global, y cómo ésta es una guía para la autorregulación.

Analizar y sintetizar la norma ISO 26000 y el Pacto Global: promoción, adopción de prácticas responsables y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial como ejemplo de normativa a nivel internacional.

A partir de los casos Nike y Adidas (comunidad internacional, Estados Unidos) y Envarias (Colombia) demostrar la hipótesis de la Responsabilidad Social Empresarial actualmente empleada en el mundo.

## **6. Diseño metodológico**

El diseño de investigación empleada aquí para llevar a cabo esta monografía fue la investigación exploratoria de las normas y prácticas internacionales y el análisis de casos con la información encontrada, puesto que el tema se pudo abordar desde muchos puntos de vista; la investigación estuvo enfocada en los lineamientos que dan los organismos internacionales y luego se buscaron casos específicos de quienes han implementado la responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial y después se estudia un caso representativo en Colombia de buenas prácticas corporativas.

La finalidad del rastreo de la información era familiarizarse con el objeto de estudio y, además, comprender el problema que el mismo implica, de manera que fuera posible obtener unos conocimientos amplios y concretos sobre el tema y poder establecer unas bases sólidas que permitieran identificar los lineamientos o los principios que se están estableciendo tanto desde las empresas como en los Estados; finalmente, se concluye con la formulación de una hipótesis, la cual se había planteado en las etapas iniciales de la investigación y se formulan unas nuevas, contrarias a las iniciales o sobre aspectos de los cuales no se tenía conocimiento.

Para esos efectos, se hizo un rastreo de pactos, recomendaciones y legislación vigente sobre la materia que permitieran identificar los puntos comunes de todo el entramado que implica la implementación de la RSE en Colombia.

## **7. Capítulo 1: Marco teórico**

### **7.1. Definición de RSE**

Antes de dar una definición de la Responsabilidad Social Empresarial, es importante establecer cada uno de los elementos que componen el concepto unitario, pues de lo contrario tal definición sería arbitraria y estaría sin sustento teórico-práctico.

A continuación se va a definir y a desarrollar cada uno de los elementos del concepto de responsabilidad + social + empresarial, todo esto con la finalidad de encontrar y delimitar la base y los lineamientos en el campo de acción en el que se va a desarrollar en esta tesis, ya que con los presupuestos claros será mucho más fácil y preciso establecer el rango de acción para el análisis sistemático de los demás elementos que se irán encontrando y que se hacen imprescindibles a la hora de abordar este importante tema.

Lo primero que se va a escudriñar es el concepto de responsabilidad, establecer sus distintas acepciones y, lo más importante, la manera en la que se manifiestan, dependiendo del concepto que se esté utilizando de ésta y como se esté aplicando en la práctica, ya que, como se verá a continuación, ésta está compuesta por una importante cantidad de matices que van a depender del ámbito en el que se aplique; pero no sólo el asunto se quedará allí, también se implementará un concepto que va más allá de su acepción tradicional, la cual va a ser aplicada al ámbito corporativo (el cual es el tema central de esta tesis) y así lograr establecer la importancia de la

RSE en un mundo globalizado, donde los distintos actores, en especial las empresas, cuentan con un alto grado de derechos, en especial de “libertad”, para la configuración de sus políticas, en donde los deberes no están establecidos de manera muy clara y gran parte de la responsabilidad va a depender de ellas mismas y del autocontrol que ejerzan.

Ahora, de lo anteriormente mencionado se pasará a lo “social”, pero ello sólo de manera superficial, ya que ayudará a comprender las implicaciones que se dan a grandes rasgos, aunque haciendo un acercamiento de manera conceptual, pues el tema que se está estudiando recae sobre la RSE, en donde lo más importante es establecer cuáles son los elementos que componen lo social, los cuales se van a denominar “factores reales”, pues estos tienen incidencia en lo efectivo de las distintas interacciones que se encuentran entre las empresas, los Estados y el orden mundial y, además, son el destinatario de la RSE. Todo ello con el fin de identificar cuáles son las posibles regulaciones con las que se cuentan, cómo inciden sobre ellas y en los distintos sectores económico, político y empresarial.

Es importante destacar que dentro de la conceptualización de la RS está la “empresarial”, la cual está compuesta por las empresas, pero para esto es primordial establecer los elementos que las componen, sobre todo, y por el tema que se está tratando, lo que tiene que ver con los derechos morales, dentro de ellos los intangibles que las componen por ejemplo el buen nombre, para luego establecer los distintos ámbitos de acción en donde operan, bajo qué lineamientos y, sobre todo, las distintas manifestaciones de responsabilidad a las cuales están sometidas.

## 7.2. Los conceptos

¿Qué es la responsabilidad? Cada vez que se ejerce una acción en sociedad se está expuesto a la responsabilidad, lo cual, a grandes rasgos, no es más que responder por los propios actos; es por ello que a continuación se verán las distintas responsabilidades a la que puede estar expuesta una empresa, para luego entrar a determinar todo lo que tiene que ver con la Responsabilidad Social Empresarial.

A continuación se desarrolla el concepto de responsabilidad, primero de manera general, es decir, sin aplicarlo al mundo corporativo, para que esto permita tener una visión clara y global de lo que implica este complejo concepto, para luego entrar en el tema que aquí concierne, ya que lo que se aplica a la responsabilidad general también es aplicable al campo de lo corporativo, pues como se verá más adelante las empresas son algo más que factores reales, son factores reales de poder y esto las hace acreedoras de derechos, de obligaciones y, en especial, de deberes frente a la sociedad.

Entrando en el tema central, la Responsabilidad, en sentido amplio y genérico, se define como la “capacidad existente en todo sujeto activo para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente” (Real Academia Española, 2015a), pues la responsabilidad es uno de los elementos más importantes de un ser que vive en sociedad, habida cuenta que es la preocupación de la colectividad que da lugar a establecer los límites de las libertades para que estas puedan convivir, estableciendo las consciencias y las implicaciones de las acciones de cada uno de los individuos que la componen; todo esto se aglomera en lo que se denomina “contrato

social” en donde se plasman no sólo las consecuencias, sino también las libertades, sean buenas o malas, como producto del actuar.

Para poder entender este concepto se expone de manera sucinta de la siguiente manera, basados en la definición más famosa y completa realizada por Jean-Jacques Rousseau en su texto El Contrato Social:

*“Para vivir en sociedad, los seres humanos acuerdan un contrato social implícito que les otorga ciertos derechos a cambio de abandonar la libertad de la que dispondrían en estado de naturales”. Siendo así, los derechos y los deberes de los individuos constituyen las cláusulas del contrato social, en tanto que el Estado que es la entidad creada para hacer cumplir el contrato. Del mismo modo, los seres humanos pueden cambiar los términos del contrato, si así lo desean; los derechos y los deberes no son inmutables o naturales. Por otro lado, un mayor número de derechos implica mayores deberes, y menos derechos, menos deberes” (Loo, 2007, p. 73).*

Lo anterior quiere decir que los derechos y los deberes van cambiando a lo largo de la historia y esto depende, básicamente, del contexto social en el que el hombre se encuentre, aunque siempre se encontrará una constante y es que “mayor número de derechos implica mayor número de deberes”; también se encuentra que en esta definición se habla de las cláusulas del contrato con las que el individuo se encuentra, pues según el principio “*pacta sum servando*” los acuerdos

se hicieron para cumplirse y para esto es muy importante que los sujetos del contrato tengan, de alguna manera, la consciencia de obligatoriedad, para que se cumpla.

El elemento aglutinador de los deberes y los derechos se puede sintetizar en la “responsabilidad”, porque ésta está presente en lo que tiene que ver tanto en el ejercicio de las libertades como de los deberes y derechos; así, se encuentra con que no todas las acciones acarrear un mismo o único resultado, así como no todas las responsabilidades son iguales, por ello es preciso diferenciar aquellos escenarios en los cuales tiene incidencia el concepto genérico de responsabilidad y los distintos matices que se pueden encontrar de ella (civil, penal, social), pues, como verá más adelante, ésta puede tener distintas manifestaciones y ello depende de los factores que den lugar a la comisión de una acción o de la omisión, la cual se está expandiendo cada vez más, pues cada vez es mayor el rango de acción.

Entre los muchos elementos que se tienen que analizar y además tener en cuenta están los cognoscitivos (lo que se conoce) y volitivos (lo que se quiere), que están a la base con que se despliega un accionar o la omisión, los cuales no son más que el ejercicio del libre albedrío que se hace concreto en hechos específicos, acarreando algún tipo de responsabilidad.

Una de las creencias comunes es que las acciones generan sólo responsabilidad legal, pero como se verá a lo largo de esta monografía dentro de la responsabilidad se pueden encontrar un gran entramado que se va generando, a lo que se podría llamar de una manera genérica como “toda acción trae su reacción, la reacción se convierte en acción y luego en consecuencia”, y

pues no siempre se es consciente de todas las cosas que se generan con una simple acción, pero a grandes rasgos se puede saber cuáles son los visos de la forma en la que se actúa.

En lo que respecta a la responsabilidad, el sujeto se encuentra con que ésta hace referencia a un compromiso que se tiene, primero, ante uno mismo, porque no hay mayor compromiso que el buen ejercicio de los propios deberes, en especial de la libertad, que es la manera en la que se ejercen estos derechos y, después, frente a los terceros, que están representados por el Estado, pues estas acciones y omisiones que se realicen en determinado ámbito, el cual es social, y lo que se realiza tiene repercusiones más allá de lo que tiene que ver con lo personal, y de las interacciones de los distintos actores que van creando una realidad la cual se puede denominar como una simbiosis.

### **7.3. Distintos ámbitos de la responsabilidad**

Toda acción genera una consecuencia y la consciencia sobre las consecuencias es lo que se llama responsabilidad, dentro de las responsabilidades legales; por ejemplo en Colombia está la responsabilidad penal, civil, laboral; a continuación se puede vislumbrar una clasificación más importante de la responsabilidad, es decir, la curativa y la preventiva.

### **7.3.1. Responsabilidad curativa**

Responsabilidad curativa es asumir los daños realizados y encontrar la manera de resarcir los perjuicios ocasionados, sufragando los gastos que permitan tomar las medidas correctivas para que se apliquen los “remedios” correspondientes a la remisión del perjuicio ocasionado; por ejemplo, las empresas que talen árboles tienen que tener un plan de reforestación para la resiembra de árboles, utilizando lo que sea necesario para reparar el mal causado; es lo que viene después de la acción ejecutada que ha generado un resultado que debe ser curado o corregido, buscando ser restablecido a su estado anterior o, por lo menos, tratar de mitigar las consecuencias negativas que ha causado una acción u omisión.

Cabe anotar que dentro de la responsabilidad curativa existen varios matices muy importantes que se deben tener en cuenta a la hora de estudiarla; aquí se toma este concepto en la acepción en la cual el titular del bien da su consentimiento para que se disponga de él, pero con la condición de que se repare el daño sufrido con esta intervención, la cual, a lo sumo, da responsabilidad civil.

Por el momento, se tendrá en cuenta lo que tiene que ver cuando se opera sin el consentimiento, pues sus consecuencias entran al ámbito penal y éste no es el tema que aquí aqueja, aunque más adelante se tocará de manera tangencial para explicar cuando se rompen algunos límites “mínimos de convivencia”.

Entrando en el tema, de alguna forma está permitida la intervención “negativa” que se hace al medio, pero con la condición de que se reparen los daños ocasionados, porque se reconoce que para desempeñar algunas acciones es necesario que se sacrifiquen ciertos bienes que, comúnmente, está permitido por la comunidad en general, en especial por sus representantes, pero sólo bajo ciertas condiciones se permite disponer de ellos.

Como sucede por ejemplo con el medio ambiente, en donde éste está protegido en sentido amplio, pero no absoluto, por algunas necesidades sociales se dispone de ellos, pero esta disposición sobre estos bienes tampoco es absoluta, pues se establecen pautas y mecanismos de control para que no se desborden los límites de la necesidad; estos límites se establecen con el consentimiento informado por parte de los Estados a favor de las grandes empresas para que realicen las operaciones y que éstas, a su vez, sean pertinentes a las necesidades de todas las partes, siempre y cuando se mantengan bajo los límites de lo acordado, por ejemplo, en lo establecido en las licencias ambientales, pues los Estados entienden que es necesario sacrificar algunos bienes para obtener otros mayores, pero no de manera absoluta.

Todo esto se va regulando de la relación jurídica que surge entre los “propietarios” de estos bienes y las empresas que quieren explotarlos, en donde se tiene que tener en cuenta no sólo la legislación interna de estos, esto es, la obligación legal, pero va más allá de ésta, ya que, por una parte, no existen dueños absolutos de las cosas, sólo “meros administradores”, como lo son los gobernantes y, por otro lado, está el tema de responsabilidad frente a las generaciones futuras como lógicos herederos y desarrollo del planteamiento de conciencia social, aunque también está la necesidad de explotación de estos bienes para generar el bienestar general de la

comunidad, generar progreso, etc., por esto, lo que tiene que ver con la responsabilidad curativa tiene que estar basada en la ponderación de los intereses de las partes involucradas.

En conclusión, la responsabilidad curativa se basa sobre el “resultado” que se ha dado después de determinada acción u omisión.

### **7.3.2. Responsabilidad preventiva**

Ésta consiste en prepararse para evitar un mal, disponer de los medios necesarios para que no se verifique un suceso indeseado; si bien nunca ha sido posible tener la certeza sobre lo que va a ocurrir en el futuro, sí se pueden tomar medidas para que los sucesos indeseados no se verifiquen o, por lo menos, bajar la probabilidad para que estos sucedan. En la época reciente, por ejemplo, se han creado una gran cantidad de instituciones para implementar soluciones a los riesgos que aparecen como probables.

Los seguros, por ejemplo, crean “provisiones” que permiten afrontar los siniestros que puedan ocurrir, tanto sobre las personas como sobre las cosas, pero quien más se ocupa de este tipo de riesgos en materia laboral han sido instituciones creadas por la seguridad social, las cuales son producto de la experiencia y de ver cómo se pueden tomar medidas a tiempo para eventos que dependen del aleas; dentro de estas se encuentran, por ejemplo, la afiliación a riesgos profesionales, pues si bien no es normal que un trabajador se accidente, esto puede ocurrir, y se deben tener todos los medios predispuestos para afrontar este tipo de situaciones.

Pero lo que interesa de ella, de la responsabilidad preventiva, es en la implementación que se está estableciendo por parte de las empresas para evitar daños que afecten a la sociedad en general, ya que las empresas cuentan con un gran radio de acción e, incluso, en algunas partes tienen mayor injerencia que el propio Estado, generando un gran impacto en las comunidades en donde operan, y esto porque se pueden encontrar en situaciones en donde toca tomar decisiones en lo que tiene que ver, por ejemplo, con aplicar correctivos a ciertas políticas o procedimientos para no generar un daño que se presenta como probable, pero cuya prevención puede ser muy onerosa y no todas las empresas tienen la “ética” para aplicar los correctivos a tiempo y, por el contrario, deciden correr riesgos, prefieren asumir los posibles “daños” que en ocasiones pueden ser de menos cuantía.

Esto también se aplica a los ambientes de trabajo, no sólo para evitar accidentes laborales, sino que también para evitar daños morales o psicológicos, ocasionados por los ambientes extremos de trabajo a los cuales están sometidos los trabajadores o a los horarios excesivos.

### **7.3.3. Responsabilidad curativa-preventiva**

Para poder tener claridad e integridad conceptual sobre los alcances de las acciones que se pueden tener como causas de determinados efectos, se tiene que acudir a otro aspecto muy importante y es el que tiene que ver con los distintos tiempos en los que se encuentra la manifestación de la responsabilidad, pues si bien el concepto tradicional de ésta está basada en lo “curativo”, también hay que tener en cuenta lo “preventiva”, y es sobre éste precisamente en el cual se va a basar todo el planteamiento de la responsabilidad social empresarial, ya que se trata

de recopilar nuevas propuestas que se están haciendo a lo largo y ancho del mundo, no sólo en materia empresarial, sino también sobre los factores que interactúan en la sociedad y que tienen algún tipo de poder y de incidencia en los ámbitos sociales, económicos y medioambientales.

#### **7.4. Social**

El diccionario de la Real Academia Española (2015b) define lo social como *“la agrupación natural o pactada de personas, que constituyen unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida”*.

En sentido amplio, la sociedad es una agrupación de personas, pero estas personas deben vivir en un territorio, regulados por unas leyes y éstas están compuestas por distintas agrupaciones las cuales tienen ideologías diferentes entre sí y se rigen por códigos de conducta, distintos, pero que se conjugan para crear una simbiosis. Tienen fines distintos entre las muchas diferencias que se pueden encontrar, pero, en esencia, son lo mismo: “la sana convivencia”.

Lo social tiene un significado muy variado y amplio, pues en él están implicados todas las relaciones que se establecen en una comunidad y el ambiente físico en el que se mueve, pues los seres vivos no sólo están compuestos por seres humanos, sino que también este concepto engloba las relaciones con otros seres vivos y, sobre todo, con el medio ambiental, el cual se ha vuelto una parte fundamental para analizar las implicaciones de las acciones de las empresas.

Las empresas están metidas en la sociedad y hacen parte de ella, de allí se desprenden dos partes: por un lado, está la sociedad vista como los “clientes” a los cuales les venden los productos, pero también de ella sacan todas las materias primas para la producción de sus productos y servicios, por lo tanto, hacen parte de ella y trabajan para ella y, por otro, está la sociedad en general.

Cabe anotar que las empresas son actores muy importantes que se encuentran en la sociedad, ya que estas son el motor que jalona el desarrollo y el bienestar general de la comunidad en general.

Para poder delimitar el ámbito en el que se mueven las empresas se tienen que tener en cuenta los impactos sociales, ambientales y económicos, es lo que se conoce como la “la triple línea de base”, porque la actividad empresarial está más allá de lo simplemente económico, por lo tanto, para poder acercarse a un análisis serio se tiene que hacer de manera global, además deben tener conexión con los demás elementos el ámbito de acción de las empresas.

Pero aquí no se va a desarrollar en profundidad el concepto de lo social en la acepción tradicional del término, por el contrario, se profundizará en este concepto, pero dirigido en lo que respecta a las repercusiones que tiene el accionar de las empresas; pero más allá del ánimo de lucro, es encontrar los parámetros que permitan un acercamiento a este tema como un plus de lo que se puede conseguir si se tiene consciencia de la responsabilidad que implica ser portadores de desarrollo y bienestar por parte de las empresas.

En conclusión, lo social está compuesto por la sociedad (conjunto de personas) y por el medio ambiente y se puede estudiar desde las repercusiones que tengan en lo económico, social o el medio ambiente.

Según Cajiga (2009):

*“Muchas empresas encuentran que invertir en la comunidad no requiere sacrificar ganancias y, en realidad, puede abrir nuevos mercados, reducir los obstáculos de las leyes locales, proveer acceso a los procesos políticos, generar una cobertura positiva de los medios de comunicación e incrementar el conocimiento de la empresa o de la marca en la comunidad. Las investigaciones han demostrado que el público espera que las empresas “devuelvan” más a las comunidades, y a menudo perciben en forma negativa a las empresas que no lo hacen o no lo dan a conocer. En el largo plazo, invertir en la comunidad y comunicarlo contribuyen a crear capacidades en ella, dándole estabilidad, sanidad y sustentabilidad; a menudo será la misma comunidad la que suministrará un número importante de los empleados de la empresa, y probablemente de sus clientes también” (p. 16).*

De lo anterior se pasará a lo “social”, pero esto sólo de manera superficial, ya que ayudará a comprender las implicaciones que se dan a grandes rasgos, acercándonos de manera conceptual, pues el tema que estamos estudiando recae sobre la RSE, en donde lo más importante es instaurar cuales son los elementos que componen lo social, las cuales se van a denominar “factores reales” pues estas tienen incidencia en lo efectivo de las distintas interacciones que

encontramos entre las empresas, los estados y el orden mundial, y además son el destinatario de la RSE. Todo con el fin de ver cuáles son las posibles regulaciones con las que se cuentan, como inciden sobre ellas con los distintos sectores económico, político y empresarial.

### **7.5. Los conceptos**

¿Qué es la responsabilidad? Cada que se ejerce una acción en sociedad se está expuesto a la responsabilidad, lo cual, a grandes rasgos, no es más que responder por los propios actos, de tal manera que a continuación se verán las distintas responsabilidades a la que puede estar expuesta una empresa, para luego entrar a determinar todo lo que tiene que ver con la responsabilidad social empresarial.

### **7.6. La empresa**

Según el diccionario de la Real Academia Española (2015c), la empresa es la “*unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos*”; en este concepto, lo primero que hay que tener claro es que las empresas son instituciones más allá de cada uno de sus miembros considerados individualmente, lo que se conoce como “*el todo es más grande que la suma de las partes*”, no sólo porque es un conjunto de explotación económica que está dirigido a un fin y, como se verá a lo largo de esta tesis, la empresa es más que el simple elemento de hacer dinero, pues tiene elementos que cada vez se

hacen más complejos como el buen nombre, los distintos elementos del buen gobierno corporativo, entre otros.

En una sociedad capitalista las empresas entran a jugar un papel muy importante en lo que tiene que ver con la interacción en la sociedad y, sobre todo, con el desarrollo, los cuales permean los distintos ámbitos de su accionar, pues su responsabilidad va más allá de su fin inmediato con el que simplemente opera (el ánimo de lucro), porque se convierte en una jalonadora de progreso y bienestar, pues, como se veía, existen muchos tipos de responsabilidades a las que está sometida, entre ellas la civil y la penal, pero la que más interesa aquí es la social, la cual se analizará más adelante y es el pilar fundamental para un nuevo cambio de concepción, y por esto se dice que va más allá de la mera explotación económica, más allá del lucro que pueda generar; está, por ejemplo, las repercusiones de estas actividades en el medio ambiente y en el ambiente social.

Pues si bien lo social es lo relativo a la sociedad en principio, este concepto va más allá de las personas individualmente considerada, y si bien esto tiene que ver con toda la sociedad en su conjunto, también hay que considerar la cultura y el ambiente en donde esto se da, pues aunque no se tuvo consciencia durante mucho tiempo, a raíz del gran incremento de la población y la complejidad de las interacciones sociales se hacían cada vez más complejas, se entró a considerar el medio ambiente como un factor determinante a la hora de considerar todos los sectores involucrados, pues para poder interactuar se tiene que tener en cuenta el entorno en donde esto va a ocurrir.

Las empresas son un factor real de poder muy importante dentro de la sociedad, no sólo por todas las dinámicas sociales que desarrollan, y como tienen incidencia efectiva en ella, ya que mueven el mundo, dentro de ésta está la economía entendida como la creación, intercambio y aprovechamientos de riquezas a lo largo y ancho del mundo; pero esta actividad no se puede hacer de manera descontrolada como se hacía antes durante toda la historia, porque en la actualidad se están haciendo cada vez más fuertes unos movimientos que influyen en distintos ámbitos de la RSE, pero que aquí sólo se van a estudiar en lo que tiene que ver con la RSE, claro que al hacer todo se tienen que tocar por fuerza otros aspectos, pues las empresas encarnan un inmenso poder fáctico en la sociedad local, regional y mundial, dependiendo de los lugares donde se muevan.

Este concepto, el de poder fáctico, según Mercado (2011):

*“(...) es el que se ejerce al margen de los cauces formales y se sirve de su autoridad informal o su capacidad de presión para influir políticamente. El poder fáctico ni está legitimado ni siempre busca la legitimación para ejercerse, pero ejerce de facto (de hecho) el poder aunque no lo haga de iure (legalmente) ya que su mera existencia le hace ser determinante” (p. 133).*

Es pues evidente el poder de *facto* que tienen las empresas, sobre todo las multinacionales, el cual las coloca como jugadores del orden establecido, y a pesar de que no es reconocido formalmente, sí lo es en la práctica, pues esto no les impide influir de manera efectiva en la toma de decisiones; por resaltar algunos puntos: cuentan con el poder económico para permear las

distintas esferas del poder, sin que esto pueda considerarse bueno o malo, es una cuestión de hecho, y así como muchas puedan ejercerlo de manera correcta para buscar el bienestar de la sociedad se han visto casos en donde esto no es así; otro aspecto muy importante es la cuantiosa cantidad de mano de obra que ocupan, pues son los mayores generadores de empleo a nivel mundial.

Pero más allá de entrar a discutir sobre este punto, lo que interesa aquí es cómo ejercen las empresas este poder y sus relaciones con los demás estamentos; un punto en particular llama la atención, el cual consiste en establecer cómo se maneja esta autonomía y libertad, pues como se vio con anterioridad en el contrato social “a mas derechos, mas obligaciones” ¿hasta qué punto se está aplicando este principio?, por ejemplo, para crear más bienestar a la sociedad.

Pero para poder desentrañar los elementos que componen a las empresas se tiene que hacer una breve reseña de los elementos que la componen, para luego entrar a analizar con más calma las implicaciones y la incidencia que estas puedan tener.

Recapitulando, la empresa, en lo moderno, se define como *“una universalidad de hecho constituida por un conjunto de trabajo, de elementos materiales y de valores incorpóreos, coordinado para la producción o el intercambio de bienes o servicios destinados al mercado general”* (Dávalos, 2010, p. 101).

### **7.7. Los conceptos en su conjunto**

En el mundo de las organizaciones, el campo de lo ético se expresa y tipifica a través de aquello que se denomina “Responsabilidad Social”, concepto que ha ido ganando cada vez mayor relevancia durante los últimos años. La idea fundamental es que, pese a la libertad de acción e iniciativa que es rasgo esencial en la mayoría de organizaciones y empresas, de acuerdo a modelos democráticos y de libre mercado, es imperativo evaluar y delimitar los intereses corporativos en relación con las consecuencias secundarias o los posibles daños colaterales derivados de los impactos que genera una empresa en el entorno social y ambiental; surge entonces la responsabilidad por los efectos (cercanos como lejanos) que la actividad empresarial genera sobre el mundo, como una preocupación que exige ocuparse por el mundo presente y futuro.

Así pues, se habla de responsabilidad social como directriz del accionar empresarial y, a su vez, como punto de anclaje para la formulación de políticas ambientales. La Responsabilidad Social en general y la Responsabilidad Social Empresarial abarcan diferentes aspectos de la realidad humana, al igual que existen diversos factores involucrados en aquellas empresas que se denominan socialmente responsables (ver Figuras 1 y 2).

**Figura 1. Componentes de la Responsabilidad Social**



Fuente: (Inma-economía, 2011).

**Figura 2. Factores que integran una empresa socialmente responsable**



Fuente: (Inma-economía, 2011).

En este contexto, la Responsabilidad Social, como concepto, alude a las propias acciones, específicamente a la responsabilidad que se debe asumir por los resultados de estas, esto es referido al impacto que generan nuestras actividades y decisiones (personales y profesionales) en el contexto social.

En este orden de ideas, la Responsabilidad Social es de vital importancia no sólo desde su acepción, sino sobre todo desde su práctica. No existe Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) real sin que exista el cumplimiento de las responsabilidades sociales por parte de los actores organizacionales. Al igual que la empresa que ha debido superar el enfoque simplemente productivo, bajo el nuevo paradigma de la Responsabilidad Social subsume el desarrollo sostenible y evoluciona en la toma de conciencia social desde el punto de vista organizacional debido al hecho de que el modelo actual de desarrollo es insostenible, tanto a nivel ambiental como social.

La Responsabilidad Social, dicho de forma sintética, constituye un esfuerzo de contextualización de la naturaleza de las organizaciones a través de la teoría de la gestión con la ética y más recientemente con la política ambiental, así como con la redefinición de las fronteras de las mismas en forma más integrada a su entorno social y natural, para que la sociedad le pueda dar a las empresas el visto bueno para poder operar (ver Figura 3).

Ahora bien, según la definición de la Comisión Europea (2001), la Responsabilidad Social Empresarial hace alusión a:

*“(...) la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”... “Ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores” (p. 38).*

## **7.8. Otros elementos de la RSE**

De lo que antecede, y a modo de cierre, en este punto es viable identificar tres factores que configuran el concepto de Responsabilidad Social desde el punto de vista organizacional en relación con la formulación de políticas ambientales a las cuales las empresas deben necesariamente acogerse, a saber:

### **7.8.1. Desarrollo voluntario**

Las acciones llevadas a cabo en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial deben ser voluntarias por parte de las empresas, esto implica que son las mismas organizaciones las que deben responder a criterios éticos de comportamiento, de acuerdo a su interacción con el entorno.

### **7.8.2. Sostenibilidad**

Implica que la Responsabilidad Social Empresarial opera como un esquema integral de responsabilidades compartidas entre todos los actores que concurren en la actividad empresarial. Las acciones de Responsabilidad Social Empresarial permiten la identificación del impacto económico, social y medioambiental de los procesos y la implementación de las estrategias y cursos de acción que permitan alcanzar el desarrollo sostenible.

### **7.8.3. Grupos de interés**

Las empresas no rinden cuentas única y exclusivamente a sus accionistas, sino que también deben tomar decisiones compartidas con todos los actores sociales de su entorno: empleados, proveedores, gobiernos nacionales y regionales, clientes, consumidores y organizaciones sociales, entre otros.

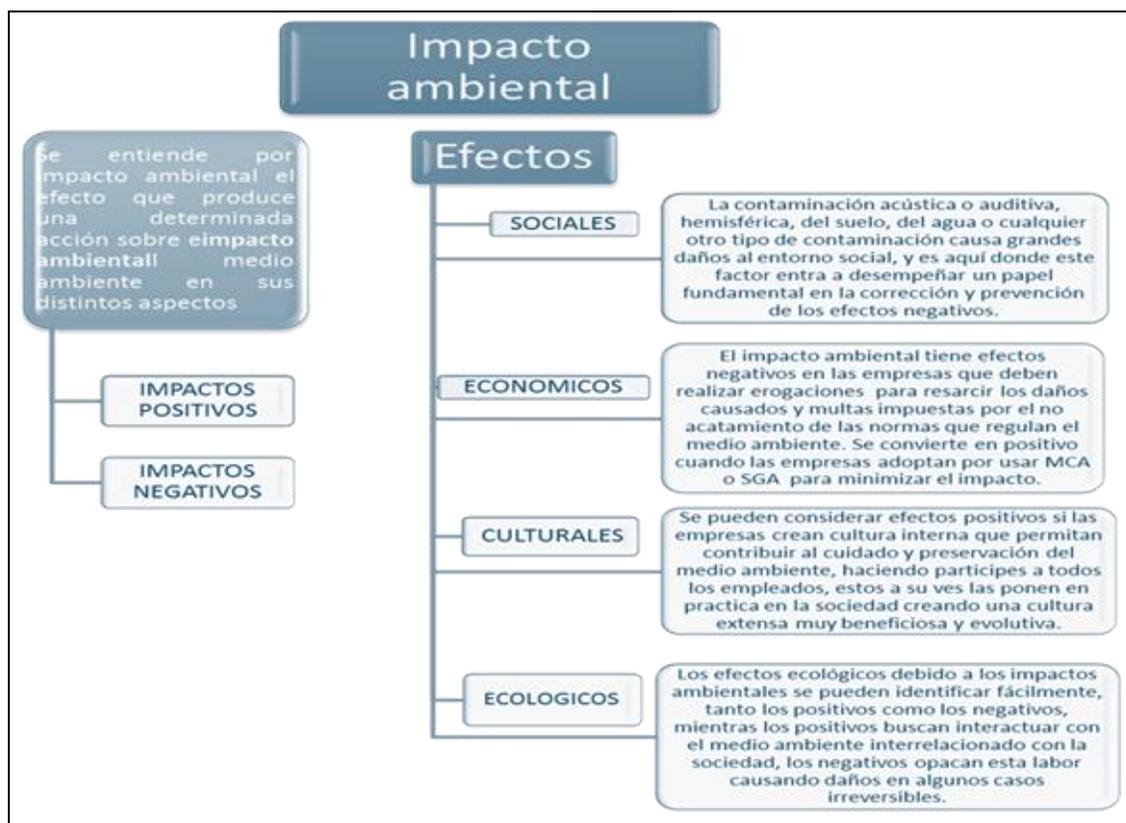
Ahora bien, dentro de la línea del desarrollo sustentable a la luz de la política ambiental, respecto a la RSE, resulta imperativo señalar que en el caso puntual de la sociedad colombiana actual se ha comenzado a demandar de los poderes públicos y privados soluciones más adecuadas para problemas emergentes como parte de un requerimiento relacionado con una mayor responsabilidad social en la conservación del medio ambiente y cuyas directrices encuentran plena legitimación no sólo por vía jurídica, sino también en relación con el desarrollo sustentable o sostenible.

En síntesis, y de acuerdo con Miller (2007), se puede afirmar que se trata de una inclusión desde la política ambiental del capital natural como información prioritaria del sistema de cuentas nacionales, dado que se trata de observar y estructurar la información respecto a los procesos de producción y consumo de los recursos por parte de las organizaciones, al tiempo que se da cuenta del impacto medioambiental y la necesidad de propiciar un desarrollo que sea sostenible.

Pues bien, es un hecho casi incuestionable que la tendencia generalizada que tienen los inversores y accionistas desde el punto de vista organizacional y financiero con respecto a la relación costo-beneficio se ha constituido en una de las mayores limitantes con que se encuentra el desarrollo sostenible. Esta aversión puede tener sus raíces en el simple hecho que implica la adopción e implementación de un mecanismo de control ambiental debido al aumento de costos que ello conlleva y que de entrada comporta una disminución de los beneficios para la organización.

Así por ejemplo, durante las dos últimas décadas, esto es, de los años 90 a la fecha, se ha reforzado la necesidad desde el campo político y económico por fortalecer las acciones dirigidas hacia la conservación de los recursos naturales renovables y no renovables, también conocido como medio ambiente; esta orientación por parte de los gobiernos a nivel mundial en materia ambiental obedece, en gran medida, y según los planteamientos de Mejía y Montes (2012), a los problemas o impactos ambientales y la repercusión de estos últimos en la base de la economía, todo lo cual habría de generar el concepto de desarrollo sostenible (ver Figura 3).

**Figura 3. Impactos ambientales producidos por una organización**



Fuente: Russi (2012).

En efecto, desde el punto de vista estrictamente normativo y económico, se trata de la interpelación por cuestiones del tipo: ¿cómo justificar la existencia de una economía sin la naturaleza, la cual es la fuente de provisión de todo tipo de recursos? O también ¿son posibles las organizaciones empresariales y la sociedad si no tuviesen recursos que aprovechar, producir y reformar?

Estos cuestionamientos y reflexiones, que son propias del desarrollo sustentable, tienen aproximación teórica a través de la correcta formulación de una interpretación que se deslinde de la RSE frente al medio ambiente, pues en última instancia se trata, ante todo, de comprender que

el sistema económico es sólo un subsistema que forma parte de un marco mucho más amplio el cual es la naturaleza y, por consiguiente, es imperativo velar por la preservación y cuidados de la misma para no estropear la fuente de las riquezas en una sociedad. Esto implica una búsqueda continua de soluciones a la problemática ambiental, soluciones y respuestas que, por otra parte, han de enfocarse en las regulaciones necesarias para la protección de los recursos por parte de las empresas y la conciencia de la sociedad.

## **8. Capítulo 2: Primera definición del concepto de RSE**

### **8.1. Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial**

Antes de hacer un recuento normativo y conceptual del término “Responsabilidad Social Empresarial”, vale la pena señalar que el concepto, como tal, ha tenido una evolución, la cual se integra en distintas fases, de acuerdo con Correa (2007).

La fase inicial ocurre a lo largo del siglo XIX y en la primera mitad del siglo XX, periodo en donde no existe aún la Responsabilidad Social Empresarial como tal, pues las diversas organizaciones e instituciones eran las que daban soluciones a los problemas sociales que pudiesen presentarse.

En la primera fase, en la primera mitad del siglo XX, ya se cristaliza la RSE, pues surge de forma espontánea la participación deliberada por parte de las empresas en la comunidad y es por ello que estas empiezan a admitir la existencia de la responsabilidad participando en el bienestar de la sociedad con la ejecución de actividades filantrópicas específicas.

La segunda fase se puede ubicar en la segunda mitad del siglo XX, pues la comunidad en general se empieza a concientizar sobre la capacidad del sector privado para intervenir y solucionar problemas de orden social al reconocer los daños y riesgos que con su actividad

causaba al entorno; ello ocasionó una presión para que el Estado interviniera imponiendo normas con el propósito de brindar protección a los intereses públicos y a los recursos naturales.

La fase tres se da en la década de los sesenta, pues diversas organizaciones y el gobierno buscan hallar un método para hacerle frente al cambio social, además de que esta época se caracterizó por un sinnúmero de obligaciones que surgen de las normas del gobierno y de las empresas. En esta fase, básicamente, según comenta Escobar (2000), es que surge realmente la Responsabilidad Social Empresarial, la cual tiene sus orígenes en Estados Unidos, con una visión extremadamente paternalista de las relaciones entre empresa y sociedad y bajo tres razonamientos específicos: el razonamiento filosófico, el razonamiento ético y el razonamiento pragmático.

## **8.2. Razonamientos bajo los cuales surge la Responsabilidad Social Empresarial**

### **8.2.1. Razonamiento filosófico**

Una de las constantes del capitalismo en Estados Unidos ha sido la de cuestionar su propia legitimidad, contrario a Europa, en donde se inclinaban más por las soluciones de carácter socialista, en donde el Estado es quien asume la responsabilidad por el interés público. La primera cadena de críticas, hechas por los académicos, se convertiría en la base para el movimiento crítico denominado “escuela institucionalista”, la cual se extendió en el siglo XX con el movimiento de reformas de izquierda europea. El segundo tipo de análisis, hecho por los

escritores populares, se cimentó en la denuncia documentada de las fechorías de las grandes empresas, lo que dio lugar a una larga tradición de activismo social, el cual, en la segunda mitad del siglo XX, llevaría a formar en las empresas diversos movimientos. Por su parte, en la academia los nuevos programas tenían un doble propósito: *“iluminar a los futuros directivos en cuanto al significado más profundo del sistema capitalista, y para establecer la legitimidad intrínseca del sistema, haciendo hincapié en su dimensión moral, incluyendo los cursos sobre la ética empresarial”* (Escobar, 2000, p. 4).

### **8.2.2. Razonamiento ético**

Este tipo de razonamiento se da entre 1910 y 1920. En esta época Henry Ford, por ejemplo, se vio en la obligación de defender su punto de vista sobre la responsabilidad social ante los tribunales, pues dos de sus compañeros lo demandaron por abuso de poder.

### **8.2.3. Razonamiento pragmático**

En la década de los sesenta hubo un aumento en el ritmo del pensamiento crítico sobre el papel de la empresa. Algunas prácticas como el abuso, que hasta ese entonces se habían tolerado en razón del progreso económico, se redefinieron, lo que llevó a una regulación gubernamental en donde las empresas se vieron en la obligación de cambiar sus comportamientos para proteger la salud de sus empleados, el medio ambiente, a los consumidores y los derechos de las minorías.

En suma, la sociedad estadounidense fue el terreno fértil en donde comenzó tal cuestionamiento, y una vez iniciado cuatro factores socioculturales ayudaron a mantener vivo el movimiento: el individualismo, el pluralismo, el moralismo y el utilitarismo.

En el primero, el individualismo, la Responsabilidad Social Empresarial se convierte en un reto para el desempeño de las empresas; en el segundo, el pluralismo, la RSE se convierte en un concepto que contribuye al cambio social, el cual está siendo redefinido constantemente en el contexto del discurso público, avivado por diversas fuentes en los medios de comunicación, grupos, asociaciones empresariales, el Estado y los políticos; en el tercero, el moralismo, la RSE se convierte en una norma ética que se desarrolla, sobre todo, en el moralismo tradicional de la sociedad estadounidense; finalmente, en el utilitarismo la RSE se concibe como una práctica de negocios que brinda a las organizaciones una doble ventaja de limitar el riesgo de cálculos equivocados y costosos orientándolas hacia las innovaciones en varios ámbitos de los que son netamente tecnológicos o económicos.

### **8.3. El concepto de Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad**

En materia de RSE, básicamente, nos encontramos con dos “compilaciones” esenciales, la ISO 26000 y el Pacto Global, las cuales, de acuerdo a documentaciones e investigaciones, han sido las que más impacto han tenido a nivel mundial, en especial porque aglutinan todos los conceptos claves en torno a este importante tema, pues ambas regulan las mismas materias, sólo que la primera lo hace de manera más detallada y se presentan como principios que inciden en la

materia que hacen de estructura primaria para que la globalización pueda generar un mundo sostenible, competitivo y equitativo: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción, pues son estos cuatro conceptos los que alimentan y llenan de contenido la RSE.

Claro que se pueden encontrar algunas diferencias (aparentes) entre estas dos regulaciones, pues la ISO 26000 divide en dos los principios orientadores de “la guía de responsabilidad social”: medio ambiente y comportamiento ético (pero este último comprende los derechos humanos, los estándares laborales y sobre todo la lucha contra la corrupción), pero en el fondo es lo mismo, sólo que un poco más detallado.

A continuación se dará una definición global de lo que implica la RSE, basada en diez principios establecidos por la ONU:

Los diez principios del Pacto Mundial de la ONU están basados en declaraciones y convenciones universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.

## **8.4. Los diez principios del pacto mundial de la ONU**

### **8.4.1. Derechos Humanos**

*“Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.*

*Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos”.*

### **8.4.2. Estándares laborales**

*“Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.*

*Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.*

*Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.*

*Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación”.*

### **8.4.3. Medio ambiente**

*“Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.*

*Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.*

*Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente”.*

### **8.4.4. Anti-Corrupción**

*Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.*

## **8.5. Funciones de los principios**

Como puede verse, estos son principios cumplen las siguientes funciones de creación de interpretación y de integración:

### **8.5.1. Función creativa**

La función creativa establece los parámetros desde los cuales se debe partir para crear e inspirar su posterior desarrollo e implementación, en este caso, a lo que está referido a la RSE sirven como guía para realizar los valores y tener un norte claro.

### **8.5.2. Función interpretativa**

La función interpretativa implica interpretar las normas, los conceptos, como deben desarrollarse las certificaciones y lo que implica, pero además sirven para determinar “*los roles sociales de las empresas en sociedad*”.

### **8.5.3. Función integradora**

La función integradora significa aglutinar todos los elementos sin importar qué denominación sale de ésta.

En conclusión, la RSE es una herramienta hermenéutica que lleva a la acción y que da orden sobre el complejo mundo que se está estudiando, pues en él se encuentran muchos tipos de regulaciones, haciendo difícil su implementación concreta.

## 9. Capítulo 3: Regulación internacional de la RSE

Para poder comprender los distintos tipos de regulación se tiene que establecer la diferencia que existe entre normalización y reglamentación y los conceptos afines, pues de esto va a depender la manera en la que se encuentran las nociones que se van a desarrollar a continuación, pues es preciso tener claro que “norma” no es lo mismo que “pacto” o “reglamento”, ya que cada figura de estas tiene efectos distintos, por ejemplo, en la forma en la que se adhieren o en las consecuencias que conllevan, lo cual se constituye un presupuesto a la hora de estudiar la RSE.

### 9.1. Norma

La normalización consiste, según la Organización Mundial del Comercio, en:

*“(…) la elaboración, difusión y aplicación de normas de carácter voluntario, que las organizaciones adoptan para facilitar el comercio en función de que al aplicar una norma reconocida en la producción de un bien o servicio, se establece un lenguaje común entre las empresas, los usuarios, consumidores y el gobierno”*

(Salaverría, 2011, p. 5).

Básicamente, aquí se hallan instituciones no gubernamentales, por ejemplo, la ISO (organización que abarca varios temas, desde la calidad, sistemas de citas, de gestión de activos

físicos, entre otros), y con otras instituciones del mismo carácter como la Alianza Internacional Social y Ambiental de Acreditación y Etiquetado (ISEAL), Organismos, ITU (Unión internacional de Telecomunicaciones), para el área de telecomunicaciones, IEC (Comité Electrotécnico Internacional), entre otros.

Lo que producen generalmente este tipo de organismos no gubernamentales son “normas” y están basados en la costumbre imperante o, por lo menos, en comportamientos ejemplares de las empresas más representativas, para lo cual se tiene que cumplir con los siguientes requisitos en sentido amplio: hecho reiterado, uniforme, duradero, generalizado y pretende generar conciencia (invitación) de obligatoriedad; lo anterior se constituye como un prerrequisito para este tipo de normas que se podrían llamar “la doctrina”, realizada por expertos para mejorar los estándares sobre los cuales están basadas las recomendaciones, y el papel de los organismos que generan este tipo de normas es identificar estos comportamientos y así proponerlos como el “deber ser” de las empresas.

Pero en concreto, las principales características de este tipo de normas es que es un:

*“documento aprobado por una institución reconocida, que prevé un uso común y repetido, reglas, directrices o características para los productos o procesos y métodos de operación conexos, y cuya observancia no es obligatoria. También puede incluir requisitos en materia de terminología, símbolos, embalaje, marcado o etiquetado aplicables a un producto, proceso o método de producción u operación conexo, o tratar exclusivamente de ello” (Dankers, 2004, p. 84).*

Lo primero que se nota es que su observancia no es obligatoria, pero su adhesión por parte de los interesados acarrea múltiples beneficios, constituyéndose en un tipo de “carga”<sup>\*</sup> para las empresas; lo segundo es que para realizar este tipo de normas “documentos”, se realizan una especie de estado del arte o una versión generalmente aceptada de la expresión; es la investigación que apoya varias estrategias siguiéndole las huellas a un proceso hasta identificar su estado de desarrollo más avanzado, lo cual permite establecer cuáles son los usos más comunes y repetitivos (básicamente en los países avanzados), como se ve que sucede, por ejemplo, con la creación de la ISO 26000, en donde participan en su redacción todas las partes interesadas “directamente” (comités técnicos), cosa que no sucede con una ley tradicional o con los reglamentos o los tratados.

Básicamente, lo que buscan este tipo de documentos es transmitir el conocimiento “de punta” sobre determinado tema a las empresas, pero presentado a modo de “invitación” para adherirse o asumir las ideas que allí se presentan, evidenciando las ventajas que les puede acarrear este tipo de políticas empresariales y así se aprovechen de la experiencia de los demás.

Por otro lado, se encuentra la “reglamentación”, la cual obedece a criterios “técnicos” y prácticos, que responden a las necesidades del mercado sobre estos temas (al contrario de las normas que obedecen a otros factores, como por ejemplo los sociales, medio ambiental o éticos).

---

<sup>\*</sup> Requerimiento de una conducta de carácter facultativo, establecida en interés del propio sujeto, y cuya omisión trae consecuencias gravosas para él, o como diría Ihering “el imperativo del propio interés”.

## 9.2. Reglamento

A grandes rasgos, quienes construyen los reglamentos se podrían denominar como “organismos supra estatales”, porque son producto de pactos o consenso de varios Estados, en donde ceden algunas potestades por determinados efectos; los principales organismos, entre otros, son la ONU (y sus ramas), la OTAN y UNASUR.

La Organización Mundial del Comercio (producto de las negociaciones de los Estados que se dio en “las rondas de Uruguay entre los años 1986 y 1994), por ejemplo, establece los lineamientos del comercio mundial regulando “normas”<sup>\*</sup> entre los países para facilitar sus relaciones comerciales y propugnar por reglas de juego claras y precisas, las cuales se manifiestan en “acuerdos” entre los distintos países que hacen parte de él; el principal que se puede encontrar de este tipo se denominan los acuerdos de aranceles y comercio (GATT), que es una herramienta muy poderosa para el libre comercio y todo lo que éste implica para que las empresas puedan llegar a la mayoría de los países (recuérdese que está suscrito por 161 países).

Cabe anotar que estos “acuerdos” son una especie de tratados internacionales que se tienen que negociar, se tiene que adoptar el texto, suscribir y ratificar por los estados miembros que acceden a este tipo de regulaciones.

Básicamente, se encuentra que la reglamentación, en pocas palabras:

---

<sup>\*</sup> Norma con otro significado del que se exponía anteriormente. Como puede verse, depende del contexto en donde se aplique, más propiamente sería un “acuerdo”.

*“(…) está asociada a la elaboración, difusión y aplicación de reglamentos, incluyendo las disposiciones administrativas aplicables. Son de carácter obligatorio y emitidos por los gobiernos, a través de sus distintas entidades públicas con el fin de preservar la salud, la seguridad pública, el medio ambiente, la seguridad nacional y las prácticas que puedan inducir a error al consumidor” (Salaverría, 2011, p. 5).*

Como se puede ver, los Estados “ratifican” estos acuerdos y luego los aplican a su legislación interna mediante los distintos órganos y los principales motivos, seguridad pública, medio ambiente, entre otros, se asemejan en las áreas que protegen las “normas” sobre RSE, pero en lo que se diferencia es que estos imponen límites o conductas “negativas”; por el contrario, regulaciones como la ISO 26000 plasman principios que invitan a realizar conductas positivas, pero lo más importante “por propia iniciativa”, es decir, no están obligados (en principio).

### **9.3. Reglamento técnico**

Un reglamento técnico es un:

*“(…) documento en el que se establecen las características de los productos o sus procesos y métodos de producción conexos, incluidas las sanciones administraciones aplicables y cuya observancia es obligatoria. También puede incluir requisitos en materia de terminología, símbolos, embalaje, marcado o etiquetado aplicables a un*

*producto, proceso o método de producción u operación conexo, o tratar exclusivamente de ellos”* (Salaverría, 2011, p. 6).

La parte técnica obedece a los lineamientos para el método de diseño y de producción, cuya observación es obligatoria, ya que no obedece tanto a técnicas de producción, sino que más bien a lo producido; está dirigida a que los productos sean compatibles entre sí, esto es, que no es una invitación que se hace, porque su no cumplimiento acarrea sanciones, más que todo del tipo económicas; pero éste no es el principal problema, pues si no se obedecen los criterios técnicos establecidos, no se puede comercializar, pues no podrían operar en más países del mundo, aparte para los que fueron creados.

#### **9.4. Certificaciones sociales**

La certificación es:

*“(…) un procedimiento por el cual un tercero garantiza que un producto o servicio es conforme con ciertas normas. A la evaluación y reconocimiento formal de un programa de certificación por un organismo autorizado se le llama acreditación. Ambos conceptos, por tanto, se complementan y garantizan de forma integral a la sociedad la correcta aplicación de los criterios de compra pública ética”* (Compra Pública Ética, 2009).

Las certificaciones sociales se pueden definir como un estudio que se hace de la empresa para garantizar que los procesos que se están llevando a cabo sean acordes con los estándares internacionales, de tal manera que, al certificar determinada empresa, se están garantizando los procesos investigativos y formativos que lleva a cabo, es decir, los que ha implementado. Su finalidad es contar con un análisis que garantiza no sólo la calidad del producto, sino que además se estén cumpliendo con los objetivos establecidos, como lo es por ejemplo luchar en contra de la corrupción, ser conscientes con el medio ambiente, buenas prácticas laborales, entre otros objetivos con los que debe contar para poder acceder a las certificaciones.

## **10. Capítulo 5: La RSE como control de gestión frente al medio ambiente**

Pero ¿qué función cumplen las normas, los reglamentos y las certificaciones sociales? Básicamente, ser un control de gestión en los distintos ámbitos en donde opera una empresa. Las características esenciales de un sistema de control de gestión son: totalidad y equilibrio.

En cuanto a la totalidad, no se miran aspectos parciales, sino el conjunto, dar cuenta del sentido del material sometido a análisis con el fin de revisar de manera detallada y cuidadosa los documentos que tratan sobre temas específicos, para luego hacer una recopilación más amplia del proceso en las distintas áreas, temas y contextos, pues si no se mira en su conjunto queda a medias la observación que se esté haciendo de determinado sistema; por otro lado, no debe ser aceptable hacer las cosas muy bien por un lado y descuidar lo demás, pues se cae en problemas muy difíciles de resolver e irían en contra vía a todo lo que se ha plasmado en este trabajo; por otro lado, la observación integral permite establecer una mirada omnicomprensiva de todo el sistema y, de esta manera, encontrar los puntos a favor y los puntos en contra de la tarea que se esté llevando a cabo. Cuando se está realizando una investigación totalitaria, la construcción global es un trabajo permanente, pues la revisión constante de las gestiones a realizar es necesaria, debido a la dinámica que posee la investigación cuando está en curso, ya que durante el ejercicio investigativo se presentan cambios y reafirmaciones relacionados con el avance que se va produciendo del proceso investigativo.

Con relación al equilibrio, vale la pena tener en cuenta que cada aspecto tiene su peso justo. Es el justo medio entre los distintos elementos que la componen de tal suerte que si el sistema o empresa está desbalanceado, tarde o temprano va a comenzar a presentar problemas; la empresa debe partir de la determinación de los criterios para seleccionar la muestra representativa, esto le permite ordenar los procesos, favoreciendo la identificación de líneas de trabajo en el campo objeto de estudio. El desarrollo sostenible es la receta para los graves problemas ambientales presentes y futuros que deben afrontar empresas.

Control de gestión equilibrado de las empresas, en donde se impulsen la eficiencia y la innovación de los sectores productivos que apunten a un modelo racional, confianza en las capacidades de sus empleados y deseo de encontrar soluciones globales y estrategias cuando se desarrolla una ley y dar así con medidas efectivas en la búsqueda de parámetros, enfoques y metodologías, pues la cadena se rompe por su eslabón más débil, además, así se evitan desperdicios en recursos que pueden ser muy valiosos para una empresa, no sólo por la parte económica, sino que lo hace en la medida en que ya no se van a poder recuperar.

En cuanto a los límites que se puedan presentar cuando se está trabajando en un equilibrio constructivo de la RSE, se puede afirmar que, en general, están relacionados con el tiempo y el espacio de la investigación, razón por la cual su dinámica exige una estricta disciplina de trabajo.

### **10.1. El medio ambiente**

El enfoque de la política ambiental, no sólo en Colombia, sino en todo el mundo, opera en base a un análisis económico-social en el área ambiental y cuyo fin último es generar un espacio para la reflexión en torno a los efectos lesivos y nocivos sobre el deterioro ambiental como producto de las actividades de las grandes organizaciones.

Básicamente, la explotación de los recursos obtenidos del medio ambiente se ha ligado generalmente con el desarrollo y crecimiento económico, el cual se sirve, a su vez, a los avances tecnológicos y técnicos para lograr sus intereses por concepto de explotación de recursos; en ese sentido, es notable que se acuse como uno de los mayores responsables del deterioro natural a las organizaciones y empresas en general, las cuales, por lo menos en apariencia, no se muestran muy proclives a plantear soluciones viables y eficientes que minimicen su impacto negativo sobre el medio ambiente.

### **10.2. El problema medio ambiental**

Por las nuevas relaciones que el desarrollo plantea entre economía, ambiente y desarrollo, la política ambiental ha de erigirse como medio de información y control para resolver las necesidades que el ambiente impone. Lo que se colige es, a todas luces, que no es viable pensar salvar el medio ambiente sin que ello genere un aumento de precios de los productos y un estancamiento de la producción. Esto obedece al cambio en la forma de producción y patrones de

consumo en la economía nacional y por extensión global, lo cual habría de incidir directamente sobre el PIB de Colombia, ya que la mayoría de sus actividades de producción y consumo afectan al medio ambiente.

### **10.3. El concepto de desarrollo sostenible**

Según el análisis desarrollado por Ángel (2012), la relación entre sostenibilidad y desarrollo económico está mediada por la comprensión que del desarrollo sostenible se tiene como punto de referencia para la formulación de una política ambiental adecuada y eficiente, tal cual se expone a continuación:

*“El DS se define como aquél que satisface las necesidades de la generación presente sin impedir que las generaciones futuras puedan satisfacer sus propias necesidades “. En la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible, que se celebró en Johannesburgo, el 26 de agosto al 4 de septiembre de 2002, organizada por la Comisión de Desarrollo Sostenible, se tuvo como objetivo profundizar en la consecución de un modelo de desarrollo sostenible a escala planetaria y con la pretensión de “asegurar un balance entre el desarrollo económico, el social y la protección del medio ambiente, ya que éstos son componentes interdependientes del DS” (Ángel, 2012, p. 3).*

Y más adelante prosigue:

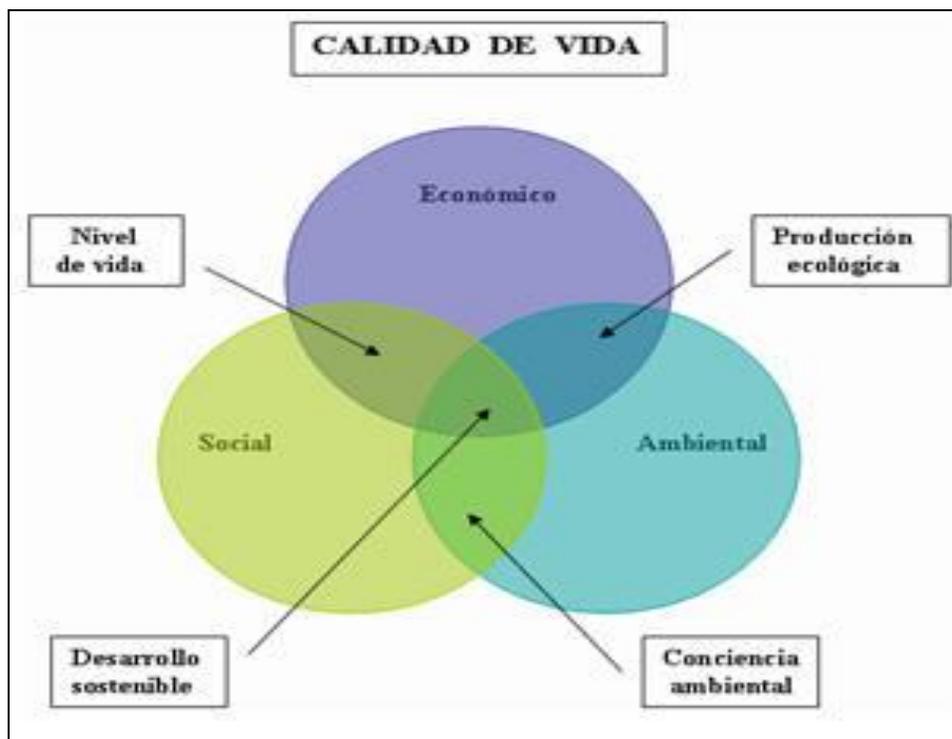
*“Para involucrar a la información ambiental dentro de un entorno de sostenibilidad, es necesario entender la relación entre actividad económica y medio ambiente. El término medio ambiente hace referencia al marco físico en el que se desarrolla determinada actividad humana, considerado en su sentido más amplio; es decir, incluyendo tanto los aspectos físicos que inicialmente caracterizan un territorio (orografía, clima, composición del suelo, etc.) como los recursos naturales presentes en el mismo: aire, agua, minerales, plantas y animales” (Ángel, 2012, p. 3).*

A raíz de los elementos que componen en su conjunto el concepto de desarrollo sostenible se replantea, en primer lugar, la concepción del hombre en relación con la economía, dentro de la cual se sitúa al hombre como centro de ésta; así mismo, esto implica situar al hombre o trasladarlo de una posición predominante hacia una valoración del mismo como elemento del sistema que debe buscar mediante parámetros velar y salvaguardar por la integridad del medio ambiente del cual éste hace parte.

Ahora bien, respecto al desarrollo sostenible y los factores que le conforman, la relación armoniosa entre lo económico y lo social determina precisamente el grado de desarrollo para la calidad de vida; a su vez, entre el ámbito económico y ambiental se generan los espacios para la producción ecológica y el punto de eclosión para una conciencia de corte ambientalista habrá de ser la intersección entre el ámbito social y el ambiental (ver figura 5).

## 11. Capítulo 4: Beneficios

Figura 4. Interacción entre los componentes del Desarrollo Sostenible



Fuente: Ayes (2003).

De lo expuesto anteriormente se deriva la comprensión respecto al desarrollo sostenible que posibilita una optimización significativa en la calidad de vida en el seno de la sociedad, al tiempo que se orienta la sustentabilidad del desarrollo que se impulsa, pero lo que más interesa aquí para explicar la importancia de la RSE son los elementos inmateriales o incorpóreos, los cuales no son visibles, ni tangibles y, por lo tanto, su existencia no es material, sino meramente jurídica. Los bienes intangibles de la empresa, por ejemplo, son el avío y los derechos de propiedad

intelectual. Un aspecto muy importante de la constitución de las empresas son los derechos que la componen, derechos de autor, de propiedad industrial, morales, y patrimoniales entre otros.

Todo lo anterior para llegar al punto que aquí aqueja, esto es, la clientela o avió, pues es uno de los aspectos más importantes que se pueden encontrar en una empresa, no sólo porque es la razón de ser de las organizaciones, sino porque de ellos depende el funcionamiento y el éxito.

Lo anterior se tiene que analizar desde dos puntos de vista: por un lado, está en mantener la clientela que ya se tiene, para esto es fundamental el cumplimiento, la confianza, la fidelidad entre otras cosas que se tienen que tener presente, pero otro aspecto muy importante es lo que tiene que ver con captar clientes nuevos, tanto para suplir los que se retiran como para que la empresa pueda seguir creciendo con el paso del tiempo, consolidándose cada vez más en el mercado, porque éste es muy dinámico y está en constante cambio.

### **11.1. Los clientes**

La razón de ser de toda empresa, “en teoría”, son los clientes, pero para poder establecer la importancia de estos se tiene que hacer una diferencia básica entre lo que son los clientes actuales y los que son potenciales, porque la RSE tiene como fundamento para las empresas como factor motivacional la consolidación de la marca sustentada en este concepto, para potenciar la manera de vender los productos y servicios, basados en las políticas que se implementan en las empresas como factor diferenciador, ya que estas son muy necesarias en un

mercado que es muy competitivo, en el cual la “marca” se constituye como el bien máspreciado para una empresa, porque es la carta de presentación que se tiene, no sólo frente a la clientela, sino a toda la sociedad en su conjunto, la cual le proporciona un caballo de batalla para enfrentar la competencia y así obtener el factor diferenciador en el mercado.

Pero, a grandes rasgos, dentro de las distintas clasificaciones que se encuentran de clientela, sólo aquí preocupa los clientes potenciales y los actuales.

### **11.1.1. Clientes actuales**

Los clientes actuales, son:

*“(...) personas, empresas u organizaciones que hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado” (Escudero, 2015, p. 9).*

Estos son los que están en la actualidad en la empresa, con los cuales se hacen transacciones reales y concretas; son los más importantes para la empresa porque le permiten el sostenimiento y la viabilidad.

### 11.1.2. Clientes potenciales

Los clientes potenciales son:

*“(…) personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros” (Escudero, 2015, p. 9).*

Ahora bien, un factor fundamental en el mercadeo, el cual puede ser considerado como el bien máspreciado para toda compañía, “la marca”, pues en ella se agrupan los distintos elementos que componen la empresa, tanto internamente como externamente y esta última es muy importante porque es la manera en la que la sociedad ve a la empresa, la carta de presentación frente al público.

## 11.2. La marca

La marca es uno o el conjunto de signos distintivo de una empresa, con la cual identifican sus productos o servicios dentro del mercado de otros similares; es el bien más valioso que tiene una empresa porque la marca representa la imagen que se tiene de tal empresa frente a la sociedad;

por esta razón es tan importante el posicionamiento de la marca, para que ésta tenga un significado y un contenido que le de valor agregado a los productos, porque en ella están inmersas características o cualidades del producto como tal, por ejemplo, la calidad, el respaldo con el que se cuenta, entre las demás cosas que se pueden encontrar inherentes a ella.

Pero más allá de la marca está el posicionamiento que se logre de ésta en el mercado, pues dicho posicionamiento es producto de procesos muy complejos, entre ellos la trayectoria de la empresa y, sobre todo, los factores diferenciadores, lo cual tiene gran incidencia entre los clientes actuales, porque para ellos esto constituye un valor agregado; pero especialmente la importancia se encuentra en los clientes potenciales, porque constituye un factor trascendental en lo que tiene que ver con cuestiones de publicidad, ya que detrás de ella (la marca) hay toda una ideología y lineamientos empresariales que se ven condensados en ella, y juega un papel muy importante a la hora de elegir cuál producto o servicio se va a escoger, además está basado en ideas preconcebidas tanto en los clientes como en las empresas, que no siempre están implícitas a la hora de tomar las decisiones.

Las principales tareas de la marca es involucrar y crear lealtad frente a determinados productos o servicios. Por un lado, está la lealtad que se crea en los clientes habituales, lo cual los hace consumidores habituales, y atraer los nuevos clientes, la cuestión está en crear la diferencia con otros productos y crear valor agregado, porque si bien se encuentra que la producción o la prestación de servicios es importante, es también muy importante venderlos al público, al consumidor final.

Y si a lo anterior le agrega que cada vez es más grande la oferta de los diferentes productos o servicios, por lo cual se genera una opción más grande de poder escoger los distintos productos, y los consumidores son cada vez más racionales a la hora de tomar las decisiones, de elegir entre una u otra opción, quedaría la pregunta ¿cómo se puede generar marca y valor agregado a los productos?

En resumen, lo que esta simbolizado en la marca es “lo que la compañía representa”; así, las empresas deben procurar basarse sobre un factor diferenciador si quieren lograr alguna diferencia, no sólo en sus campañas publicitarias, sino para que tengan un verdadero fondo en la sociedad, que colme de contenido lo que se vende al público, pero lo ideal es que este contenido no se quede sólo en la percepción del consumidor, sino que lo que se ejecuta para crear el factor diferenciador genere beneficios para los empleados, pero sobre todo a la comunidad en general, para que se consolide un “gana-gana”, es decir, generar acciones provechosas para la comunidad y obtener una retribución justa, como lo sería la base para las campañas publicitarias, entre otros muchos beneficios que se pueden obtener.

Dentro de los distintos tipos de posicionamiento de marca que se pueden encontrar, por solo mencionar algunos, están las relaciones públicas, comunicados de prensa, transmisión de medios, publicidad on line, pero para no alargar más lo que se propone es que se tome como punto de partida la RSE para implementar el valor agregado que las empresas necesitan en sus bienes y servicios para llegar cada vez más a un mercado.

Si bien esto en un principio se asemeja a los “patrocinios” que se hacen a cierta clase de causas o personas, lo que hay hasta el momento no se puede considerar como políticas empresariales generalizadas, pues lo común es encontrar campañas que están más basadas en lo repetitivo del mensaje, más que en su fondo, pues la base del mercado está basada en lo que se conoce como “valor agregado”.

Ahora, cómo se capitalizan los beneficios; según Cajiga (2009):

*“(…) con la privatización aumentando a través de todo el hemisferio, la potencia y la influencia de las empresas continúan creciendo y es cada vez más evidente que la construcción de una sociedad más justa y una economía más sostenible depende, en gran parte, de influenciar a la comunidad de negocios para poner en ejecución acciones que permitan alcanzar estas metas” (p. 8).*

A grandes rasgos, Cajiga (2009) enumera algunas de las ventajas que se tiene al consolidar temas como la marca; es por ello que a continuación se puede realizar una enumeración con los comentarios de los aspectos más importantes considerados como beneficios.

### **11.2.1. Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (stakeholder)**

A medida en que se van rotando cada vez menos los grupos de relación, pues se está basado en la lealtad o fidelidad que se tiene respecto a una empresa, esto hace que ésta se consolide cada vez más en el mercado, de tal manera que se puede ir expandiendo cada vez más, además de que

también permite que se establezcan lazos cada vez más firmes, pues al ser los grupos con los que se relaciona, tanto proveedores como clientes hace que se mantenga lo que ya está y así crear relaciones que beneficien a ambas partes, porque la inestabilidad en estos grupos hace que sea prácticamente imposible poder ejecutar de manera correcta el accionar de toda empresa, ya que ésta está basada en la confianza y en los fines comunes que se siguen de ambas partes.

### **11.2.2. Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades**

Para esto es esencial un comportamiento ético, pues si no se cuentan con estos requisitos no será posible una sana convivencia, pues cada quien estará tratando de sacar provecho a los demás y, como lo demuestra la historia, esto lo pueden hacer una vez, pero no dos o tres veces, pues las personas se cansan de ser explotadas; para tal fin se tienen que tener una relaciones de coordinación con las autoridades y con los vecinos para que esto permita tener actividades en común y así poder realizar la finalidad extrínseca de toda empresa y poder proporcionar beneficios a la comunidad.

### **11.2.3. Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común**

Ésta, se podría decir, que es la finalidad última de la empresa, el maximizar el bien social, para que los beneficios de la empresa lleguen al mayor número de personas y, de esta manera, hacer que los beneficios no se queden sólo en la empresa, sino que permeen a toda la comunidad en general; esto es lo que se conoce como el bien común generalizado, pero sobre todo basado en el desarrollo y el bienestar: ésta debería ser la visión de todas las empresas que tengan

responsabilidad social, por los argumentos aquí expresados, y además porque si se mira a la sociedad como una simbiosis de organicismos que operan dentro de ellas, toda la actividad que genere una debe repercutir en beneficio de las demás.

#### **11.2.4. Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial**

Este punto ya se vio en lo que tenía que ver con la marca, pero además es porque representa un gran potencial, bien sea porque potencializa la empresa más allá de lo que lo haría una campaña publicitaria ordinaria, puesto que acá se están resaltando las políticas que van en beneficio de toda la sociedad, siendo más efectivo dentro de los clientes racionales que miran con ojo crítico el operar de estas industrias, además porque sirve para establecer iconos que permitan establecer cuál o cuáles van a ser las políticas a futuro para mejorar y difundir el bienestar social, pero no sólo frente a la comunidad, sino frente a las demás empresas porque les estaría dando una ventaja competitiva con la que muchas no cuentan, y se consideraban mera filantropía hasta hace poco tiempo, pues con los medios de comunicación se observa que los consumidores se hacen cada vez más racionales, en la medida en que ya no compran lo que está más barato o es más fácil, sino que miran factores como la RSE, como algo diferenciados que les permite tener más elementos a la hora de decidirse o por un producto o por otro, por esto es tan importante lo que tiene que ver con la visibilidad de la empresa y, en especial, de las marcas a la hora de presentarse a la comunidad en general y en especial a los clientes en particular.

### **11.2.5. Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo**

La marca como valor fundamental para una empresa está representando en la buena imagen que se tenga de ésta a la hora de presentarse frente a la comunidad, pero recuérdese que éste no es sino un valor representativo, y lo que está detrás es mucho mayor si se tiene en cuenta que para consolidar una marca se tienen que hacer ingentes esfuerzos, no sólo en lo que tiene que ver con el producto en sí, sino que además está todo lo que tienen que ver con los procesos, las campañas publicitarias.

La RSE como factor diferenciador de estos aspectos juega un papel muy importante en la medida en que se puede considerar como la reunión de todos los esfuerzos por crear un valor agregado, no sólo al producto, sino también a la empresa que se ve reflejado en la percepción que se tiene de ésta, y lo cual se refleja en el valor de los activos, es decir, es las inversiones para que estas se vuelvan más productivas y se incrementen cada vez más; la pregunta es ¿cómo hacer esto? Pues con buenas prácticas corporativas que permitan que la empresa se desarrolle de manera integral y que crezca teniendo todos los factores en un constante equilibrio que permita que su desarrollo sea integral e íntegro.

### **11.2.6. Decisiones de negocio mejor informadas**

Cuando se han cumplido con algunos de los puntos anteriores se tienen que llegar a la conclusión de que la empresa interactúa con la comunidad y con el Estado, lo cual le permite

tener más puntos de referencia a la hora de tomar decisiones, lo que es crítico en el mundo de los negocios, porque estas decisiones tienen repercusiones en todos los ámbitos de la empresa, de tal suerte que si se cuenta con una interacción constante con la comunidad y ésta le ayuda a la empresa, porque sabe que lo que ésta hace está en beneficio de ésta, se genera una simbiosis que hace que ambas partes sigan creciendo, pues todas las decisiones deben estar basadas en un profundo conocimiento de lo real y sólo la sociedad puede proporcionar este conocimiento, sin descartar que se tengan que tener conocimientos posteriores para poder interpretar la información.

#### **11.2.7. Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros**

Al contar con unas políticas claras de administración, se genera confianza, lo cual permite que más inversionistas y el público en general pueda invertir y dar apoyo financiero cuando lo solicite o lo requiera, por esto es tan importante el arraigo que tenga una determinada empresa en la sociedad, porque puede contar con la confianza del público en general de las actuaciones que se llevan a cabo y que estas están permeadas por la transparencia y la pulcritud en todas las operaciones, cuestiones que son básicas a la hora de salir a los mercados a buscar inversionistas, además, teniendo en cuenta los bancos, los cuales también tienen todos estos factores muy presentes a la hora de que le son solicitados créditos. Estos son sólo algunos de los beneficios que se tienen a la hora de ver los resultados de una RSE congruente con los principios y valores.

### **11.2.8. Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos**

Pues cuando se tienen unas cuentas claras dentro de una empresa, con administración eficiente y eficaz de los recursos, esto hace que, por regla general, todos los indicadores empiecen a subir, de tal manera que así implementado se genera un ambiente de confianza; por ejemplo, cuando se cumplen con los principios del Pacto Global se reducen o se eliminan las operaciones fraudulentas, con una administración efectiva de los recursos se hace que se encuentren los vacíos por donde antes se desperdiciaban preciosos recursos, entre los muchos beneficios que se pueden encontrar a la hora de ver la importancia de la RSE.

### **11.2.9. Optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable**

Esto es un diseño inteligente de los métodos de producción para que nada quede libre al azar, sino que todo obedezca a políticas de eficiencia dentro de la empresa, para potenciar lo que está funcionando bien y corregir lo que está funcionando de forma menos eficiente, y cuando se dice que el desarrollo debe ser sustentable quiere decir que tiene que cumplir con todos los estándares que se han enunciado en esta tesis, pero de manera óptima, porque lo ideal no es aumentar los esfuerzos, sino enfocarlos en la medida de las necesidades, pues para eso se cuentan con personas capacitadas para poder ver cuáles son los puntos débiles y cuales no lo son.

### **11.2.10. Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas**

Éste sería el principal motivo aparentemente, pero en realidad no es más que un producto lógico de todo lo que se ha establecido anteriormente; éste puede parecer el motivo principal, pero en realidad es sólo secundario, pues como se ha hecho notar, por la gran cantidad de ventajas que ofrece la RSE, éste pasaría a segundo plano, y aun así continua cumpliendo un papel fundamental a la hora de ver los beneficios, pues la imagen corporativa juega un papel muy importante en el mundo de los negocios en la medida en que es la carta de presentación con que las empresas, no sólo presentan sus productos, sino que corresponden a una especie de radiografía en donde se muestra desde lo más adentro hasta lo más visible, es decir, todo el andamiaje que está detrás de los círculos de producción.

### **11.2.11. Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor**

Ésta es una gran ventaja a la hora de establecer el mundo consumista tan competitivo en el que el ser humano se mueve, pues la razón de ser de todas las empresas son los clientes, la cuestión está en cómo mantenerlos y cómo atraer unos nuevos; esto se hace de la manera en que se ha presentado anteriormente, pues no es lo mismo campañas publicitarias sin ningún contenido a las que tienen un sustrato real detrás, además que al hacer esto se están generando beneficios para toda la comunidad, empezando por la empresa misma; éste va a ser el punto más fuerte con el que se presenta la RSE, pues permite de una manera efectiva llegar a muchos

clientes y, sobre todo (lo más importante), la fidelidad o lealtad que va a ser decisiva a la hora en la que el cliente vuelva a utilizar los servicios.

#### **11.2.12. Incremento en la productividad y en la calidad**

Al mantener prácticas responsables debe aumentar la calidad de los productos en la medida en que éste es uno de los requisitos, pero además se incrementa la productividad, pues los procesos han sido diseñados de acuerdo a las necesidades de los clientes; esto hace que cada vez más se vuelvan prácticas más inteligentes y de mayor calidad, no sólo en el producto final, sino en toda la cadena de producción e incluso en la que va más allá, porque esto permite que se incremente la productividad, pues se llega a la comunidad en general con ayudadas y otras cosas, sin olvidar jamás que se está protegiendo y ayudando al medio ambiente.

#### **11.2.13. Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal**

Este aspecto es muy importante en la medida en que la rse también implica el respeto por los derechos humanos, pero va más allá de este en cuanto nos encontramos con que por buenas prácticas corporativas incluye salarios altos, buenos lugares de trabajo, buen trato entre otras cosas que hacen que se incentiven a los trabajadores a trabajar bien pero además a tener sentido de pertenencia con la empresa, mejorando de paso lo que tiene que ver con la calidad de los productos, disminuir la rotación de personal, lo cual hace que cada vez más se cuente con mano

de obra calificada, y que además la empresa sea un lugar donde se desee trabajar y `prestar los servicios.

#### **11.2.14. Reducción de la supervisión regulatoria**

Esto se da cuando las empresas van mostrando autonomía en sus operaciones, que estas estén ajustadas a unos cánones aceptables, en donde el espacio del Estado se valla haciendo cada vez menor en la medida en que lo que se haga se realice por iniciativa propia y no porque se está obligado, pues éste es el deber ser de la RSE, que las empresas actúen por cuenta propia, y esto se hace especialmente deseable cuando se tratan de multa nacionales, pues el control sobre estas es cada vez menor; por lo tanto, se exigen políticas internas que entren a suplir las falencias con las que se encuentra el Estado en estos ámbitos, pues los reglamentos internos de trabajo entran a jugar un papel muy importante no sólo para la parte disciplinaria, sino además para el comportamiento y cómo debe ser los modelos de conducta que se debe seguir, además de materializar la misión y la visión de la empresa.

#### **11.2.15. Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo**

De todo lo anterior queda decir que, en realidad, lo que pretende la RSE es que se promueva el trabajo en equipo de todos los sectores involucrados.

Una conclusión parcial de todo lo anteriormente mencionado, en sentido amplio, es que la consecuencia deseada por parte de las empresas es la consecución de ganancias, que les reporte

el mayor utilidad posibles, pero para generar estas ganancias están sometidas a distintos tipos de responsabilidad, pues su actuar concreto como potencial puede entrar en distintos ámbitos por ejemplo el civil el penal, social, y estas como sujetos del mercado están sometidas constantemente a la toma de decisiones para realizar sus operaciones; los presupuestos que tienen que tener presentes a la hora de tomar estas decisiones deben ser globales; si bien el fin último es conseguir ganancias, hay muchas formas de hacerlo, desde lo legal o lo ilegal hasta lo legal que puede ser o no ético y su interacción comprende desde el medio ambiente hasta lo económico y social.

También se pudo vislumbrar que los elementos estructurales de la responsabilidad son los volitivos y los cognoscitivos, pues si bien lo que se quiere en principio son ganancias, también se pretende de ellas que quieran el bienestar social, el respeto del medio ambiente etc., porque cada vez se vuelven más trascendentales para la sociedad y por esto se pretende cada vez mas de ellas como agentes activos no solo de progreso sino también de bienestar, basado no solo en lo legal, sino también en la ética.

Otros beneficios serían:

*“Mayor educación y, por ende, mayores posibilidades de tener una comunidad sustentable, con una mejor calidad de vida”* (Cajiga, 2009, p. 16), a lo que se puede agregar “la población en general”, ya que así se les da los instrumentos para que se desarrollen de manera más integral, dándoles no sólo oportunidades para las personas, sino que además el ambiente se ve favorecido en la medida en que se les da instrumentos para que se aprovechen de manera más racional los

recursos y de esta forma permitir un desarrollo integral, y abundar en mayor calidad de vida y mayores oportunidades de desarrollo.

*“Mayor facultamiento de las personas (empowerment)”* (Cajiga, 2009, p. 16), que genera oportunidades de desarrollo económico. Uno de los mayores logros que se puede generar en el facultamiento de las personas para que estas busquen su propio destino, lo que les brinda principalmente oportunidades para poder elegir qué es lo que van a hacer con los recursos con los que cuentan, haciéndoles caer en cuenta de todas las posibilidades que tienen como personas y, de esta manera, crear las oportunidades para un desarrollo económico que esté de acuerdo con las posibilidades, ya no sólo con las simples expectativas, sino que son concretas y reales para que se empoderen de los recursos con los que cuentan, pero esto debe estar basado en la educación, porque no es posible de otra manera en la medida en que es en la educación donde se encuentran los mecanismos adecuados para dicha transformación.

*“Mejor salud, que implica una comunidad más fuerte”* (Cajiga, 2009, p. 16). A mayor compromiso entre las distintas partes interesadas se genera una simbiosis en donde todas las instituciones salen favorecidas en cuanto tales, pues cuando se le da a la comunidad las herramientas para ella misma desarrollarse, se le está empoderando de las responsabilidades y desafíos con los que cuenta, dentro de ellos del sistema de salud, educación, etc. Esto permite que se generen más oportunidades y se subsanen las cosas que hagan falta, de tal suerte que sólo con mecanismos que permitan la continua comunicación entre las distintas partes esto será posible.

*“Mayor comunicación, una comunidad que se comunica con la empresa es capaz de prevenir conflictos y ser proactiva en la búsqueda de soluciones”* (Cajiga, 2009, p. 16). Los conflictos son inherentes a cualquier actividad que se realice, en cómo se solucionan está la cuestión del asunto, porque lo ideal es que no se queden conflictos sin solucionarse, pero además que las partes sean proactivas a la hora de buscar soluciones para dichos conflictos, pero todo esto no es posible si no se cuenta con medios de comunicación que permitan la interacción entre las distintas partes y, luego de esto, que se busque las distintas alternativas y soluciones que se puedan encontrar.

*“Se apunta la necesidad de establecer diálogos reales en los que no sólo se establezcan relaciones de poder estratégicas, sino que se potencie el diálogo entre los afectados con el fin de intentar desentrañar qué intereses son universales o válidos moralmente”* (Castro, 2012, p. 12).

## 12. Capítulo 5: Conclusiones

Como ha quedado claro hasta el momento, la Responsabilidad Social Empresarial se puede entender como aquel compromiso que asumen las empresas hacia la sociedad en pro del desarrollo sostenible; en otras palabras, es el justo medio que se busca entre el crecimiento económico y el bienestar de la sociedad. Con esto, la empresa que es responsable socialmente “maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos” (Aguilera y Puerto, 2012, p. 5), y ello conlleva beneficios tanto a largo como a mediano plazo, con los cuales se busca alcanzar el desarrollo sostenible.

Una cosa es cierta y es que la naturaleza de la Responsabilidad Social está cimentada bajo la premisa de que la empresa de hoy tiene una serie de responsabilidades con la sociedad, las cuales van mucho más allá de sus obligaciones con sus accionistas o con sus inversionistas. Aunque ésta es una decisión voluntaria, pues la empresa tiene la potestad de elegir o no si asume este compromiso; ahora, si la empresa decide asumir dicho compromiso, la empresa debe orientar su accionar en coherencia con los principios de la organización y con el cumplimiento de la visión y la misión que ha establecido tanto a nivel interno como externo, demostrando respecto los por valores éticos, por las personas, por el medio ambiente y por las comunidades, contribuyendo, de esta forma, a la construcción del bien común.

La Responsabilidad Social Empresarial se puede aplicar tanto a pequeñas como a medianas y grandes empresas; con ello se deja de lado la creencia de que sólo tienen responsabilidad social

las grandes organizaciones; es más, no puede confundirse con acciones filantrópicas o de inversión social, como muchas empresas lo consideran creando fundaciones, sino que se dirige a una serie de políticas de actuación con las cuales se busca lograr una mayor competitividad: políticas de actuación en el lugar de trabajo, políticas medioambientales, políticas de mercado y políticas sociales.

En cuanto a las políticas de actuación en el lugar de trabajo, es importante mencionar que la organización tiene el deber de respetar y considerar la legislación atinente a los temas de contratación, seguridad social, salud y bienestar en el trabajo; ello se lograría con la satisfacción de las necesidades básicas de los trabajadores, con el compromiso claro de mejorar las condiciones laborales, con el desarrollo profesional y con el bienestar de los trabajadores, lo que demuestra que efectivamente estos son valorados y que se consideran como una contribución para el negocio.

En lo que respecta a las políticas medioambientales, vale de decir que todas las organizaciones, sin importar su tamaño o sector empresarial, pueden impactar positiva o negativamente el medio ambiente. Los impactos negativos resultan del consumo directo o indirecto de energía y recursos, la generación de residuos y agentes contaminantes y de la destrucción de los hábitats naturales; todo ello se reduciría si existe una política de ahorro de energía, con la prevención de la contaminación, con la reducción de residuos y reciclando, lo que le permitiría a la organización no sólo reducir gastos, sino también cumplir con la normatividad medioambiental, además de mejorar las relaciones con la comunidad y fidelizar a sus empleados y clientes.

En lo que respecta a las políticas de mercado, cabe señalar que las empresas son, esencialmente, organizaciones humanas, las cuales dependen de una red interna y externa de relaciones las cuales son vitales para el bienestar de todos. Las buenas relaciones con los clientes y proveedores aportan beneficios a ambas partes y preservar el buen nombre es trascendental para la empresa, pues actuar de la manera correcta ayuda a lograr, no sólo una excelente reputación, sino que además satisface a los clientes, lo que asegura el éxito en el mercado y la sostenibilidad en el tiempo.

Finalmente, la política social se convierte en uno de los eslabones más importantes de la cadena, pues hacer que la comunidad participe activamente puede ayudar a identificar no sólo nuevos mercados, sino nuevas oportunidades y nuevos clientes. La idea es que se establezcan contactos con las autoridades locales, con los líderes, que se faciliten nuevas asociaciones con otros negocios comunitarios. Lo importante es llevar a cabo actividades que respondan a los propósitos de la organización y que, por ende, sean relevantes para la comunidad, en donde se anime a los empleados a participar en ellas y que, por su puesto, estén al alcance de las posibilidades de la empresa.

## Bibliografía

Aguilera C., A. y Puerto B., D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*, (32), 1-26.

Alves, M. A. Reficco, E. y Arroyo, J. (2014). Perspectivas sobre la situación y proyección de la responsabilidad social empresarial en América Latina. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 54(1), 10-11.

Ángel M., G. (2012). *La contabilidad en un “contexto” de sostenibilidad ¿vino viejo reciclado en botellas nuevas?* Recuperado de [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/33/La\\_Contabilidad\\_en\\_un\\_contexto\\_de\\_Sostenibilidad.pdf](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/33/La_Contabilidad_en_un_contexto_de_Sostenibilidad.pdf)

Ángel, N. (2008). La discusión en torno a las soluciones de soft law en materia de responsabilidad social empresarial. *Revista de Derecho Privado*, (40), 3-37.

Avendaño C., W. R. (2013). Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. *Revista Lasallista de Investigación*, 10(1), 152-163.

Ayes A., G. N. (2003). *La educación para el desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos37/educacion-desarrollo-sostenible/educacion-desarrollo-sostenible.shtml>

Bautista, O. D. (2010). Institucionalización de instrumentos éticos: un dique a la corrupción política en América Latina. En E. Rey y P. Calvo (Coord.), *200 años de Iberoamérica (1810-2010)* (pp. 2072-2093). Santiago de Compostela: Congreso Internacional: Actas del XIV Encuentro de Latioamericanoes Españoles.

Caja de Compensación Familiar de Antioquia (2007). *Estado del arte con respecto al movimiento de difusión, normalización y certificación de la Responsabilidad Social a nivel mundial*. Medellín: Comfama.

Cajiga C., J. F. (2009). *El concepto de responsabilidad social empresarial*. México: Centro Mexicano para la Filantropía.

Castro G., R. A. (2012). *Responsabilidad social de las universidades en los procesos de promoción de la salud: dimensiones de la Proyección Social en las Instituciones Universitarias y sus Programas Académicos*. Recuperado de [http://www.javeriana.edu.co/documents/245769/2479435/Responsabilidad\\_Social\\_de\\_las\\_universidades\\_Raul\\_CastroGarcia\\_Documento.pdf/90498f20-0eb8-493c-8dd5-b9e58775e9fd](http://www.javeriana.edu.co/documents/245769/2479435/Responsabilidad_Social_de_las_universidades_Raul_CastroGarcia_Documento.pdf/90498f20-0eb8-493c-8dd5-b9e58775e9fd)

Comisión Europea. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Respuestas al proceso de consulta*. España: Grupo de Estudios Sociales y Económicos del Tercer Sector.

Compra Pública Ética. (2009). *Certificaciones sociales*. Recuperado de <http://www.comprapublicaetica.org/index.php/la-compra-publica-etica/certificaciones-sociales>

Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social. *Semestre Económico*, 10(20), 87-102.

Cuevas M., R. (2009). Ética y responsabilidad social de la empresa: su concepción del hombre. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 8(23), 323-349.

Dankers, C. (2004). *Las normas sociales y ambientales, la certificación y el etiquetado de cultivos comerciales*. Roma: FAO. Documentos de la FAO sobre productos básicos y Comercio.

Dávalos T., M. S. (2010). *Manual de introducción al derecho mercantil*. México: Cultura Jurídica.

De Unamuno, M. (1994). *El sentimiento trágico de la vida en los hombres y en los pueblos*. Barcelona: Altaya.

Duque O., Y., Cardona A., M. y Rendón A., J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de Administración*, 29(50), 196-206.

Escobar, M. (2000). *¿Cómo surge el concepto de RSE? Sus interpretaciones y aplicaciones*. Cali: I Simposio de Investigación Universidad del Valle.

Escudero A., M. E. (2015). *Servicios de atención comercial*. Madrid: Editex.

González, E. y García, D. (2006). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Europa: la apuesta por un nuevo modelo de empresa. *Revista De Pensament I Anàlisi*, 6, 157-170.

Ibarra P., A. M. (2014). Principios de la responsabilidad social empresarial en el ordenamiento jurídico colombiano. *Revista de Derecho*, (41), 51-82.

Inma-economía. (2011). *Sobre la responsabilidad social de la Empresa y la ética en los negocios*. Recuperado de <http://inma-economia.blogspot.com.co/2011/11/sobre-la-responsabilidad-social-de-la.html>

Leandrycc.wordpress. (2010). *Fundamentos de administración. Teorías administrativas y tendencias en la historia*. Recuperado de <https://leandrycc.wordpress.com/2010/06/09/etica-y-responsabilidad-social/>

- Loo R., E. A. (2007). *La paradoja del miedo: transparencia o amoralidad*. Panamá: Biblioley.
- Mejía S., E. y Montes S., C. A. (2012). Análisis de los conceptos de capital, mantenimiento de este y su relación con la riqueza ambiental. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*, (49), 115-154.
- Melo J., O. y Guerra M., J. (2005). *Una propuesta para la regulación de la Responsabilidad Social Empresarial del sector privado en Colombia*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Mercado V., J. M. (2011). *Sociología del siglo XXI*. Estados Unidos: Palibrio.
- Miller, G. T. (2007). *Ciencia Ambiental: Desarrollo Sostenible. Un Enfoque Integral*. México: Thomson.
- Real Academia Española. (2015a). *Responsabilidad*. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=TYfZJAA36DXX2qpvUiZ3>
- Real Academia Española. (2015b). *Sociedad*. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=xyK6iVC2MDXX2nO9I0ll>

Real Academia Española. (2015c). *Empresa*. Recuperado de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?id=nwWJCYqFS2x5lxXrUUb>

Russi G., L. A. (2012). *Modelo de contabilidad ecológica y desarrollo sostenible para inversiones Arroz Caribe S. A. de Villavicencio*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos93/modelo-contabilidad-ecologica-arroz-caribe/modelo-contabilidad-ecologica-arroz-caribe.shtml>

Sabogal A., J. (2008). Aproximación y cuestionamientos al concepto Responsabilidad Social Empresarial. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16(1), 179-195.

Salaverría, E. (2011). *La normalización (Estandarización)*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/237454031/La-Normalizacion-Estandarizacion#scribd>

Shamir, R. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial: un caso de hegemonía y contra hegemonía. En: B. Santos y C. Rodríguez (Coord.), *El derecho y la globalización desde abajo. Hacia una legalidad cosmopolita* (pp. 86-108). Barcelona: Anthropos.