

ANUARIO No 30 (2007)
ISSN 1316-5852

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
¿NUEVAS FORMAS DE COOPERACIÓN O
ESTRATEGIA DE NEGOCIOS?**

Evelyn Martínez de Tortolero
Maria Ángela Flores

Docentes Investigadoras
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Carabobo

Colaboración Especial

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ¿NUEVAS FORMAS DE COOPERACIÓN O ESTRATEGIA DE NEGOCIO?

RESUMEN.

La Responsabilidad Social Empresariales es una de las preocupaciones de los científicos sociales, empresarios y hombres de Estado. Sin embargo, al momento de evaluar tales estrategias, parecieran no tener el impacto deseado, situación atribuible a factores internos y externos de la organización. A pesar del reconocimiento de los beneficios de la integración y aprendizaje que produce el binomio Empresa-Sociedad, lo cual se traduce en beneficios económicos y sociales, representados en el incrementos de la eficiencia, del valor de la empresa y de su reputación, así como en mayor asociatividad social, afianzamiento de los vínculos comunidad-empresa y por ende en bienestar y productividad del empleado. Una relación así establecida, se sostiene sobre la base de un modelo de desarrollo sustentado en el contexto social, tras la búsqueda de impactos económicos como estrategias de negocios y sociales como estrategias de cooperación. Esta concepción pretende el desarrollo de la visión integral y ética de la Responsabilidad Social que preocupa cada vez más a los gerentes públicos y privados y es referencia para la toma de decisiones, así como para la orientación estratégica de las empresas como una organización cuyo fin ultimo es ser un actor institucional co-responsable del desarrollo social. El trabajo se fijó como objetivo establecer si el discurso de la Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad responde a una estrategia de negocios o un intento de cooperación desde las empresas con la sociedad, concluyendo que se dan ambas condiciones en un intento de ganar desde la cooperación.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Estrategia, Pymes y Microempresas

ENTERPRISE SOCIAL RESPONSIBILITY: NEW FORMS OF COOPERATION OR STRATEGY OF BUSINESS?

ABSTRACT

Social Responsibility Enterprise is one of the preoccupations of the social scientists, industrialist and functionarie. Nevertheless, at the time of evaluating such strategies, they seemed not to have the wished impact, situation attributable to internal and external factors of the organization. In spite of the recognition of the benefits of integration and learning which it produces the Company-Society binomial, which is translated in economic and social benefits, represented in the increases of the efficiency, of the value of the company and its reputation, as well as in greater social asociatividad, reinforcement of the bonds community-company and therefore in well-being and productivity of the employee. A relation thus established, is maintained on the base of a model of development sustained in the social context, after the search of economic impacts like strategies of social businesses and like cooperation strategies. This conception tries the development of the integral and ethical vision of the Social Responsibility that deprived public worry to the managers more and more are reference for the decision making, as well as for the strategic direction of the companies as an organization whose aim I complete is to be an institutional actor Co-person in charge of the social development. The fixed work or like objective to settle down if the speech of the Enterprise Social Responsibility at the present time responds to a strategy of businesses or an attempt of cooperation from the companies with the society, concluding that occurs both conditions in an attempt for winning from the cooperation.

Key words: Social responsibility, Strategy, Pymes and Microcompanies

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ¿NUEVAS FORMAS DE COOPERACIÓN O ESTRATEGIA DE NEGOCIO?

INTRODUCCIÓN

- I. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: LA EVOLUCIÓN DE UN CONCEPTO.
- II. INVESTIGACIÓN EN RSE Y LAS PYMES Y MICROEMPRESAS.
- III. INDICADORES DE RSE
- IV. PYMES Y MICROEMPRESAS DESDE EL ENFOQUE DE LA RSE

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS LEGALES

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

NOTAS

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ¿NUEVAS FORMAS DE COOPERACIÓN O ESTRATEGIA DE NEGOCIO?

INTRODUCCIÓN

El abordaje de la Responsabilidad Social Empresarial es una preocupación de científicos sociales, empresarios y de quienes delinear las políticas públicas en el mundo. Sin embargo, al momento de evaluar tales estrategias, parecieran no tener el impacto deseado, situación atribuible a factores tanto internos como externos de la organización, a pesar del reconocimiento de los beneficios de la integración y aprendizaje que produce el binomio *Empresa–Sociedad*, lo cual se traduce en beneficios económico, o de negocios, y sociales, representados en el incremento de la eficiencia, del valor de la empresa y de su reputación, así como en mayor asociatividad social, afianzamiento de los vínculos *comunidad–empresa* y por ende en bienestar y productividad del empleado.

Una relación establecida sobre la base de un modelo de desarrollo sustentado, el cual debe y tiene que estar vinculado al desarrollo humano y social, tras la búsqueda de impactos económicos y sociales. Este planteamiento que se planteó en el contexto del *Libro Verde* de la Unión Europea, a través del cual se desarrolló desde una visión integral y ética de la Responsabilidad Social que compromete cada vez más a los gerentes y es una referencia para la toma de decisiones, así como para la orientación estratégica de las empresas desde la perspectiva de una organización cuyo fin ulterior está en ser un actor institucional co-responsable del desarrollo social, económico y ambiental.

Este enfoque, en el tiempo ha llegado como una política adelantada por las empresas por efecto de la globalización económica en gran parte del mundo. América Latina no ha escapado a esta realidad, diversas investigaciones adelantadas en el hemisferio han permitido sistematizar la concepción de los indicadores que permitirían establecer la norma internacional a futuro. Sin embargo la complejidad de las distintas aristas de la Responsabilidad Social Empresarial, dificulta su realización en la región, donde muchos de los temas son materia pendiente, como por ejemplo: el derecho al trabajo, el respeto a los niños, la igualdad de oportunidades, de géneros, la no discriminación y el respeto a los derechos humanos.

En el caso concreto que atañe a este trabajo, como es el caso venezolano, se puede afirmar que la Responsabilidad Social todavía no se ha

interiorizado entre el empresariado y los trabajadores acerca del alcance de los beneficios que se generan por la vía de la productividad y de la sociedad. Aún cuando existen experiencias notables, como es el caso de Ron Santa Teresa con su modelo de influencia comunitaria de Alcatraz y el de CANTV con un programa desarrollado en el ámbito nacional de protección a la infancia y adolescencia en situación de riesgo y educación, entre otros, como por ejemplo son los casos del Dividendo Voluntario para la Comunidad y la Asociación YMCA, que es parte de lo mucho que puede hacerse en este sentido por las actuales condiciones sociales del país.

El estudio que se presenta, busca establecer la relación por la vía del análisis el discurso de la Responsabilidad Social Empresarial, si en la actualidad responde a una estrategia de negocios o es un intento de cooperación desde las empresas con la sociedad. Parte de una revisión teórica documental de la evolución del término, que va desde la filantropía, considerando la concepción relativa al capital social, hasta llegar a su más amplia acepción que involucra las distintas esferas de influencia y toca lo concerniente al concepto de desarrollo sustentable. Asimismo, se revisan investigaciones comparadas en España y América Latina, en un intento de poder contrastar las actividades en tales países.

Finalmente, los cambios económicos y sociales de hoy exigen abordar el concepto de Responsabilidad Social de manera holística y adelantar estrategias en el orden educativo, institucional y legal, en la búsqueda de fortalecer las prácticas integrales de gestión que las Pymes y Microempresas por su importante papel en la economía y generación de nuevas oportunidades de empleos. Por lo tanto, es imperativo afirmar que la Responsabilidad Social es además de una estrategia de negocio, una nueva forma de cooperación, donde se hace viable la posibilidad de que empresarios, trabajadores y comunidad orienten sus acciones hacia la productividad y, por ende, una mejor calidad de vida.

I. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: LA EVOLUCIÓN DE UN CONCEPTO.

Como referencia conceptual, la idea que hoy se maneja de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene sus inicios en la antigua práctica de la filantropía, con sus motivaciones de carácter humanitario y altruista. Según Vives, A.; Corral, A. e Isasi, I. (2005:17) “en términos generales se ha experimentado una evolución de la RSE a tendiendo al siguiente recorrido: caridad – filantropía – inversión social – RSE” El mismo era el reflejo de las

condiciones personales de los directivos y suponía el suplir los efectos de ciertas carencias, sin relación con los objetivos de la empresa. Más adelante se introduce el concepto de inversión social, en un esfuerzo de articular el impacto de la empresa con el desarrollo de las comunidades. Se busca, bajo esta orientación que la empresa incida positivamente en la comunidad en la cual se desenvuelve, pues ello beneficia a ambas partes generando buena imagen y confianza.

Más allá de estas concepciones y en un sentido más amplio, las prácticas de RSE pretenden que la empresa sume a la filantropía y a la inversión social, que se fundamente en la posibilidad de crear lealtad en las comunidades que impactan la empresa, las posibilidades de integrar la competitividad y sostenibilidad, como consecuencia se hace necesaria una nueva forma de organizarse para el hacer que impulse sinergias positivas entre el proceso económico productivo y el contexto social en que éste se lleva a cabo. Esta evolución desde el viejo concepto de filantropía hasta los actuales enfoques de buenas prácticas y reputación empresarial, (Peralta, 2005; Cardozo, 2003), posibilita distintos tipos de asociaciones entre empresas y diversas organizaciones comunitarias se han visto como la gran esperanza para lograr la sustentabilidad económica y medioambiental de las sociedades, tras el deseo o de una economía y medio ambiente sanos y como una fase intermedia entre la demanda, el consumo y los valores sociales.

Este tema fue tratado en el año 2002 en Johannesburgo, en la Conferencia Mundial para el Desarrollo Sustentable, a objeto de materializar las metas del desarrollo global sustentable y en el 2005 en Dakar con el objetivo de impulsar el comercio equitativo y la promoción de la economía social y solidaria. En este sentido, la responsabilidad social debe entenderse como una integración voluntaria entre las empresas y su entorno amplio, tanto interno como externo, e implica invertir en el capital humano, su entorno y las relaciones con sus distintos interlocutores. Para ello deben considerarse los siguientes criterios: ***compromiso del liderazgo***, lo que se traduce en apoyo explícito e involucramiento de la alta gerencia como elemento crucial para llevar a cabo una política de responsabilidad social; ***apertura al cambio***, es decir: los socios corporativos tienen que estar comprometidos y abiertos al cambio; ***relaciones sólidas***, basadas en asociaciones construidas sobre relaciones honestas y transparentes y, ***metas compartidas***, donde los socios deben tener potestad sobre las metas de la asociación y trabajar colectivamente para que la asociación sea exitosa (Ibidem).

En lo que respecta a esta materia, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV) en su Artículo 127 es específica en cuanto a la conservación del ambiente por parte del Estado y la sociedad al señalar:

Es un derecho y un deber de cada generación proteger y mantener el ambiente en beneficio de sí misma y del futuro,... Es una obligación fundamental del Estado, con la activa participación de la sociedad, garantizar que la población se desenvuelva en un ambiente libre de contaminación, en donde el aire, el agua, los suelos, las costas, el clima, la capa de ozono, las especies vivas, sean especialmente protegidos, de conformidad con la ley.

Asimismo, la inclusión en los planes de estudio, especialmente en los superiores, de la educación ambiental es, además de un medio para la cultivar la conciencia ambiental, una manera de incentivar la responsabilidad social una vía de cumplir con el Artículo 107 de la CRBV. Consecuentemente, artículos como el 132, 135 en materia de responsabilidad social, conjuntamente con el 70, en lo que respecta a la participación y el 326 en lo referente a la corresponsabilidad. Esto evidencia un marco normativo, que es el deber ser de la RSE, teóricamente muy prometedora. Pero en la realidad aún está lejos de su fiel cumplimiento.

Por lo tanto, a medida que el Estado y las propias empresas se enfrentan a los retos de un entorno en cambios constantes en el ámbito de la globalización y en particular, del mercado interno, aumenta su convicción de que la responsabilidad social puede tener un valor económico directo. De allí, que muchos autores sostienen la tesis de que la responsabilidad social debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de la calidad; así puede adoptar un enfoque financiero, comercial y social integrado que desemboque en una estrategia a largo plazo, que minimice los riesgos relacionados con la incertidumbre.

Para las empresas las prácticas socialmente responsables afectan fundamentalmente a los trabajadores y se refieren fundamentalmente a la inversión en capital humano, salud y la seguridad y la gestión del cambio; mientras que para el caso del medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados para la producción. Desde esta perspectiva, se abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad. Es por ello, que las medidas pertinentes podrían incluir el aprendizaje permanente, la respon-

sabilidad de los trabajadores, la mejora de la información de la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, igualdad de retribución y de perspectivas profesionales con independencia de género.

La responsabilidad social de la empresa hacia lo externo se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores, socios comerciales y proveedores, consumidores autoridades públicas y ONG's defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente.

Asimismo, en un mundo caracterizado por las inversiones multinacionales y las cadenas de producción planetarias la responsabilidad social de la empresa debe sobrepasar también la frontera, pues el concepto ya claramente ha evolucionado de la tradicional filantropía a una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente (Correa, Flynn y Amit, 2004). Esto se evidencia también en el caso particular de Venezuela, donde se comprende la RSE en sentido amplio, al respecto es ilustrativa la postura de Méndez (2003:196) cuando señala que la RSE

Comprende tanto el compromiso de cumplir con la misión empresarial de producir, vender y asegurar los beneficios económicos y la remuneración del capital en las condiciones legales establecidas, como la adopción y respeto de los valores éticos de su esfera de competencia, y las obligaciones sociales y ambientales reconocidas por la sociedad

En los cuadros se muestran algunos de los elementos mencionados en las más recientes investigaciones sobre la materia en 11 países latinoamericanos y en España. Es de destacar, que entre las distintas concepciones de RSE existe una línea de elementos que direccionan el hacer empresarial y ellos son: la relevancia social, la gestión de efectos y los procesos de comunicación con los interlocutores del entorno, o también llamados stakeholders locales, considerados el nuevo factor estratégico de la empresa

Cuadro N° 1A . Dimensión Interna. Elementos constituyentes de las concepciones de Responsabilidad Social en los países de Ibero América

Condiciones Ambiente de Trabajo y Empleo	Inversión de Recursos Económicos, Humanos y Materiales
España, Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Venezuela	España, Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Venezuela
Relaciones con Terceros	Gestión del Producto y/o Servicio
España, Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México, Panamá, Venezuela	Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Panamá, Venezuela
Desarrollo y Participación de los empleados	
España, Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Venezuela	

Cuadro N° 1B. Dimensión Ética. Elementos constituyentes de las concepciones de Responsabilidad Social en los países de Ibero América

Código de Ética	Balance Social
España, Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Venezuela	Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Venezuela
Derechos Humanos	Inclusión Social
España, Brasil, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Panamá, Perú, Venezuela	Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú.

Cuadro N° 1C . Dimensión Externa. Elementos constituyentes de las concepciones de Responsabilidad Social en los países de Ibero América.

Medio Ambiente	Promoción de la Responsabilidad Social
España, Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Venezuela	Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Venezuela
Marketing Responsable	Comunicación corporativa de acuerdo al estándar
Uruguay, Argentina, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Panamá, Perú.	Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Panamá, Perú.
Transparencia	Verificación de la comunicación corporativa
España, Argentina, Costa Rica, Panamá.	España, Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Panamá, Venezuela
Aplicación de estándares a la compañía	Aplicación de estándares a socios empresariales
España, Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Panamá, Perú.	España, Uruguay, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Panamá, Perú.

Fuente: Elaboración propia en base a los criterios del Libro Verde de la Unión Europea (2001) y World Economic Forum (2002)

De análisis de los cuadros anteriores, se desprende que este compendio de elementos a evaluar, lleva a pensar que la sociedad actual de alguna manera está exigiendo una redefinición del papel social de las organizaciones sean estas publicas o privadas. Ha aumentado la conciencia de que las organizaciones, a pesar de generar empleos, crear productos y servicios y traer beneficios las personas y a la sociedad, también producen resultados

indeseables, como la contaminación, accidentes de trabajo, degradación del medio ambiente, etc. Estos efectos son llamados costos sociales *daños ocasionados por una organización a terceros, personas o comunidades que no son compensados ni por organizaciones, ni por el gobierno ni por los compradores de sus productos.*

Tal situación está siendo cuestionada por parte de sociedades que exige a las organizaciones algunas explicaciones y acciones paliativas. De hecho, presiones contra el Estado y contra las corporaciones, aliadas a organizaciones sociales, colocan en el horizonte una nueva dimensión de ciudadanía: una ciudadanía participativa. Ella o el individuo se colocan en dos planos concomitantes: como sujeto permanentemente activo y vigilante de la política y las instituciones, por un lado, y como agente permanente de condiciones que marcan a su identidad, y por otro, sus valores (Mollicone, 2003).

Es importante destacar que las fronteras de los ámbitos de acción de la ciudadanía participativa constituye un reto para las actuales organizaciones, tanto privadas como públicas, pasando a ser una situación propia de cada una y sujeto de diversos acuerdos y negociaciones con quienes se sienten afectados por la acción de la organización. Así el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) en el año 2002 propuso una perspectiva a través de las denominadas “esferas de influencia” tratando de definir las diferentes áreas de responsabilidad de la empresa como círculos tangentes internos de diferente diámetro a fin de aclarar dichos límites, como muestra la figura 1.

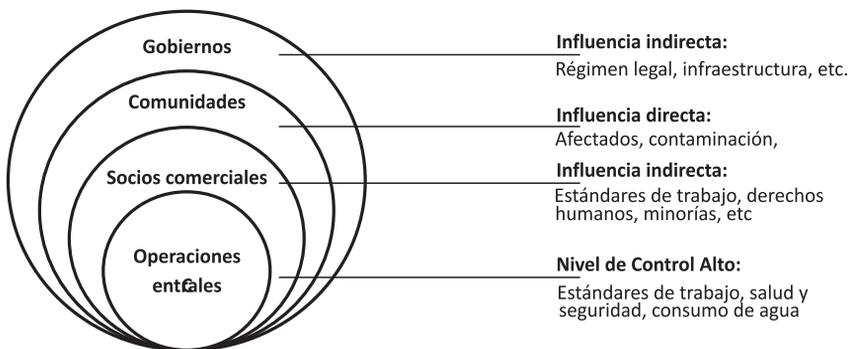


Figura 1. Esferas de Influencia.

Fuente: Diagramación propia con base en WBCSD (2002) y Benbeniste (2002)

En fin, la RSE lleva a la necesidad de un diálogo e interacción entre la organización y clientes, proveedores, comunidades y gobierno en dos direcciones y en torno a ciclos de innovación, creación de redes, estándares a cumplir y superar y el aprendizaje organizacional. Hasta ahora el diálogo y la interacción han estado mediados por grupos de interés conocedores de la materia.

II. INVESTIGACIÓN EN RSE Y LAS PYMES Y MICROEMPRESAS.

Cabe destacar, que aunque el concepto e indicadores sobre RSE han sido desarrollados para la gran empresa, y que las Pymes latinoamericanas en general se caracterizan, entre otras peculiaridades, por una baja intensidad de capital, presencia de propietarios-socios-familiares como mano de obra, estructura burocrática mínima, poder centralizado, aspectos que dificultan el acceso a financiamiento o la subordinación a grandes empresas. Estas características y su relación con el tema de la RSE pueden resumirse en los siguientes aspectos: juegan un importante papel de carácter social, en dos sentidos: uno, por su papel como creadoras de empleo y amortiguadores del problema del desempleo, y otro, por ser un instrumento de cohesión y estabilidad social al dar oportunidades de empleo a colectivos no necesariamente calificados (Vives, A.; Corral, A e Isasi, I.: 2005)

Otras características que les son propias son: la de ser empresas familiares, donde propietario-gerente se ocupa del rol estratégico de líder en la organización al concentrar la mayoría de las decisiones estratégicas y entre ellas las relativas a las actividades ligadas con la RSE. Igualmente, las Pymes persiguen una rentabilidad “satisfactoria” para su viabilidad otros objetivos ligados con razones altruistas, sociales o ético-morales. También, tienden a operar en mercados locales, lo que les da libertad en sus decisiones de RSE y aparecen fuertemente ligadas con la suerte social y económica de sus comunidades geográficamente más próximas. Generalmente se ven limitadas por aspectos financieros, la falta de tiempo y de personal, por lo que no resulta sorprendente que los gerentes de las Pymes sean más “reactivos” que “proactivos” con relación a sus actividades de RSE. (Ibid)

Una investigación realizada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en el 2005 sobre *El Compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial* (RSE) en las PyMEs de Latinoamérica en conjunto con la consultora española IKEI y sus socios en ocho países Latinoamericanos, abarcó a más de 1300 Pymes en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, El

Salvador y Venezuela. La metodología empleada tuvo cuatro fases; primera, compilación de la literatura en cada país; segunda, aplicación de una encuesta a un grupo de empresas activas en RSE; tercera, identificación, descripción y análisis de las iniciativas y, cuarta, una entrevista a informantes clave. (Fuente: <http://www.iadb.org/csramericas/doc/PyMEs.pdf> consulta: agosto 25, 2006)

Las actividades de RSE desarrolladas reportadas en el ámbito externo fueron: en apoyo de los desfavorecidos, educativas y de formación, participación pública, culturales, en pro de la salud y el bienestar, deportivas y medioambientales. Entre los resultados a destacar se tiene que sólo un 3,5% del total de las empresas no están realizando ninguna actividad externa de RSE (p. 24) y Argentina, Brasil, Venezuela, México y Chile reportan más de un 25% de las Pymes incorporadas a tales actividades.

En cuanto a la implementación de actividades de RSE de carácter interno, sólo un 4,7 % no tiene actividades de este tipo y los tres primeros lugares los ocupan Chile, Argentina y Venezuela, con más de un 60% de las empresas encuestadas con actividades de RSE tales como la salud y bienestar de los trabajadores; su formación y desarrollo de capacidades; su participación en la empresa; la conciliación trabajo-familia y la igualdad de oportunidades y otras prácticas de buen gobierno empresarial. (p. 50).

En lo concerniente al ámbito medioambiental la situación se presenta menos favorecida, un 52,6% de las empresas consultadas (aproximadamente 683) no está haciendo nada en materia de RSE, y entre ellas los porcentajes más altos están en la pequeña empresa de servicios. En los primeros lugares se encuentran Chile y México con más de un 40 % de sus Pymes con actividades medioambientales tales como: exigencia de certificaciones medioambientales a proveedores/subcontratistas, sistema integrado de gestión medioambiental; programas de aprovechamiento de subproductos de la producción; monitorización impacto de la actividad en el medio ambiente, Programa de eficiencia en el consumo de agua; para la reducción, reciclaje o tratamiento de residuos y; de eficiencia en el consumo de energía .

III. INDICADORES DE RSE

Entre los organismos internacionales cuya misión está en la dirección de promover la RSE: World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) de Suiza, Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF) de Inglaterra y Business for Social Responsibility (BSR) de Estados Unidos, donde cada uno de ellos define los indicadores según las políticas internas

de cada país, se encuentra como hay factores coincidentes. Ellos son: la relevancia social de la empresa, la gestión de impactos y la consulta y comunicación con los públicos interesados.

La revisión de tales grupos de indicadores ha llevado a establecer siete áreas de acción organizacional en materia de RSE, para la evaluación de los países de América Latina por parte de un grupo de investigadores de la Comisión Económica para América Latina y Caribe (CEPAL) Con dicha metodología se establecen siete áreas de acción para la RSE:

- Ética, valores y principios de los negocios
 - Derechos humanos, trabajo y empleo
 - Gobernabilidad corporativa
 - Impactos sobre el medio ambiente
 - Relaciones con proveedores
 - Filantropía e inversión social
 - Transparencia y rendición de cuentas
- Correa, M; Flynn, S. y Amit, A. (2004).

Pero la problemática que se hace presente en el mundo entero es que la RSE tiene seguimiento por ciertos públicos interesados o stakeholders que ya pasan a tener ámbito de acción internacional y han conformado redes para actuar en concordancia, pues a la hora de cualquier evaluación internacional los datos son proporcionados por tales organizaciones, muchas de ellas con carácter de fundaciones y ONG. En así como, en el año 2004 se estableció una comisión de trabajo de con el fin de establecer los indicadores de la norma ISO 26000 que entrará en vigencia en octubre de 2008. La comisión está trabajando con representantes de las áreas: industrial, consumidores, gobierno, trabajo, organizaciones no gubernamentales, servicios, investigación y desarrollo y su objetivo es establecer los indicadores para:

- Asistir a las organizaciones en la dirección de sus responsabilidades sociales respetando las diferencias culturales, sociales, ambientales y legales y las condiciones del desarrollo económico
- Proveer de dirección la práctica relacionada con operacionalización de la responsabilidad social, identificar y acoplar los interlocutores, y realzar la credibilidad de los informes y de las demandas hechos sobre responsabilidad social;
- Enfatizar los resultados y la mejora de funcionamiento;

- Aumentar la confianza y la satisfacción de las organizaciones entre tus clientes y otros interlocutores;
- Ser constante con y no entrar en conflicto con los documentos existentes, los tratados internacionales y los estándares de las convenciones ISO;
- No ser intentar reducir la autoridad del gobierno para tratar la responsabilidad social de organizaciones;
- Promover la terminología común en el campo social de la responsabilidad; y
- Ampliar el conocimiento de la responsabilidad social¹

Así, se puede ver como ha cambiado el concepto de la RSE desde el inicio de la era industrial, cuando se buscaba la producción en serie, hasta hoy que tendrá una norma ISO, tal como recoge el siguiente cuadro.

Cuadro N° 2. Evolución del Concepto de RSE

Responsabilidad: triunfar, ganar dinero para la economía y generar empleo					Enfoque: Libertario, Social, Moral, Grupos de Interés			ISO 26000	
Filantropía					Filantropía Estratégica				
Siglo XIX	Siglo XX						Siglo XXI		
...	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2008	
Modelo industrial de la producción en serie			Derechos Humanos		Enfoque del Capital Social		Gestión de Negocios		

IV. PYMES Y MICROEMPRESAS DESDE EL ENFOQUE DE LA RSE

Establecer la comparación de la manera en la cual se asume la RSE en las Pymes y microempresas en el contexto de los indicadores internacionales se evidencia como guarda estrecha relación con la definición propia de los entes antes señalados. Esta definición presenta variaciones de un país otro. Así tenemos como en España, Argentina, Uruguay, Chile y Colombia involucran en su concepto el nivel de ingresos además del número de empleados, mientras que en Venezuela, Brasil, Perú, México y El Salvador, solamente toman en cuenta el número de empleados para de-

terminar si una organización responde a dicho concepto. Esta realidad se corresponde con el cumplimiento de tales indicadores, pues son estos los que guardan rezago con relación a los que si incluyen el factor capital.

En tal sentido la democratización del capital que se fortalece en estas categorías de empresas en Venezuela, acompañada de la normativa legal vigente, no impactan de manera favorable la calidad de vida esperada según los indicadores que exige el cumplimiento de la RSE, tanto para los trabajadores como en su entorno y el medio ambiente. En esta materia en específico, el trabajo de Núñez (2003) refiere el crecimiento que en este rubro se ha presentado en América Latina, donde de 237 empresas acreditadas en la ISO 14000 para 1999, ya para el 2003 el número se incrementó a 1.873, siendo los números de referencia mundial de 11.421 y 53.620 respectivamente para las fechas señaladas, lo cual muestra como aún quedan muchas asignaciones pendientes. Específicamente en el lapso considerado Venezuela pasó de 1 a 17 empresas certificadas.

Es de hacer notar que en el caso nos ocupa, en materia ambiental las debilidades más evidentes que presentan estos sectores son: carencia de un sistema de gestión ambiental, bajo nivel de tecnologías blandas, poca labor de investigación y desarrollo, escasa mano de obra especializada, entre otras.

El informe titulado *El Futuro de los de los Códigos, Standards y Marcos de RSE*⁷. Global Reporting Initiative (GRI) y AccountAbility del 2005 planteaba como los indicadores de RSE buscan principalmente dos objetivos: uno el estímulo a la gestión e implementación de prácticas de negocios tanto transparentes como más responsables, y dos, ofrecer una clara visión sobre los principales conceptos de desarrollo sustentable y la RSE; herramientas de importancia contundente para los sectores privado al igual que para el sector público, recogidas en al menos 300 herramientas de RSE que existen globalmente², y que permiten revisar los distintos indicadores implicados en la concepción de RSE como muestra el Cuadro N° 3, para varios países de Ibero América.

En este cuadro, se puede visualizar de manera comparativa los distintos rubros que dichos países vienen trabajando en materia de responsabilidad social y cuatro de ellos son una constante, a saber: Códigos de Ética; Condiciones Ambiente de Trabajo y Empleo; Inversión de Recursos Económicos, Humanos y Materiales, y finalmente, Medio Ambiente.

Cuadro N° 3. Algunos elementos constituyentes de las concepciones de Responsabilidad Social.

Países	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
España	✓		✓	✓		✓		✓	*	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Uruguay	✓ *	✓ *	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓				✓
Argentina	✓ *	✓	✓	✓			✓	✓									
Brasil	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓			✓
Chile	✓ *			✓		✓	✓	✓									
Colombia	✓ *	✓ *	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓
Costa Rica	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
El Salvador	✓ *		✓ *			✓ *				✓							✓
Guatemala	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓			
México	✓ *			✓ *													
Perú	✓	✓ *	✓	✓	✓	✓				✓	✓			✓	✓	✓	✓
Venezuela	✓ *			✓													

1. Código de Ética (Derechos Humanos) 2. Balance Social (Apoyo a las comunidades) 3. Condiciones Ambiente de Trabajo y Empleo 4. Desarrollo y Participación de los empleados 5. Inclusión Social 6. Inversión de Recursos Económicos, Humanos y Materiales 7. Promoción de la Responsabilidad Social 8. Relaciones con Terceros 9. Gestión del Producto y/o Servicio	10. Medio Ambiente 11. Marketing Responsable 12. Transparencia 13. Comunicación corporativa de acuerdo al estándar 14. Derechos humanos 15. Verificación de la comunicación corporativa 16. Aplicación de estándares a la compañía 17. Aplicación de estándares a socios empresariales
--	---

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social Empresarial como concepto ha venido evolucionando desde hace más de cuatro décadas. Actualmente lo social impacta todos los ámbitos del quehacer nacional e internacional. A las tareas que tiempo atrás se le asignaba a las organizaciones de generación

de bienes y servicios de calidad, de empleo y de ingresos para los estados por la vía de los impuestos, se han añadido otras que guardan relación con los grandes problemas de la sociedad actual. El avance de las tecnologías de información y comunicación lleva a los medianos, pequeños y micro empresarios a repensar sus organizaciones a la luz de los siguientes aspectos: su imagen frente a sus interlocutores, la transparencia en el manejo de sus fondos, la protección del medio ambiente, la inestabilidad como una variable presente en todas sus decisiones, lo ético como herramienta gerencial y su responsabilidad frente a sus empleados y las comunidades de su entorno.

En la medida en que la gestión se aproxima a estas nuevas visión y se acerque más a la integralidad empresa-sociedad-estado los procesos que las vinculan les llevarán a una más fácil construcción de capital social, que además de impactarles positivamente a estas tres aspectos del trípode que sostienen la innovación y crecimiento de la sociedad.

En el caso específico de las Pymes y Microempresas, lo relativo a la gestión ambiental podemos afirmar que sigue siendo una materia pendiente por trabajar y fortalecer, entre otras razones porque la materia ambiental es parte fundamental de su proceso, tienen limitaciones para adecuarse a la norma legal y cuando se contempla, se interpreta el desarrollo sostenible en su fase normativa y ambigua, poco operativa para sociedad

Un sector público y privado socialmente responsable, es sin dúbale factor dinamizador para el desarrollo sustentable, donde la orientación es mantener un compromiso empresarial responsable y compartido con la sociedad y el medio ambiente.

En este sentido, una sociedad en búsqueda de *emprendedores* exige, necesariamente, que el concepto de Responsabilidad Social sea abordado de manera holística desde la base de la educación formal, informal y no formal y de los distintos ámbitos del sistema educativo y del marco jurídico vigente. Esto en razón de la necesidad de fortalecer las prácticas integrales de gestión de que las Pymes y Microempresas, que dan empleo a gran parte de la fuerza laboral en Venezuela. Hoy los microempesarios para mantener a flote sus negocios y superar la serie de barreras que los limita en su transformación y crecimiento requieren de una política pública de fortalecimiento del sector por su importante papel en la economía y generando nuevas oportunidades de empleos.

Finalmente, se puede afirmar que actualmente se presenta un horizonte favorable para la construcción de una sociedad donde la Responsabilidad Social sea al mismo tiempo una estrategia de negocio y una nueva forma de cooperación, donde todos los involucrados en el proceso de generación de bienes y servicios están en posibilidad de ganar desde la cooperación.

BIBLIOGRAFÍA

Méndez, C. (2003) **Responsabilidad Social en Venezuela durante el siglo XX**. Strategos Consultores. Caracas

Peralta, C. (2005) **La responsabilidad social empresarial**. Memorias del X Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Santiago, Chile, 18 - 21 Oct. 2005

REFERENCIA LEGAL

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N° 5.453 del 24 de marzo de 2000

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Benbeniste, S. (2002). **El alcance del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo a los organismos internacionales promotores del tema**. Disponible en: <http://www.oei.es/salactsi/rsc.htm> Consulta: julio 10, 2006

Cardozo, M. (2003) **Las empresas y su responsabilidad en el campo social**. Revista Economía, Sociedad y Territorio, enero – julio, volumen IV, n° 13. El Colegio Mexiquense, A.C. Toluca, México. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/111/11101307.pdf> Consulta: junio 15, 2006.

Correa, M.; Flynn, S. y Amit, A. (2004). **Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial**. CEPAL, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. CEPAL – GTZ. Serie Medio Ambiente y Desarrollo. N° 85. Disponible en http://www.aciamericas.coop/IMG/pdf_responsabildgtz.pdf Consulta: junio 15, 2006

- Mollicone, M. (2003) **Responsabilidad Social Empresarial: Modismo, Civismo o demanda de Mercado?** Trabajo de Grado de Maestría de la Universidad Federal de Bahía. Disponible en http://www.adm.ufba.br/pub/publicacao/5/MPA/2003/379/diseta_marcell_mellicone.pdf. Consulta: junio 15, 2006.
- Núñez. G. (2003). **La Responsabilidad Social Corporativa en un marco de Desarrollo Sostenible.** CEPAL, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos. CEPAL – GTZ. Serie Medio Ambiente y Desarrollo. N° 72. Disponible en <http://www.eclac.cl/publicaciones>. Consulta: julio 21, 2007
- Vives, A.; Corral, A e Isasi, I. (2005) **Responsabilidad Social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica.** Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en <http://idbdocs.iadb.org/ws-docs/getdocument.aspx?> Consulta: agosto 10, 2007
- <http://www.confecamaras.org.co/Programas/rse/> Consulta: agosto 12, 2006
- http://www.redpuentes.org/rse_lat/noticias-rse/plonearticle.2005-08-12.0262966200 Consulta: agosto 10, 2006
- http://www.iadb.org/ETICA/Documentos/cen_indic.pdf Consulta: agosto 25, 2006
- <http://www.peru2021.org/nuevo/cont/modeloRS.shtml> Consulta: agosto 12, 2006
- http://www.incae.edu/ES/clacds/investigacion/pdf/904_marco_logico_y_conceptual.pdf Consulta: agosto 15, 2006
- http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935096/07_gen_info/aboutStd.html Consulta: agosto 10, 2006
- <http://siteresources.worldbank.org/INTPSD/Resources/El-Salvador/BMurray.pdf> Consulta: agosto 17, 2006
- <http://www.consejomexicano.org.mx/csr.htm> Consulta: agosto 12, 2006

NOTAS

- ¹ Para ampliar la información al respecto consultar el sitio http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch_/2000/2122/830949/3934883/3935096/07_gen_info/aboutStd.html
- ² En el sitio http://www.redpuentes.org/rse_lat/conceptos/quote.2005-07 está la información referida más amplia.