



**IV POSTGRADO IBEROAMERICANO EN
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

2015 -2016

Esta entrega presenta las vivencias de los representantes de las empresas y organizaciones ganadoras del Premio Nacional de Responsabilidad Social Comfamiliar 2015, quienes realizaron el IV Posgrado Iberoamericano en Responsabilidad Social Empresarial de la Universidad de Castilla La Mancha

Aquí podrán los lectores disfrutar lo que cada uno de ellos observó durante las actividades realizadas en España, las vivencias compartidas con sus compañeros de viaje, lo que día a día conocían, reinterpretaban y redescubrían sobre el programa académico y la experiencia cultural.

La Fundación Carolina Colombia comprometida con la promoción de las relaciones y la cooperación en materia educativa y científica entre España y Colombia y los países de la Comunidad Iberoamericana de Naciones, ha venido apoyando desde hace 5 años el Premio Nacional de Responsabilidad Social de Comfamiliar.

IV POSTGRADO IBEROAMERICANO EN
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

2015 -2016

© Fundación Carolina Colombia y Autores
Carrera 11 A No. 93-67•
Embajada España
Teléfonos: (571) 6183536

www.fundacioncarolina.org.co secretariacarolina@fundacioncarolina.org.co

Edición: Fundación Carolina Colombia
Coordinación: Equipo de Trabajo Fundación Carolina Colombia
Corrección de estilo: Equipo de Trabajo Fundación Carolina Colombia
Fotografía: Autores
Diseño y Diagramación: Nataly Archila

Reservados todos los derechos. No se permite reproducir parte alguna de esta publicación, cualquiera que sea el medio a emplear sin autorización previa del editor.



CONTENIDO

¿Han convertido La Responsabilidad Social
Empresarial, en la puerta para la evasión y la
desinformación? 6

Guillermo Varela

Una mirada a la RSE desde la experiencia
Iberoamericana 15

Vivian Alarcón Rozo

Un breve testimonio y una gran experiencia. 21

Daniel Diaz



¿Han convertido La Responsabilidad Social Empresarial, en la puerta para la evasión y la desinformación?

Guillermo Varela

Becario Postgrado Iberoamericano en Responsabilidad Social Empresarial
Premio RSE Comfamiliar 2015

Antecedentes

Para hablar de la RSE, tendríamos que remontarnos a la época en que se empezó a hablar de este tema o más bien, en que quizá se inició su implementación, sin embargo, no hay una fecha que así lo determine; pero si se trata de relacionar lo que hoy se conoce como RSE y el trato a los empleados de las compañías, entonces, nos remontamos a el siglo XIX donde se encuentran registros por parte de compañías que buscaron un mejor bienestar para sus trabajadores.

Generalmente toman como referencia las empresas norteamericanas que a mediados de los 50 o 60 contemplaron una serie de beneficios a sus trabajadores utilizando términos de responsabilidad social corporativa, sin embargo, para el caso colombiano, para esa misma época las empresas antioqueñas y la naciente empresa Bavaria generaron beneficios a sus trabajadores que, aunque en el léxico empresarial no acuñaran los términos RSE o RSC, nada diferente a las empresas americanas aquí se realizaba.

Realmente el tema entró en vigencia, para el caso europeo al inicio de los 90, cuando la Comisión Europea, con la intención de acercar más a los empresarios a las estrategias gubernamentales de empleo y buscando concientización y apertura laboral buscó un rostro empresarial más humano, el cual terminó de concertarse en la realización del Foro Económico Mundial de Davos celebrado el 31 de enero de 1999.

Se considera que en este Pacto se dió el primer paso para la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial, buscando tomar conciencia, no solo de la empresa como tal, sino también a los “agentes” externos que en ella intervienen: (trabajadores, consumidores, proveedores e incluso los competidores, entre otros). Quizá lo discutible en un comienzo fue la lexibilidad con que se permitió que fueran las mismas empresas las que difundieran los éxitos logrados después de la firma del Pacto, sin que se ejerciera algún tipo de control; pero también significa la primera iniciativa de

GUILLERMO
VARELA

Inicialmente la concepción de este ideal, se fundamentó en tratar desde el escenario corporativo empresarial aspectos primordiales que se basaron en temas de derechos humanos, donde fundamentalmente se pedía la intervención de las empresas y empresarios para que desde esa instancia se velara por la defensa de los mismos, suscitó también la inquietud en lo laboral referente a la libre asociación, la abolición del trabajo infantil y toda clase de actitudes y actividades que fueran en contra del bienestar de los trabajadores, propiciando una conciencia ambiental, marginando todo ideal de corrupción.

Este movimiento, que naciera bajo la filantropía de algunos empresarios, ha tomado fuerza en los últimos años en el contexto internacional; muy seguramente una de las razones fundamentales es la Globalización, entendida ésta, como la alternativa de comunicación y accesibilidad que hacen que permanentemente haya un compromiso para discutir y tomar decisiones no solamente locales sino del orden universal.

Sin embargo, a partir de estas posturas también se han generado una serie de preguntas con relación a la actitud de las empresas, que nacen a partir de sus propias acciones, ¿están entonces las empresas y/o empresarios asumiendo obligaciones que le corresponden a los Estados, particularmente en aquellos donde su presencia es ineficaz para lograr la cobertura en salud, educación y en general el bienestar de sus habitantes? ¿O buscan solamente las acciones “filantrópicas” ocultar algún interés económico tras sus acciones?

Pues bien, estas inquietudes y quizá otras que en torno a este tema se hayan podido suscitar, han logrado que la RSE se mire desde una óptica más generalizada, al punto de ser un tema que ha logrado la atención y ha sido tema de agenda en Conferencias Internacionales como la de Estocolmo en el año 72, el protocolo de Kyoto en el 97, o que forme parte permanente de la agenda de entidades no gubernamentales como transparencia Internacional, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE, o la Comisión de las Comunidades Europeas con la publicación del Libro verde (Fomentar un marco Europeo para la responsabilidad social empresarial de las empresas) y la más reciente de todas la promulgación de la ISO26000.

Considero que la definición del libro verde nos acerca a una realidad de la aplicación de la RSE, y me permito traer la definición taxativa, pues en ella se expresan tres aspectos de los cuales profundizaremos más adelante: la Responsabilidad Social Empresarial “...es 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”.¹

La RSE y los grupos de interés. Es claro, que una de las razones primarias de la RSE, es la iniciativa voluntaria, que debe partir, considero, de los principios éticos que las rigen, las cuales sin lugar a dudas tiene una base fundamentada en la estrecha relación de lo que últimamente se ha denominado *stakeholders*, (grupos de interés) que no son otra cosa que quienes tienen directa o

indirectamente relación con las empresas, lo que significa que no habrá manera que las corrientes de los Estados “obliguen” a las empresas a realizar acciones conexas a la RSE, así, los Estados ofrezcan alguna favorabilidad económica a quienes las realicen.

Por otro lado, se busca que las acciones sociales vayan más allá de los beneficios que puedan recibir los empleados (como inicialmente fue concebida la RSE), sino que ella genere una serie de gestiones que redunden en el bienestar del entorno donde este localizada la misma.

Estas acciones deben estar estrechamente ligadas a los componentes ambientales, no solamente que las finalidades de la empresa vayan en contravía de los mismos, sino también que generen actividades de protección y promoción de una cultura ambiental, y finalmente el compromiso de crear una cadena a través de involucrar a todos y cada una de las personas que de una u otra manera tiene que ver con las labores de la empresa.

Los valores y la ética. Pero sin lugar a dudas, uno de los componentes más importantes que resume una postura de verdadera responsabilidad, con relación a la labor que deben desarrollar quienes se comprometen en estos menesteres de la RSE, son definitivamente los valores y principios éticos, no solamente de la empresa, sino, los que trae intrínsecos el compromiso de adoptar esta práctica empresarial.

Debo precisar que las empresas no pueden asumir actitudes de individuos, por lo tanto, sus deberes y actuaciones morales y éticas dependen de quien las lidere. A su vez también debe asistir un criterio de compromiso en sus trabajadores que les induce a comportarse de manera responsable en sus decisiones. Además, corresponde a los directivos fijar la ideología y cultura empresarial en lo que respecta a los valores éticos y aplicación de la RSE, entendidas como un sistema de creencias normativas que son aceptadas y compartidas por los miembros de la empresa; en su mayoría se basan en normas y principios que contemplan aspectos como la sinceridad, seriedad, la solidaridad o la vinculación con la zona geográfica donde posea injerencia.

Así las cosas, cuando de tomar decisiones se trata, donde estén inmersas gestiones de la empresa con valores éticos y de responsabilidad social, no deben ser tomados como una cuestión altruista, sino, al logro de los objetivos estratégicos, que a lo largo redunden en una ventaja competitiva.

Suele pasar, que algunas de las empresas asumen un nivel de responsabilidad superior al que estrictamente está regulado por las leyes, pero ello recae en la decisión que al respecto tomen sus directivos, sin embargo en la mayoría de los casos se recomienda, lo asuman teniendo en cuenta tres criterios fundamentales:

El primero de ellos, *son las disposiciones legales*, las que establecen el mínimo umbral de responsabilidad, sin que ello no signifique ir más allá y que suponga un perjuicio para los accionistas.

Es pertinente, en segundo lugar, tener en cuenta las *influencias de los grupos de interés*, son personas o grupos de personas que tratan de conseguir el logro de sus intereses, los cuales están condicionados por las actuaciones de la empresa y le son fundamentales para su supervivencia, y aunque la empresa no pueda optimizar los ideales trazados por los grupos, si por lo menos, tratar de conseguir su apoyo con los recursos que para ello se hayan destinado.

No menos importante y como tercer aspecto tenemos los *objetivos estratégicos de la empresa*. Generalmente cuando las empresas asumen los criterios de la Responsabilidad Social, lo hacen con el propósito de incrementar dos recursos estratégicos intangibles: la *reputación*, buscando transmitir confianza y credibilidad a los grupos de interés y la *legitimidad* que facilita la aceptación de todo lo actuado por parte estos grupos.

Una vez la empresa ha consolidado las políticas de la RSE, tiene claramente definidos los conceptos éticos y de valores, ha involucrado los grupos de interés; y desde luego ha fijado la RSE como una política enmarcada dentro de su cotidianidad tanto en su visión y misión, entra a jugar un papel supremamente importante: la comunicación, pero ¿que comunicar y para qué?

En este contexto, la comunicación juega un papel indispensable a partir del momento en que la empresa quiere sacar provecho de su postura como compañía socialmente responsable ante los grupos de interés, desde luego cumpliendo con los mínimos requerimientos de transparencia informativa que para el caso se demanden.

La información. ¿Y entonces que comunicar? Básicamente se trata de informar los impactos en materia económica, medioambiental y social que viene realizando la empresa, lo referente a los aspectos económicos tienen que ver con los impactos directos e indirectos bien sean positivos o negativos, que genera la empresa primeramente a los grupos de interés y la relación que ella tiene con la economía local, nacional o mundial, desde luego dependiendo de las condiciones financieras de la empresa.

Lo que busca entonces la empresa con la comunicación, es garantizar transparencia en sus actuaciones, toda información financiera donde se refleje la inversión en lo social (sin dejar de lado los aspectos ambientales), generan un concepto de excelencia y a su vez una huella diferenciadora que crea un mayor beneficio en los grupos de interés, particularmente a los posibles inversionistas, a sus empleados y desde luego a los clientes, que con la vinculación a través del mercado de una u otra manera están consideran que están contribuyendo con aspectos de bienestar social.

Evasión, abuso o reciprocidad. Se ha trabajado de manera incesante, para que los empresarios mantengan el espíritu altruista conque nació la idea de la Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, no deja de ser preocupante

que esta idea filantrópica, sea utilizada por algunas empresas con otros fines, desdibujando lo que hasta la fecha se ha construido. Precisamente y aunque no lo es de manera generalizada, recientemente se han publicado noticias de una aplicación errática del concepto de la RSE.

El *diario.es* de España en su portal, publicó el pasado 20 de marzo de 2016 un artículo donde hacía referencia y denunciaba que más de cien empresas o multinacionales haciendo un parangón con algunos estados, no estaban generando o cumpliendo con los principios básicos de los derechos humanos, recuerda el artículo, lo preceptuado por la ONU en lo que respecta a los principios que rigen a las empresas en derechos humanos: *"los Estados deben adoptar medidas adicionales de protección contra las violaciones de derechos humanos cometidas por empresas de su propiedad o bajo su control, o que reciban importantes apoyos y servicios de organismos estatales". Además, les exige " un marco normativo nacional adecuado para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones de derechos humanos"*.²

Esta denuncia no solamente se basa en lo que se conoce como la incorporación laboral masiva, generando más horas laborables por menos salarios, u otro tipo de explotación ante la necesidad de los trabajadores, donde lamentablemente no hay legislación que obligue al cumplimiento mínimo de los derechos humanos, pues recordemos que la RSE o RSC nace de la libre voluntad del empresario en aplicarla.

Otra situación no menos importante y que ocurre a nivel global, son los intentos de las Naciones en generar leyes que permitan regular, controlar y garantizar los derechos humanos, pero como ocurrió en el caso de denuncia del *diario.es*, en el 2013 el proyecto de ley que presentó el Gobierno español, el cual buscaba la creación de un Plan Nacional sobre las Empresas y los Derechos Humanos, terminó como muchos proyectos en distintas partes del mundo, en archivo o engavetados en escritorios oligarcas.

En este mismo sentido, considero también se han llevado por delante los buenos oficios de quienes defienden la aplicación de la RSE, otro tipo de empresas, que en sus comunicaciones promulgan un marketing publicitario solidario, de beneficios sociales, económicos, de generación de empleo y riqueza en el entorno, pero como lo han denunciado grupos ambientalistas, arrasando el hábitat indígena, las reservas medioambientales, ofreciendo salarios de miseria, como ha ocurrido con empresas energéticas o explotadoras de recursos como el petróleo o el carbón.

Pero el caso que más llama la atención, objetivamente hablando, son las tabacaleras. ¿Es ético que mientras se libran en el mundo incesantes batallas por bajar las tasas de mortandad a causa del cáncer de pulmón, de garganta u otro referenciado a los fumadores, las grandes compañías tabacaleras promuevan aportes sociales, donaciones o patrocinios?

² Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos' Puesta en práctica del marco de las Naciones Unidas para "proteger, respetar y remediar" Nueva York y Ginebra 2011.

Muy seguramente se esté utilizando la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa como un aspecto central de las grandes multinacionales tabacaleras en países con bajas posibilidades económicas estatales, en promover campañas que a su vez incrementen el consumo de tabaco.

Así lo parece determinar un estudio elaborado por especialistas en tabaquismo y salud pública de universidades del Reino Unido y estados Unidos, donde han hecho un seguimiento a las empresas más grandes que prácticamente controlan el negocio en el mundo: Philip Morris International, Japan Tobacco International e Imperial Tobacco. Según los especialistas son descritas como compañías que explotan para su beneficio los endeblés sistemas sanitarios educativos o culturales de países donde ofrecen recursos (patrocinios, subvenciones).

Viene entonces otra situación que vale la pena analizar, con relación al comportamiento de las empresas vs, a los compromisos adquiridos en RSE, y se trata precisamente de otro argumento usualmente manejado por las compañías: los beneficios tributarios.

¿Se perdería entonces el concepto filantrópico y voluntario, si tras la RSE se busca un interés económico con los descuentos tributarios?

En este sentido podría presentarse opiniones encontradas, sin embargo, textos que refieren a la Responsabilidad Social Empresarial hablan explícitamente de lo que se ha denominado **la acción cultural externa** (La Dirección de la Empresa Responsable, Guadamillas, Santos, Espinosa. 2009), que no es otra cosa que acciones culturales, sociales, de emprendimiento que la empresa realiza en el entorno, bajo alguna de las siguientes modalidades:

La donación, consiste en la entrega de recursos bien sean materiales, servicios, dinero, a un conglomerado sin ningún tipo de contraprestación. Generalmente este tipo de práctica se realiza por solicitud de quien esté interesado en recibirla, sin que forme parte de un objetivo específico de la compañía.

El patrocinio, refiere a la técnica específica donde se busca la difusión y promoción comercial donde se vincula un producto específicamente, o directamente la empresa en algún evento determinado que genere algún tipo de interés.

Y finalmente *el mecenazgo*, que, aunque podría tomarse como un sinónimo del anterior, para los autores va más allá, llevándolo a un compromiso permanente duradero que no busca retribución alguna, pero que tampoco oculta a los ojos de los grupos de interés las acciones realizadas.

Ahora bien, hasta aquí podría decir que se conserva el valor ético que encierra la libre voluntad, el principio de generosidad, y la esencia de la RSE en cuanto a que las tres modalidades anteriores, si bien pueden tener otra finalidad, no es el fundamento de la Responsabilidad Social Empresarial recibir algún tipo de beneficio por las acciones altruistas que realicen las empresas, sin embargo, si es posible algunas legislaciones abran una brecha que cambie el original

pensamiento a que hemos hecho referencia.

Para no ir en profundidad de legislaciones mundiales, aunque la mayoría de ellas contienen algún tipo de exenciones a sus contribuyentes, beneficios tributarios empresariales, si vale la pena plantear una discusión ética (si así se puede llamar), entre lo que es realmente la RSE y la manera en que las empresas intentan actuar para ir más allá de su razón y sus negocios.

En Colombia se habla de una evasión tributaria cercana a los 6 billones de pesos al año, desde luego que hay una responsabilidad compartida entre algunas empresas y la generalidad de personas naturales, pero también la mayoría tributaria recae en las grandes empresas generadoras de trabajo y consecuentemente aportantes en sus políticas de la RSE, esta carga impositiva ha llevado a que se tribute con cierto malestar, primeramente, porque son cada día más las cargas y la obligatoriedad de las mismas, el estado no genera aspectos recíprocos con las grandes empresas contribuyentes, salvo que haya una reinversión social, y pocas veces se ve la inversión por parte del estado, lo que genera desconfianza y poca credibilidad.

La discusión se centraría entonces en el hecho que algunas empresas busquen la elusión fiscal, o a estrategias para disminuir la carga contributiva basados en una inversión social inexistente, o aparente, o que, a través de alguna de las estrategias aquí mencionadas como las donaciones, pretendan posteriormente su reconocimiento y devolución tributaria, ¿pueden considerarse empresas socialmente responsables?

O aquellas empresas que a través de las conocidas “Fundaciones” realizan labores altruistas nacional e internacionalmente reconocidas, que a través de la inclusión laboral aumentan grandes aportes a la seguridad social, pero que contablemente cruzan lo “invertido socialmente” para que les sea reconocido tributariamente, ¿son socialmente responsables?

En la legislación colombiana no existe norma alguna, que expresamente hable de los reconocimientos contables por parte del estado en lo referente a la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, no se habla de sanciones por su inobservancia, ni tampoco un manual normativo para su implementación, solamente encontramos la participación y firma de una alianza estratégica para la implementación de la norma ISO 26000³ que el ICONTEC en representación de nuestro país asumió.

Normativas. Buscando una mayor concientización, y a la experiencia lograda tras el perfeccionamiento de la Guía Técnica Colombiana para la Responsabilidad Social, (GTC 180), el ICONTEC realizó una alianza estratégica con el Centro Vincular de responsabilidad Social y Desarrollo sostenible, con el propósito de ofrecer en el país el programa de Gestión de Responsabilidad Social, ISO 26000 y la Gestión Integral de las Organizaciones.

3. En noviembre de 2010, la Organización Internacional para la Normalización (ISO), aprobó y publicó la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, desarrollada con la cooperación de 83 países. Fuente: ICONTEC.

Los contenidos del GTC 180, están alineados con la ISO 26000, por ser el mayor referente del mundo sobre Responsabilidad Social.

Así mismo, de acuerdo a la importancia de la transparencia y rendición de cuentas exigente dentro de la normatividad colombiana, también se aborda la elaboración de reportes de sostenibilidad, con la metodología del Global Reporting Initiative (G3 GRI)⁴.

Como ya se mencionó anteriormente, no existe ley que obligue a la implementación de estas normas, sin embargo, las empresas son conscientes de la necesidad de estar a la vanguardia de la globalización y de la competitividad económica, por lo cual aquellas que muestren algún interés en implementar estas prácticas y políticas de orden económico, social y medioambiental (RSE) acuden a fundaciones o firmas expertas que implementen y desarrollen estos temas al interior de la corporación.

Retomando el tema de los beneficios tributarios y en aras de concluir este acápite, considero que el espíritu de estos beneficios que concede la legislación colombiana, buscan seguramente, que las empresas implementen dentro de sus políticas, la responsabilidad social con el propósito que el de estimular esta práctica, la cual genera un reparto de beneficios que la empresa, destina a una parte de la sociedad.

Considero entonces, que desde la óptica económica de las empresas es posible que allí haya surgido el ciclo que comienza con la inversión en Responsabilidad Social Empresarial, el cual, en una proporción directa, crea rebaja de impuestos, a su vez una buena imagen de la empresa y consecuentemente un aumento considerable en las ventas. Si se mira así entonces la Responsabilidad Social Empresarial se convierte un “lucrativo negocio” nada despreciable para ser acogido por muchos empresarios e implementado en las políticas corporativas de sus empresas.

Fe. Juega entonces un papel muy importante el concepto y valor que se le dé a la ética y concretamente la ética que socialmente califiquen los grupos de interés, en cuanto a la participación de las empresas en su bienestar, indiferentemente a si al interior de sus estados financieros buscan algún tipo de retribución o reconocimiento del estado. Pero más allá del pensamiento de los grupos de interés, lo que realmente se debe fomentar es una filosofía que rompa todo paradigma, centrarse en la verdadera razón del surgimiento de la Responsabilidad Social Empresarial como un mecanismo de apoyo, no necesariamente a los gobiernos de turno, pero si a las comunidades directas e indirectas que deriven el sustento de su trabajo o que la presencia de las empresas hayan cambiado la cotidianidad de sus vidas.

4. Es una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad de aquellas compañías que desean evaluar su desempeño económico, ambiental y social. Es un centro oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Fuente: Wikipedia.org.

Toda acción que redunde en el beneficio de la sociedad, que genere una transformación positiva, que forme un aliciente, y que provenga de acciones de terceros (no del estado), deben también darse sin esperar, pues antes de que se formalizara a través de acuerdos o normas, la Responsabilidad Social Empresarial, nació de un idealismo que hoy se resiste a ser encasillado y que propende por lograr la transformación que contribuya a los caminos de la paz, que como el caso colombiano estamos próximos a recorrer y donde las empresas y sus asociados serán protagonistas de primera línea en el logro del equilibrio social tan distante en muchos rincones del mundo.

GUILLERMO
VARELA

Una mirada a la RSE desde la experiencia Iberoamericana



Vivian Alarcón Rozo

Becaria Postgrado Iberoamericano en Responsabilidad Social Empresarial
Premio RSE Comfamiliar 2015

España, país miembro de la Unión Europea que ocupa la mayor parte de la península ibérica con una extensión geográfica de más de 500Km cuadrado, organizado en diecisiete comunidades autónomas y dos ciudades autónomas y constituido como Estado social y democrático de derecho.

Desde hace varios años atrás, España se ha venido consolidando como un ejemplo de gestión y desarrollo en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), no en vano “...es el país que cuenta con un mayor número de firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y es, además, uno de los principales emisores de memorias de sostenibilidad”.¹

Desde el 2009, el Consejo de Ministros Español aprobó la ‘ley de economía sostenible’ con la que articuló una serie de reformas que buscan el compromiso en la promoción e impulso de la sostenibilidad en el país. Dichas reformas se enfocan en:

-“La mejora del entorno económico”,

-El impulso de la competitividad del modelo económico español, actuando específicamente sobre tres ejes de mejora de la competitividad de las empresas españolas: un desarrollo de la sociedad de la información, un nuevo marco de relación con el sistema I+D y una importante reforma del sistema de formación profesional,

-La sostenibilidad medioambiental, en aquellos que inciden en los ámbitos centrales del modelo económico: la sostenibilidad del modelo energético, la reducción de emisiones, el transporte y movilidad sostenible, y el impulso del sector de la vivienda...”²

Es así como España se convierte en un referente para la región iberoamericana en la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial y de los modelos de economías sostenibles. De igual manera, diversos países de América Latina vienen generando esfuerzos importantes para el desarrollo y gestión de la RSE.

VIVIAN
ALARCÓN
ROZO

*“Las prácticas empresariales responsables han sufrido una evolución desde la filantropía empresarial más tradicional pasando por la ciudadanía corporativa hasta llegar a los comportamientos responsables como parte de la estrategia empresarial desde la óptica de América Latina. Latinoamérica ha despertado con respecto a la RSE...”*³

Por ende, un juicioso análisis de la unión de las diversas experiencias de la región iberoamericana puede desencadenar mejores prácticas y un impulso aún mayor para que la RSE se siga consolidando cada vez más.

Bajo esta mirada, surge la puesta en marcha del Postgrado Iberoamericano en Responsabilidad Social Empresarial de la Universidad Castilla de la Mancha en Toledo, España con el objetivo de *“formar profesionales del ámbito académico, investigador, empresarial y tercer sector en materia de RSE... analizar de manera comparada la realidad y tendencias de desarrollo de esta materia en los distintos países iberoamericanos.”*

Este fue un programa en el que se analizaron, gracias a la experticia de los docentes y a la experiencia de los participantes de los diversos países en diferentes tipos de entidades, las tendencias de la RSE y la Sostenibilidad, dando paso a discusiones con grandes aprendizajes.

En primer lugar, tras un largo debate, personalmente considero que la RSE en su sentido más completo es un modelo de actuación voluntario que asume una organización, ya sea pública, privada, académica o del tercer sector, con un enfoque a largo plazo con la finalidad de impactar positivamente a cada uno de sus públicos de interés generando valor económico, social y ambiental. Tal y como lo menciona Matilde Schwalb *“la Responsabilidad Social de las Empresas es una filosofía o una nueva forma de gestionar los negocios, que implica la incorporación voluntaria, y con visión de largo plazo, de las expectativas económicas, sociales y medio ambientales de los distintos stakeholder en las decisiones empresariales, que deben guiarse por principios éticos y valores que buscan contribuir a la mejora del bienestar en la sociedad en general.”*

Es importante mencionar que todas las entidades son dinámicas y están constantemente adecuándose a las demandas que día a día van generándose, por ende, la RSE es un concepto que a su vez ha ido evolucionando en el tiempo.

La RSE en el tiempo

Durante varios años la RSE fue un campo exploratorio que tuvo sus inicios desde una concepción en la que se entendía como un costo adicional para la empresa, como una acción correctiva, una acción contributiva hasta un modelo de gestión integrado que hace parte de la identidad y liderazgo de una organización.

1. REDSOSTAL. España, líder en RSE. [en línea] <https://www.redsostal.es/espa-a-l-der-en-rse.htm> [citado en 8 de julio de 2015]

2. OLCESE, Aldo. Informe sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España. 2013. Pág 25.

3. VIVES, Antonio. PEINADO-VARA, Estrella. La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina. Pág 9.

4. Guía para el Alumnado. Postgrado Iberoamericano en Responsabilidad Social Empresarial 2016. Pág 2.

Inicialmente, para algunos teóricos, la RSE se consideró como una fuente de asignación ineficiente de recursos instrumentalizada por los directivos o stakeholders con más influencia del entrono bajo una buena intención pero no como prácticas de un modelo sólido de gestión. *“La utilización casi exclusiva de enfoques comerciales hace pensar en la RSE como una opción estratégica más, enfocando el debate por el lado económico. Al final,...se convierte por tanto, en una cuestión de si es o no rentable, situándose el beneficio como principio fundamental para guiar la acción empresarial”*⁵

Adicionalmente, la responsabilidad social empresarial fue gestionada como una acción correctiva mediante la cual las organizaciones podían responder a expectativas o demandas de las sociedades legitimando su licencia social para operar así como para reparar daños causados al entorno.

Posteriormente, el campo de la RSE inicia su transformación hacia una perspectiva de acción contributiva a través de la cual las organizaciones empiezan a fomentar y promover iniciativas fuera del core del negocio y que responden a la generación de soluciones o apoyos a problemas sociales frente a los cuales el entorno /sociedad ha solicitado colaboración. Cumple entonces la RSE un rol social que da respuesta a las expectativas de la sociedad y adicionalmente un rol moral que responde a las necesidades de las empresas con los deberes morales que implican sus actuaciones en los entornos en los que operan.

Como consecuencia de esta nueva visión de la contribución que generaba la RSE en las sociedades, empresas y sus líderes encontraron en este campo una fuente de ventaja competitiva en el mercado y para sus públicos de interés. *“La Responsabilidad Social aparece en respuesta a los cambios económicos sociales observados dentro del proceso de globalización, en que se visualiza un nuevo concepto de negocio, que viene a responder las exigencias que la sociedad y el mercado hacen a la empresa. Este proceso lleva a que se incorpore una serie de reglas en forma voluntaria, bajo las cuales se crea un compromiso con la comunidad y el entorno, traduciéndose estas en un nuevo paradigma el que introducido a la gestión empresarial se presenta como una fuente de ventaja competitiva por sobre las empresas que operan en el mercado”*.⁶

Por un lado se consideró que la RSE crea valor económico para la empresa pues a nivel de ventas genera una buena imagen, fortalece las marcas y diferencia los productos, y fomenta la atracción y lealtad de los clientes. A nivel de costes ayuda a evitar regulaciones, multas o publicidad negativa frente a la organización, favorece las eficiencias a través de las buenas prácticas en la gestión de los recursos o materias primas y además, promueve la atracción de inversionistas.

Por otro lado, la RSE también permite el control de riesgos sociales y medioambientales, ayuda a reflejar la calidad en la gestión de la empresa, mejora la reputación y las relaciones con la opinión pública, genera un ambiente de confianza y cooperación, atrae y retiene a los mejores empleados y ayuda a la reducción del absentismo y los conflictos laborales.

Es una *“Ventaja que aporta eficiencia en la gestión. Mejora el clima de la organización, mejora la competitividad, mayor productividad, mayores beneficios económicos y mejoras en la gestión. Reduce costes. Retiene a los mejores equipos de trabajo porque estarán orgullosos de trabajar en la empresa, redundará en la productividad y calidad de los productos/ servicios que ésta ofrece... además el tener un buen clima laboral influye muy positivamente en la reputación de la empresa, lo cual a su vez se transmite a los clientes”*. clima laboral influye muy positivamente en la reputación de la empresa, lo cual a su vez se transmite a los clientes”.⁷

Al evidenciar cada vez más los beneficios que conllevaba la gestión de la RSE, esta empezó a concebirse en diversas organizaciones como un modelo de gestión legítimo ligado al compromiso de las direcciones de las organizaciones y el compromiso ético de las mismas.

Los principios éticos de una empresa direccionan la toma de decisiones y el compromiso con la RSE pues se configuran como un conjunto de *“... principios básicos que se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia...”*⁸ para asumir nuevas responsabilidades que den respuesta a las demandas sociales y que además garanticen la transparencia y honestidad en el desarrollo de estas.

Por último, actualmente en algunas organizaciones la RSE se contempla como parte integrada de la identidad corporativa de la empresa, haciendo parte de la misión y visión de la misma, *“...se constituye como una visión acerca de cómo se desarrollan las relaciones con diversos actores relevantes para la actividad empresarial, lo que incluye las estructuras y los procesos de la propia empresa”*.⁹ En estos casos, la Responsabilidad Social Empresarial debe ser personal y colectiva, compartida y recíproca, debe formar parte del core business y debe ser coherente para crear valor económico, social y ambiental, impactando positivamente a todos los stakeholders del entorno.

Es importante mencionar que si bien el paso del tiempo ha provocado que la gestión de la RSE y la sostenibilidad de las empresas sea cada vez más un modelo integrado al negocio, esta es propia de la autoregulación y voluntariedad de cada organización. Por lo tanto, existen hoy en día diferentes tipos de organizaciones respecto al manejo que ejercen sobre este tema.

- **Empresas con posición reactiva:** Por lo general maximizan los beneficios únicamente para uno de los públicos de interés: los accionistas. Se basan en el cumplimiento de las reglas de juego establecidas, atienden demandas y necesidades particulares y asumen que la gestión de nuevas actividades debe conllevar leyes que obliguen a su realización.

5. ARAQUE, Rafael, MONTERO Ma José. La Responsabilidad Social de la empresa a debate. Icaria Editorial. Barcelona. 2006. Pág. 133.

6. REYNO, Manuel. Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva. 2007. Pág 10.

7. FERNANDEZ, Ricardo. Responsabilidad Social Corporativa. Editorial Club Universitario. Alicante. 2009. Pág 257.

8. *Ibid.* Pág 21.

9. LOZANO, Josep. ALBAREDA, Laura. YSA, Tamyko. ROSCHER, Heike. MARCUCCIO, Manila. Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Ediciones Garnica. Barcelona, 2005. Pág 28.

- Empresas con posición proactiva: Maximizan el beneficio para un público de interés más amplio con la finalidad de compensar las externalidades negativas que producen. Así mismo se preocupan por los efectos negativos que puedan provocar sus servicios o productos. Además, mantienen un compromiso social que les permite llevar a cabo nuevas iniciativas bajo la premisa de que no todas estas deben regirse por leyes impuestas.

- Empresas líderes: maximizan la creación de riqueza para la sociedad en la que opera, generando valor para todos los públicos de interés. Estas empresas favorecen la participación de la sociedad en la búsqueda conjunta de mejores soluciones y consideran las nuevas responsabilidades como una ventaja diferenciadora.

Un modelo exitoso

Personalmente considero que hoy en día la gestión y desarrollo de una política o modelo de RSE en una organización logra ser exitoso generando impactos reales y positivos cuando tienen en cuenta a cada uno de sus públicos de interés, se contemplan las condiciones del entorno en el que se desenvuelve y cuando este hace parte de una identidad corporativa que tiene objetivos a largo plazo para ser sostenible.

“Las empresas que alcanzan los mayores niveles de éxito son aquellas que recuerdan constantemente que sus negocios no se llevan a cabo en un contexto de mercados, sino dentro del ámbito de las sociedades. Las empresas que elaboran sus estrategias para ser desarrolladas en el entorno ‘sociedad’ obtienen mejores resultados que aquellas otras que solo piensan en términos de ‘mercado’...” argumenta Irene Saavedra Robledo en su libro <Introducción a la sostenibilidad y la RSC> .¹⁰

En consecuencia, actualmente, cada vez más empresas toman conciencia acerca de la importancia de analizar en detalle el entorno en que se desenvuelve su industria para establecer y desarrollar las estrategias y planes de negocio a largo plazo que permitan un crecimiento rentable y perdurable en dos vías, para la empresa y para la comunidad o región en la que se establece la operación.

Ante este panorama el concepto de sostenibilidad cobra fuerza para las empresas que le apuestan a crecer de forma constante y perdurable en el tiempo, teniendo en cuenta 3 entornos clave: económico, medio ambiente y comunidad. “...la sostenibilidad es un marco de referencia, un cúmulo de valores, un conjunto de principios, que dan lugar a un proceso abierto en pos de la perdurabilidad. Esta búsqueda de la perdurabilidad se aplica tanto al diseño del modelo de desarrollo, como al entorno natural, con la finalidad de mantener y mejorar las condiciones de vida de las generaciones que ahora viven y de las que lo harán en el futuro, al tiempo que salvaguardan las formas de vida no humana. La sostenibilidad, es, de esta manera, una apuesta rotunda de futuro” .¹¹

10.SAAVEDRA, Irene. Introducción a la Sostenibilidad y la RSC. Primera Edición. La Coruña, 2010. Pág.8

11.Ibid. Pág. 6

En definitiva, la RSE hoy en día juega un rol importante en el desarrollo de los negocios de diferentes organizaciones en varias regiones del mundo, su buena gestión- honesta, transparente y de largo plazo- genera verdaderos impactos positivos y aumenta la sostenibilidad de las industrias. Específicamente en Iberoamérica, el impulso para fortalecer la gestión de la RSE ha significado un avance para que esta materia que si bien en empresas grandes está cada vez más interiorizada, medianas y pequeñas empresas puedan seguir sumándose al desarrollo de este modelo.

Sin duda alguna, programas como el Postgrado Iberoamericano en Responsabilidad Social Empresarial generan un intercambio de conocimientos absolutamente valioso; en este no solo se ahonda en teorías fundamentales del tema y tendencias del mismo, sino que además la divulgación de las prácticas y experiencias de diferentes sectores y diversos países iberoamericanos otorga un sin número de aprendizajes para seguir desarrollando este camino, que como anteriormente lo mencioné, es tan dinámico como las empresas que lo gestionan.

Bibliografía

- ARAQUE, Rafael, MONTERO Ma José. La Responsabilidad Social de la empresa a debate. Icaria Editorial. Barcelona. 2006. Pág. 133.
- FERNANDEZ, Ricardo. Responsabilidad Social Corporativa. Editorial Club Universitario. Alicante. 2009. Pág 257.
- LOZANO, Josep. ALBAREDA, Laura. YSA, Tamyko. ROSCHER, Heike. MARCUCCIO, Manila. Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. Ediciones Garnica. Barcelona, 2005. Pág 28.
- OLCESE, Aldo. Informe sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España. 2013. Pág 25.
- REDSOSTAL. España, líder en RSE. [en línea] <https://www.redsostal.es/espaa-a-l-der-en-rse.htm> [citado en 8 de julio de 2015]
- REYNO, Manuel. Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva. 2007. Pág 10.
- SAAVEDRA, Irene. Introducción a la Sostenibilidad y la RSC. Primera Edición. La Coruña, 2010. Pág.8
- VIVES, Antonio. PEINADO-VARA, Estrella. La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina. Pág 9.
- Guía para el Alumnado. Postgrado Iberoamericano en Responsabilidad Social Empresarial 2016.

VIVIAN
ALARCÓN
ROZO



Un breve testimonio y una gran experiencia.

Daniel Diaz

Becario Fundación Carolina Colombia Premio RSE
Comfamiliar 2015.

He de inspirar al lector, siendo esta la más conveniente manera de devolver el regalo de su atención a este escrito, la tarea es clara. Para ello, sobrarán las finas palabras si estas carecen de sentido, pues el objetivo encalla en tanto no se persiga con insistencia la profundidad requerida para un lenguaje significativo. Solamente así se explica la intención de plasmar en texto breve lo que, a propio criterio, significó mi participación en los 19 días de duración del IV Postgrado Iberoamericano en Responsabilidad Social Empresarial, llevado éste a cabo por la Universidad de Castilla La-Mancha y su equipo docente en la legendaria y multicultural ciudad de Toledo en España, participación apoyada por la Fundación Carolina y Fundación UCLM.

La experiencia, corta o extensa según la perspectiva de quien la define, inicia en un momento enmarcado por las circunstancias y que resulta fácil de ubicar, su final, sin embargo, nace en aquel instante en el que mueren los recuerdos, donde se olvida lo vivido. Tremendo acontecimiento sólo sería comparable con la muerte misma, pero, por desgracia se tiene evidencia cercana de pueblos que deliberadamente olvidan su pasado, y quedan a merced de un presente moribundo y un futuro destinado al estanco y la repetición de sus errores olvidados.

Este ejercicio, por tanto, valdría como método mediante el cual me aplico a declarar esta gran experiencia como inmortal, de allí el carácter inorgánico de las palabras y de lo que estas generan en quien las escucha, en tal sentido, serían los lectores quienes sirven de inspiración a tantos que escriben con deseos de dar vida eterna a sus relatos y no al revés, ambos, lector y redactor, hacen el papel entonces de agentes de una sociedad sin olvido.

Hemos de recordar, por ejemplo, la intrincada historia que comparten España y América Latina. Aclaro que el posgrado estuvo conformado por representantes oriundos de Perú, Chile, México, Colombia, Ecuador, Costa Rica, Uruguay y Argentina, todas ellas tierras americanas que comparten una historia dividida por la intervención del ancestral pueblo español.

Entonces, como latinoamericano, despierta en mí un afán existencialista y me pregunto: ¿Quiénes éramos antes de la conquista? ¿Quiénes somos ahora? ¿Por qué acudimos a nuestros conquistadores para saber de Responsabilidad Social Empresarial?

Mi afán, en ningún caso, pretende opacar la buena intención de los españoles de hoy en día, pues de ellos es precisamente de quienes heredo mi formación escolar dictada en un colegio español en Colombia, país en el que nací y crecí. Entenderán entonces, la fuerza de mi gratitud hacia los que habitan esa parte de la península ibérica.

Esta precisión es para reflexionar que resulta tan perjudicial olvidar la historia como aferrarse a ella para perpetuar odios del pasado ajenos de toda capacidad de perdón. Todavía me encuentro con personas que tras enterarse de episodios de violencia hacia sus ancestros deciden entonces emprender la venganza hacia los descendientes de aquellos agresores que, paradójicamente, hoy no son más que polvo. En todo caso, me doy cuenta de que el recuerdo por sí solo no es suficiente si no se acompaña del más sincero perdón. También, me doy cuenta, y por desgracia, que no hemos llevado a cabo ninguna de las dos tareas, recordar y perdonar, pues de haberlo hecho no habría forma de explicar las guerras que persisten más que por lo lucrativo que resulte para algunos.

Intentando dar respuesta a las preguntas antes formuladas tendré que ubicar un concepto que dé cuenta de aquello a lo que se refiere la RSE (Responsabilidad Social Empresarial), demostrando ante ustedes que, al menos, entendí el tema central del que trató el curso académico. Pues bien, a modo general *se entiende por RSE la retribución voluntaria que realizan las empresas, vistas como entes económicos, a su entorno (sociedad y medio natural) debido al impacto que en él genera el desarrollo de su actividad.* Entonces inferimos que la RSE viene siendo el medio propicio para que empresa y entorno hagan las paces, dejando de lado la polarización que representó su relación durante años. Pensemos en algunos de los factores que dieron cabida a la formación de esta gran brecha y que se intenta erradicar con la RSE.

Las empresas, enmarcadas en un sistema capitalista que las define como entes cuyo objetivo es la consecución y aumento de su capital, han perseguido estos fines muchas veces pasando por encima de lo que supondría un bienestar social. Esta situación, patrocinada por la falta de regulación gubernamental y vista gorda de sus funcionarios ha generado las desigualdades que parecen no pisar freno en el mundo globalizado que habita el siglo XXI, mundo que pronto va a presenciar cómo el 1% de la población más rica iguala su riqueza con el 99% restante. Toda una tragedia que, de no suponernos la autodestrucción, tendrá que ser recordada y perdonada por más que les cueste a nuestros posibles descendientes, quienes tendrán la oportunidad, como nosotros, de no repetir la historia

Todo aquello que tomamos por ético empieza a ser lo relevante en estos temas, tanto que no se podría pensar la RSE sin que la acapare esta gran dimensión. En este sentido el silogismo se hace evidente, si el mundo carece de ética, y

DANIEL
DIAZ
VALDIRI

esta última se relaciona directamente con la RSE, entonces, el mundo carece de RSE.

Con el contexto que nos sirve de apoyo pensemos en lo que, a grandes rasgos, identificaría al pueblo americano que precedió a la intervención española y lo que ellos entenderían por ética, respeto social y ambiental o RSE. Recordemos, siguiendo esta vía, que antes del choque cultural nos declarábamos pueblos indígenas caracterizados por una organización tribal de la sociedad, un profundo amor y respeto por la naturaleza y una espiritualidad politeísta, entre otros. No existía el dinero, por tanto, no lo hacían las instituciones financieras. Había trueque. En la sociedad coexistían la división del trabajo y los ritos que evocaban creencias y costumbres.

Los hechos nos cuentan cómo estas culturas apenas sobreviven al consumismo como sello de la globalización. Recientemente estuve en Palomino, maravilloso municipio del caribe colombiano, allí van a parar con elevada frecuencia individuos que hacen parte de las culturas Cogui y Wayuu, ambas descendientes de los míticos Tairona, símbolos vivos de la sierra nevada de Santa Marta. Sus rasgos y atuendos, claramente indígenas, se mezclan con los turistas que el municipio enamora. La convivencia entre culturas no dejó de sorprenderme. Un día vi un pequeño y avejentado cartel, colgado a media altura de un poste que daba entrada al pueblo. Éste advertía:

“Respete su cultura. No de dinero, alcohol ni droga a los indígenas”.

Tal anuncio de bienvenida me trajo gran confusión, pues no descubrí su real significado hasta que no pasé días observando su comportamiento. Aquellas familias, que caminaban descalzas, que vendían bolsos tejidos a mano y cacao que traían de la sierra, mantienen su cultura en tanto no padezcan la nuestra. A los mayores, su amor por la naturaleza ya lo rebasa su afán de pedir dinero. Vi tantos niños con hambre de la mano de adultos borrachos que no pude dimensionar la magnitud del daño producido a estas culturas con el pasar del tiempo. Entendí entonces la importancia de aquel cartel y, a lo mejor, de otro que diga:

“Respete su cultura. No imponga la globalización a los indígenas”

Sin duda es un tema complicado el que envuelve a las sobrevivientes culturas ancestrales, sobretodo en estos tiempos en los que el mercado pretende acoger a todos los habitantes sin excepción. Todo un desafío para la RSE.

Pensemos en nosotros los latinos, mestizos, hijos de indígenas, africanos y españoles. A nosotros, como foco objetivo del posgrado, ¿Qué nos distingue? Muchas cosas, por supuesto, tantas que lo más conveniente sería solamente referirme a algunas de ellas. En lo económico, somos habitantes de una de las tierras más fértiles del planeta, compartimos climas y ecosistemas envidiables, ostentamos recursos naturales que copan de vida y esperanza al más pesimista. Todo esto al mismo tiempo que mantenemos altas tasas de desempleo y muchos nos consideramos pueblos en guerra y sin desarrollo.

Situación que no deja de faltarle sentido si pensamos en que uno de los principales valores de nuestros padres indígenas era el tomar como modelo de vida el comportamiento animal, ellos se dieron cuenta, por ejemplo, que en ese magnífico reino no existía el desempleo.

Hoy los latinos vemos cómo inmensas corporaciones extranjeras se hacen dueñas de extensos terrenos cultivables, poniendo en duda la teoría de la soberanía nacional y reafirmando las premisas del colonialismo. También, hemos presenciado, a lo largo y ancho de la historia que sigue a la conquista, cómo el sector económico ha manipulado los gobiernos a conveniencia y cómo se han valido del ejército y hasta de grupos armados al margen de la ley para ejercer el control de sus intereses. Todo ello en perjuicio de la sociedad y el medio ambiente y a merced de la explotación de tierra y trabajadores.

La existencia de un posgrado de RSE en España dirigido exclusivamente a iberoamericanos no deja de conmoverme. Es como darles la oportunidad a tus padres de hacer las cosas mejor, de incluir valores en su comportamiento y querer enseñártelos. Es conocer la historia, y analizando qué estuvo bien y qué estuvo mal, tomar una decisión consiente que persiga la libertad, el amor y la felicidad.

Al tratar temas como, el resurgimiento del colonialismo, los males del consumismo en el capitalismo o las desigualdades a las que se llega con la globalización, no dejo de sentir que son temas incómodos y de conocimiento general, temas con los que, para muchos, no se puede hacer frente porque son creación de entidades muy poderosas que tomaron su poder en un sistema de libre mercado que hoy persiste. No dejo de sentir una presión social por hacer la vista gorda. Por callar para evitar problemas. Por olvidar.

En el curso hubo momentos en los que sentimos gran orgullo de ser latinos, especialmente cuando, en una de las exposiciones, se mostró una gráfica que hacía referencia a los países más felices del mundo, en ella, ocupando los primeros lugares, se encontraban Colombia y Costa Rica para el júbilo de sus representantes asistentes. Siendo ambos países en vía de desarrollo deduzco que, al parecer, la búsqueda de la felicidad, eso que hizo un nudo en la cabeza y corazón de tantos filósofos magistrales, poco tiene que ver con el progreso económico.

A lo largo del curso, también, quise, al igual que muchos, encontrarle sentido y valor a la RSE. Las corporaciones que hoy en día son la cara visible de los mercados y cuentan con el favor del consumidor, lo son, en muchos casos, porque han sabido dar valor a sus productos y servicios, ya sea porque responden a lo que es bueno (calidad), a lo que es bonito (estética) o a lo que es barato (precio), o bien porque hacen frente a los tres conceptos. Hay académicos que incluyen la necesidad como un valor adicional Sin embargo, hemos visto cómo cada vez más tomamos por necesarios artículos y servicios que antes no lo eran. De esta forma, lo relevante no es la necesidad real de lo que se pretende vender sino la capacidad del vendedor para volverlo necesario a ojos del posible consumidor. A esta habilidad la solemos llamar márketing e impacta de forma directa en el precio final.

DANIEL DIAZ VALDIRI

La realidad es que, para la gran mayoría, algo costoso no se compra por muy necesario que parezca, de ahí la necesidad de modelar economías de escala que busquen la eficiencia en los procesos para reducir costos de producción y operación y, así, poder llegar a ser competitivos en precio y calidad.

La necesidad de bajar costos y ser eficientes ha llevado a las empresas a incurrir en prácticas inmorales. La falta de ética empresarial responde a razones sustanciales que las hacen sobrevivir en los mercados, razones sin las cuales no existirían marcas que muchos conocemos y consumimos. Entonces ser eficiente no siempre es ser ético. Un claro ejemplo de ello es la tendencia que hay de establecer fábricas en países donde existe mano de obra barata.

Cali, municipio azucarero de Colombia, llamada sucursal del cielo y tierra donde nació mi padre, cuenta desde el año presente con un alcalde muy empresario y poco político; Armitage, quien en su discurso de posesión expresó ante los asistentes: *“Los empresarios de nuestra amada Cali no deben atenerse a pagar a sus trabajadores lo que les dicta el mercado sino lo que pueden pagar y es digno para ellos”*. Recordemos que la RSE es voluntaria y busca el bienestar social.

Algo ético sería pagar salarios justos y erradicar del diccionario y del colectivo lo que se entiende por mano de obra barata. Parece una utopía. Y lo parece porque es muy difícil hacer que, voluntariamente, el empresario se decida entre pagar justos salarios y encarecer sus productos a costa de arriesgar las ventas, o bien, pagar justos salarios y mantener los precios a costa de sus utilidades. Uno de los economistas mencionados durante el posgrado parecía entender muy bien la perspectiva anterior, él afirmaba que la implementación de la RSE en la empresa significaría quitar a los accionistas parte de los recursos que les corresponde.

¿Qué futuro tiene entonces la RSE en un mundo donde se olvidan episodios en los que se ha vulnerado el bienestar común y el cuidado del medio natural, donde el comportamiento inmoral es rentable siempre que se sepa usar el máquetin, donde lo normativo es corruptible, donde el amor es desterrado como ley y aglutinado en el mundo de lo cursi o donde se exalta el miedo y la ira para facilitar ventas?

En mi caso y como anécdota de lo anterior, he de mencionar que, finalizando el año pasado, vi en noticias cómo había estallado en un barrio al sur de Bogotá, aquella elevada ciudad de Colombia, una casa por razones aún desconocidas provocando importantes daños a sus vecinos más cercanos. Instantes después de ver la noticia y de pensar en los afectados, en un intento por hacer un minuto de silencio que me permitiese seguir con mis quehaceres, me senté de frente al computador y de forma automática, abrí del email un correo en cuyo titular se enunciaba lo siguiente *“¡Cuidado, no ponga en riesgo su patrimonio! Asegure su inmueble contra daños de terceros”*. Seguido a ello se mostraba sin censura el daño causado por las llamas a las casas foco de la noticia, debajo, se hallaban los datos de contacto de la compañía de seguros. Un caso claro en el que el miedo de perder la vivienda, en este caso, motivaría una venta.

En otro episodio similar, tras ser informado de la necesidad de contar con una póliza de seguros que me acompañara durante mi estancia en Toledo, recurrí a solicitar una que se me otorgaba de forma gratuita por haberme hecho titular de una tarjeta de crédito de un reconocido banco. Luego de haber solicitado con éxito la que me cubriría el viaje, una mujer al otro lado del teléfono intentaba motivarme a adquirir una póliza adicional, su valor rondaba los 130 euros y con esta estaría totalmente protegido. Ante la propuesta de la amable mujer acudí a mencionar lo saludable de mi estilo de vida, hecho que reducía las probabilidades de enfermar en el viejo continente y así rehusarme al desembolso. Ella, sin vacilaciones, acudió a su vez a recordarme que un grave accidente le puede pasar a cualquiera por muy saludable que sea. Ante semejante comentario, sintiendo cómo, paradójicamente, el intestino me crujía y dudando entonces de mi buena salud, resolví agradeciendo una vez más su ya no tan amable ofrecimiento y dando por finalizada la llamada.

Luego de colgar y acompañado de un té digestivo entré en la noción de que el trabajo de aquella mujer al teléfono dependía de las enfermedades y accidentes que puedan padecer los viajeros y que, a su vez, le sirvan de referencia para forzar la venta de pólizas complementarias.

En Colombia el negocio de los seguros todavía no ha despegado con la magnitud de la mayoría de países europeos, afortunadamente, a pesar de ello, seguimos siendo parte de los países más felices del mundo. Por otro lado, no imagino a un Tairona de los que vi en Palomino asumiendo el cargo de aquella curiosa mujer.

Las anteriores son vivencias que, seguramente, comparto con muchos otros. Esta vez le tocó servir de ejemplo a las entidades de venta de seguros, de las que no siempre tengo quejas. Sin embargo, hay otros tantos negocios cuya ética se ve en duda precisamente porque no les resulta rentable, es el caso de empresas farmacéuticas cuyo negocio prospera en la medida que sus productos no curen efectivamente las enfermedades, o la venta de golosinas o, más extremo aún, aquellos que fabrican armas. Todo ocurriendo en la actualidad.

El posgrado es merecedor de toda mi gratitud porque estuvo rico en conceptos, análisis y debates cargados de libertad y respeto por la diferencia. Uno de los temas que más captó mi atención fue sin duda alguna la sostenibilidad ambiental, dictada por un apasionado sevillano que había llegado a la universidad en bicicleta. El ambientalista de camisa arrugada, que no se sabe si se deba al descuido o al ahorro en el recibo de energía, hizo hincapié en que la responsabilidad del impacto ambiental que se desprende de la actividad productiva debe recaer sobre el consumidor y no sobre el productor. Esta premisa logró en mi mente todo un fascinante revoltijo, uno que no se cura con te digestivo.

Hoy por hoy se culpa a países como China por sus altas emisiones de CO2 que aceleran el cambio climático. Pero, haciendo caso a lo anterior, los culpables vendríamos siendo todos aquellos que consumimos productos chinos, que, si nos ponemos a pensar, somos todos, a excepción, quizás, de algunos indígenas que aún prefieren ir descalzos por más económicos que

sean las zapatillas *Made in China*. La responsabilidad del cambio climático es del consumidor. Sin embargo, miles de habitantes en Beijing deben usar tapabocas a causa de la contaminación que producen en su ciudad las fábricas de capital externo, empresas que están allí atraídas por la codiciada mano de obra barata. No es un secreto.

Dentro del revoltijo, resolví que, si bien no se puede culpar a los chinos por el cambio climático, tampoco se puede culpar a los llamados países del tercer mundo por sus grandes problemas sociales. Si lo pensamos del mismo modo, muchos de estos problemas inician con la codicia y ausencia de ética de corporaciones de capital externo establecidos en estos países. Sin embargo, son ellos quienes cargan con la responsabilidad de sus males y desórdenes.

Como colombiano, testigo de un proceso que intenta poner fin a una guerra interna de más de medio siglo, pienso que es difícil que un pueblo encuentre la paz si prevalece en sus habitantes la explotación y competencia por encima del cooperativismo. Algún famoso, atractivo, talentoso y acaudalado futbolista parado ante los medios, los cuales se hallaban inquietos por su evidente gesto de tristeza justo después de ganar un partido, se preguntó:

“¿Cómo puedo ser completamente feliz habiendo tanta pobreza en el mundo?” Tal personaje que lo tenía todo no era feliz y, al parecer, no iba a poder serlo. Una pregunta así me produce aún más revoltijos, sobre todo en los periodos en los que hago lo necesario, como muchos otros, por alcanzar la fama, el talento y la riqueza para ser feliz.

Lo inteligente en mi caso, siendo consciente de lo anterior, sería hacer lo posible por evitar la pobreza al menos en mi país donde hay bastante y, de esta forma, buscar mi felicidad o la de algún descendiente que siga mi ejemplo. Para ello, la retribución de la empresa a la sociedad y al medio natural de que habla la RSE me resulta un buen método. Por otro lado, siento que será necesaria alguna que otra maroma que otorgue vigencia y validez a la RSE a ojos del empresario, ese que logró establecerse en el mercado precisamente por no contar con ella.

Hablo de la pérdida de validez de la RSE cuando pienso en algunos casos expuestos durante el curso. Uno de ellos, la famosa trampa de Volkswagen, reconocida firma de automóviles que hizo ver más ecológicos prototipos que no lo eran. Otro fue el desmantelamiento de las atroces prácticas laborales en las que incurrieron marcas textiles españolas establecidas en Bangladesh. En ambos casos, carentes de toda ética y responsabilidad social, las ventas no se vieron disminuidas, ni siquiera la pérdida de reputación representó impacto alguno en los bolsillos de sus accionistas.

En el caso textil, las marcas involucradas han sido reconocidas en el mercado europeo como empresas donde los productos son muy baratos respecto a su competencia. Conocido el caso, resulta evidente saber cómo logran su privilegiada posición.

Entonces, creo que la validez y vigencia de la RSE no será otorgada por las empresas en tanto sus productos y servicios encuentren un mercado cautivado por lo bueno, bonito y barato, lo anterior sin importar lo ético o retributivo a

su pueblo y medio natural que resulte. Volvemos entonces a los preceptos de mi amigo que va en bicicleta a dictar clase. La responsabilidad es del consumidor. Él es quien ejerce la elección consciente de su compra y será él quien incline la balanza hacia aquel mundo sin pobreza que queremos para ser felices.

La responsabilidad del gobierno será, por un lado, garantizar que el consumidor se encuentre en sus plenas facultades y capacidades al momento de elegir su compra, es decir, asegurarle una completa educación. Por otro lado, obligar a las empresas a ser transparentes en sus prácticas. Por último, tendrá que dismantelar aquellos procesos que se ocultan al público, seleccionar los que vayan en contra de la ley y sancionarlos. Todo lo anterior tendrá que ir unido a una fuerte reglamentación del márketing. Si los gobiernos ejercieran a cabalidad estas funciones la pelota estaría entonces del lado del consumidor.

En este escenario la RSE funcionaría como requisito para que un producto o servicio encuentre su lugar en el mercado. Ya no importaría qué tan barato, bueno o bonito sea el artículo si la empresa que lo ofrece no es reconocida como socialmente responsable. Algunos pueden pensar que todo se pondría mucho más costoso. Sin embargo, la RSE propone a las empresas salarios justos y cargos inclusivos a mujeres y poblaciones vulnerables, con lo cual, la capacidad adquisitiva de aquellos que no tenían más opción que recurrir a lo más barato se incrementa.

En ese sentido la RSE sería vista como el Robin Hood del siglo XXI, aquel valiente personaje que quita a los ricos para dar a los pobres, equilibrando de algún modo la balanza social. Entonces la RSE no es quitar a los accionistas lo que les corresponde sino un medio para acortar la brecha de la desigualdad y un vehículo para intentar un desarrollo sostenible, es decir, un desarrollo que piense a futuro y cuide el entorno natural que lo sustenta. La batuta la tiene el consumidor a quien otorgo el poder de cambiarlo todo.

El problema radica en que el consumidor del siglo XXI ha sufrido continuos ataques a su inteligencia durante las décadas que siguieron al establecimiento del capitalismo como sistema económico. Dentro de estos encontramos innumerables campañas para aumentar el pánico en la población, temporadas de escasez extrema, hambrunas y enfermedades promovidas por débiles sistemas de salud y educación diseñadas por gobiernos corruptos o agresivas campañas publicitarias que estudian la forma de manipular el comportamiento humano basándose en su diseño. Todo ello con el único fin de reducir las facultades del consumidor y lograr su compra.

Resulta entonces tan difícil llegar a la responsabilidad social empresarial sin un consumo responsable como lo es lograr una paz sin perdón. Un consumo responsable implica una racionalización de los productos escasos. Hoy por hoy varios municipios en Colombia padecen la sequía de un mundo que sube su temperatura. El agua cobra su valor en vidas. En definitiva, no sabría cómo luchar por gobiernos que velen por la transparencia en los procesos y la plena educación, asimismo, me quedaría corto a la hora de pretender un

En definitiva, no sabría cómo luchar por gobiernos que velen por la transparencia en los procesos y la plena educación, asimismo, me quedaría corto a la hora de pretender un consumo responsable para la mayoría de los que habitamos esta maravilla natural. Solamente podré hablar por mí y mi intrincado mundo de revoltijos y preguntas existenciales, por mi consumo responsable, por mi plena educación, por mi relación con el prójimo y concepción del bien y del mal, solamente hablaré de lo que me corresponde, de mi tarea y mi proceso de paz, de saber perdonar y pedir perdón, porque, definitivamente, no hay vista gorda que sea más perjudicial que aquella que se ejerce en primera persona.

Bibliografía

José Antonio Ocampo, J. B. (1946-1999). Capítulo 7: La Consolidación del Capitalismo Moderno. Recuperado el 13 de 12 de 2015, de Capítulo 7: La Consolidación del

Martínez, H. (2006). ¿Cómo Ser Socialmente Responsable? Los Siete Puntos De La Rse. Revista Javeriana Vol. 142, No 723.

Melo, J. O. (1986). “La ciencia en Colombia en el siglo XX”. Revista de la Universidad de Antioquia, Medellín, vol. 4, No. 19.

Moore, M. (01 de 09 de 2011). you tube. Recuperado el 26 de 12 de 2015, de you tube:<https://www.youtube.com/watch?v=GkUsPf7MwUM>

Moulian, T. (1998). El consumo me consume. Santiago de Chile: LOM.

Niccol, A. (Dirección). (2011). El precio del mañana [Película].

Pablo., S. G. (2002). Comercio Justo: ¿Una Alternativa Real? Fundación

Cideal. Palacios, J. (1985). La cuestión escolar Barcelona. Barcelona: Laia.

Pauli, G. (2011). La economía azul. Bogotá: ediciones Urano.

Periodico la Jornada. (28 de 04 de 2015). La educación, esencial ante el consumismo. La Jornada, pág. 1.

DANIEL
DIAZ
VALDIRI

