


RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Autores:

Valverde, J., Bermúdez, J.C., Pino, G.,
Calderón, G., Solano, G.,



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

A large, stylized illustration on the left side of the page. It features a circular frame composed of several hands of different shades of yellow and orange, reaching inwards to hold a city skyline. The skyline includes various skyscrapers and buildings. The background of the entire page is a solid light yellow color.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Autores:

Dra. Jeannette Valverde Chaves
Dr. Juan Carlos Bermúdez Mora
Dra. Gabriela Pino Chacón
M.GCI. Greivin Rodríguez Calderón
Máster Gerald Solano Aguilar



658.408

V2158r Valverde Chaves, Jeannette
Responsabilidad social empresarial [Recurso electrónico] /
Jeannette Valverde Chaves, Juan Carlos Bermúdez Mora,
Gabriela Pino Chacón, Greivin Rodríguez Calderón, Gerald
Solano Aguilar. – 1 ed. – Heredia, C.R. : Escuela de Relaciones
Internacionales de la Universidad Nacional, 2014.
1 CD Rom (68 p.) ; 12 cm.

ISBN: 978-9968-558-26-6

1. Responsabilidad Social de la Empresa. 2. Pequeña y
Mediana Empresa. I. Bermúdez Mora, Juan Carlos. II. Pino
Chacón, Gabriela. III. Rodríguez Claderón, Greivin. IV. Solano
Aguilar, Gerald. V. Título.

Proyecto Responsabilidad social: impactos económicos, sociales y ambientales para la
internacionalización de las Mipymes en Costa Rica
Universidad Nacional, Campus Omar Dengo, Heredia, Costa Rica
Teléfono: 2562-4165 / Fax: 25624141 / correo electrónico: jeannette.valverde.chaves@una.cr

© Responsabilidad social empresarial

Editora: Dra. Jeannette Valverde Chaves
De conformidad con la Ley N° 6683 de Derechos de Autor y Derechos Conexos es prohibida la
reproducción de esta publicación en cualquier forma o medio, electrónico o mecánico, incluyendo el
FOTOCOPIADO, grabadoras sonoras y otros.

Consejo Editorial

M.Sc. Max Sáurez Ulloa,
M.Sc. Carlos Humberto Cascante Segura
M.Sc. Luis Fernando Araya Rivas
M.Sc. Sergio Moya Mena
Dra. Gabriela Pino Chacón
Dr. Jorge Cáceres Prendes
Dr. Juan Carlos Bermúdez Mora

Primera edición: Diciembre de 2013

Esta publicación ha sido posible gracias al Fondo Institucional para el Desarrollo Académico (FIDA)

Diseño y diagramación: Jade Diseños & Soluciones, www.jadecr.com, 2285-2636

CONTENIDO

PRESENTACIÓN.....	9
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO I Gestión de la RSE: un debate en proceso.....	13
El accionar de la empresa.....	15
La ejecución de la RSE.....	16
Hacia un abordaje complejo de la RSE.....	17
Hacia la clasificación del accionar en RSE.....	18
Hacia una clasificación pertinente de las acciones de RSE.....	19
5.1 El papel de la empresa en la sociedad.....	19
5.2 Perspectiva de la RSE	20
Consideraciones finales.....	22
Referencias.....	23
Capítulo II Una mirada a la responsabilidad social como estrategia empresarial.....	25
Generalidades sobre el estado actual de la RSE	27
La responsabilidad social empresarial como estrategia de negocios.....	31
Consideraciones finales.....	33
Referencias.....	34
CAPITULO III: Herramientas de Gestión para la medición y evaluación de la responsabilidad social empresarial.....	35
Medir para mejorar: Una perspectiva histórica.....	37
El modelo de gestión de la responsabilidad social: definiendo fines y medios.....	39
La importancia de la medición y evaluación en la administración estratégica de la responsabilidad social.....	43
Instrumentos para implementar la responsabilidad social empresarial	45
a. Indicadores e índices para medir la responsabilidad social.....	45
Principios declarativos y códigos de conducta.....	45
Guías de estándares de certificación social.....	46
Guías de información y balances.....	47
Índices de posición y clasificación para fondos de inversión.....	48
b. Indicadores e índices para medir la responsabilidad social en Centroamérica	48
Homologación de IndiCARSE con la norma ISO 26 000.....	54
Consideraciones finales.....	55
Referencias.....	56
Capítulo IV: Instancias promotoras de la responsabilidad social empresarial en Costa Rica...59	
Asociación Empresarial para el Desarrollo.....	61
El Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social.....	62
Fundación para la Sostenibilidad y la Equidad (ALIARSE).....	65
Fundación Centro de Gestión Tecnológica (CEGESTI).....	66
Referencias.....	67

A large, stylized illustration in shades of yellow and orange occupies the left side of the page. It depicts a pair of hands cupping a globe. Inside the globe, there is a silhouette of a city skyline with several skyscrapers. The background of the entire page is a solid yellow color.

Presentación

En la línea de los estudios que ha desarrollado la Escuela de Relaciones Internacionales sobre Responsabilidad Social, los profesores Jeannette Valverde Chaves, Juan Carlos Bermúdez Mora, Gabriela Pino Chacón, Greivin Rodríguez Calderón y Gerald Solano Aguilar nos presentan un nuevo libro sobre esta materia. Este constituye una contribución para la implementación de estrategias de responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas costarricenses, que redundará en una mejora de su posicionamiento en los procesos de internacionalización que experimenta el país.

El libro recoge parte de las investigaciones realizadas en el marco del proyecto Responsabilidad Social: Impactos Económicos, Sociales y Ambientales para la internacionalización de las Mipymes en Costa Rica, que a su vez forma parte del Programa Comercio, Tecnología Innovación (CTI); adscritos a la Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional. Estos esfuerzos pretenden integrar la investigación y la extensión universitaria en un campo poco desarrollado en Costa Rica, pero que en los últimos años se ha tornado en un elemento clave para el desarrollo económico ético social y ambiental del país.

Desde esta perspectiva, resulta sumamente encomiable la labor desarrollada por este grupo de académicos, quienes han concentrado sus esfuerzos en sistematizar un tema a partir de la relación con casos concretos, que permiten al lector establecer estrategias propias en los casos concretos que afronte. Así las cosas, para la Escuela de Relaciones Internacionales constituye un orgullo contar con un texto que permita un abordaje claro y estructurado de esta temática.

La labor tesonera de este grupo de autores contribuirá a una mejor comprensión y difusión de esta temática, sin lugar a dudas. Asimismo, este tipo de trabajos permite valorar la constante necesidad del abordaje, por parte de las instituciones de educación superior y de sus académicos, de los temas de actualidad del desarrollo económico de Costa Rica.

Carlos Humberto Cascante Segura
Subdirector
Escuela de Relaciones Internacionales

A large, stylized illustration in shades of yellow and orange. It depicts several hands of different sizes reaching upwards and outwards, framing a central city skyline. The skyline includes various skyscrapers and buildings. The overall composition suggests themes of community, support, and urban development.

Introducción

El presente libro se enmarca en el proyecto integrado, Responsabilidad Social: Impactos Económicos, Sociales y Ambientales para la internacionalización de las Mipymes en Costa Rica, el cual a su vez se desarrolla dentro del Programa Comercio, Tecnología Innovación (CTI), adscrito a la Escuela de Relaciones Internacionales.

El proyecto integrado sobre responsabilidad social empresarial, implica producción, investigación, docencia y extensión y constituye un paso más en la construcción de una iniciativa orientada a sensibilizar a la comunidad académica y empresarial sobre la responsabilidad social.

En las últimas décadas, la responsabilidad social empresarial entendida como “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” ha cobrado mayor importancia en el ámbito mundial y la región centroamericana no es la excepción, principalmente por la concientización que han desarrollado las empresas acerca de la importancia de procurar el bienestar de los diferentes *stakeholders* con los que se relacionan. Estos *stakeholders*, o grupos de interés, son los que se ven impactados positiva o negativamente por las acciones o decisiones de una empresa, por ejemplo: trabajadores, clientes, socios o accionistas, proveedores, comunidad y ambiente.

Esta estrategia de negocios, procura que se pongan en práctica medidas que le interesan, principalmente, a la sociedad y no solamente a la empresa; es decir, es aquella que “engloba (...) decisiones empresariales que son adoptadas por razones que a primera vista se encuentran más allá de los intereses económicos y técnicos de la empresa” (Nieto et al., 2004, 28, citado por Bañón-Gómis, Guillén-Parra y Ramos-López, 2011, 39).

La responsabilidad social empresarial incorpora la ética y, por ello, se puede entender como “un compromiso moral de la empresa en la construcción de una sociedad mejor” (Argandoña y Fontrodona, 2011, 18). Ante dicho compromiso, la empresa debe crear mecanismos y criterios que colaboren con el objetivo de beneficiar a la sociedad, tanto a corto como a largo plazo.

Esta práctica de integración voluntaria, por parte de las empresas, sobre las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores no es una moda que va a desaparecer con el paso del tiempo, es una necesidad que va a continuar extendiéndose y que día a día va a ser más utilizada en el mundo de los negocios.

Para la realización de este trabajo, se desarrolló en una primera instancia una metodología de investigación documental para recopilar, sistematizar y documentar la información cualitativa sobre la responsabilidad social desde la perspectiva empresarial, el estado del arte de la responsabilidad social, algunas herramientas de gestión, y las principales iniciativas promotoras de la responsabilidad social en Costa Rica.

Es por lo anterior que el libro pretende aportar a la discusión y reflexión de la responsabilidad social empresarial en Costa Rica.

El libro contempla cuatro capítulos, el primero de ellos se refiere a la gestión de la RSE, aborda el accionar de la empresa, la ejecución de la RSE, la implementación de la RSE siendo éste un debate en proceso y a partir de ahí analiza el complejo abordaje de la RSE, la clasificación del accionar en RSE y propone algunas ideas sobre la ruta hacia una clasificación pertinente de las acciones de RSE, el papel de la empresa en la sociedad y finalmente analiza la perspectiva de la RSE.

Por su parte el segundo capítulo El Estado Actual de la RSE en Costa Rica aborda la responsabilidad social como una práctica para hacer negocios.

El tercer capítulo contempla las herramientas de gestión para la medición y evaluación de la responsabilidad social empresarial, ello propone medir para mejorar, y aborda el modelo de gestión de la responsabilidad social empresarial, definiendo fines y medios, la importancia de la medición y evaluación en la administración estratégica de la responsabilidad social y analiza los instrumentos para implementar la responsabilidad social empresarial, desde el instrumental de los indicadores para medir la responsabilidad social, los principios declarativos y códigos de conducta, las guías de estándares de certificación social, las guías de información y balances y los índices de posición y clasificación para fondos de inversión, así como los Indicadores e índices para medir la responsabilidad social en Centroamérica.

Finalmente, el cuarto capítulo contempla las entidades que promueven la responsabilidad social en Costa Rica, entre ellas destacan la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED), el Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social (CCNRS), ALIARSE y CEGESTI.



Capítulo I

Gestión de la RSE: un debate en proceso

The background of the page features a large, stylized illustration in shades of yellow and orange. It depicts several hands of different sizes reaching out to hold a large globe. Inside the globe, there is a silhouette of a city skyline with various skyscrapers and buildings. The overall theme suggests global unity, sustainability, and the interconnectedness of the world.

El accionar de la empresa

A lo largo del siglo pasado y especialmente en las últimas décadas del mismo, se fue gestando en los sectores políticos y empresariales una nueva conciencia alrededor del accionar empresarial. Se vuelve evidente para muchos actores sociales que las organizaciones, en su quehacer, siempre impactan el entorno en el cual funcionan. Además, muchos de esos impactos pueden producir consecuencias socio-ambientales que pueden significar un riesgo para el crecimiento armónico de la sociedad. “Las empresas empiezan a comprender que sin la sostenibilidad del entorno no es posible garantizar la sostenibilidad de sus organizaciones.” (Vélex, 2010:15).

Las diferentes crisis sociales y las continuos estudios que evidencian las consecuencias en el ambiente de la actividad humana, como por ejemplo la creciente inequidad y el cambio climático, entre muchas otras problemáticas de un mundo globalizado, han mostrado que “para las organizaciones la sostenibilidad de los negocios significa no sólo el suministro de productos y servicios que satisfagan al cliente, haciéndolo sin poner en peligro el ambiente, sino también operar de una manera socialmente responsable.”(ISO, 2010: 5).

Para Maturana los sistemas que mantienen vitalidad son sistemas abiertos, es decir que aprenden constantemente de las relaciones internas afirmativas de su identidad y de las circunstancias particulares que reviste “el acoplamiento” de su organismo con el medio (Maturana & Varela, 1998: 132). Siguiendo este pensamiento complejo, podemos afirmar que “la empresa es comenzada a analizarse como una organización plurifuncional en la que conviven el mercado, el estado y el mundo de la vida” (Llano, A. en: Teixidó, Chavarri y Castro, 2002: 5)

Esta visión sistémica implica que la empresa no solo funciona gracias a accionistas, gerentes y trabajadores varios; también están involucrados sus suplidores, las y los consumidores, envolviéndose además a la estructura económico-social y el conjunto ambiental que sustentan esas redes. Así los interesados son todas aquellas personas potencialmente afectadas por el accionar de la empresa, tomando en cuenta que la misma es parte de un sistema empresarial y de varios sistemas económicos y sociales de carácter planetario. Y en última instancia “las actividades de toda organización dependen de la salud del ecosistema planetario” (ISO 26000, 2010:6)

Además, el proceso de globalización económica, política y social ha puesto en evidencia esa visión sistémica, posicionando a toda comunidad como parte de una aldea global y el quehacer de toda empresa como fracción del accionar global, con consecuencias sociales y ambientales igualmente globales:

“Lo que se está retomando a nivel empresarial es la consideración de la organización como sistema social y abierto, haciendo que las relaciones con su entorno y con los distintos grupos relacionados con ella, tanto internos como externos, adquieran cada vez mayor importancia.” (Vélez, 2010: 23)

La conciencia de este conjunto de vinculaciones y de las posibles huellas inherentes al funcionamiento empresarial, ha llevado a muchas organizaciones a consolidar su posición como actores sociales a través de la implementación de acciones de responsabilidad social, para mitigar impactos y apoyar mejoras sociales.

Pero el debate sobre la implementación y el alcance de estas acciones está lejos de haberse terminado, pues las organizaciones, en tanto que entes sociales, siempre pueden ser vistas como actores políticos y la discusión sobre su papel en la estructura social y propiamente el de las acciones de responsabilidad social ha estado permeada por la perspectiva ideológica y política de cada momento histórico (Mäkinen y Kourula, 2012). Es así como las perspectivas sobre el papel de la responsabili-

dad social en las organizaciones y en la sociedad, así como las referentes a su alcance abarcan un amplio abanico de opciones, desde las visiones y aplicaciones meramente instrumentalistas hasta aquellas que ven en la RSE una forma de fomentar la conciencia y la transformación social.

Así por ejemplo, desde esta última óptica, la empresa puede incidir en el desarrollo de una comunidad, de un país o de una región siendo consciente de su impacto social y ambiental; y transformarse en la medida en que sus acciones la aten al bienestar común. En este sentido “la responsabilidad social es un intento de “resituación” de la naturaleza de las organizaciones gracias a (1) la articulación de la teoría de la gestión con la ética y (2) la redefinición de las “fronteras” de la organización en forma más permeable e integrada a su entorno social y natural...” (Vallaey, de la Cruz y Sasia, 2009:15).

La ejecución de la RSE

Si bien en Norteamérica y Europa el concepto de la responsabilidad social empresarial empezó a desarrollarse durante la primera mitad del siglo pasado, su práctica y estudio no tienen una experiencia tan extensa. Actualmente hay una amplia gama de formas en que se implementa la RSE dependiendo de la región del mundo que se esté analizando (Brammer, Jackson y Matten. 2012:5) o el tipo de empresa de referencia. Además, no ha sido fácil para las organizaciones y las empresas visualizar su proyección a través de acciones de responsabilidad social, o sentirse parte de procesos sociales más allá de sus nichos de acción, por lo que el cambio organizacional requerido no pasa por un único camino.

Lo mismo sucede a nivel teórico y académico. Si se realizó una revisión de la literatura se encuentra un sinnúmero de conceptualizaciones de RSE, de recomendaciones sobre la medición de sus alcances, e inclusive sobre cómo debería de estudiarse y medirse. Esto evidenció la necesidad de una normalización internacional del accionar socialmente responsable del sector empresarial por lo que la Organización Internacional de Normalización (ISO), a finales de la década pasada, realiza un proceso de consulta y validación respecto a la conceptualización y medición de la RSE, logrando en el 2010 presentar un documento normativo de carácter internacional, la ISO 26000. Este reúne “las expectativas de comportamiento de las organizaciones socialmente responsables derivadas del derecho internacional consuetudinario, de los principios generalmente aceptados del derecho internacional o de los acuerdos intergubernamentales que son universalmente, o casi universalmente reconocidos.” (Ward, 2010:17)

En el mismo se interpreta la responsabilidad social como:

“La responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades, en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que: contribuya al desarrollo sustentable, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en cuenta las expectativas de las partes interesadas; esté en conformidad con la ley aplicable y consistente con las normas internacionales de conducta; y sea integrado en toda la organización y en la práctica en sus relaciones” (ISO-International Standard, 2010: 3)

La ISO 26000 (2010) deja claro que la estructura de una organización debe transformarse para lograr respetar los derechos humanos, las buenas prácticas laborales, el medio ambiente, las prácticas justas de operación, las expectativas de los clientes, las necesidades de desarrollo de la comunidad, y la buena gobernanza interna; a través de diálogos hacia lo interno y externo con los diferentes involucrados. Pero para las organizaciones es difícil asegurarse que las acciones de implementación

de la RSE las están conduciendo hacia ese ideal, así como tampoco están claras las formas en que una organización puede asegurarse que está equilibrando las expectativas de sus accionistas con las necesidades de los diferentes involucrados.

Además, la sociedad mantiene una mirada cauta respecto a los cambios, acciones y planteamientos de las empresas respecto a su responsabilidad frente a la sociedad, para muchos observadores a favor o en contra no está del todo claro hasta donde las empresas han introducido esa nueva conciencia social en su modelo de negocios, o si simplemente es una nueva campaña de publicidad o marketing verde.” (Paternoster, 2012: s.p.).

Estos debates muestran las diferencias en las lógicas y perspectivas que subyacen en la discusión respecto al papel de las empresas en la sociedad y en su desarrollo (Scherer y Palazzo. 2006), que se extiende tanto en el plano nacional como en el internacional, especialmente en un mundo globalizado, donde el actuar empresarial es visto y tomado en cuenta sin importar la localización geográfica de la organización. Las crecientes interrelaciones e interdependencias de carácter global han ido impulsando a las empresas a visualizarse en su práctica de RSE de forma más integral (Vélez, 2010:12). Por lo que se requiere continuar estudiando el tema desde la academia y ampliar las líneas de investigación y de sistematización de experiencias, que hasta ahora se han desarrollado.

Hacia un abordaje complejo de la RSE

Quizás una de las limitaciones que se ha tenido es no abordar el tema de la responsabilidad social empresarial desde una perspectiva más integral, que permita profundizar en los aspectos de impacto empresarial y prácticas responsables no solamente desde la economía y la gestión de negocios, como normalmente se hace, sino también abordar los aspectos sociológicos, antropológicos y políticos, considerando que, como plantean Brammer, Jackson y Matten (2012), las acciones de las empresas penetran en el tejido cultural de las sociedades modernas, teniendo consecuencias directas en cuestiones como el empleo, de situación medioambiental, patrones de consumo, inequidad social y una serie de otros aspectos (p.6).

Un tema que no se desarrollará en este libro, pero debe de tomarse en cuenta a la hora de contextualizar las tendencias en responsabilidad social empresarial, es el papel de las transnacionales, especialmente en regiones compuestas por países pobres o en desarrollo, como es el caso de la región centroamericana, pues tiene que ver con el propósito por el cual una empresa implementa acciones de Responsabilidad Social (Whelan, Moore y Orlitzky, 2009).

Mäkinen y Kourula (2012:650) proponen que las empresas como entes sociales tienen también un carácter político, y que esto es especialmente cierto en el caso de las empresas multinacionales, en un mundo que se mueve cada vez más a la consolidación de los procesos globalizados donde “los estados nación que continúan atados a su territorialidad están perdiendo su capacidad de negociación política y socioeconómica frente a los mercados y actores comerciales globales como ese el caso de las corporaciones multinacionales”.

Además de esta creciente influencia en la estructuración social de los países, a lo largo de los años se han presentado múltiples cuestionamientos a estas corporaciones, desde asuntos éticos alrededor de su actuar en circunstancias concretas, hasta controversias políticas que involucran estados y regiones, las cuales han impactado en mayor o menor medida (dependiendo de la región del mundo de que se hable) las operaciones de las compañías y la percepción que sobre ellas se tiene, tanto en las regiones del conflicto como en los países de origen. Estas controversias han puesto en entredicho no solo a funcionarios y empleados de las organizaciones, sino que también sus productos y servi-

cios, restándoles competitividad y posicionamiento en el mercado. En este contexto la RSE de las corporaciones multinacionales tienen un papel complejo y variado, pues actualmente todo accionar empresarial esté enmarcado en la dinámica de la globalización, traduciéndose en públicos con un extenso “acceso a la información y la amplitud de la oferta en el mercado lo que genera consumidores más informados para los cuales el comportamiento ético, social y medioambiental de la empresa pasa a ser una variable marginal del producto que puede determinar su opción de compra”(Teixidó, Chavarri y Castro, 2002: 7)

Según Ivar Kolstad (2007), muchas corporaciones multinacionales actualmente generan acciones para compensar desfases (inclusive legales) entre las normas éticas internacionales o de sus países sedes, con las de aquellas de los países donde se encuentran. Brammer, Jackson y Matten (2012:17) plantean que después de los escándalos en los que se han visto envueltas grandes compañías y organizaciones transnacionales, se ha incrementado la tendencia en estas compañías de institucionalizar la responsabilidad social empresarial en sus “estructuras organizacionales transnacionales”, adaptándose a las diferentes regiones dependiendo del contexto legal, de las particularidades culturales y de la dinámica social (Persais, 2010).

La importancia de esto es el impulso que han dado a la expansión del concepto y la práctica de responsabilidad social empresarial (Cid, 2007) en los países donde se establecen, especialmente en aquellos con poco o ningún desarrollo anterior de esta práctica. Muchas empresas multinacionales han desarrollado prácticas de RSE en sus países sedes y empiezan a replicar esas prácticas en los países donde establecen actividades productivas, sea por obligatoriedad o por la convicción desarrollada en la experiencia. Más allá de la capacidad económica para implementar acciones sustantivas de responsabilidad social empresarial, estas multinacionales han impactado los mercados de estos países provocando cambios en las empresas locales, sea por tendencia en éstas a adoptar los estándares de comportamiento de las firmas internacionales (Gordon en Persais, 2010; 20) o por la búsqueda de herramientas que mejoren sus posibilidades de competir en el mercado.

Hacia la clasificación del accionar en RSE

Las acciones tomadas por las organizaciones para implementar su responsabilidad social son las que permiten visualizar la perspectiva que se tiene respecto a la responsabilidad social empresarial y al papel social de la empresa. El debate se centra en los alcances que tienen las acciones de las empresas respecto a la sociedad en que se desenvuelven. Para las empresas es importante determinar si esta es un acto voluntario o bien una obligación social de la organización (Brammer, Jackson y Matten. 2012:3). En el primer caso la decisión de implementar acciones de responsabilidad social empresarial es un acto voluntario de los tomadores de decisión de la organización, en el segundo, si bien la empresa voluntariamente contrae un compromiso, lo hace por considerarse obligada a balancear los impactos que su existencia provoca en la sociedad, y por lo tanto crea las condiciones para generar una relación permanente con las partes involucradas para la definición del accionar (Persais, 2010: 12).

Esta visión determinará en gran medida el alcance que la empresa prevea en sus acciones de responsabilidad social, sea desde un concepto paternalista de filantropía; o el de una adaptación necesaria (u obligatoria) a las tendencias de los mercados internacionales; o más bien de contribución a la construcción de sociedades desarrolladas. Estas visiones van a manifestarse en la posición de la responsabilidad social en la estructura empresarial, que puede ir desde la existencia de unidades dedicadas a implementar las acciones de responsabilidad social, con personal especializado relativamente independientes del resto de departamentos, al involucramiento de la estructura global de la organización como eje de acción estratégico (Scherer y Palazzo, 2006).

Este análisis es importante tanto para las empresas como para la sociedad. A las primeras les da insumos pertinentes para la evaluación de los impactos de sus acciones de responsabilidad social empresarial sobre su competitividad y el bienestar de las partes involucradas, permitiéndoles tomar decisiones informadas al respecto. Para los tomadores de decisión de la sociedad en general este tipo del análisis permite determinar el papel de las organizaciones en el desarrollo social y abre la posibilidad a la armonización de las relaciones entre los diferentes sectores.

Hacia una clasificación pertinente de las acciones de RSE

Como se ha dicho anteriormente, el tema de la clasificación de la responsabilidad social empresarial es un terreno poco desarrollado y requiere mayor profundización. En lo que respecta a las acciones de implementación de la responsabilidad social empresarial, se puede hacer una primera clasificación basada en los sectores impactados por dichas acciones. INDICARSE (Morataya, Monroy y Pineda, 2008) es el Sistema de Indicadores de RSE para la Región Centroamericana (cuya metodología de medición se analizará en un capítulo de este libro), ha definido 7 áreas o ejes de acción, que resumen en gran medida la tendencia de acción de la responsabilidad social empresarial a nivel mundial:

Gobernabilidad: refiriéndose a las acciones de fortalecimiento de la legalidad, los principios éticos internos, la gobernabilidad corporativa y transparencia con la sociedad.

Público Interno: involucrando acciones hacia el mejoramiento continuo de las condiciones de trabajo, diálogo y participación entre sus miembros, respeto al individuo y desarrollo del colaborador. Medio Ambiente: que incluye acciones de administración interna del impacto ambiental de los procesos empresariales y aquellas dirigido a mitigar o solucionar problemas medio ambientales de la sociedad.

Proveedores: refiriéndose a las acciones que mejoren las relaciones con los proveedores y la selección de los mismos.

Mercadeo: este eje refiere a las acciones hacia una política de mercadeo y comunicación responsable, incluyendo la atención al cliente y la calidad y seguridad de los productos.

Comunidades: son las acciones que responden a necesidades de la colectividad, las dirigidas a la inversión social y aquellas que abren la empresa al diálogo y a la participación de la comunidad.

Política Pública: incluyendo la transparencia política y las alianzas público- privadas dirigidas a necesidades sociales.

Pero, como se ha dicho, el accionar socialmente responsable debe verse de forma integral, por lo que su clasificación debería de contemplar diferentes ejes de análisis. Teixidó y Chavarri (2002) proponen que la caracterización de los modelos de implementación de la responsabilidad social empresarial debería de considerar el análisis de las lógicas que subyacen detrás de estas acciones. Los autores proponen considerar varios ejes, pues clasificar tomando en cuenta una sola dimensión no permite la valoración del papel de la RSE en la sociedad:

la conceptualización que las empresas tienen de su función en la sociedad;
el papel que tiene la responsabilidad social empresarial para la organización y las lógicas detrás su implementación;
el contexto socio-histórico de la sociedad donde funciona la organización; y
el nivel de desarrollo de la empresa (la experiencia acumulada) y por lo tanto de la estrategia de responsabilidad social empresarial.

5.1. El papel de la empresa en la sociedad

Esto se refiere a la visión que la empresa tenga de su posición y función en tanto que es un actor social. Si bien en la literatura se encuentran muchas nociones, se pueden identificar tres grandes tendencias:

La empresa se ve como un ente auto referido, es decir que su sola responsabilidad es la de generar ganancias a sus asociados. El mayor representante de ésta visión es el economista estadounidense, Premio Nobel de economía, Milton Friedman. Él (1970) argumenta que, una empresa, al no ser una persona no puede tener responsabilidades sociales concretas más allá que las de actuar en conformidad con la ley y las normas sociales. Aquí la empresa es vista como un conjunto de individuos con sus propios intereses, y por lo tanto su relación con la sociedad se limita a sus actividades económicas. Esta lógica con sus variantes.

La empresa se ve como otro actor social privilegiado, que al compartir derechos y obligaciones, con la sociedad y con sus miembros, tiene el deber de contribuir al desarrollo social en aquellas áreas más vulnerables y desprovistas. Como dice Persais (2010) esta noción se da cuando la empresa considera que el Estado, por diversas razones, no logra solventar las necesidades básicas de los ciudadanos, por lo que frecuentemente las acciones se dirigen a los sectores educativos o de salud.

La visión más integral es aquella donde la empresa tiene conciencia de las diferentes interconexiones que tiene con la sociedad, y de los diferentes niveles y sectores en los que se impacta.

“La empresa es una institución social que, como tal, igual que el resto de instituciones sociales, necesita estar legitimada socialmente para seguir manteniendo su papel en la sociedad y, por tanto, para perdurar en el tiempo.” (Abreu, J. L. y Badii, M., 2007:62)

Por lo tanto el involucramiento de la empresa trasciende a su comunidad, sus empleados o públicos de interés y trata de impactar problemáticas globales como equidad de género, cambio climático, etc. Aquí la empresa se ve como un actor social integral, siendo determinada y determinando con sus acciones a la sociedad en que está inmersa (Vélez, 2010; Brammer, Jackson y Matten 2012) por lo que la tendencia de estas empresas es hacia la transversalización de su accionar responsable en todas sus funciones y operaciones:

“En la actualidad una nueva generación de empresarios quienes impulsan un nuevo concepto de RSE centrando su accionar en la creación de capital social y en el desarrollo de la inversión social, aportando así a dar nuevos contenidos al concepto tradicional de RSE” (Reis, T. en Teixidó, Chavarri y Castro, 2002: 5)

5.2. Perspectiva de la RSE

Aquí hablamos de la lógica detrás de las acciones de implementación de la responsabilidad social empresarial para una empresa. Es decir cuál es la función que estas acciones cumplen para la empresa y qué tipos de impactos se quiere tener en la sociedad al implementarlas.

Gracias a la acumulación de experiencias exitosas en cuanto a la implementación de acciones de responsabilidad social y al continuo desarrollo de investigaciones en el tema, se ha ido tomando conciencia que estas acciones cumplen un papel importante en el aumento de la competitividad de las empresas (Abreu y Badii, 2007), y por lo tanto “de la necesidad de preocuparse por responder a las necesidades sentidas de la población y contribuir a aumentar su calidad de vida, pues requiere de sociedades estables para producir y prosperar.” (RSE, 2005:11)

Estas lógicas son las que van a dirigir el tipo de acciones implementadas, los sectores a los que se dirigen y los procesos que se ven involucrados al interior de las empresas para poder implementarlas. Hay cuatro grandes tendencias:

Las acciones de responsabilidad social empresarial se ven como una herramienta para incrementar la competitividad y las ganancias de la empresa ante las tendencias de los mercados locales e internacionales. Beneficiar a la sociedad se ve como un mecanismo para mantener la salud empresarial, dadas las tendencias del mercado y las exigencias legales de las sociedades donde funciona. Aquí estaríamos frente a empresas que no infringen la legislación laboral, ambiental o comercial, y las acciones de responsabilidad social empresarial ayudan a mantener esta situación, sin contribuir a mucho más que eso, por lo que sus acciones van dirigidas fundamentalmente a proveedores, consumidores y sus miembros internos:

“...hay una y sólo una responsabilidad social de las empresas: usar sus recursos y participar en actividades diseñadas para incrementar sus beneficios, siempre y cuando se mantenga dentro de las reglas del juego, es decir, que se dedique a la competencia libre y abierta sin engaños o el fraude” (Friedman, 1970).

Las acciones de responsabilidad social empresarial revisten más un carácter de filantropía empresarial y son expresión de los valores de las personas que trabajan en la empresa con el objetivo de suscribir códigos morales y éticos inclinados a la caridad y el servicio al prójimo. En tanto que “conjunto de prácticas voluntarias, ad hoc y discrecionales, representan solamente una fracción de las actividades corporativas ubicadas en la zona de interface entre la empresa y sociedad” (Brammer, Jackson y Matten, 2012: 21). Las acciones tienen además un alto carácter reactivo a problemas inmediatos de sectores de la población muy vulnerables, no necesariamente ligados a los grupos de interés de la organización, por lo que:

“...tienen la característica de ser acciones incentivadas por valores religiosos de tipo caritativo, expresadas principalmente por donaciones de dinero destinado a causas de grupos marginales principalmente” (Teixidó, Chavarri y Castro, 2002: 10)

Las acciones se basan en el reconocimiento por la empresa o la organización de su impacto social y se focaliza a las necesidades de los diferentes grupos internos y externos vinculados en mayor o menor medida con la organización. Por lo que la implementación de las acciones toma en cuenta trabajadores, clientes, proveedores, a la comunidad y al ambiente. “Las acciones de RSE llevadas a cabo por la empresa obedecen a una visión de redistribución del capital” (Teixidó, Chavarri y Castro, 2002:18), es decir se asume que uno de los papeles de la empresa es apoyar a los Estados en la mitigación de desigualdad social producto de la estructuración social, por lo que siguen siendo acciones reactivas. Aunque las acciones no solo van dirigidas a sectores en el radio de influencia de la empresa, por ejemplo el apoyo a planes ambientales globales, éstas son producto de unidades especializadas en responsabilidad social empresarial y no necesariamente impactan al conjunto empresarial.

La tendencia más reciente y holística es donde las acciones de responsabilidad social empresarial se ven como parte integral del conjunto de la organización, por lo que son incorporadas a la planificación estratégica de la empresa. Para que una organización logre este grado de consolidación de su responsabilidad social requiere generar procesos de revisión interna y de “diálogo social”¹ con los diferentes involucrados de tal forma que las decisiones tomadas por la organización se realizan de forma informada, donde “las partes involucradas gozan de independencia y existe una divulgación transparente de los apoyos financiero o similares.” (ISO, 2010:19). No solo se amplía el número de partes interesadas, incluyendo además de los accionistas a empleados,

comunidad, clientes, proveedores y medio ambiente, sino que se reconoce que todas estas partes tienen puntos de vista propios que deben de ser tomados en cuenta en la aplicación de las acciones de responsabilidad social (Villafranca, 2008).

Todas esas tendencias, tanto las que definen a la empresa como las que determinan las acciones de responsabilidad social, están transversalizadas por la situación económica y social del momento; incluyendo tendencia del mercado, políticas y normativa nacionales e internacionales; idiosincrasia de la población y normas sociales locales; coyuntura internacional; entre otros.

El último eje a tomarse en cuenta es el grado de desarrollo y penetración de las estrategias de responsabilidad social empresarial en el conjunto empresarial. Pues la implementación de acciones de responsabilidad social es un proceso, no se puede considerar como un accionar puntual, pues la historia de una organización genera experiencias que se ven reflejadas en la visión que ésta tenga de sí misma y de su papel en el desarrollo social. Aquí debe considerarse la medida en que las acciones son influenciadas por otras iniciativas; el grado de participación de los involucrados en las decisiones alrededor de su implementación; la claridad de la organización respecto a los alcances esperados; etc.

6. Consideraciones finales

Como se ha visto, aún no se puede hablar de una clasificación clara y precisa de las modalidades de implementación de las acciones de responsabilidad social empresarial, porque al ser una actividad voluntaria cada empresa u organización es absolutamente soberana de decidir y ejecutar las acciones, proyectos y programas que considere más adecuados o alineados con sus estrategias.

Existe suficiente experiencia mundial para poder analizar de forma más integral la responsabilidad social de las empresas. De tal forma que permita generar modelos que apoyen nuevos tipos de implementación de estas acciones, en la búsqueda continúa para aportar al desarrollo más armónico y sustentable de las sociedades.

La región centroamericana toma conciencia de la necesidad de un quehacer empresarial con responsabilidad social desde hace relativamente poco tiempo. Si bien muchas organizaciones han funcionado por largos años bajo principios responsables socialmente, hasta recientemente han empezado a generalizarse su práctica. Uno de los retos de la región es ampliar los espacios de diálogo en el tema de discusión y transformar su implementación en una preocupación consciente de los diferentes sectores empresariales. Falta mucho camino por recorrer, la articulación entre iniciativas y sectores es deficiente y “aún no existe una estructura u órgano rector que pueda brindar impulso a las prácticas socialmente responsables en esta clase de organizaciones” (Barley, 2009: 2), pero la puerta ya está abierta, pues las empresas que implementan acciones de RSE son cada vez más numerosas y gracias a la Red INDICARSE se han logrado establecer objetivos regionales comunes y estandarizar criterios de medición. Y con el desarrollo de más investigación académica en el tema se podrá contar en poco tiempo con análisis integrales del quehacer empresarial y desarrollar modelos apropiados a la realidad regional, y así contribuir de forma sustantiva al desarrollo social.

Referencias

Abreu, J. L. y Badii, M. (2007) Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. Daena: International Journal of Good Conscience. 2(1): 54-70. Octubre 2006 – Marzo 2007. ISSN 1870-557X- Recuperado en: [http://www.spentamexico.org/v2-n1/2\(1\)%2054-70.pdf](http://www.spentamexico.org/v2-n1/2(1)%2054-70.pdf)

Barley, Sherbie. (2009) Éxito empresarial. RSE en Centroamérica: El estado actual de la PYMES. CE-GESTI No. 93, San José, Costa Rica.

Brammer, S., Jackson, G., & Matten, D. (2012). Corporate Social Responsibility and Institutional Theory: New Perspectives on Private Governance. *Socio-Economic Review*, 10(1), 3-28.

Cid, M. B. Expansión de la Responsabilidad Social Empresarial y Corporaciones Transnacionales Europeas. Entre la Pluralidad Normativa y los Acuerdos Globales. <http://www.fes-web.org/uploads/files/modules/congress/10/grupos-trabajo/ponencias/52.pdf>

François Vallaeys, Cristina de la Cruz y Pedro M. Sasia (2009) Manual de primeros pasos en responsabilidad social universitaria. Construyendo ciudadanía en universidades responsables. México: McGraw-Hill Interamericana.

Friedman, Milton (1970) The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *El New York Times Magazine*, 13 de septiembre de 1970. Copyright @ 1970 by The New York Times Company

Fundación Empresarial para la Acción Social-FUNDEMAS. (2004). Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador. El Salvador: Programa Empresa Salvadoreña para la Responsabilidad Social (EMPRESAL)

ISO-International Standard. (2010) ISO 26000 Guidance on Social Responsibility. Recuperado en: <http://freepdfdb.org/pdf/iso-international-26000-standard-32196113.html>

ISO-Organización Internacional de Estandarización. (2010) ISO 26000 Responsabilidad Social. ISO 26000 visión general del proyecto. Suiza. Recuperado en: http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf

Kolstad, Ivar (2007) *Corporate social responsibility of multinational corporations*. CMIBRIEF, volume 6 No.2, enero 2007. Noruega: CHR.Michelsen Institute. Recuperado en: <http://www.cmi.no/publications/file/2575-corporate-social-responsibility-of-multinational.pdf>

Mäkinen, J., & Kourula, A. (2012). Pluralism in Political Corporate Social Responsibility. *Business Ethics Quarterly*, 22(4), 649-678. Doi: 10.5840/beq201222443

Maturana, Humberto & Varela, Francisco (1998) *De máquinas a seres vivos. Autopoiesis: la organización de lo vivo*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria, 5° ed.

Morataya, Juan Pablo; Monroy, Guillermo y Pineda, M.Silvia (2008) Indicarse: Sistema de Indicadores de RSE para la región Centroamérica. Guatemala: JL Sistemas de impresión.

Paternoster, Agustín. (2012). Herramientas para medir la sostenibilidad corporativa. Un análisis comparativo de las memorias de sostenibilidad. Universidad Politécnica de Catalunya. Recuperado en: http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/13644/1/PFM_Agustin_Paternoster.pdf

Pless, N. M., Maak, T., & Waldman, D. A. (2012). Different Approaches Toward Doing the Right Thing:

Mapping the Responsibility Orientations of Leaders. *Academy Of Management Perspectives*, 26(4), 51-65. doi:10.5465/amp.2012.0028

Reinhardt, E. (2008). Author highlights pioneering social entrepreneurs. *Business Journal (Central New York)*, 22(39), 13.

RSE-Red interamericana de RSE. (2005). Situación de la RSE en Latinoamérica. Hacia un desarrollo sustentable. Recuperado en: <http://www.vincular.cl/publicaciones/SituacionRSELatinoamerica.pdf>

Scherer, Andreas Georg y Palazzo, Guido (2006). Toward a political conception of corporate responsibility – business and society seen from a habermasian perspective. En: *Academy of Management Review* Vol. 32 (2007) Zurich

Teixidó, Soledad; Chavarri, Reinalina y Castro, Andrea. (2002) Responsabilidad Social Empresarial en Chile: Perspectivas para una Matriz de Análisis. Fundación PRO humana, Quinta Conferencia Internacional de la Sociedad Internacional de Investigación del Tercer Sector: Ciudad del Cabo. En <http://prohumana.cl/documentos/documentoafrika2002.pdf>

Vélez Evans, A. (2010). Una respuesta a la acción social, de la rentabilidad a la responsabilidad social empresarial. (An Answer to Social Action: From Profitability to Corporate Social Responsibility. With English summary.). *Revista Ciencias Estrategicas*, 18(23), 11-25.

Villaranca Sargent, Eduardo. (2008) Social Responsibility, an expression of spiritual intelligence. San José: Fundación Villafranca y Zürcher.

Ward, Halina y Foundation for Democracy and Sustainable Development. (2010) The ISO 26000 international guidance standard on social responsibility: implications for public policy and transnational democracy. Recuperado en: http://www.fdsd.org/wordpress/wp-content/uploads/ISO26000_and_transnational_democracy_Sept_draft.pdf.



Capítulo II

Una mirada a la responsabilidad social como estrategia empresarial

A stylized illustration in shades of yellow and orange. It features a city skyline with various skyscrapers and buildings. The skyline is framed by several large, stylized hands that appear to be holding or supporting it from below and the sides. The background is a solid yellow color.

Generalidades sobre el estado actual de la RSE

Cuando se piensa en el origen de la responsabilidad social empresarial, de inmediato se evoca a la tradicional tensión que surge entre las organizaciones, la sociedad que las acoge y la búsqueda de equilibrio dinámico entre ambas dimensiones de la relación social. Es por ello que sobre el origen de la responsabilidad de la empresa en la sociedad se encuentran al menos dos posiciones claramente diferenciadas: por una parte existe una corriente de pensamiento que sostiene que “la única responsabilidad de una empresa es con sus accionistas”, posición que defiende al rol económico centrado en la maximización de beneficios, como la principal y única responsabilidad de las organizaciones, solamente matizado por una “conciencia ética de los empresarios y la normativa vigente” (Friedman, 1970 y Garrido, sf).

Mientras la otra corriente de pensamiento entre los que destaca Carroll, 1979; Cochran, 1985; Wood, 1991; Carroll, 1999; y Waddock, 2004, sostiene que la responsabilidad de las organizaciones debe ir más allá de la función puramente económica de generar ganancias y asumir una posición social, sin que esto implique cambiar la naturaleza de la firma. Al respecto señala Garrido que esta corriente se diferencia entre las responsabilidades económico-legales y responsabilidades ético-filantrópicas, y sostiene que las empresas deben cumplir una acción benéfica vinculada a sus responsabilidades sociales, además de sus funciones puramente económico-legales, lo que supone una integración de la empresa a la sociedad como un actor que busca validarse obteniendo una licencia para operar como natural respuesta de un actuar armónico-social. (Garrido et al, sf)

Es en el marco de la globalización de los mercados, que se inicia un proceso de discusión y aproximación de la responsabilidad social en el ámbito empresarial en las grandes transnacionales que tienen presencia en el mundo en general y en América Latina en particular y de reconocimiento de buenas prácticas que han estado implícitas dentro de las estrategias de negocio, que anteriormente no tenían un valor agregado para las empresas y que se empiezan a visibilizar y ser parte de sus instrumentos y herramientas estratégicas y competitivas.

En ese sentido, señala el Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social en Costa Rica (2010) que se identifican acciones de organizaciones no gubernamentales, cámaras empresariales y centros académicos por impulsar a la responsabilidad social como un valor agregado a la estrategia de negocios por medio del desarrollo de modelos de diagnóstico y benchmarking que promueven la responsabilidad social en el ámbito empresarial u organizacional y se identifican esfuerzos para promover el desarrollo de las cadenas de valor agregado con un énfasis en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas proveedoras de grandes empresas y el impulso de proyectos de alianzas público – privadas orientadas a apoyar áreas como educación, salud integral, ambiente y desarrollo comunal.

De ahí que tal y como se muestra en la siguiente figura, el concepto de responsabilidad social ha ido evolucionando desde la realización de acciones de filantropía pura a un modelo de negocios basado en la generación de valor compartido.

Figura 1

Evolución del concepto de RSE



Fuente: Winicky, D. 2009, citado por Carrera Díaz et al (2013)

Como consecuencia de dicha evolución, “desde los años ochenta del siglo veinte, comienza a emerger el concepto de inversión social, caracterizado por una visión en la que las acciones de las empresas en materia social no deben ser asistencialistas, sino que deben promover el desarrollo de las comunidades en un sentido amplio y no contentarse con la mera satisfacción de necesidades”. Además, durante este período, comienzan a tomar importancia las políticas de gestión ambiental basadas en las teorías de desarrollo sostenible.”(Vives & Corral 2005; 17)

Es por ello que al tratarse de un tema relativamente novedoso, pero sobre voluntario que involucra a una gran cantidad de actores su abordaje puede ser emprendido desde múltiples perspectivas, así por ejemplo están, quienes señalan que la responsabilidad social empresarial surge de la responsabilidad que tiene una empresa de devolver a la sociedad parte de los recursos que de ella toma para su proceso productivo y en consecuencia se convierte en una acción moral y ética que implica un proceso solidario para atender las necesidades apremiantes de la población.

Y por otro lado, una posición empresarial que visualiza la responsabilidad social como una estrategia de negocios que desarrolla la firma para generar valores sociales, económicos y ambientales. Valores todos, que ayudan a darle sostenibilidad pero también sustentabilidad a las empresas y que generan beneficios a sus partes interesadas y afectadas.

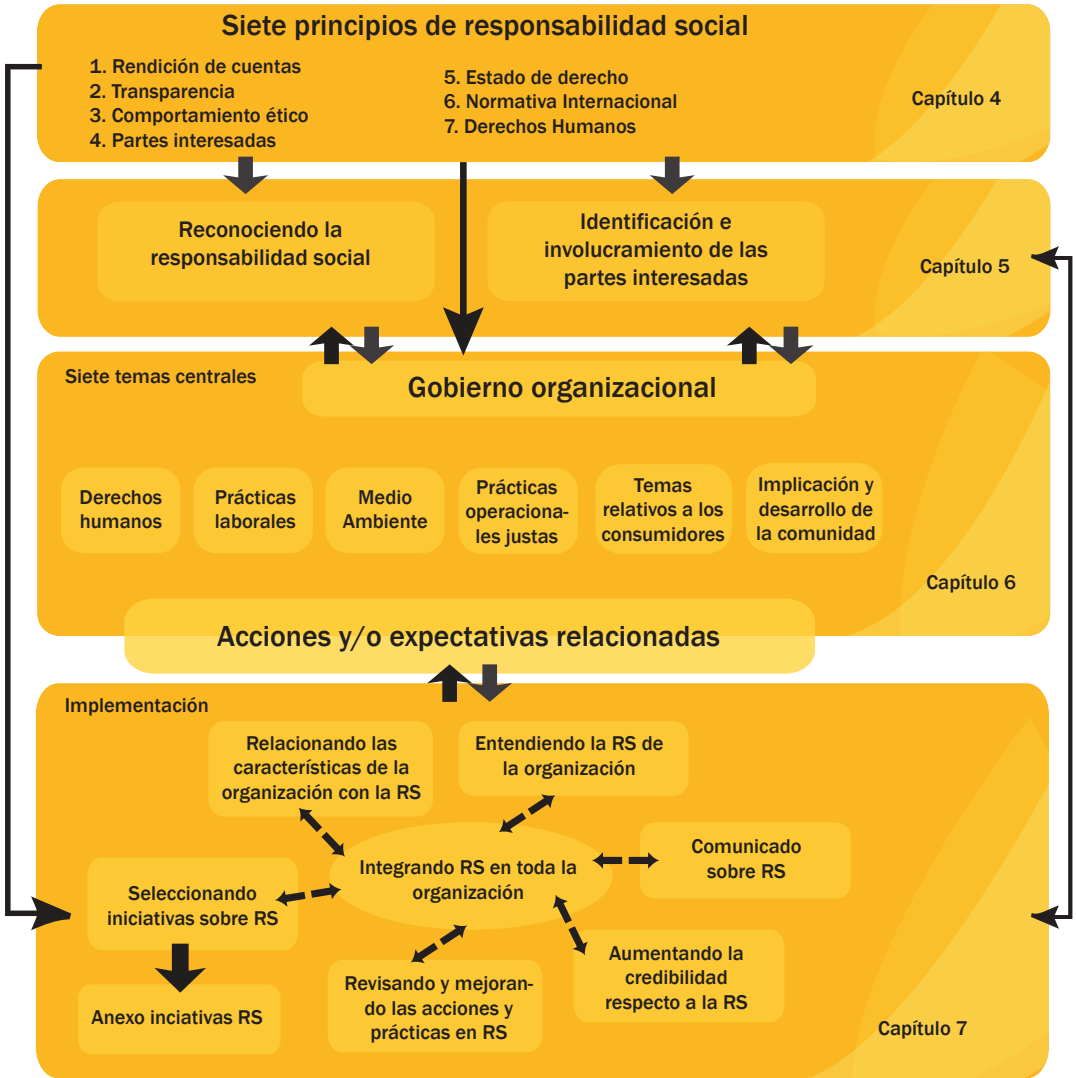
Las anteriores visiones se consolidan en la definición de la Organización Internacional de Estandarización (ISO), que plantea la responsabilidad social como “La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: tome en consideración los intereses de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa interna-

cional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.” (ISO 26000, 2010:cap. 2, Apdo.2.18)

Esta concepción de la Organización Internacional de Estandarización contempla diversos principios, temas y prácticas de abordaje, lo cual hace esta de definición y de la Guía ISO 26000 una referencia para la gestión de la responsabilidad social aplicable a cualquier organización o empresa, en el tanto se deja de lado la creencia de que la RS se limita a las grandes corporaciones o a las empresas; este concepto amplía el campo de acción a cualquier tipo de organización, entendidas como “entidad o grupo de personas e instalaciones con responsabilidades, autoridades y relaciones establecidas y objetivos identificables” (ISO 26000: 2010, cap. 2, Apdo.2.12). A continuación se muestra una gráfica sobre sus contenidos:

Figura 2

ISO 26.000 Principios, temas y prácticas



Fuente: Eka Revista Empresarial, Menos calidad y más cantidad, 2010:24

En Centroamérica, por su parte, durante los últimos veinte años el tema de la responsabilidad social ha ido cobrando fuerza en el sector empresarial e interés en la sociedad en general, por varias razones, entre ellas vale destacar que, en el ámbito mundial ha habido un cambio en la forma de hacer negocios apostando hacia la reducción de costos, la eficiencia, la diferenciación en el marco

de la competitividad de las firmas, las empresas enfrentan una mayor demanda social por parte de sus clientes y usuarios, quienes exigen comportamientos transparentes y sostenibles, pero además, asumen un compromiso porque en términos de mercados empiezan a obtener réditos significativos y sobre todo ahorro en costos.

Como ejemplo de lo anterior, de acuerdo con la Cámara de Industrias de Costa Rica, (2009) y el Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social (2010) durante el periodo de 1990 al 2005 el impulso estuvo concentrado en el concepto de servicio al cliente con un carácter filantrópico, y a partir del 2004 los esfuerzos se enfocaron en el concepto de responsabilidad social empresarial más allá de lo filantrópico, como una estrategia de negocios o valor agregado, y se hizo un importante esfuerzo por desarrollar modelos nacionales de diagnóstico y benchmarking a través de iniciativas de dicha Cámara; como por ejemplo el Premio a la Excelencia que hoy en día contempla una categoría de responsabilidad social y la Sistematización de Mejores Prácticas, como se muestra en la siguiente figura.

La responsabilidad social empresarial como estrategia de negocios

En la actualidad existe un amplio nivel de consenso en que la empresa es el principal motor de desarrollo de la economía. Asimismo, los países han avanzado en procurarse modelos democráticos de sociedad, que permitan lograr un equilibrio entre las libertades económicas y civiles, y donde también la empresa cumple un papel fundamental ya no sólo en la generación de riqueza privada, sino en hacer aportes reales al desarrollo de la comunidad y de la sociedad en la cual están insertas.

Esto se traduce en que hoy se reconoce que la empresa privada, está en todo su derecho de ir en pos de la prosperidad y de generar riqueza para sus accionistas o propietarios. Pero también, se espera que las empresas sean capaces de maximizar los impactos positivos de su gestión y de mitigar o compensar adecuadamente sus impactos negativos.

Con base, en este reconocimiento fundamental es que la responsabilidad social empresarial basada en valores éticos y en el diálogo con sus partes interesadas (stakeholders), se convierte en un cimiento que contribuye al éxito y sostenibilidad de largo plazo de los negocios y simultáneamente de la sociedad.

Si bien la responsabilidad social empresarial como se indicó anteriormente no es una novedad, en los últimos años se ha intensificado el debate sobre cuál debe ser el papel de la empresa en la sociedad más allá de la producción de productos y servicios, y cuál debe ser su responsabilidad sobre los impactos económicos, ambientales y sociales de su actividad. Como consecuencia de este debate, las demandas de distintos colectivos (consumidores, organizaciones sociales, gobiernos y organizaciones internacionales) hacia las empresas han aumentado exponencialmente, y con ello, también han aumentado las oportunidades de ganar competitividad a través de la adopción de prácticas más responsables.

La responsabilidad social empresarial implica un cambio de paradigma en la forma tradicional de hacer negocios. Es, en el fondo, una nueva manera de hacer empresa, una manera que supera el modelo antiguo basado únicamente en generar utilidades para los accionistas, por uno de gestión que busca crear valor económico, social y medioambiental, considerando las expectativas de sus diversas partes interesadas (trabajadores, comunidades, autoridades, entre otras).

Como parte de la ejecución de las prácticas de responsabilidad social y con la finalidad de integrar la temática en las estrategias de negocios, desde el año 2004 existe un modelo de responsabilidad social empresarial, diseñado por el INCAE en el marco de un trabajo conjunto con la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED). A lo largo de estos años modelo ha sido objeto de algunos ajustes en cuanto a los ejes, dado que el actual contempla siete ejes o áreas de acción que a saber son: público interno, comunidad, mercado responsable, medio ambiente, política pública, gobernabilidad y proveedores.

En el año 2008, el modelo de AED fue homologado con toda la región centroamericana como parte del proyecto de regionalización de la responsabilidad social empresarial en Centroamérica, donde nació la Red Centroamericana de responsabilidad social empresarial: IntegraRSE, que se analizará en páginas posteriores. A continuación se muestra la estructura de dicho modelo.



Fuente: Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social de Costa Rica, 2010

De esta manera, la responsabilidad social empresarial ha comenzado a visualizarse como un elemento clave de la gestión empresarial que afecta directamente los resultados del negocio y por ende, la competitividad de las empresas, sean éstas grandes, medianas o pequeñas y de las organizaciones públicas y privadas y de la sociedad en general. Este giro en el pensamiento empresarial ha permitido poco a poco avanzar de la ejecución de prácticas filantrópicas en la década de los cincuenta y sesenta del siglo pasado y proyectos y programas de inversión social en la década de 1980 y 1990, a responsabilidad social en los años 1990 y avanzar hacia el diseño y puesta en marcha de la gestión de responsabilidad social para el desarrollo sostenible.

Como resultado de lo anterior, en Centroamérica desde hace alrededor de cuatro años se generalizó el concepto de responsabilidad social, sin el "apellido" empresarial, porque se asume como una práctica que compete a todos.

Figura 4



Fuente. AED, Taller de Responsabilidad social empresarial, 2011

Esta visión de la responsabilidad social empresarial aboga por el establecimiento de un sistema gerencial de responsabilidad social que contemple el ejercicio continuo y sistematizado de medición y mejora para la competitividad responsable y el desarrollo sostenible, así como la elaboración de reportes y la certificación externa.

En la actualidad la población en general es cada vez más consciente de la necesidad de ejecutar prácticas de responsabilidad social y demandar a los diversos actores públicos y privados rendición de cuentas y compromisos sociales, ambientales y económicos.

Un elemento a destacar como fortaleza de la ejecución y gestión de la responsabilidad social empresarial es que se ha incrementado no solo el interés sino las acciones concretas en esta materia con diferentes niveles de aplicación que van desde la incorporación de prácticas de RS a lo interno y externo de las empresas hasta la capacitación para la sensibilización a través de seminarios, cursos y educación formal alrededor del tema y la puesta en marcha de programas concretos por ejes que provienen tanto del sector privado como público en el marco de las alianzas público-privadas.

Lo anteriormente señalado obedece a que en años recientes ha habido una tendencia hacia un mayor compromiso de las compañías en asumir su responsabilidad social, es decir, el interés de las empresas para contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de sus trabajadores, sus familias y la comunidad en general.

Además, hoy en día no se trata como se indicó anteriormente de una práctica o estrategia de negocios, exclusiva de las grandes empresas, sino las pequeñas y medianas empresas están más informadas y sensibilizadas alrededor de la temática y han dado un paso de la idea filantrópica y de programas inmensos de voluntariado hacia acciones concretas y viables que agregan valor a su empresa.

Las razones que pueden motivar estas acciones pueden ser:

Adquirir conciencia de que deben de ser un actor activo en beneficio de la sociedad
 Cuando se tratan de multinacionales, están poseen dentro de sus políticas de operación la realización de iniciativas de RSE en los países en donde instalen sus operaciones
 Dentro de las exigencias de sus clientes internacionales está la realización de iniciativas de RSE
 Están siendo influenciado por el movimiento mundial de la RSE y están conscientes de los beneficios que esto implica para su negocio.
 Contribuye a fortalecer su reputación e imagen corporativa (Martínez, 2013)

Consideraciones finales

La responsabilidad social empresarial es un proceso orientado e intencionado, en el que intervienen las voluntades, principios y valores de las organizaciones; se materializa a través de la participación organizada de la población, instituciones, empresas y grupos, utilizando métodos de negociación hasta llegar a consensos. Por tanto, involucra las intenciones y actividades empresariales con el entorno dinámico. Para que responsabilidad social logre impactar en el modelo productivo de las naciones, se requiere de políticas claras que logren modificar la estructura de producción que prevalece.

Comprender la complejidad y los alcances de la responsabilidad social empresarial es crucial para cambiar modelos de crecimiento excluyentes. Sin embargo, uno de los retos que enfrenta la gestión de la responsabilidad social es que el tema no ha calado aún formalmente sobre todo en las pequeñas y medianas porque muchas empresas ejecutan acciones de responsabilidad social aún sin conocer el tema y el concepto, sino a través de acciones muy concretas, sobre todo en aquellas pequeñas y medianas empresas que son parte de la cadena de valor de un firma grande. (Camacho Sandoval, 2013)

Finalmente, la responsabilidad social es una oportunidad estratégica para la empresa y para el país, que le puede ayudar a posicionarse frente a la competencia debido a sus prácticas responsables, pero fundamentalmente, es un compromiso de todos y todas para hacer una sociedad mejor.

A pesar de todo lo anterior, es necesario reconocer que aún falta mucho por consolidar la responsabilidad social en el centro de nuestra economía, a partir de las siguientes aclaraciones.

Primero el desarrollo de políticas y regulaciones que apoyen esfuerzos de responsabilidad social.

En segundo lugar la consolidación de la responsabilidad a nivel de las organizaciones aprovechando las normativas nacionales (modelos de diagnóstico y gestión de diversas organizaciones promotoras) e internacionales (ISO 26.000 y Global Reporting Initiative) y promoviendo su implementación en las Pymes como base fundamental de la actividad económica de nuestro país.

En tercer lugar la articulación de esfuerzos por parte de organizaciones públicas, privadas y ONGs para impulsar iniciativas conjuntas que contribuyan al desarrollo económico, social y ambiental del país en un marco de responsabilidad social seguido de una concienciación o sensibilización general que promueva un papel más exigente a nivel de los consumidores para demandar productos innovadores y que respondan a expectativas y necesidades asociadas a un desempeño socialmente responsable.

Y finalmente en cuarto término para alcanzar estos retos es indudable la necesidad de generar a nivel nacional una estrategia colectiva de agregación de esfuerzos que de un valor agregado a la responsabilidad social y que la promueva como elemento clave del modelo económico que Costa Rica desea consolidar.

Referencias

Cámara de Industrias de Costa Rica, Luisa Castillo. Evolución de la RSE. (2009)

Carrol, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. Academy of Management Review, 4, 497-505.

Carroll, A.B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a definitional construct. Business & Society, 38 (3), 268-295

Garrido, Francisco Javier, Winicki, Daniela, Vidal, Maribel (sf) Responsabilidad social empresarial. Disponible en <http://www.entel.cl/corporativo/pdf/manual%20RSE%20Entel.pdf>

Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. En The New York Times Magazine, 33, 122-126.

Martínez Matuz, Geraldina. (2013), Situación de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador Fundación Empresarial para la Acción Social,


Toledo Letona, Karla Marina. (2013) Implementando la Responsabilidad Social en las PYMES. (Guatemala)

MBA. Olga Sauma Uribe. Directora de Proyectos, Asociación Empresarial para el Desarrollo. Costa Rica, Entrevista personal 19 de Abril 2013

M.Sc. Ana Cristina Camacho Sandoval. Periodista, El Financiero. Costa Rica, Entrevista personal 18 de abril de 2012

<http://www.integrarse.org/>

www.adecr.com



CAPITULO III Herramientas de Gestión para la medición y evaluación de la responsabilidad social empresarial

A large, stylized illustration in shades of yellow and orange. It depicts several hands of different sizes reaching upwards and outwards, framing a central image of a city skyline with various skyscrapers. The background is a solid orange color.

Medir para mejorar: una perspectiva histórica

Es indudable que en la Centroamérica de hoy, surge un nuevo elemento de medición. La globalización económica, el incremento del intercambio comercial entre los diferentes países, entre otros aspectos que no son objeto de análisis de este apartado; pero es incuestionable que ha generado que en los últimos años la sociedad en general, identifique dos de los factores más negativos de su progreso, éstos son: la carencia de un sentido de responsabilidad social en todos sus habitantes y, a su vez la falta de un adecuado desarrollo de su recurso humano.

Para lograr lo anterior, es necesario el compromiso de empresas y empresarios, gobiernos y funcionarios públicos, y claro, todos los ciudadanos de la región. Los esfuerzos a lo largo de la historia han sido esporádicos, pero todos ellos buscan elementos, aunque utópicos para algunos, concretos y posibles para otros; que basan el progreso de las sociedades en una fórmula sencilla: “medir para mejorar”, constituyéndose como eje vital para el desarrollo y la paz. la responsabilidad social empresarial podría decirse se desarrolla en tres etapas:

- a. Aquella donde las empresas asumen responsabilidades económicas y legales, referentes a la producción y generación de riqueza, tanto para sus accionistas como para el país, dado que conforman el motor de la economía, ofreciendo fuentes de empleo estables en el tiempo, contribuciones tributarias tácitas y laborales, lo que refleja una inversión directa e indirecta en la formación, capacitación y creación del recurso humano (mano de obra, calificada y no calificada);
- b. Aquella donde las distintas organizaciones contribuyen a través de instituciones que no sólo atienden necesidades e intereses de las comunidades donde se localizan; sino que participan activamente de un sistema o modelo continuo de acción social ya establecido, en donde busca mejorar la eficiencia y uso de los recursos, contribuyendo de esta manera con sus trabajadores sino trascendiendo éstas responsabilidades con la sociedad; y

En la siguiente figura se muestran las etapas de la responsabilidad social que implica un alto compromiso por parte de accionistas, colaboradores y de los clientes; dado que éste se divide en diversas dimensiones, por una parte, en mejorar el desempeño y compromiso de los empleados, clientes y proveedores, incorporando además a éstas a la comunidad y entorno inmediato de la sociedad, la cual ve en muchas ocasiones una obsesión de las empresas de lucrar por lucrar, pero que encuentran en los programas de responsabilidad social empresarial un motor de distribución y marco de acción e inversión en mejora de la calidad de vida de la sociedad. En la *Figura N.5* puede constatarse, el modelo que algunos autores basándose en Sethi, esquematizan lo dicho anteriormente:

Figura N. 5
Etapas de la responsabilidad social de la empresa



Fuente: Raufflet, Emmanuel y Otros, 2012.

A finales de la década de los años 1980, los esfuerzos se enfocaron para vincular todas aquellas iniciativas generadas en la región, y es así como comenzó una etapa de construcción de indicadores de responsabilidad social empresarial los cuales eventualmente, darían como resultado la creación de instituciones y organismos orientados a esta finalidad. Las empresas empiezan a verse obligadas a ser cada vez más claras en la información que ofrecen a la sociedad, en relación con sus prácticas y formas de gestionarse, así como en los productos y servicios que ofrecen. Principios que comienzan a adoptarse cada vez con mayor rigor, buscando dar respuesta a la exigencia de transparencia que la sociedad en su conjunto, exige en la actualidad con mayor fuerza a las empresas.

Una vez iniciada la década de los años 1990, se empieza a valorar y reconocer que la empresa no debe solo administrar recursos económicos de sus inversionistas y accionistas, sino que debe velar por los recursos humanos, y ambientales; donde deberá asumir sus responsabilidades con los proveedores, clientes, colaboradores, consumidores, entre otros. Por eso, Donna Wood (1993), propone tres principios de la responsabilidad social empresarial: legitimidad, responsabilidad pública y gestión discrecional; siendo acá el inicio de la evaluación del impacto social que tienen las empresas en tres líneas: ambiental, grupo de interés y problemáticas generadas durante la gestión empresarial. Durante esta etapa, se agrega una nueva dimensión a lo que se ha conocido como el Triple Bottom Line (TBL) o Triple Cuenta de Resultados, donde la empresa dejar de concentrarse en el interior de la organización (accionistas y empleados), e inicia una proyección hacia actores internos y externos (clientes y proveedores).

Es entonces donde el liderazgo ético de las empresas, en regiones como la centroamericana, es imprescindible para modelar el tipo de globalización y sociedad que queremos. Asimismo, deben paliarse las consecuencias negativas, que nuestras prerrogativas generan, con el fin último de alcanzar un desarrollo económico, social y medioambiental sostenible; y es aquí donde aumenta, por tanto, la responsabilidad social de la empresa a la hora de tomar sus decisiones, las cuales tienen consecuencias que afectan directa e indirectamente a sus diferentes grupos de interés (clientes, trabajadores, proveedores, sociedad, propietarios (accionistas) e inversionistas).

El modelo de gestión de la responsabilidad social: definiendo fines y medios

Día a día, surgen nuevos desafíos que deben dársele respuesta. Los datos provenientes desde el Informe Brundland, referente al modelo económico, cuyo modelo de desarrollo es insostenible (ONU, 1987), presenta una serie de retos que deben abordarse desde diversas perspectivas. En la figura 6 se muestran los niveles de la RS

Figura N.6
Niveles de las iniciativas de Responsabilidad social empresarial



Fuente: Raufflet, Emmanuel y Otros, 2012, citando a Arandia, Portales y García de la Torre.

De acuerdo con lo anterior, los instrumentos e indicadores están inspirados en los principios, porque éstos son el resultado de interpretaciones de las preocupaciones más relevantes de la sociedad. Es así como los principios se definen como: “guías que indican prácticas o conductas aceptables o in-aceptables” (Raufflet, Emmanuel y Otros, 2012).

En la cúspide de la pirámide (Ver Figura N.2) se encuentran los indicadores de desempeño de la RSE, los cuales buscan, como se indicó el primer apartado de éste capítulo, medir el impacto social de las actividades comerciales de las empresas, que como señalara Milton Friedman (1970): “la empresa no tiene más responsabilidad que la de maximizar sus beneficios económicos, respetando la ley y las reglas del juego del mercado competitivo”. Es decir, en la actualidad, ya no se limita únicamente a esto sino que otro objetivo preciso de estos indicadores, es orientar la gestión de responsabilidad social empresarial dentro de la organización hacia medidas operativas, que buscan entre otros aspectos, mejorar las condiciones de vida.

A continuación se muestra una tabla que contempla los niveles de acercamiento de la RS.

Cuadro N.1
Niveles de acercamiento a la responsabilidad social empresarial

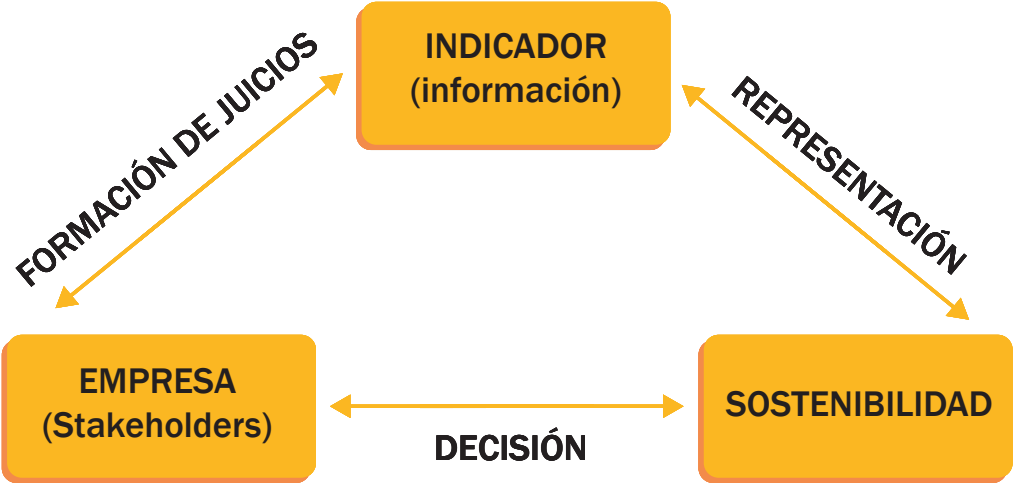
Nivel de acercamiento	Definición	Ejemplos de iniciativas
Principios	"Guías que indican prácticas o conductas aceptables o inaceptables"	Pacto Mundial. Directrices de la OCDE. Principios CERES.
Instrumentos	Lineamientos relacionados directamente con la gestión de la RSE en las organizaciones y que ayudan a lograr una mejor comprensión de las ideas expresadas en los principios.	Global Reporting Initiative (GRI). Estándar de Aseguramiento AA1000 ISO26000 Norma Mexicana de Responsabilidad Social (IMNC).
Indicadores	Herramientas de monitoreo y evaluación de las estrategias de gestión de la RSE implementadas por las organizaciones.	ETHOS SA8000

Fuente: Raufflet, Emmanuel y Otros, 2012.

Los modelos de gestión administrativa tradicional, en el momento de evaluar el desempeño de la organización, únicamente se limitaban a medir, evaluar y comunicar los resultados económicos y financieros; es decir, sólo interesaba la información económica de la empresa. Sin embargo, ésta es insuficiente para responder a las necesidades del nuevo paradigma empresarial, en el cual la rendición de cuentas por actividades comerciales y de negocios debe responder también con la responsabilidad social empresarial.

Por ello, uno de los fines primordiales de la gestión de la responsabilidad social es disponer de un Sistema de Información, en donde la empresas y organizaciones evalúen y rindan cuentas. De acuerdo con García-Marzá (2006), este Sistema de Información está compuesto por 3 elementos: decisor o usuario de la información, entorno sobre el que se informa y forma de representación, como lo indica la siguiente figura:

Figura N. 7
Sistema de Información aplicado a la Responsabilidad social empresarial



Fuente: Elaboración propia con base en García-Marzá, D. (2006). La responsabilidad social de la empresa: Una definición desde la ética empresarial. Universitat Jaume I.

De acuerdo con lo anterior, el modelo del sistema de información así como la integración de las herramientas de gestión, deben adecuarse al modelo de negocio de la empresa. Los requerimientos de los consumidores (clientes), o grupos de interés, proveedores, colaboradores, accionistas, etc. varían de una organización a otra; sin embargo, todos ellos dentro de la cadena de valor y abastecimiento agregan valor al mercado. Es por ello, que la responsabilidad social empresarial debe estar directamente relacionada con la forma en que la firma diseña y desarrolla sus estrategias y realiza sus operaciones así como alinearla con su modelo de negocio (Raufflet, Emmanuel y Otros, 2012).

La cultura de una organización, tiene una importancia determinante en el comportamiento de sus integrantes y en los criterios en que se basan sus decisiones, y está de más decir, que en la manera en que la organización desarrolla sus actividades. Si la cultura de esta se sustenta en sus valores y principios, por tanto el primer paso para ser una empresa socialmente responsable, es que éstos formen parte de su cultura, de sus valores como: bien común, colaboración, coherencia, diálogo, diversidad, entre otros.

La gestión de la responsabilidad social empresarial debe ser establecida, asumida y coordinada por la alta gerencia; además, la empresa debe ajustar, en la medida de lo posible sus estrategias hacia los deseos de los grupos de interés, e integrarlas dentro de sus objetivos corporativos, estando claramente reflejados en su misión y visión. Ya que es de vital importancia que todos los departamentos, asuman la gestión de manera coherente y trabajando en equipo. Por ejemplo, de nada sirve que una empresa de muebles, realice una labor de recogida de muebles usados para repararlos y enviarlos a gente necesitada (cubriendo una necesidad social y realizando un aprovechamiento del espacio físico), si luego utiliza madera en sus producciones de bosques que no regeneran (Vives, A. y Peinado-Vara, E., 2011).

Por tanto, de acuerdo con lo expuesto hasta el momento, resulta importante señalar que en el marco de la gestión de la responsabilidad social, se entiende por modalidad la forma como se procede, es decir, el modo de interactuar y actuar a favor de un determinado público objetivo. Es decir, no sería correcto identificar a la responsabilidad social empresarial con la acción social, pues ello equivaldría a confundir una parte con el todo.

Si bien, la ejecución de la responsabilidad social empresarial, suele ser difícil, y acorde con las características del negocio y de la organización, puede indicarse que los instrumentos representan las herramientas por medio de las cuales se operacionalizan las acciones propias de la responsabilidad social empresarial. Esta distinción se subraya para establecer que en el análisis de las modalidades, se centra básicamente en los vínculos de la empresa con la sociedad. Por ello, las modalidades de la responsabilidad social empresarial se pueden detallar de la siguiente manera:

- Acción Social Directa.
- Acción Social con Intermediación.
- Acción Social Compartida.
- Desarrollo Propio.
- Mercadeo y Comunicación Responsable.

La *acción social directa*, consiste en proveer bienes tangibles e intangibles, favoreciendo a los beneficiarios de forma directa. En ésta modalidad se hace uso de los siguientes instrumentos: a) donaciones en efectivo, b) donación de productos o servicios, c) premios, d) becas, e) uso de recursos, f) uso de instalaciones y g) apoyo a individuos.

Por su parte, la *acción social con intermediarios*, si bien permite lo anteriormente indicado, se diferencia de la acción social directa porque en la segunda la entidad receptora debe servir como interme-

diadora con los beneficiarios finales. Es decir, la inversión de la empresa no se orienta a la consolidación de un mejor servicio a la comunidad sino que, fundamentalmente, se piensa en los beneficios de quienes recibirán una mayor atención. En esta modalidad, además de los instrumentos mencionados anteriormente, se pueden destacar los siguientes: a) apoyo institucional, b) patrocinios, c) padrinazgos, d) construcción de infraestructuras y e) conciliación entre la vida personal, familiar y profesional.

En cuanto a la *acción social compartida*, ésta se refiere a la conjunción de acciones sociales en asociación y/o alianza con otras empresas, gobiernos u organizaciones de desarrollo social sin fines de lucro. Esta modalidad podría estar vinculada con proyectos específicos u obedecer a convenios más formales que impliquen la realización de un programa o la ejecución de las estrategias sociales de la empresa.

El rol que cumple la empresa puede concretarse en el diseño y evaluación de la acción, así como en la propia ejecución de la misma. Además, se establece el espacio natural para los esfuerzos triangulares que permitan conjugar las prioridades de los gobiernos (locales, regionales o nacionales), las competencias y estrategias de las empresas, y las disponibilidades y especialidades de las organizaciones sin fines de lucro. Para esta modalidad, pueden citarse los siguientes instrumentos: a) asociaciones empresariales de membrecía, b) alianzas temporales, c) alianzas formales y d) alianzas con sector público.

Con respecto al *desarrollo propio*, agrupan las acciones que plantean un compromiso directo de las empresas, en donde ésta asume el control del diseño, ejecución y evaluación de las iniciativas a desarrollar. Se caracteriza por los siguientes instrumentos: a) proyectos y programas sociales, b) fundaciones corporativas y c) voluntariado corporativo.

Y por último, el *mercadeo y comunicación responsable* se concibe como una modalidad inspirada en el mercado, es decir, producir bienes y servicios de forma que no perjudiquen la salud y el ambiente durante todo el ciclo de vida: producción, uso y desecho. También, forma parte de ésta el ofrecimiento a los consumidores de la información confiable, relevante y oportuna sobre la seguridad, el desempeño, la eficacia y los valores éticos de los productos y servicios ofertados, así como capacitar a los consumidores en el uso responsable y correcto de estos. Ésta modalidad incluye instrumentos tales como: a) mercadeo social, b) mercadeo con causa social, c) acciones en la base de la pirámide, d) promoción y comunicación de los programas sociales realizados por la empresa y e) comercio justo. Finalmente, es en este sentido donde puede destacarse que las prácticas responsables de las empresas, abarcan una gran variedad de actuaciones, e incluso hasta el mismo Milton Friedman (1970), famoso por la cita de que *“el negocio de los negocios es hacer negocios”*; en el mismo artículo, en una referencia poco conocida, reconoce el argumento empresarial: *“puede, en el largo plazo, ser del interés de la empresa, que es un gran empleador en una pequeña comunidad, el dedicar recursos a proporcionar facilidades a la comunidad o mejorar su gobernanza. Esto puede facilitar la atracción de empleados, puede reducir el costo de la nómina o reducir las pérdidas y el sabotaje o tener otros efectos beneficios”*.

Por todo ello, en general las empresas responsables y las rentables tienen algo en común que es la buena gestión y esta es la que determina ambas características: la rentabilidad y la responsabilidad. Es muy difícil probar si primero vino el huevo o la gallina, pero lo cierto es que ambas tuvieron un creador.

3. La importancia de la medición y evaluación en la administración estratégica de la responsabilidad social

En la era de la globalización económica, la responsabilidad social empresarial constituye en la nueva manera de hacer negocios, donde las empresas buscan fundamentar sus decisiones en la ética y en la inclusión de los intereses de todos aquellos públicos a los que afectan y que son afectados por ésta. Es en este sentido, la responsabilidad social empresarial surge como la respuesta a las necesidades sociales, económicas y ambientales y, a la vez, mejorar la productividad, el clima laboral y convertirse en un indicador de competitividad empresarial. Aquellas empresas, que la adoptan voluntariamente, otorgan un valor agregado, que podría traducirse en una mejor valoración de la imagen y reputación organizacional.

Dentro de la gestión administrativa, resulta imperativo la medición y evaluación del impacto de los programas de responsabilidad social empresarial en el quehacer de las empresas. Las normas que pretenden regular la responsabilidad social han proliferado hasta el punto de promover apariencias de saturación y atención dispersa en el ámbito de las organizaciones. La importancia estratégica alcanzada por la responsabilidad social empresarial ha generado una expansión de las expectativas destinadas a asegurar un monitoreo de su desenvolvimiento.

Es en esta línea donde la inquietud se vincula con la necesidad de levantar indicadores que permitan desplegar esfuerzos de medición, evaluación, mejoramiento y comunicación de sus resultados e impactos. Este tipo de herramientas sirve para fomentar la credibilidad y confianza de una empresa ante los grupos de interés y el público, como resultado de un proceso de verificación y certificación.

Estudios desarrollados por el Harvard Business Review (2008), después de analizar los resultados de 167 estudios concluye que no hay conclusión, que algunos estudios muestran una tenue relación. Pero es posible que se deba a que es la rentabilidad la que incita a ser responsable y no viceversa. La causalidad es muy difícil de demostrar. Sin embargo, destilan una serie de lecciones destacables:

Ser irresponsable puede salir muy caro... si te pillan!!!
Ser responsable no tiene un gran costo para los accionistas.
La rentabilidad no debe ser la principal motivación para ser responsable.
Hay muchas otras inversiones más rentables.
Las empresas pueden hacer el bien yéndoles bien, aún si no les va bien haciendo el bien.

Lo anterior, refleja a nivel de gestión de una empresa en particular, que lo que realmente importa es si sus prácticas conducirán a mejores resultados o no; es allí donde se hace necesario establecer un segundo nivel de análisis, el cual determine el impacto de las prácticas de nuestra empresa; este es el nivel de análisis que interesa a las organizaciones hoy en día. Aun cuando la empresa no busque la maximización de beneficios, siempre buscará obtener beneficios, puesto que su primera responsabilidad es la sostenibilidad financiera, ya que debe seguir operando. Si la empresa no es rentable, las prácticas responsables perderán interés, excepto en aquellos casos excepcionales en que la falta de viabilidad financiera se deba precisamente a prácticas responsables (Vives, A. y Peinado-Vara, E., 2011).

Dentro de la evaluación administrativa, cada empresa deberá analizar su situación particular para determinar cuáles prácticas responsables adopta. Algunas de éstas resultan ser obviamente rentables (ahorro de energía, agua, reciclaje, etc.) y son indiscutiblemente, sujetos de un análisis cuantitativo de costo-beneficio. Pero otras son también obvias, aunque no se demuestre su rentabilidad, como es el caso del entrenamiento y capacitación de los colaboradores, la reducción de la contaminación, el fomento de la creación de pequeñas y medianas empresas, denominado por los mecanis-

mos económicos convencionales como encadenamientos productivos. Finalmente, otras requieren de un análisis meramente cualitativo basado en el buen juicio de los directivos, ya que sus beneficios son intangibles en el largo plazo. La siguiente tabla resume algunos de potenciales impactos de las prácticas de la responsabilidad social empresarial en la competitividad.

Tabla N.2
Algunos potenciales impactos de las prácticas responsables en la Competitividad

Contable	Balance General	Estado de Rendimientos
	Activos: <ul style="list-style-type: none">Menor capital de trabajo	Ingresos: <ul style="list-style-type: none">Nuevos mercadosMejores preciosMayores ventasVentas no perdidasNuevos productos
No Contable	Pasivos y capital <ul style="list-style-type: none">Mayor crédito de proveedoresMayor acceso a financiamientoMayor acceso a capital	Costos: <ul style="list-style-type: none">Mejores precios de insumosMenor volumen de insumosMenores costos financieros
	Riesgos ambientales, laborales, de mercados, regulatorios	
	Impactos Cuantificables	Impactos No Cuantificables
	<ul style="list-style-type: none">Mayor productividad laboralAcceso a financiamientoMayor reputaciónCapacidad de innovaciónEvitar pérdida de mercados	<ul style="list-style-type: none">Aprecio de la sociedadLealtad de los empleadosAcceso a mejores empleados / ejecutivos

Fuente: Vives, Antonio y Peinado-Vara, Estrella. (2011). La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina. Publicación del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo.

La sociedad ha permitido con el pasar de los años que las empresas se incorporen en el imaginario social, lo que demanda de éstas ser responsables porque es parte de su razón de ser. Sin embargo, hay empresas en las cuales para poder introducir prácticas responsables resulta imprescindible convencer a la alta gerencia, o al directorio, o inclusive a los colaboradores. Esto requiere de la inserción de mecanismos de innovación y mejora continua de las relaciones con cada grupo de interés con el que se interactúa, donde la empresa deberá priorizar los tres procesos principales: 1) la inspiración o institucionalización de una visión de prácticas responsables a lo largo de la empresa; 2) la integración de la responsabilidad en las estrategias corporativas, la formación de los recursos humanos y los sistemas de gestión y, finalmente, 3) el aprendizaje a partir de estas experiencias.

Las estrategias de responsabilidad social empresarial toman como punto de partida, el reconocimiento de las demandas de los diversos grupos de interés y la búsqueda de resultados en lo que se denomina, como ya se explicó anteriormente, “la triple línea básica”; apostando por el logro de resultados económicos, sociales y medio ambientales mediante sistemas de gestión integrales. Un factor central para un buen desempeño empresarial en el campo de la responsabilidad social empresarial, hace referencia a la capacidad que tenga la empresa para articular sus acciones y programas con su modelo de gestión empresarial, cambiando la concepción de que ello no es una “pérdida de dinero”.

Es por ello, que finalmente, el principio fundamental de la responsabilidad social es que la empresa sea protagonista del desarrollo del entorno en el que se desenvuelve. Esta es la brújula que debe dirigir las prácticas de la responsabilidad social empresarial.

Tabla N. 4

4. Instrumentos para implementar la responsabilidad social empresarial

En la actualidad se ha desarrollado un serie de instrumentos para medir el impacto que genera la incorporación de la responsabilidad social en las empresas, aunque en su mayoría han sido creados para las grandes corporaciones, ya que inicialmente eran ellas quienes lo demandaban, poco a poco se han ido adaptando para las pequeñas y medianas empresas como es el caso del Global Reporting Initiative (GRI). El carácter voluntario de la responsabilidad social empresarial hace que las empresas se sientan libres de elegir el instrumento que más le convenga de acuerdo a sus intereses, en algunos casos esto se traduce en algún nivel de confusión para los stakeholders y la sociedad en general. A pesar de esto algunos organizaciones como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (OCDE, por sus siglas en inglés), ha señalado que podría ser perjudicial un único estándar, “un único traje que siente bien a todos” y abogan por la pervivencia de diversos instrumentos, aunque basados en los mismos principios generales.

Pensando más allá de si la estandarización es lo más conveniente versus la diversificación, en este apartado nos enfocaremos a realizar una breve descripción de las principales herramientas agrupadas según las siguientes categorías:

- Principios declarativos y códigos de conducta
- Guías de estándares de certificación social
- Guías de información y balances
- Índices de posición y clasificación para fondos de inversión

Las categorías mencionadas anteriormente tienen como objetivo proporcionar información al mercado (inversores, consumidores, ONG’s, gobiernos, comunidades, etc.) sobre el comportamiento ético, social y medioambiental de la empresa. Los instrumentos agrupados en estas categorías permiten la recolección de información para medir y comunicar temas relacionados con la defensa de los derechos humanos, defensa de los consumidores, del medioambiente, sindicatos, comunidades, gobiernos, entre otros.

Indicadores e índices para medir la responsabilidad social

Principios declarativos y códigos de conducta

En este tipo de instrumentos identificamos códigos de conducta como una herramienta de gestión interna para afirmar los valores y los estándares éticos a los que se vinculan la empresa, para influir en las prácticas de sus socios y como una manera de informar a los consumidores sobre los principios que se siguen en la producción de los bienes y servicios que manufacturan o venden.

Declaración tripartida de la OIT
La Declaración Tripartita busca promover la contribución positiva y minimizar o resolver las dificultades que las empresas multinacionales ejercen sobre el progreso económico y social. La Declaración está reforzada por cierto número de Convenciones y Recomendaciones de la OIT que definen derechos y obligaciones en términos más específicos. Esta declaración se enfoca sobre varios ejes de trabajo: políticas generales, seguridad del empleo, formación, condiciones de trabajo y de vida (salarios, prestaciones y condiciones de trabajo, edad mínima, seguridad e higiene), relaciones de trabajo (libertad sindical y derecho de sindicación, negociación colectiva, consultas, exámenes de las reclamaciones, soluciones de conflictos laborales).

Líneas Directrices de la OCDE para las empresas
En el año 1976 los países miembros de la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo (OCDE) acordaron las líneas directrices OCDE para las empresas multinacionales. Las Líneas

Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (en adelante, las Directrices) son recomendaciones dirigidas por los gobiernos a las empresas multinacionales. Enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables. La vocación de las Directrices es garantizar que las actividades de esas empresas se desarrollen en armonía con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, contribuir a mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible.

Pacto Global

En el año 1999 surge esta iniciativa de la mano del Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, una nueva vía de influencia sobre las empresas para lograr los objetivos del milenio. Según lo establece el sitio oficial <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/>, el Pacto Global Mundial es una iniciativa voluntaria que establece un marco de trabajo para promover en la empresa un desarrollo sostenible y una buena ciudadanía corporativa. El Pacto no es un instrumento obligatorio o regulador, tampoco es un “sello” o un certificado, ni un código de conducta con vinculación contractual. Promueve la implantación de diez principios básicos de conducta en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción (este último introducido en el año 2004) en la estrategia y las operaciones diarias de la empresa. Las empresas que se adhieran al Pacto se comprometen a publicar un informe de progreso que servirá como herramienta de autoevaluación ya que carece de cualquier mecanismo de supervisión.

Declaración de la Cumbre Mundial de la ONU

La Declaración reafirma la fe de los Estados Miembros en las Naciones Unidas y en su Carta como elementos indispensables para construir un mundo más pacífico, próspero y justo. El reconocimiento de la responsabilidad colectiva de los gobiernos del mundo para lograr la dignidad humana, la igualdad y la equidad; así como la responsabilidad de los líderes del mundo hacia sus ciudadanos, en especial los niños y los más vulnerables, la Declaración de la Cumbre cita la libertad, la igualdad (de los individuos y de las naciones), la solidaridad, la tolerancia, el respeto a la naturaleza y la responsabilidad compartida como seis valores fundamentales para las relaciones internacionales en el siglo XXI.

Guías de estándares de certificación social

En esta categoría se encuentran los sistemas de gestión que son certificados a través de un estándar, es decir, de un modelo o patrón. Este tipo de herramientas sirve para fomentar la credibilidad y confianza de una empresa ante los grupos de interés y el público en general como resultado de un proceso de verificación y certificación tales como los siguientes:

SA 8000

La SA8000 es una certificación voluntaria la cual fue creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI), con el propósito de promover mejores condiciones laborales. La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como justicia social, los derechos de los trabajadores, etc.

ISO 14001

La ISO 14001 es una norma aceptada internacionalmente que establece cómo implementar un sistema de gestión medioambiental (SGM) eficaz. La norma se ha concebido para gestionar el delicado equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción del impacto medioambiental. Con el compromiso de toda la organización, permite lograr ambos objetivos.

SGE 21

La Norma de Empresa SGE 21 es el primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social.

La norma SGE 21 establece nueve áreas de gestión sobre la que se construye el sistema:

- Alta Dirección
- Clientes
- Proveedores
- Recursos Humanos
- Entorno Social
- Entorno Ambiental
- Inversores
- Competencia
- Administraciones Públicas

Guías de información y balances

En esta categoría encontramos los instrumentos que han sido concebidos como herramientas que permiten la sistematización y presentación de resultados dentro de las empresas.

AA 1000

Guía AA1000: Desarrollada por Account Ability, que es un instituto profesional sin ánimo de lucro dedicado a la promoción de la RS. Presenta un carácter más restrictivo que las Guías GRI y proporciona a las organizaciones una guía para poner en marcha un proceso interno de involucramiento con los grupos de interés, con generación de indicadores, objetivos y sistemas de información que permita desarrollar la RS en la organización.

GRI

Según el Global Reporting Initiative (GRI, por sus siglas en inglés), la iniciativa fue creada en 1997 por la convocatoria de la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA) . El GRI ha desarrollado la “Guía para la elaboración de un informe de sostenibilidad”, cuya primera versión surgió en el 2000, la segunda en el 2002 y la tercera en el 2006. Su misión es mejorar la calidad, rigor y utilidad de los reportes de sustentabilidad para que alcancen un nivel equivalente al de los reportes financieros. Se basa fundamentalmente en la implementación del triple balance (triple bottom line), económico, social y medioambiental. La última versión es certificable.

Indicadores Ethos

Los indicadores Ethos, elaborados por el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social de Brasil, constituyen una herramienta de concientización, aprendizaje y monitoreo de la responsabilidad social empresarial, que permite estimular y desarrollar en las organizaciones una gestión socialmente responsable.

Los Indicadores Ethos, están estructurados en forma de cuestionario con tópicos relevantes para una gestión que, contribuyan al desarrollo socio ambiental, los indicadores son un excelente instrumento de concientización, aprendizaje y monitoreo de la responsabilidad social.

ISO 26000

La ISO 26000:2010 es una herramienta cuyo objetivo es proporcionar orientación en lugar de los requisitos, por lo que no se puede certificar a diferencia de otras normas ISO conocido, a partir de esta idea la ISO 26000 ayuda a la empresa a clarificar lo que es la responsabilidad social. Está dirigido a todo tipo de organizaciones, independientemente de su actividad, tamaño o ubicación.

El estándar fue lanzado en 2010, tras cinco años de negociaciones entre muchos actores de diferentes partes del mundo, como representantes de los gobiernos, las ONG's la industria, los grupos de consumidores y las organizaciones sindicales, esto se tradujo en una herramienta que representa un consenso internacional.

Índices de posición y clasificación para fondos de inversión

Los índices de posición y clasificación son herramientas desarrolladas para orientar las decisiones de los inversores, sin embargo, en la actualidad pueden servir como referencia a los consumidores y demás grupos de interés y a la propia empresa (Olcese, 2009) que desean hacer inversiones socialmente responsables.

Con las nuevas tendencias algunos de estos índices han incorporado elementos que permiten evaluar el cumplimiento en materia ambiental, social y laboral de empresas socialmente responsables. Estos índices selectivos en responsabilidad social corporativa y sostenibilidad se construyen con el objetivo de aportar información a inversores institucionales y minoristas que valoran en su decisión de compra de acciones, además de los resultados económicos.

Dow Standard Index

Dow Jones Sustainability Index: Creados en 1999, se trata de una familia de índices a nivel global (Dow Jones Sustainability World Index), Europeo (Dow Jones STOXX Sustainability Index), en Norteamérica (Dow Jones Sustainability North America Index y Dow Jones Sustainability United States Index) y Asia/Pacific benchmarks. En ellos están representadas las compañías e industrias que han alcanzado mejores índices de sostenibilidad e integración económica, social y medioambiental según la agencia Sustainable Asset Management (SAM).

FTSE Good

Estos índices tienen como principal objetivo ayudar a los inversionistas a identificar aquellas empresas que a nivel global cumplen con estándares reconocidos de RS. Para ello, trabaja de forma conjunta con Empowering Responsible Investment (EIRIS) organización independiente sin fines de lucro y su red de socios internacionales (en España trabaja con la Fundación Ecología y Desarrollo). Los criterios sociales de selección de valores de FTSE4Good están basados en principios internacionales generalmente aceptados.

Indicadores e índices para medir la responsabilidad social en Centroamérica

IndicaRSE

La región centroamericana se compone de países con áreas relativamente pequeñas y un número de habitantes reducido (en comparación con naciones de otras latitudes); no obstante, al integrar estos países se obtiene cifras más atractivas en términos de negociaciones políticas y comerciales; de ahí la trascendencia del proceso de integración centroamericana; el cual no se limita a los aspectos estrictamente comerciales o políticos; sino a campos con una creciente importancia en el ámbito nacional e internacional. Lo anterior ha sido evidente con la consolidación, en los países centroamericanos, de organizaciones encargadas de promocionar la adquisición de prácticas socialmente responsables por parte del empresariado nacional; es así como surge CENTRARSE en Guatemala (1998), FUNDEMÁS en el Salvador (2000), FUNDAHRSE en Honduras (2004), UNIRSE en Nicaragua (2005), AED en Costa Rica (1997) e INTEGRARSE en Panamá (2000).

La unión de esfuerzos por parte de estas instituciones, en eventos como conferencias regionales, en las cuales se compartían experiencias de trabajo, originó la propuesta de implementar indicadores a nivel centroamericano sobre responsabilidad social empresarial creándose así, en el año 2008, el sistema Centroamericano de indicadores de RSE o Indicarse.

De acuerdo con el libro IndiCARSE (2008) los primeros esfuerzos se dieron en el año 2002 en El Salvador durante la Conferencia Centroamericana sobre RSE.

Posteriormente, en el año 2003, surgen las organizaciones CentraRSE y FundaHRSE y se celebra otra conferencia regional sobre la materia. No obstante, es hasta el año 2004 cuando, durante la Primera Conferencia Interamericana de RSE en Panamá que los y las representantes de los diferentes países convergen en la idea de desarrollar una estrategia para implementar la RSE regionalmente.

Para ese mismo año se realiza una reunión regional, convocada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en la que se propuso la aplicación de indicadores regionales, junto con el desarrollo de una herramienta de medición para los países de Centroamérica. En el año 2007, aprueba el financiamiento para desarrollar el Proyecto Regional para la Creación de los Indicadores Centroamericanos; los cuales se dan a conocer públicamente un año después.

La creación de Indicarse responde a las motivaciones integracionistas de la región con la motivación de que sea percibida en calidad de bloque por parte de los demás países del mundo; así lo menciona IndiCARSE (2008; 11):

Dicho compromiso ha conseguido conformar una red de trabajo en materia de RSE que ha llevado a la creación de un Sistema de Autoevaluación y benchmarking para la región centroamericana, el cual plantea el modelo de hacer negocios en la región de Centroamérica con sentido de bloque económico y productivo.

Entre los motivos para su creación están (IndiCARSE 2008; 16):

- Una población mundial más consciente del respeto por los Derechos Humanos, el respeto a las garantías laborales y el alcance de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
- La apertura comercial y la regionalización; así como la estructuración de una economía basada en innovaciones.
- Mercados más exigentes regulados por tratados de libre comercio estrictos en términos de calidad y producción de los bienes y servicios.
- Un mayor interés de la región por integrarse y actuar en el escenario mundial como una sola.
- La expansión del sector productivo centroamericano ante la creciente competencia a nivel interno de cada país.
- Mostrar una región centroamericana unificada en materia de RSE; aspecto que posibilite la captación de capitales y la penetración de nuevos mercados.
- Evitar la implementación de modelos de gestión de RSE importados que no se adaptan a la realidad empresarial centroamericana.
- Lograr cohesión empresarial regional y contrarrestar el impacto de la creciente economía informal.

IndicaRSE es “un instrumento de auto-evaluación que se basa en modelos de indicadores de RSE internacionales y latinoamericanos, adaptados al contexto centroamericano” (SUMARSE 2012). Se trata de un conjunto de buenas prácticas para elaborar un plan de incorporación de RSE a los procesos corporativos. Además, es aplicable a cualquier empresa; no importa su tamaño o sector económico.

En síntesis, la finalidad de IndicaRSE es “preparar la región para las nuevas necesidades de la globalización” (Dietrich citado por IndicaRSE 2008; 19). Comprende un proceso de autoevaluación a partir de un conjunto de mediciones cualitativas y cuantitativas sobre temas relacionados con las políticas internas, el medio ambiente, las relaciones con proveedores y público, mercadeo, entre otras. Esta medición no se debe confundir con una certificación, ya que es la empresa la única protagonista del proceso y sólo recibe orientación por parte de la organización del país en el que opera. Por tanto, el principal objetivo de la herramienta es “generar líneas orientadoras para guiar y precisar el camino o ruta por el cual una empresa asume su responsabilidad social” (IndicaRSE 2008; 20).

La herramienta es un *software* disponible en el sitio Web: <http://www.indicarse.org/>, al cual sólo tiene acceso las empresas que formen parte de las organizaciones autorizadas en cada país para ejecutarlo.

El indicador se compone de siete áreas o ejes; a saber (IndiCARSE 2008):

Gobernabilidad: Base de la RSE que permite identificar los valores y comportamientos deseables por parte de quienes integran la empresa. Su importancia radica en que “prevé conflictos y promueve la transparencia interna y externa”. Temas como la transparencia, la equidad corporativa, el cumplimiento de las responsabilidades y la prevención del conflicto en aspectos de interés son críticos en este eje. Así mismo, tópicos como la legalidad, los principios éticos, la cultura organizacional, la transparencia social y la propiedad intelectual son abordados desde la gobernabilidad.

Público interno: Conformado por accionistas, directivos(as), colaboradores(as), trabajadores(as) y contratistas. Abarca el cumplimiento de la legislación nacional laboral y de los compromisos adquiridos a nivel internacional por parte del país, específicamente, en el seno de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Esto, ya que existe un vínculo directo entre la motivación del o la colaborador(a) con la productividad; dicha motivación sólo se origina si la empresa brinda las condiciones necesarias para que la persona pueda desempeñar su labor de manera digna. Dentro de este eje se ubican subtemas como el trabajo juvenil, la recreación, la conjugación de tiempo laboral y personal y la influencia de la familia de los y las trabajadores(as).

Comunidades: Hace referencia al entorno inmediato en el que opera la empresa. Este eje centra su atención en asegurar prácticas de “ganar-ganar” en la relación empresa-comunidad en un contexto de “responsabilidad compartida”.

Medio Ambiente: Se enfoca en el uso sostenible de los recursos por parte de la organización, lo cual redunde en un impacto mínimo en el medio ambiente de sus actividades diarias. Sistemas de riego, alumbrado eficiente, tratamiento de desechos y control de emisiones son considerados como trascendentales.

Mercadeo: “El mercadeo no es solamente venta y publicidad, sino que incluye también investigación de mercado, precio, promoción y distribución”. Incluye dos conceptos claves: calidad y seguridad en la oferta de la empresa; mismos que aseguren la fidelidad del o la cliente hacia el producto. Aborda temáticas relacionadas con la política de mercadeo, la comunicación, la atención al cliente, calidad y seguridad de los productos.

Política pública: Destacan las alianzas público-privadas donde el objetivo sea el bienestar de la sociedad mediante la ejecución de proyectos conjuntos.

Proveedores: La empresa que realiza la autoevaluación debe también examinar la calidad de las compañías proveedoras y cerciorarse que cumplen con los estándares de RSE. Dentro de esta área se incentivan los negocios inclusivos, es decir, hacer partícipes a las micro, pequeñas y medianas empresas de las estrategias de RSE; aspecto que les permita actuar como proveedoras de grandes corporaciones que destacan por su compromiso social.

La importancia de un indicador como IndiCARSE radica en una naturaleza homologada con otras mediciones en Centroamérica y con la norma internacional sobre responsabilidad social empresarial, ISO 26000, lo que permite la comparación objetiva de los resultados (siempre que la empresa, en una actitud de conciencia, se facilite la información correcta): “Se puede afirmar, que el principal objetivo del proceso de homologación de los Sistemas de Indicadores de RSE de la Región Centroamericana,

es la elaboración de una herramienta de medición (auto-evaluación) cerca del estado de la gestión empresarial, tanto al interno como al externo” (IndiCARSE 2008: 26). También, su principal función se enfoca en el examen integral de las políticas y las prácticas institucionales; más no en el resultado de estas.

Tabla N. 3
Comparación de IndiCARSE con otras mediciones internacionales

	Legislación Nacional	Convenios de OIT Ratificados por Guatemala	Nº Declaración Universal de Derechos Humanos	Pacto Global	Metas del Milenio	SA 8000	WRAPP	OHSAS	OECD	Sarbanes-Oxley	ISO 9,000 / 14,000	ISO 26,000	GRI
Gobernabilidad	x	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x
Público Interno	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Medio Ambiente	x			x	x		x		x		x	x	x
Proveedores	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x
Mercadeo	x		x	x	x				x		x	x	x
Comunidades	x		x	x	x				x			x	x
Política Pública	x		x	x	x				x			x	x

Fuente: CENTRARSE, 2012.

IndiCARSE consta de una batería o conjunto de preguntas, detalladas a continuación (Ver Tabla N. 4):

Indicadores de RSE		
Eje	Indicador	¿Qué es?
Gobernabilidad	Legalidad	Cumple requisitos legales nacionales.
Gobernabilidad	Principios éticos	Código de ética. Cumple requisitos legales nacionales.
Gobernabilidad	Principios éticos	Políticas de prohibición de prácticas ilegales para obtener ganancias. Políticas de prohibición de prácticas ilegales para obtener ganancias.
Gobernabilidad	Cultura organizacional	Incorporación de la RSE dentro de la estrategia de empresa.
Gobernabilidad	Gobernabilidad corporativa	Existen políticas que regulan las responsabilidades de directivos.
Gobernabilidad	Gobernabilidad corporativa	Existen políticas que regulan las responsabilidades de directivos.
Gobernabilidad	Transparencia con la sociedad	Se realizan diálogos con públicos especializados.
Gobernabilidad	Transparencia con la sociedad	Se realizan diálogos con públicos especializados.
Gobernabilidad	Propiedad intelectual	Mecanismos para asegurar el respeto a la propiedad intelectual.
Gobernabilidad	Propiedad intelectual	Mecanismos para asegurar el respeto a la propiedad intelectual.
Público interno	Condiciones de trabajo	Se establecen contratos de trabajo escritos.
Público interno	Condiciones de trabajo	Pagos de las prestaciones correspondientes. Se establecen contratos de trabajo escritos. Pagos de las prestaciones correspondientes.
Público interno	Diálogo y participación	Existen políticas que permiten la libertad de asociación entre colaboradores.
Público interno	Diálogo y participación	Existen políticas que permiten la libertad de asociación entre colaboradores.
Público interno	Respeto al individuo	Se prohíbe el trabajo infantil.
Público interno	Respeto al individuo	Existen políticas contra el maltrato físico o psicológico en la empresa. Se prohíbe el trabajo infantil. Existen políticas contra el maltrato físico o psicológico en la empresa. Se disponen de mecanismos para denunciar el acoso o abuso. Se disponen de mecanismos para denunciar el acoso o abuso.
Público interno	Desarrollo del colaborador	Programas de desarrollo personal y profesional para colaboradores.
Público interno	Desarrollo del colaborador	Programas de desarrollo personal y profesional para colaboradores.
Medio ambiente	Administración interna del impacto ambiental	Cumplimiento de legislación nacional e internacional ambiental.
Medio ambiente	Administración interna del impacto ambiental	Cumplimiento de legislación nacional e internacional ambiental. Identificación de riesgos al medio ambiente.
Medio ambiente	Admisión sostenible de insumos de la empresa	Identificación de riesgos al medio ambiente. Se cuenta con mecanismos para manejar desechos e insumos.
Medio ambiente	Admisión sostenible de insumos de la empresa	Se cuenta con mecanismos para manejar desechos e insumos.
Medio ambiente	Impacto del proceso	Envío de residuos a destinos adecuados para su tratamiento.
Medio ambiente	Impacto del proceso	Se emplean criterios ambientales en el diseño de productos. Envío de residuos a destinos adecuados para su tratamiento.
Proveedores	Selección de proveedores	Existe política de selección de proveedores y subcontratación.
Proveedores	Selección de proveedores	Existe política de selección de proveedores y subcontratación.
Proveedores	Relación con proveedores	Apoyo de la empresa a proveedores en RSE.
Mercadeo	Relación de mercado y comunicación	Política para minimizar impacto de los medios de comunicación en medio ambiente.
Mercadeo	Relación de mercado y comunicación	Política para minimizar impacto de los medios de comunicación en medio ambiente. Políticas en contra de la publicidad engañosa.
Mercadeo	Excelencia de la atención al cliente	Política de atención al cliente.
Mercadeo	Excelencia de la atención al cliente	Política de atención al cliente.
Mercadeo	Calidad y seguridad de los productos	Existe un sistema de control de daños potenciales.
Mercadeo	Calidad y seguridad de los productos	Existe un sistema de control de daños potenciales.
Comunidad	Participación en la comunidad	Participa activamente en la comunidad inmediata.
Comunidad	Participación en la comunidad	Participa activamente en la comunidad inmediata.
Comunidad	Inversión social	Existen políticas de inversión social.
Política pública	Transparencia política	Transparencia política para el fortalecimiento institucional.
Política pública	Proyectos conjuntos	Desarrollo de proyectos mediante alianzas público privadas.
Política pública	Proyectos conjuntos	Desarrollo de proyectos mediante alianzas público privadas.

Fuente: Elaboración propia a partir de IndiCARSE (2008).

Fuente: Elaboración propia a partir de IndiCARSE (2008).

La empresa interesada en realizar la autoevaluación solicita el acceso al sistema y un Comité de responsabilidad social empresarial, previamente conformado, contesta la batería de preguntas. Inmediatamente, al finalizar el llenado del formulario, el sistema brinda un reporte con los resultados. No obstante, el informe regional (con los resultados de las empresas de los otros países) se envía cuando se finalice el proceso de evaluación por región).

El reporte no indica que la empresa es “100% responsable”, más se identifica la existencia de prácticas responsables y las áreas que se deben mejorar. La organización encargada de administrar el software facilita un conjunto de recomendaciones que apoyan el proceso de mejora interna de la compañía.

Durante el proceso de autoevaluación la empresa recibe, por parte de la organización de RSE, colaboración en áreas como (AED 2012):

- Sensibilización en RSE para Alta Gerencia.
- Taller de introducción a la RSE dirigido al Comité de RSE.
- Cuestionarios de evaluación en formato Excel para que las empresas preparen sus respuestas.
- Sesiones de revisión y consulta sobre los ejes completados.
- Supervisión en el proceso de llenado del formulario en línea.
- Revisión en la congruencia de las respuestas finales.
- Generación de reportes y análisis de resultados a nivel nacional, regional, por sector de actividad económica, cantidad de colaboradores y rango de ventas.
- Sesión de retroalimentación con los resultados de la autoevaluación.

Se recomienda una autoevaluación anual, ya que se trata de un proceso gradual de mejora. Sin embargo, es la empresa la que decide la periodicidad de la reflexión interna, según sus expectativas e intereses. En el caso de Costa Rica, y según AED (2012), y para el año 2011, se contabilizaron 43 autoevaluaciones y, en un periodo de seis años (desde el inicio del indicador) se ha realizado un total de 75 autoevaluaciones. Según datos de INTEGRARSE (2012) a nivel regional, el número de empresas participantes de la evaluación ha incrementado paulatinamente, mientras que en el primer proceso realizado en el año 2009 participaron 189 empresas, en el 2010 la cifra incrementó a 243 compañías y en el 2011 ascendió a 289 organizaciones, números que evidencian el interés por incorporar estrategias socialmente responsables por parte del empresariado centroamericano.

El empleo de una herramienta como IndiCARSE pretende unificar los esfuerzos para enfrentar las denominadas barreras no arancelarias. Así mismo, busca sentar un precedente de impacto por su interés en reformar los procesos de realización de negocios y fijar sistemas de estándares propios en la evaluación del cumplimiento de la RSE.

Por otra parte, la aplicación es sencilla y depende totalmente de la empresa, quien deberá encargarse de brindar información fidedigna para responder a cada indicador; dicha información sólo será accesible para la empresa y el personal encargado de hacer las recomendaciones.

Es un sistema universal, se aplica a cualquier sector productivo, y permite obtener resultados claros y precisos. Por otra parte, al realizarse a nivel regional posibilita a las compañías la comparación con sus similares centroamericanas con el objetivo de evaluar el éxito en la ejecución de sus estrategias de RSE y aplicar *benchmarking* de ser necesario.

Otros beneficios de la autoevaluación con IndiCARSE de acuerdo con la Asociación Empresarial para el Desarrollo son los siguientes: (AED, 2012):

- Mide el nivel de desarrollo RSE en los ejes del Modelo de RSE para Costa Rica.
- Formaliza procesos de RSE existentes y no documentados.
- Genera insumos para elaborar planes de mejora e incorporación de buenas prácticas.
- Facilita el intercambio de experiencias.
- Genera información fiable para las partes interesadas que se puede compartir mediante memorias, reportes de sostenibilidad; entre otros.
- Posibilita a la empresa rastrear diversas iniciativas de negocios para tener un panorama de sus acciones en RSE.
- Constituye un elemento diferenciador en el mercado.

IndiCARSE Pymes

Debido a la trascendencia del sector pequeñas y medianas empresas a nivel centroamericano y, específicamente en Costa Rica, es que AED adaptó los indicadores sobre RSE regionales para que este sector pueda realizar un proceso de autoevaluación que les permita aplicar una estrategia exitosa de incorporación de RSE a sus labores cotidianas. Así surge IndiCARSE Pymes como “un proceso de adaptación de los indicadores centroamericanos de RSE presentados en el 2008 por la Integración Centroamericana por la Responsabilidad Social Empresarial (INTEGRARSE) y una homologación de los mismos con otros cuestionarios regionales” (AED s.f.). A diferencia del sistema IndiCARSE regional, este indicador está abierto todo el año, con excepción del mes de diciembre, mismo en el que se realiza la evaluación de los resultados.

De acuerdo a AED (s.f.) IndiCARSE Pymes comprende un número de indicadores segmentado en tres niveles, acordes a las necesidades y el avance de la organización en RSE. El primer nivel cuenta con 72 indicadores sobre el cumplimiento de la ley. El segundo nivel está compuesto por 134 indicadores relativos a la reflexión interna de prácticas por encima de la legislación vigente y el cuarto nivel dispone de 208 indicadores con prácticas innovadoras en materia de RSE en Pymes. Desde su lanzamiento cerca de 99 Pymes han realizado el proceso de autoevaluación.

Homologación de IndiCARSE con la norma ISO 26 000

La autoevaluación regional del año 2012 presentó una variante relacionada con la homologación de los indicadores aplicados anteriormente con la guía de Responsabilidad Social ISO 26 000, reconocida a nivel mundial. Dicho cambio “aparte de brindarle información a la empresa de su avance en función a los siete ejes de IndiCARSE, lo hará también en función a las siete materias fundamentales², así como los aspectos y expectativas que contempla ISO 26 000 de Responsabilidad Social” (INTEGRARSE 2012), lo anterior “contribuirá a mejorar, identificar y desarrollar sus proyectos de RSE de manera estratégica, en base a un estándar mundial” (INTEGRARSE 2012).

La ISO 26000 proporciona una guía a toda organización sobre principios, conceptos y materias fundamentales relacionadas con responsabilidad social. El texto recoge un acuerdo global sobre definiciones y principios de Responsabilidad Social, así como orientaciones sobre cómo integrar la Responsabilidad Social en las operaciones de la organización. (AED 2012)

Después de haber revisado como se originaron los mecanismos de medición dentro de la responsabilidad social y como en los últimos años ha tomado un importante auge en las empresas y los países, a pesar del escepticismo de algunos actores, para otros en su mayoría los efectos de la RS son parte de un método que permite la movilidad social entre los diferentes grupos interesados.

Partiendo del hecho de que las empresas no son ONG´, estas necesitan justificar sus programas de acción social empresarial para medir sus impactos y esto se logra por medio de la medición mediante los instrumentos disponibles, en definitiva lo que no se mide no es perceptible a la mejora y lo que no se mejora está destinado al fracaso.

5. Consideraciones finales

Según Ogalla (2006) de cara a la implementación del sistema integrado de gestión ética y socialmente responsable, se deben realizar cinco fases: (a) interés en desarrollar la política de RSE; (b) analizar la situación actual; (c) desarrollar un plan de trabajo; (d) implementar el sistema de gestión; y (e) dar seguimiento y revisión al sistema.

Al respecto de la última fase en la que se despliegan los esfuerzos de medición, evaluación, mejoramiento y comunicación de los resultados y los impactos de la RSE, los sistemas de información y medición del objeto de estudio en cuestión no escapan de críticas en su favor y en su contra.

Sin duda alguna, una de las principales fortalezas de los sistemas de información y medición de la RSE radica en la bondad que tienen para facilitar la verificación de los progresos de la empresa.

Otra fortaleza de estos sistemas de información y medición de la RSE se deriva de la existencia de una serie de guías y herramientas para la evaluación del objeto de estudio en cuestión, tales como:

- Principios declarativos y códigos de conducta,
- Guía de estándares de certificación social,
- Guías de información y balances, e
- Índices de posición y clasificación para fondos de inversión.

Aún cuando, los sistemas de gestión sirven para fomentar la credibilidad y confianza de una empresa ante los grupos de interés y el público en general como un resultado de un proceso de verificación y certificación (PFFRSE, Unidad 4, 2009, 2) la principal desventaja de los sistemas de información y medición de la RSE -que son certificados a través de un estándar, un modelo o un patrón basados en un estándar- consiste en que podría excluir algunas dimensiones del conjunto de variables que tenga un contexto empresarial en particular que no se encuentren consideradas en tal estándar o bien algunas de las propuestas por el estándar que no sean pertinentes para dicho contexto.

Otra de las desventajas radica en los requisitos en los que se basa la implementación de la norma, estándar, modelo o patrón que no sea cumplido a cabalidad por la organización que aplique el sistema de información y medición de la RSE y le ocasione una “no conformidad”.

Referencias

AED. 2012. Preguntas frecuentes Autoevaluación en RSE 2012. Disponible en: <http://www.aedcr.com/Documentos/IndiCARSE/FAQAutoevaluacion2012.pdf>. Revisado: 25 de junio de 2013.

Asociación Empresarial para el Desarrollo. S.f. Pymes medirán su responsabilidad social empresarial en forma digital. Disponible en: http://www.aedcr.com/noticias_aed_detalle.php?id=69. Revisado: 25 de junio de 2013.

Asociación Empresarial para el Desarrollo. 24 de octubre de 2012. 34 empresas obtienen resultados de alineación con norma internacional de Responsabilidad Social. Disponible en: http://www.aedcr.com/noticias_aed_detalle.php?id=155. Revisado: 25 de junio de 2013.

Centrarse. 2012. IndiCARSE. Disponible en: http://centrarse.org/?page_id=1369. Revisado: 25 de junio de 2013.

Comité RSE Dacotrans de Centroamérica S. de R.L. 2013. Incorporación de la RSE. Disponible en: <http://fundahrse.org/congresoRSE/wp-content/uploads/2013/05/Valor-Agregado-de-la-RSE-PY-MES-Dacotrans-de-Centroamerica-Christopher-Knuth-.pdf> Revisado: 25 de junio de 2013.

Comisión Europea (CE). (2002). Comunicación de la Comisión relativa a la Responsabilidad Social de las Empresas: Una Contribución Empresarial al Desarrollo Sostenible. Diario Oficial de la Unión Europea, Unión Europea, Bruselas.

Foro de Expertos (F.E.). (2005). Definición y ámbito de la RSE: primer documento provisional. Madrid: España.

Fundemás. s.f. INDICARSE. Disponible en: http://www.fundemas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=425&Itemid=88. Revisado: 25 de junio de 2013.

García-Marzá, D. (2006). La responsabilidad social de la empresa: Una definición desde la ética empresarial. Universitat Jaume I.

Harvard Business Review. (2008). La nota (publicada en enero) se basa en un libro de Margolis y Walsh (People and Profits?).

IndiCARSE. 2008. Sistema de Indicadores de RSE para la región Centroamérica. Disponible en: www.aedcr.com/required/descargaArchivo.php?des=48...indicarse.pdf. Revisado: 25 de junio de 2013.

INTEGRARSE. 2012. Integración Centroamericana por la Responsabilidad Social Empresarial. Disponible en: <http://www.integrarse.org/>. Revisado: 25 de junio de 2013.

ISO. (2004). Working Report Social Responsibility. Documento preparado por el ISO Advisory group on Social Responsibility.

Mejía, Juan Francisco. (2008). La Responsabilidad Social Empresarial: Elemento Estratégico para el Crecimiento y Competitividad. PYMES: Visión Estratégica para el Desarrollo Económico y Social. Publicado por el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA) financiado con recursos de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

OIT. (1998). Declaración sobre los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo. Olcese Santonja, A. (2008), Manual de la Empresa Responsable y Sostenible, McGraw-Hill, Madrid.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (2001). Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.

Paternoster, Agustín. (s.f.). Herramientas para medir la sostenibilidad corporativa: un análisis comparativo de las memorias de sostenibilidad. Cátedra UNESCO de Sostenibilitat. Universitat Politècnica de Catalunya.

Raufflet, Emmanuel y Otros. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. Primera Edición, Pearson Educación, México.

Sumarse. 2012. Indicarse. Disponible en: <http://www.sumarse.org.pa/site/indicarse/>. Revisado: 25 de junio de 2013.

Vives, Antonio y Peinado-Vara, Estrella. (2011). La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina. Publicación del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo.

Wood, Donna. (1993). Academy of Management Review. Corporate Social Performance Revisited. 16 (4), págs. 691-718.

Sitios de internet.

<http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/>

<http://www3.ethos.org.br/conteudo/iniciativas/indicadores/#.UceCFBaIU5g>

<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>

The background of the entire page features a stylized illustration. On the left, a large, solid orange circle is formed by several hands of varying shades of orange, reaching in from the edges. Inside this circle, a city skyline with various skyscrapers is visible. On the right, a large, light yellow circle is also formed by hands, with a city skyline visible within it. The text is centered within the orange circle on the right side.

Capítulo IV

Instancias promotoras de la responsabilidad social empresarial en Costa Rica



La responsabilidad social empresarial implica un cambio de paradigma en la forma tradicional de hacer negocios. Es una nueva manera de hacer empresa, una manera que supera el modelo antiguo basado en la teoría de Milton Friedman, de que la única obligación o responsabilidad social que posee y debe poseer una empresa es la maximización de la riqueza para sus accionistas, dentro del marco legal y las reglas del juego que hayan sido acordadas entre las partes, por un modelo de gestión que busca crear valor económico, social y medioambiental, considerando las expectativas de sus diversas partes interesadas (trabajadores, comunidades, autoridades, entre otras). (Valverde, 2012)

La responsabilidad social apenas está revelando el potencial que tiene, al pasar de ser una simple estrategia de negocios para convertirse en un espacio de cooperación y desarrollo, que permite identificar soluciones a los principales problemas sociales, económicos y ambientales y se ha convertido en una herramienta para apoyar a los países en desarrollo a incorporarse al orden mundial globalizado.

Sin duda alguna el tema de responsabilidad social ha ido cobrando fuerza en la agenda de las empresas privadas y públicas y poco a poco va calando en la sociedad a través del surgimiento de iniciativas, organizaciones e instancias diversas para promover la responsabilidad social con actividades, programas, proyectos, acciones comunales, entre otras prácticas. Entre las organizaciones más relevantes que operan en Costa Rica, se destacan las siguientes:

Asociación Empresarial para el Desarrollo

Esta entidad nació el 19 de agosto de 1997, como una iniciativa de Walter Kissling con el apoyo de Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE) quienes convocaron el “Encuentro de Líderes Empresariales: Nuestro Rol en la Construcción del Futuro”. Es así como 34 empresas nacionales y multinacionales se constituyeron en asociados fundadores de AED con la visión de involucrar al sector empresarial en el desarrollo humano del país, buscando promover una forma de relacionamiento diferente entre el sector empresarial y otros sectores de la sociedad como las ONG’s y el Estado. (AED, 2013)

Inicialmente la organización buscaba concentrar los esfuerzos y recursos de la organización a proyectos vinculados con tema de educación, a través del patrocinio de iniciativas y programas de voluntariado. Con los años, este enfoque fue evolucionando de forma más estratégica en paralelo con la evolución de los nuevos conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Desarrollo Sostenible.

A finales del 2004, AED presentó al país el Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica, con el desarrollo técnico de INCAE y el financiamiento de Hivos. “Parte del aporte de AED a la evolución de la responsabilidad social en las empresas costarricense es la herramienta de auto evaluación que acompaña al Modelo. Esta herramienta permite a las empresas medirse y compararse, con el fin de mejorar sus prácticas corporativas en RSE, comprometerse con el desarrollo sostenible, asumir un papel proactivo en la construcción de una mejor sociedad y un clima empresarial óptimo”. (AED, 2013)

Tal y como se evidencia en los diferentes documentos de referencia, con el paso de los años, y siguiendo la evolución de la temática de RSE, AED se convirtió en el capítulo costarricense de organismos internacionales tales como: United Way en el 2002, el World Business Council for Sustainable Development en el 2004 y en el 2006 de la Red Forum Empresa, que aglutina a nivel hemisférico las principales organizaciones empresariales que promueven la temática en el continente.

Como organización empresarial orientada a promover la responsabilidad social en Costa Rica, se ha propuesto “asumir un compromiso con el desarrollo sostenible del país a través del esfuerzo coordinado del sector productivo, mediante la sensibilización, implementación y ejecución de acciones de

Responsabilidad Empresarial en la gestión de negocios, tomando en cuenta a los diferentes grupos de interés, y promoviendo la inversión social estratégica en proyectos de alianza público privada dirigidos a generar mayor inclusión y cohesión social”. (AED, 2013)

Opera mediante una alianza empresarial enfocada en la promoción de las buenas prácticas empresariales en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental; con el fin último de adquirir mayor competitividad y contribuir afirmativamente al desarrollo del país.

De acuerdo con Yazmín Montoya en su investigación (2010) al principio la entidad tuvo un enfoque principalmente filantrópico, pero evolucionó. Hasta el 2002 la entidad se dedicó a apoyar iniciativas propuestas por organizaciones no gubernamentales, las cuales beneficiaban a diferentes sectores de la sociedad costarricense que eran considerados en desventaja o riesgo social y, adicionalmente, desarrollaron programas propios como fueron *Donemos Un Día en la Escuela* (que buscaba mejorar la infraestructura escolar), *Un Poquitico de Mí* (que daba oportunidades de educación a menores de edad), *Unidos en la Escuela* (que construía un ambiente seguro, agradable, solidario y estimulante), entre otros.

A partir del 2007, y ya en el 2008 más fuertemente, se empezó a trabajar en la región centroamericana en una propuesta de homologación de herramientas, dando como resultado una propuesta de las seis organizaciones de la Red Integrarse (Integración Centroamericana por la RSE). La homologación estuvo lista en 2008 y como consecuencia, se pasó de los ocho ejes de AED a siete, que eran:

- a. Gobernabilidad
- b. Público interno
- c. Ambiente
- d. Proveedores
- e. Comunidad
- f. Política pública
- g. Mercadeo responsable

La herramienta homologada implicó para Costa Rica disminuir la cantidad de indicadores, por lo que AED optó por adoptar la base de Centroamérica, que son 255 preguntas, y tener 90 preguntas adicionales únicamente para Costa Rica, de esa manera no se debieron abandonar sub ejes. La idea es priorizar las áreas estratégicas que son afines a todo tipo de negocio independientemente de que sea industria, servicio, comercio.

Su misión actual es promover una nueva cultura de responsabilidad social empresarial, que permita, por medio de participación directa, voluntariado, alianzas y fortalecimiento de instituciones sin fines de lucro, fomentar el desarrollo humano sostenible del país.

Esta organización promueve foros, seminarios, talleres y el intercambio de conocimientos mediante sus alianzas con organismos internacionales especializados.

El Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social

En el año 2004, mediante la *Primera conferencia de Responsabilidad Social Empresarial* promovida por la Cooperación Técnica Alemana para el Desarrollo, se discutió y ahondó por primera vez en Costa Rica la importancia de la responsabilidad social empresarial como un instrumento de competitividad, el nuevo rol de las empresas dentro de la sociedad y el desarrollo, y nuevas formas de asociación multisectorial. (CCNRS, 2013)

De acuerdo con el CCNRS, (2010) en el año 2007, se suscitó un avance significativo al haber posicionado en forma visible el tema de la responsabilidad social como un instrumento de competitividad de las empresas, de las ONG y como instrumento de gobernabilidad. El trabajo durante ese año resultó en el lanzamiento de los “Lineamientos para una Agenda de RSE para Costa Rica”, la cual ha sido una iniciativa única y novedosa en América Latina, ya que mediante un proceso de consulta nacional se elaboran las áreas de conformación de la responsabilidad social en el marco de un nuevo pacto social para Costa Rica, orientado a fortalecer la sostenibilidad y gobernabilidad democrática.

Con el fin de promover la responsabilidad social como mecanismo para consolidar el desarrollo y la gobernabilidad democrática en Costa Rica, el 8 de julio del 2008 se firmó en el Museo de Arte Costarricense, el acuerdo constitutivo del Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad social. Dicho acuerdo es producto del esfuerzo conjunto de un grupo de organizaciones comprometidas con la Responsabilidad Social en Costa Rica. (Valverde, 2009)

La iniciativa recoge el apoyo de distintos sectores consolidados en el país que se han integrado para coordinar un plan de trabajo de largo plazo que venga a juntar acciones, experiencias y esfuerzos que por muchos años se han trabajado aisladamente.

El CCNRS surge con la intención de ir creando una agenda nacional de RSE integrando los puntos de vista de diferentes actores sociales. Su objetivo fundamental es ser un agente articulador de sinergias y servir de plataforma de integración permanente y sostenible para la definición, validación, posicionamiento, implementación y seguimiento de la responsabilidad social en Costa Rica, entre todos los actores involucrados.

Hoy en día la entidad cuenta con los siguientes miembros plenos: Asociación de Consumidores de Costa Rica, Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED), AVINA Costa Rica, Cámara de Industrias de Costa Rica (CICR), Colegio de Profesionales en Ciencias Económicas (CPCE), Colegio Federado de Ingenieros y de Arquitectos (CFIA), Comisión para el Fortalecimiento del Sector de Acueductos Comunes (COFORSA), Confederación de Cooperativas del Caribe, Centro y Sur América (CCC-CA), Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional, Fundación Centro de Gestión Tecnológica e Informática Industrial (CEGESTI), Fundación para la Sostenibilidad y la Equidad (ALIARSE), Instituto Centroamericano de Administración de Empresas / Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (INCAE/CLADS), Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM), Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica (INTECO), Movimiento Solidario Costarricense.

Asimismo cuenta con los siguientes miembros honorarios: Agencia de Cooperación Alemana (GIZ), Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), Defensoría de los Habitantes, Ministerio de Ambiente y Telecomunicaciones (MINAET), Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN), Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Y cuenta con los siguientes miembros que participan únicamente en comités de trabajo: Alianza de Negocios Responsables (RBA), Intel Corporation, Programa Planeta Interno, Universidad para la Paz (UPaz) y Walmart.

El CCNRS ha diseñado un plan de trabajo, un reglamento interno y ha definido alianzas estratégicas entre organizaciones para ejecutar proyectos sobre temas afines.

De acuerdo con la señora Elizabeth Caravaca, Directora Ejecutiva del CCNRS (2013, sus objetivos son: “a. Identificar y proponer iniciativas (proyectos, políticas, modelos) que incidan en el desarrollo humano sostenible, b. Propiciar y concretar los espacios de formación en RS, c. Acordar prioridades y posiciones en el seno del CCNRS sobre áreas de incidencia en desarrollo humano sostenible, d.

Consensuar iniciativas de desarrollo con los grupos de interés pertinentes, e. Recomendar políticas, propuestas, iniciativas o buenas prácticas de RS a los sectores público, privado y de la sociedad y f. Ejecutar la estrategia de comunicación que permita la incidencia del CCNRS con sus diferentes grupos de interés (tanto internos como externos).

En la actualidad el CCNRS aborda las siguientes áreas de trabajo:

Desarrollo económico y social

El Consejo contribuirá a impulsar iniciativas y elevar recomendaciones que contribuyan a promover un desarrollo económico y social eficiente, incluyente y participativo mediante la incorporación de una visión multisectorial de responsabilidad social.

Desarrollo ambiental

Mediante la incorporación del enfoque y los principios de responsabilidad social, el Consejo contribuirá a la formulación y puesta en marcha de políticas de desarrollo sostenible como parte de una responsabilidad compartida por múltiples públicos o actores interesados.

Transparencia y rendición de cuentas

Desde el Consejo se fortalecerá una cultura de transparencia y de rendición de cuentas como elementos esenciales para garantizar la competitividad sostenible del país y los niveles crecientes de gobernabilidad democrática.

Fortalecimiento institucional

El CCNRS consolidará la red de organizaciones miembros del Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social.

Responsabilidad social y gobiernos locales

El Consejo promueve la inclusión de la Responsabilidad Social en la gestión municipal, como una estrategia de fortalecimiento de la gobernabilidad, la competitividad. (Caravaca, 2013)

En la actualidad, el CCNRS constituye un hito histórico porque es la primera vez en el mundo que organizaciones públicas y privadas unen esfuerzos para conformar una organización de esta naturaleza. El objetivo del CCNRS es ser un agente articulador de sinergias y servir de plataforma de integración permanente y sostenible para la definición, validación, posicionamiento, implementación y seguimiento de la Responsabilidad Social en Costa Rica, entre todos los actores involucrados.

El CCNRS es un foro de diálogo social que cuenta con una amplia participación de múltiples actores del desarrollo, quienes en conjunto aspiramos a que este espacio se convierta en un espacio de discusión convergencia y divergencia para la construcción de un nuevo pacto social y fortalecimiento de la gobernabilidad y democracia del país.

El CCNRS es una instancia de coordinación nacional, que tiene como propósito catalizar todas las acciones de los diferentes actores del desarrollo (o públicos de interés en un sentido amplio) y que sea una instancia de diálogo y coordinación para garantizar el desarrollo de planes de acción coordinados, para garantizar el impacto, economías de escala y sostenibilidad de las acciones entre todos los actores involucrados. Asume que la responsabilidad social juega un papel central como herramienta de competitividad y catalizador del desarrollo eficiente, equilibrado y equitativo y por ende sostenible de la economía. La clave para contribuir con este objetivo estriba en la importancia de utilizar la responsabilidad social como instrumento de legitimización, potenciación y competitividad para el desarrollo nacional y como herramienta de competitividad.

Fundación para la Sostenibilidad y la Equidad (ALIARSE):

La Fundación para la Sostenibilidad y la Equidad, mejor conocida como Aliarse, es una iniciativa promovida por instituciones públicas y organizaciones privadas, que consciente de los retos económicos, sociales y ambientales que enfrenta el país, y en ejercicio de su responsabilidad social, han aunado esfuerzos para contribuir a la sostenibilidad del desarrollo del país. En ese sentido, ALIARSE constituye un agente catalizador para facilitar la interacción público-privada en la búsqueda del bien común. (Aliarse, 2013)

Su propósito es fortalecer una cultura nacional comprometida con la responsabilidad social para el desarrollo sostenible de Costa Rica.

Esta organización empresarial fue creada en junio del 2007 con la participación de once entidades entre empresas privadas y organizaciones públicas. Al respecto, manifiesta su director ejecutivo Aitor Llodio, que “en sus orígenes se procuró la representatividad de diferentes sectores de la economía nacional, con una base de empresas sólidas que sean distintivas de sectores productivos y comerciales, desarrollando investigaciones de alianzas exitosas dentro del marco de la responsabilidad social” (ALIARSE, 2012).

Para esta organización la “la responsabilidad social para el desarrollo, va más allá de la filantropía; su fin es crear valor y desarrollar capacidades; promover la innovación y la enseñanza de herramientas para el desarrollo; y medir su impacto por medio del uso de instrumentos e indicadores. Destacando que una de las formas para impulsar la Responsabilidad Social, es por medio de Alianzas Público-Privadas (APPs) para el Desarrollo” (Sariego, 2009).

Entre las empresas que participan de esta iniciativa se destacan las siguientes: Bridgestone, Cemex, Chiquita Brands, Centro Internacional para el Desarrollo Humano (CIDH), Programa de Acción Social / Hospital Clínica Bíblica, Grupo Comeca, Grupo Purdy Motor, Intel, Oikocredit y Península Papagayo; y con el apoyo y colaboración de organizaciones públicas como Instituto Costarricense de Acueductos y Alcantarillados (AyA), Banco de Costa Rica, Grupo ICE, y Refinadora Costarricense de Petróleo S. A. (RECOPE). (Aliarse, 2013)

Según ALIARSE, la organización se propuso como misión el “impulsar y fortalecer la cultura de responsabilidad social para la creación de valor, mediante la generación de conocimiento, intercambio de experiencias, desarrollo de capacidades y las alianzas público privadas para el desarrollo sostenible de Costa Rica” (2013). Mientras que su visión corresponde a “ser la organización líder que promueva la generación de valor desde los ámbitos público y privado alineados con la estrategia nacional de desarrollo sostenible” (2013).

Tal y como se desprende de su sitio web, la Fundación se ha propuesto apoyar a sus organizaciones miembros a incorporar en su estrategia de negocios prácticas de responsabilidad social que contribuyen a mejorar su competitividad y el bienestar de sus colaboradores, proveedores y clientes, entre otros grupos interesados. Dichas prácticas trascienden el lugar de trabajo y de diversas maneras inciden en áreas estratégicas para el desarrollo del país, generando en muchos casos, interrelaciones público y privadas. En aras de asegurar un mayor impacto, la organización facilita la sistematización de esos esfuerzos y la construcción de sinergias que propicien alianzas público privadas para el desarrollo sostenible de Costa Rica.

A lo largo de los años Aliarse ha procurado establecer alianzas estratégicas con diversas organizaciones para promover la cultura de responsabilidad social en el país y emprender proyectos orientados a mejorar la calidad de vida de la sociedad. Un ejemplo de ello es la alianza con el Centro de

Alianzas para el Desarrollo (CAD), España para fortalecer los principios de responsabilidad social a través de la promoción de las alianzas público-privadas para el desarrollo en América Latina. Se destaca también la alianza con Centro Internacional para la Migración y el Desarrollo (CIM) – Alemania para promover la responsabilidad social y alianzas público-privadas en Costa Rica, mediante el apoyo con un experto CIM en estos temas.

Otros ejemplos lo constituyen la alianza estratégica entre Fundación Costa Rica Multilingüe (CRML) y ALIARSE la cual tiene como objetivo promover los principios de responsabilidad social en la colectividad costarricense a través de estrategias educativas que promuevan la mejora en la empleabilidad de la población nacional y con el objetivo del convenio de cooperación entre la Universidad de Costa Rica y ALIARSE tiene como objetivo desarrollar proyectos que contribuyan directamente a mejorar la calidad de la interacción entre instituciones del sector público y el sector privado, mediante proyectos de investigación, así como programas de formación profesional y prestación de servicios profesionales y técnicos.

Fundación Centro de Gestión Tecnológica (CEGESTI)

Esta organización fue creada en 1992 en el marco de un proyecto ejecutado por la Organización de Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para apoyar la competitividad del sector productivo a través de la gestión de la tecnología. Es una organización privada, independiente y sin fines de lucro, con la misión de promover el desarrollo sostenible sostenible por medio de iniciativas innovadoras en América Latina. (Cegesti, 2013).

En la actualidad, CEGESTI es una organización orientada a ofrecer servicios de generación de capacidades para el desarrollo sostenible, promueve iniciativas de desarrollo en América Latina, produce conocimientos y los transfiere a las empresas e instituciones regionales, promueve espacios de diálogo en temas relacionados con el desarrollo sostenible y administra y ejecuta proyectos financiados por la cooperación internacional.

Sus áreas de acción son:

Recursos naturales y biodiversidad donde se destacan acciones en torno a Agua: Instrumentos e incentivos para uso eficiente(consumo, generación), Energía y eficiencia energética: - Sistemas de gestión de la energía, alternativas energéticas, estudios de factibilidad, estudios técnicos para el mercado eléctrico regional, Biodiversidad: generación de negocios sostenibles en zonas costeras, áreas de amortiguamiento, gestión empresarial de la biodiversidad(servicios de los ecosistemas), Cambio Climático: gestión de huella de carbono, políticas y estrategia.

Negocios responsables: Concretamente en materia de Inversiones Responsables: evaluación de proyectos de inversión (due dilligence), auditorías sociales, identificación y desarrollo de negocios sostenibles, Buenas Prácticas Empresariales: sistemas de Gestión, buenas prácticas ambientales y sociales y estrategia y gobierno corporativo.

Compra, innovación y consumo responsable. En este ámbito de acción se avocan a trabajar en materia de compras públicas sostenibles, políticas institucionales, reglamentación, consumo responsable, formación del consumidor, fortalecimiento de la defensa de los derechos de los consumidores y gestión integral de residuos sólidos, planes de gestión integral y estudios técnicos.

Responsabilidad social, especialmente a abordar temas sobre valores, transparencia y diálogo. (CEGESTI, 2013)

Referencias

www.aliarse.org

www.cegesti.org

Agencia de Cooperación Alemana, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Agencia Española de Cooperación Internacional (2007) Lineamientos estratégicos para una agenda de Responsabilidad Social Empresarial para Costa Rica. San José, Costa Rica

Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social. (2008) Acuerdo constitutivo. San José, Costa Rica

Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social. (2009) Reglamento interno. San José, Costa Rica

Kliksberg, Bernardo. (2008) Más ética más desarrollo. Temas Grupo Editorial. 15ava edición, San José, Costa Rica.

Monge, Guido Alberto (2008). Responsabilidad Social y Pymes suplidoras. En Revista Industria. Año 20, Número 73, enero-febrero de 2008, San José, Costa Rica.

Monge, Guido Alberto (2008). El Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad Social en Costa Rica. En Revista Industria. Año 20, Número 75, julio-agosto de 2008, San José, Costa Rica.

Morales Mata, Eyleen Andrea (2009) Acercamiento a la Responsabilidad Social en Costa Rica: Estudio de la proyección en el Programa de Acción Social de ASEMECO - Hospital Clínica Bíblica” Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Trabajo Social, Universidad de Costa Rica.

Organización Internacional Del Trabajo (2006) Declaración Tripartita de Principios sobre las empresas multinacionales y La política social. Ginebra, Suiza.

Valverde Chaves, Jeannette. (2009) El Consejo Consultivo Nacional de Responsabilidad social. Una alianza público-privada exitosa. Revista de Relaciones Internacionales No. 77-78, Escuela de Relaciones Internacionales. Costa Rica.

Sariego, Laura et al. (2009). Alianzas para el desarrollo: motor de la responsabilidad Social/1 ed. --San José, C.R. ALIARSE.

En la línea de los estudios que ha desarrollado la Escuela de Relaciones Internacionales sobre Responsabilidad Social, los profesores Jeannette Valverde Chaves, Juan Carlos Bermúdez Mora, Gabriela Pino Chacón, Greivin Rodríguez Calderón y Gerald Solano Aguilar nos presentan un nuevo libro sobre esta materia. Este constituye una contribución para la implementación de estrategias de responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas costarricenses, que redundará en una mejora de su posicionamiento en los procesos de internacionalización que experimenta el país.

El libro recoge parte de las investigaciones realizadas en el marco del proyecto Responsabilidad Social: Impactos Económicos, Sociales y Ambientales para la internacionalización de las Mipymes en Costa Rica, que a su vez forma parte del Programa Comercio, Tecnología Innovación (CTI); adscritos a la Escuela de Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional. Estos esfuerzos pretenden integrar la investigación y la extensión universitaria en un campo poco desarrollado en Costa Rica, pero que en los últimos años se ha tornado en un elemento clave para el desarrollo económico ético social y ambiental del país.

Desde esta perspectiva, resulta sumamente encomiable la labor desarrollada por este grupo de académicos, quienes han concentrado sus esfuerzos en sistematizar un tema a partir de la relación con casos concretos, que permiten al lector establecer estrategias propias en los casos concretos que afronte. Así las cosas, para la Escuela de Relaciones Internacionales constituye un orgullo contar con un texto que permita un abordaje claro y estructurado de esta temática.

La labor tesonera de este grupo de autores contribuirá a una mejor comprensión y difusión de esta temática, sin lugar a dudas. Asimismo, este tipo de trabajos permite valorar la constante necesidad del abordaje, por parte de las instituciones de educación superior y de sus académicos, de los temas de actualidad del desarrollo económico de Costa Rica.



Carlos Humberto Cascante Segura
Subdirector
Escuela de Relaciones Internacionales