

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES

Autores: Mg. Mónica Jugón – Mg. Sandra Pastor

Modalidad: Trabajo de Investigación

Universidad: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas

Email de contacto: jugon@econ.unicen.edu.ar – pastor@econ.unicen.edu.ar

Palabras clave: Responsabilidad Social – Aplicación – Teorías – Organizaciones.

Resumen de la investigación

En estos tiempos, donde la conciencia por lo social o medio ambiental va tomando otra trascendencia en la sociedad, el concepto de la Responsabilidad Social comienza a ser conocido.

Este conocimiento no es garantía de una correcta interpretación y mucho menos de una acertada aplicación.

La experiencia adquirida en los años de trabajo y de estudio del fenómeno, incluso expuesto por otros autores en otros países, ponen en evidencia que las organizaciones no son muy conscientes de los impactos que generan sus actividades.

Es muy importante formarlas e informarlas que existen grupos de interés que las afectan y a las que afectan con sus prácticas. Y estas cuestiones no pueden ignorarse en estos momentos.

La Gestión debe ser consciente de esta situación y quienes se interesan por la temática debieran entender las realidades sociales y organizacionales en pos de colaborar en su entendimiento y en la aplicación de las herramientas y teorías mas idóneas según el contexto imperante.

Fundamentación/ hipótesis

Este trabajo deriva de un proyecto de investigación que es continuidad de proyectos anteriores, y en los cuales la temática abordada es la Responsabilidad Social (RS).

El hecho de la continuidad se sustenta en la posibilidad, además, de capitalizar los resultados obtenidos en cada uno de los proyectos y en las experiencias llevadas a cabo en organizaciones de la ciudad de Tandil.

Las experiencias fueron relevadas en la presentación realizada por estas organizaciones en distintas Jornadas que, la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, ha llevado a cabo en materia de Responsabilidad Social y que son promovidas desde dos proyectos de extensión¹.

Puede advertirse, de las presentaciones y de los fundamentos que plantean llevan a cabo en las organizaciones al momento de desarrollar el concepto de Responsabilidad Social, que son distintos los abordajes y los movilizados para realizar acciones en este sentido.

Muchas veces este accionar es consecuencia lógica de las tareas que realizan o del contexto en el que están insertas, otras tantas son acciones casi espontáneas e inconscientes frente a una situación puntual pero menos son las que se hacen en función del concepto de Responsabilidad Social, como tal.

Existe una gran desarticulación, confusión e incoherencia en la práctica empresarial debido a una evolución, también confusa, del concepto de Responsabilidad Social, sus teorías e iniciativas.

Esta diversidad de orígenes y motivaciones es la que plantea el interrogante: ¿Qué moviliza a una organización a ser socialmente responsable? ¿Cuál es el fundamento que esgrimen para enmarcarse con este rótulo? Si dos organizaciones hacen acciones distintas, ¿las dos son igualmente responsables?

En la búsqueda de una respuesta a los interrogantes, relacionados con las teorías existentes, se encuentran varias teorías. Y es en el estudio de esas teorías

¹ Proyecto AliaRSe: Directora Mg. Mónica Jugón.

Proyecto Cátedra Abierta Responsabilidad Social Organizacional: Directoras: Mg. Sandra Pastor – Mg. Mónica Jugón.

junto con el análisis de los distintos casos locales, es en lo que se sustenta el proyecto de investigación actual.

Objetivo

Analizar las aplicaciones que las organizaciones, pertenecientes a distintos sectores sociales y que realizan acciones socialmente responsables, realizan del concepto de Responsabilidad Social y que generan resultados que impactan en los distintos grupos de interés, e incluso en otras organizaciones son el fin de mejorar su accionar a la vez que puedan contribuir a difundir su aplicación en otras que no lo hacen.

Para desarrollar este objetivo se han planteado distintas preguntas de investigación que abordan los factores y las prácticas que llevan a cabo las organizaciones que desarrollan una gestión socialmente responsable hasta la forma en que monitorean su aplicación y los impactos que generan a los diversos grupos de interés.

Metodología aplicada

Se trata de una investigación de tipo empírica y descriptiva que parte del conocimiento de una realidad para generar aportes que permitan obtener una mayor información y una investigación explicativa con cierto rigor científico. Respecto a la perspectiva temporal, el estudio es de carácter sincrónico.

Las técnicas de recolección de datos primarios consistirán en entrevistas y observación directa a referentes de organizaciones sociales.

También se hará uso, fundamentalmente, de fuentes secundarias de información originadas en cada uno de los proyectos de investigación y de extensión que se utilizarán como antecedente para el desarrollo del presente trabajo.

La investigación comprenderá diferentes etapas y en cada una de ellas se aplicará la metodología correspondiente.

Desarrollo del trabajo

El trabajo se puede, en cuanto a su desarrollo, plantear en tres grandes etapas.

La primera de ellas relacionada con el relevamiento y toma de conocimiento de las organizaciones y sus acciones de RS.

La segunda etapa es más teórica en cuanto a que se trata del estudio y recopilación bibliográfica de las distintas teorías y sus fundamentos en cuanto a su impacto en la definición de acciones de RS.

La tercera etapa es la de asociación y análisis de los casos considerados a la luz de las distintas teorías a los efectos de dar respuesta a las preguntas planteadas y a otras que puedan surgir del desarrollo mismo del trabajo.

1. Relevamiento de organizaciones

Para este punto, y a los efectos de este trabajo, se consideran tres casos que tienen relación directa con las teorías que se trabajarán en esta ocasión.

Por una cuestión de proteger la privacidad de las mismas se identificarán a las empresas con una letra.

Empresa A

Se encuentra en el sector de la construcción y las acciones que lleva a cabo se caracterizan por hacer foco en sus empleados. Desarrolla planes de apoyo a la educación de los hijos de los empleados.

El contacto con la familia y el conocimiento de sus necesidades particulares permite actuar en aquellos aspectos que resultan debilidades para el empleado y tratan de darle un soporte que haga sentir cómodo al empleado y con ello realice su tarea de una manera más eficiente y efectiva.

Promueven la capacitación a través de la enseñanza de oficios al personal que, teniendo muchos años en la empresa, no pudo dedicarse a otra actividad como complemento.

Fomentan el deporte, en su personal, con la organización de torneos internos de fútbol, predominantemente.

También se está considerando la ejecución de actividades en las que se involucre a las esposas de los empleados, atendiendo a que son parte importante del entorno en que se desenvuelve el personal.

Es claro, y así lo expresan, que no les interesa, por ahora, desarrollar actividades hacia afuera dado que consideran que su mayor capital y poder para sustentar a la organización se encuentra en su personal.

Empresa B

Se trata de una organización del sector agrícola. Desde sus comienzos estuvo vinculada a firmas nacionales de gran renombre lo que la llevó en épocas de crisis económica a ceder parte de su paquete accionario a estas firmas.

La incursión de la Responsabilidad Social en las empresas de mayor envergadura les exigió, por asociación, involucrarse y desarrollar el concepto en su ámbito local.

Esta situación no surgió por voluntad propia sino por delegación lo que plantea una postura particular frente a la sociedad.

Las conductas y acciones que llevaron a cabo siempre estuvieron fundamentadas en el accionar de la firma mayor lo que a su vez le daba mayor reconocimiento por derivar de una organización de renombre nacional e incluso internacional.

Esta asociación se legitimaba en lo que la sociedad demandaba a la firma mayor aún a costa de que la empresa local no podía replicar el accionar de aquella en el contexto local en el que se desempeñaba.

Empresa C

Se trata de una organización prestadora de un servicio vital, en términos de la vida que actualmente lleva a cabo cualquier ciudadano, como lo es la energía eléctrica.

En este caso la prestación de un servicio que tiene que ver con un recurso indispensable para los usuarios, independientemente de la actividad que realicen, la ubica en un centro de poder que, socialmente, impacta en todos los grupos de interés a la vez.

Recopilación bibliográfica

La revisión bibliográfica pone de manifiesto un cierto número de teorías entre las cuales se consideran a la de los stakeholders, la teoría de la legitimidad, la teoría de la política económica, institucional y de la dependencia de recursos.

- **La teoría de los grupos de interés**

La definición más generalmente aceptada sobre el concepto de stakeholders es la que proporciona Edward R. Freeman [1984: 25] quien señala que los “partícipes son cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, los que pueden tener un sin fin de formas y clasificaciones y que además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa”.

En este sentido hay que señalar a algunos de los partícipes que se suponían como los únicos que importaban a las empresas, tales como propietarios, empleados, Estado y clientes.

Hoy por hoy esa lista se ha ampliado a los efectos de incorporar a otros interesados tales como proveedores, competidores, consumidores, comunidades, sociedad, bancos, gobiernos locales, abastecedores, corporaciones industriales o comerciales (nacionales y extranjeras), sindicatos, gobiernos extranjeros.

El primer grupo era reconocido por la sociedad mientras que a los que se anexaron lo reconoce la propia organización.

Para esta teoría es fundamental el rol que asumen las partes relacionadas y que en los últimos años viene teniendo una trascendencia incremental en el desarrollo de las organizaciones y su relación con la comunidad.

La información es un elemento fundamental para que la empresa pueda gestionar la relación con sus grupos de interés y hacer que los partícipes den su apoyo a la estrategia organizacional.

- **Teoría de la legitimación**

Esta teoría surge de la existencia de un contrato social entre la empresa y la sociedad y resulta de la aplicación del estudio de los negocios éticos.

La empresa se define como una organización social que maneja recursos y con capacidad de influencia. Se considera que la empresa puede solamente compenetrarse con la sociedad si su sistema de valores es congruente y acorde con ella, lo que representa una cantidad importante de amenazas a la legitimidad de la organización, si ésta no las considera en forma idónea y oportuna.

La empresa se adapta a su entorno social en busca de legitimación, de no hacerlo así, le puede acarrear una serie de problemas tales como la pérdida de confianza y credibilidad.

La legitimación del sistema de valores en el que la empresa se constituye debe adaptarse constantemente garantizando la atención de las necesidades de cada uno de los participantes, e incluso excediendo las perspectivas sociales y a las que deberá anticiparse oportunamente con una actuación proactiva adecuada.

Al igual que en la teoría anterior, la organización debe manifestar su legitimación a través de la emisión de resultados.

La contabilidad como la información emitida debe mostrar el comportamiento útil y responsable de los individuos y de los procesos pues ello es lo que le permitirá legitimar el accionar de la organización.

- **Teoría de la política económica**

Esta teoría concibe a las corporaciones dentro de un gran sistema social, económico y político en el que la política económica de los gobiernos cobra un papel

protagónico, en tanto que, los intereses de los participantes se benefician mediante los mecanismos del mercado que los vinculan.

La actuación de las empresas se justifica como “caridad-generosidad-filantropía” pues puede darse más por presión de los grupos que por convencimiento.

Dentro de la teoría de la política económica se pueden diferenciar la denominada “burguesa” que considera que la economía empresarial surge de las capacidades de los individuos que son generadores, a su vez, de su propia riqueza.

En la política económica “clásica” se hace hincapié en la obtención del máximo beneficio por parte del inversionista, reduciendo sus gastos al mínimo y cumpliendo, estrictamente, la legislación impuesta por el Estado ya que éste actúa en un ámbito de imparcialidad con todos los actores sociales.

Estas variantes tienen un común denominador que es el objetivo económico, que quedan por encima de cualquier otro objetivo social o medio ambiental.

- **La teoría institucional**

La perspectiva de la teoría institucional es más amplia que la anterior. Aquí se hace foco en los grupos de interés y los motivos personales que se involucran dentro de la empresa. No se consideran necesidades dispersas o individuales, sino agrupadas institucionalmente.

- **Teoría de la dependencia de recursos**

Esta teoría busca maximizar el poder de las organizaciones basada en la búsqueda de relaciones entre los distintos grupos de una sociedad para obtener los recursos necesarios.

En el marco de estas relaciones las empresas asumen estar comprendida por partes internas y externas que resultan del intercambio social, formado por la influencia de sus conductas.

Cuanto mayor y más variado sea el grupo de recursos que utiliza, o que puede asegurarse una organización, mayor es el poder que logra no obstante tendrá

que cuidar que no provengan de pocos o un solo proveedor pues ello la dejará en inferioridad de condiciones frente a sus competidores.

Tener el control de los recursos implica que su dependencia en otras empresas se reduce y que la dependencia de otras empresas en ella, se acrecienta.

Esta teoría está vinculada con la teoría institucional pues trabaja con el concepto de empresa que debe negociar y adaptarse a las necesidades de los distintos grupos de interés incluso conformando alianzas con otras empresas las que deberán ser consolidadas a través de la generación de una efectiva comunicación {on hacia y con los grupos de interés.

2. Empresas y teorías

Lo descripto, brevemente, de cada uno de los tres casos de empresas seleccionadas asociadas con las teorías más difundidas, se podría decir, de la Responsabilidad Social nos llevan a buscar alguna asociación que permita ratificar, o rectificar, lo dicho respecto a que se considera que ninguna empresa puede aplicar una única teoría de manera pura.

Considerando lo detallado de la empresa A cabe suponer que se trata de una organización muy alineada con la Teoría de los Stakeholders dado que pone énfasis en un grupo de interés, interno, como es el de los empleados.

No obstante ello se podría decir que también hay cierta aplicación del concepto de legitimización.

En el caso de la empresa B la presencia institucional, de quien la absorbiera, es tan influyente en su accionar que la alinea con mayor énfasis en esta teoría que en las otras, más allá de que las acciones que desarrolla la empresa local se relacionan con los grupos de interés, en especial, con los externos.

La empresa C viene realizando una tarea, incipiente aún, en materia de Responsabilidad Social aunque pone énfasis en la generación de información de interés para todos sus stakeholders.

En este sentido y en los últimos años viene confeccionando reportes de sustentabilidad y generando Balances Sociales que dejan entrever su compromiso con la RS.

Aquí se hace más difícil, hasta el momento, identificar una teoría que sea prioritaria respecto a las otras, no obstante se podrían asociar al menos dos de las mencionadas anteriormente, como fundamentos del accionar de la organización.

Conclusión

Lo relevado en las organizaciones pone de relieve que, si bien no existe una única definición, a la RS se la relaciona, generalmente, con la visión de negocio en la que se incluye el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

No obstante ello, cada organización la desarrolla considerando el entorno social interno y externo, particular, con el que interactúa constantemente.

Esto demuestra que algunas lo incorporen, al concepto de RS, en la misión, visión, estrategia y valores de las organizaciones y en la definición de las líneas de acción que han de llevar a cabo para generar impactos hacia afuera, mientras que otras lo hacen pensando en los grupos de interés internos. Todo esto supone distintos modo de gestionar a la RS.

Las organizaciones líderes, en los últimos años, vienen desarrollado y adoptado una gran variedad de prácticas que son imitadas por el resto y que le dan, al campo de la RS, una dinámica y una demanda, por parte de los directivos, muy particular.

Esto evidencia la aplicación, muchas veces inconsciente, de distintas teorías respecto a cómo incorporar los criterios de responsabilidad social en la gestión diaria de las organizaciones.

Distintas teorías se ponen de manifiesto al momento de plantear, orientar y entender, de mejor manera, lo que implica la responsabilidad social y lo que significa para la relación organización-sociedad.

Si la organización promueve las relaciones con los grupos de interés estará más orientada a la Teoría de los Stakeholders. Si lo que prioriza es lo que la sociedad les exige tenderá a aplicar la Teoría de la Legitimación. En cambio si el poder lo justifican en la tenencia de recursos entonces la Teoría de los Recursos será la que oriente el accionar.

Se considera que ninguna puede aplicarse de manera pura sino que deben complementarse más allá de que alguna se priorice frente al resto y esto haga que se identifique la línea teórica a seguir.

Bibliografía

Argandoña, A., (1998), "La teoría de los stakeholders y el bien común", División de Investigación IESE, Universidad de Navarra, Documento de investigación No. 355, enero, España.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), (2004), "Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa (RSC)" Documento No. 1 serie RSC, 1ª. ed., AECA, España.

Freeman E. (1984). "Strategic management: A stakeholder approach".

Somoza, A.D., y Vallverdú, J., (2006), "Reflexionando sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)", Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), España.

Vallverdú, J., (2004), "La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE): Una aportación contable", XI Encuentro de Profesores Universitarios de Contabilidad (ASEPUC), España.