

Formación Gerencial, Año 10 N° 1, Mayo (2011)
ISSN 1690-074X

El Siglo XXI: ¿Responsabilidad Social o Empresa Ciudadana?

Thais Cristina Rojas* , Javier Parra Olivares**,
Luisa Gamboa ***, Rosa Mercedes Peña****

Recibido: Mayo 2009 Aceptado: Febrero 2011

RESUMEN

El tema de la responsabilidad social de las empresas (RSE) ha tenido en los últimos años un impresionante impulso. A pesar de lo anterior, no hay un concepto unificado de la RSE ni en los medios académicos ni tampoco en los empresariales. El propósito de este trabajo es presentar una propuesta teórica sobre la responsabilidad social empresarial que explícitamente muestre sus principios ontológicos, axiológicos y gnoseológicos, permitiendo una perspectiva conceptual actualizada sobre ese fenómeno, a la luz de las perspectivas post-modernas. Desde el punto de vista epistemológico se aspira que esta propuesta sea un aporte, tanto teórico como empírico, al planteamiento de Yunes (2006), configurando un complemento de éste. El aporte empírico se encuentra en la presentación de una experiencia venezolana actual en estas materias.

Palabras clave: Empresa ciudadana, responsabilidad social empresarial, empresas de producción social.

*Thais Cristina Rojas: Magister en Gerencia de Empresas, Mención Servicios Administrativos (LUZ), Licenciada en Contaduría Pública (LUZ), Cursante del Doctorado en Ciencias Sociales mención Gerencia (LUZ).

**Javier Parra Olivares: Doctor en Ciencias Sociales mención Gerencia (LUZ), Especialista en Análisis de Datos en las Ciencias Sociales (UCV), Sociólogo (LUZ).

***Luisa Gamboa: Magister en Gerencia Pública (LUZ), Abogada (LUZ), Cursante del Doctorado en Ciencias Sociales mención Gerencia (LUZ).

****Rosa Mercedes Peña: Magister en Gerencia Pública (LUZ), Socióloga (LUZ), Cursante del Doctorado en Ciencias Estratégicas para el Desarrollo (UBV).

**XXI Century:
Social Responsibility or Citizen Company?**

ABSTRACT

The subject of the social responsibility of the companies has had in the last years an impressive impulse. In spite of the previous thing, there is not a unified concept of the social responsibility of the companies neither in academic means nor either in the enterprise ones. The intention of this work is to present a theoretical proposal on the enterprise social responsibility that explicitly shows its ontological, axiological and gnoseological principles, allowing an updated conceptual perspective on that phenomenon, to the light of the post-modern perspective. From the epistemological point of view it is desired that this proposal is a contribution, theoretical as much as empirical, to the exposition of Yunes (2006), forming a complement of this one. The empirical contribution is in the presentation of a Venezuelan experience in these matters.

Key words: Citizen Company, enterprise social responsibility, companies of social production.

INTRODUCCIÓN

La empresa, como actor social, surge con la Revolución Industrial en Europa. Más específicamente nace en Gran Bretaña, durante la segunda mitad del siglo XVIII. El fenómeno se extiende luego al resto de Europa, cuando se pasa desde una economía feudal (netamente artesanal y rural) a una producción en serie dominada por la mecanización, lo que conduce a la aparición del capitalismo como relación social de producción (Marx, 1987).

Ese proceso dio lugar a una nueva clase de trabajadores (los obreros), así como a una gran discusión sobre si esta industrialización mejoró o empeoró las condiciones de vida de aquellos.

En aquel entonces, las leyes y regulaciones en cuanto a las condiciones de trabajo de los obreros eran casi inexistentes, por lo que las jornadas laborales duraban hasta 18 horas diarias y era muy común también el uso de

mano de obra infantil en condiciones deplorables para los niños.

Las luchas de los trabajadores en todo el planeta ha logrado, entre otras conquistas, la toma de conciencia del resto de la sociedad sobre el tema, lo cual ha venido colocando en un primer plano, aún en el mismo contexto del capitalismo, el asunto de la responsabilidad de la empresa con sus trabajadores y con la colectividad como un todo.

Así se llega al siglo XXI, el cual se inició como una época de grandes desafíos y exigencias. Las empresas al igual que otras organizaciones no escapan a estos retos, por lo que se hace imperativa su reconversión, no solo en el aspecto tecnológico, sino además por las diversas presiones y realidades sociales. En este sentido, en el marco del capitalismo, la necesidad de la ética empresarial y la renovación del concepto de Responsabilidad Social Empresarial se presentan como un guía necesaria para el transito de una nueva era en los negocios y en las relaciones

individuo(s)-empresa(s)-
gobierno(s)-comunidad(es).

En este punto es preciso resaltar que no existe una definición de responsabilidad social empresarial universalmente aceptada, no obstante existe un consenso, hoy en día, en el sentido de considerarla como la contribución de las empresas al objetivo de alcanzar un desarrollo sostenible, entendido éste como fue definido por primera vez en 1987 por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas. En el informe “Nuestro futuro común” la mencionada comisión definió como desarrollo sostenible a aquel “... que satisface nuestras necesidades presentes sin comprometer la habilidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas” (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1992).

Desde ese punto de vista, una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés. La

responsabilidad social empresarial se refiere a cómo las empresas son gobernadas respecto a los intereses de sus trabajadores, sus clientes, proveedores, sus accionistas y su impacto ecológico y social en la sociedad en general, es decir, a una gestión de la empresa que respeta a todos sus grupos de interés y supone un planteamiento de tipo estratégico que debe formar parte de la gestión cotidiana de la toma de decisiones y de las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas. De ahí la importancia de que tanto los órganos de gobierno como la dirección de las empresas asuman la perspectiva de la responsabilidad social empresarial.

Si bien la responsabilidad social corresponde en primer lugar a las empresas se extiende a todas las organizaciones que aportan un valor añadido a la sociedad, sean públicas y privadas, con o sin fines de lucro.

Según Joseph Lozano, citado por Yunes (2006),

actualmente el concepto de responsabilidad social de las empresas, se encuentra en una etapa, en la cual las empresas tienen el rol de actor social responsable. De esta manera la dimensión social de las empresas actuales rompe con sus postulados anteriores y se eleva hacia una concepción superadora y enriquecedora en la que se privilegian los valores humanos, morales y sociales, y su productividad se destine en beneficio de la colectividad. Es decir, se asume a la empresa ontológicamente como “empresa ciudadana”, con todas sus derivaciones axiológicas.

Las etapas de la responsabilidad social empresarial que anteceden a la arriba mencionada son tres:

a) la regida por los principios de caridad y administración (etapa ubicada alrededor de 1920),

b) la orientada por el papel de la empresa como parte integrante de una organización mayor: la sociedad (década de los '50).

c) la empresa como instrumento de progreso social en el marco de una sociedad pluralista (años setenta).

Adicionalmente, Paladino (2004) alude otras dos eras o etapas de gran importancia por la cual ha transitado el concepto de responsabilidad social empresarial, mencionando las siguientes:

d) Las empresas como un sistema relacionado con la sociedad, no de un modo abstracto sino a través de la teoría de los *stakeholders* (sectores directamente involucrados con el accionar de la empresa) (años ochenta)

e) La empresa puesta al servicio de la sociedad como actor o empresa ciudadana socialmente responsable.

En la actualidad, en un contexto altamente globalizado, es cada vez mayor la influencia no sólo de las políticas de los Estados hacia las empresas en cuanto a su papel en la sociedad, sino también las directrices de los organismos internacionales en relación con su aporte al bien común. En esta dirección apuntan dos resoluciones

claves de la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2006), a saber: los Objetivos del Milenio y el Pacto Global, los cuales contribuyen a configurar el concepto de Empresa Ciudadana.

En específico, los objetivos de desarrollo del milenio son ocho (08) y abarcan desde la reducción a la mitad de la pobreza extrema hasta la detención de la propagación del VIH/SIDA y la consecución de la enseñanza primaria universal para el año 2015. Constituyen un plan convenido por todas las naciones del mundo y las instituciones de desarrollo más importantes a nivel mundial.

Por su parte, el Pacto Global es un instrumento de las Naciones Unidas que fue anunciado en el Foro Económico Mundial (Foro de Davos) en su reunión anual de 1999. Su fin es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las empresas con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), sindicatos

y Organizaciones no gubernamentales (ONG's), sobre la base de 10 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción. El Pacto Global se inserta en la lista de iniciativas orientadas a prestar atención a la dimensión social de la globalización.

Venezuela no escapa a este contexto y sus requerimientos. El inicio del proceso bolivariano, con la aprobación por referendo popular de una novedosa y avanzada constitución en el año 1999, ha dado lugar a una transformación político, social y económica que se ha desarrollado de una manera vertiginosa, fundamentalmente debido al permanente llamado del gobierno nacional a la participación y protagonismo del soberano, así como al rol social que deben cumplir las empresas en el país.

Como un aporte a lo anterior, a continuación se presenta una propuesta teórica sobre la responsabilidad social empresarial con sus principios ontológicos, axiológicos y

gnoseológicos, a la luz de las perspectivas post-modernas. Se aspira que sea un aporte, tanto teórico como empírico, al planteamiento de Yunes (2006), configurando un complemento de éste, en el sentido expuesto por Méndez Quintero (2003). El aporte teórico se basa en la incorporación explícita del análisis epistemológico a la discusión sobre la responsabilidad social empresarial. Así mismo, se espera mostrar un aporte empírico con la presentación de la experiencia venezolana actual en estas materias.

Aporte teórico a la propuesta de Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad de las empresas con la sociedad ha sufrido modificaciones sustanciales en lapsos de tiempo muy cortos. Estos cambios no son posibles de notar si no se asume, desde el punto de vista ontológico, una perspectiva que considere al objeto de su análisis como síntesis de constantes movimientos o desplazamientos entre crisis y orden, en lugar de percibirlo como

estático o sólo apuntando hacia el equilibrio.

Al adoptar esta perspectiva, se puede comprender la variabilidad del concepto de responsabilidad social empresarial, de acuerdo con Lozano, citado por Yunes (2006) y por Paladino (2004). La responsabilidad social empresarial ha pasado por varias etapas importantes en tan sólo ochenta (80) años, constatación impensable en el contexto moderno en el cual la empresa o ente colectivo formal como la define Solano (2006) era considerada, prácticamente como inamovible aunque estuviera inserta en un mundo convulsionado.

Solano (2006) define a la responsabilidad como la capacidad que tiene toda persona, sea natural o jurídica, de conocer y aceptar las consecuencias de sus actos, así como la relación de causalidad que une al autor con el hecho o acto que realiza libremente, vinculando en aquel las relaciones nacidas de los efectos de éste.

Desde esta perspectiva, la responsabilidad involucra la idea de

obligación que supone que nos vemos en el deber de considerar las consecuencias de nuestros propios actos.

En otros términos, es necesario remarcar que lo social, por ser de naturaleza de lo público y por consiguiente de la política, también compete a las empresas. La responsabilidad de lo social la debemos encontrar en el carácter universal de los derechos humanos, que implica para los privados la aceptación de la existencia de contratos sociales como complemento de los contratos mercantiles.

De lo anterior se desprende un sentido de obligatoriedad para dar cuenta de nuestros propios actos. El cumplimiento, por parte de una organización, de las normas obligatorias relacionadas con la responsabilidad social exigible es una conducta moral, en tanto ella se remite a la ley y a la estructura social en la que se desenvuelve.

Las empresas que cumplen con la normativa vigente en cada Estado son socialmente responsables por imposición, lo cual no obsta para que también lo

puedan ser por elección, si van más allá de lo que la ley les impone. El incumplimiento de estas normas configura un delito susceptible de ser sancionado. En tal sentido, tales organizaciones no poseen virtudes especiales si sólo cumplen con los requerimientos legales mínimos que les son exigibles.

Toda esta retórica conceptual de "responsabilidad", es importante para relacionarla con la acción empresarial, es decir, vista desde la Responsabilidad Social Empresarial, en las diferentes etapas por las cuales ha pasado.

La primera etapa se puede ubicar alrededor de 1920, en pleno auge de desarrollo capitalista, la producción industrial de bienes económicos, el pasaje de una economía rural de subsistencia a una economía de escala, la ausencia de leyes laborales y regulatorias de la acción de las empresas, en un escenario mundial condicionado por la primera posguerra y el triunfo de la revolución socialista en Rusia.

En este período se formulan dos principios: el Principio de

Caridad y el Principio de Administración. El Principio de Caridad invitaba a las empresas a que contribuyeran voluntariamente para ayudar a los grupos sociales desafortunados o más necesitados.

Prevalecía un criterio de asistencia social para amortiguar los sufrimientos de los menos favorecidos y de esta forma mantenerlos integrados al sistema. El Principio de Administración instaba a las empresas a ocuparse del interés público, es decir a actuar en interés de todos los miembros de la sociedad afectados por las operaciones empresariales.

La segunda etapa se inicia en la década del cincuenta (50), el concepto moderno de responsabilidad social empresarial comienza en esta década, con la definición propuesta por Bowen, citado por Paladino (2004), quien planteó la responsabilidad social empresarial como la obligación del directivo de empresa de perseguir políticas, tomar decisiones y seguir líneas de acción deseables para los objetivos y valores de la sociedad, a partir de este debate en torno a la interrelación entre empresa y

sociedad, en el contexto del inicio de la guerra fría, el surgimiento del pensamiento crítico en Occidente hacia las formas más duras del capitalismo, la emergencia de partidos y sindicatos socialistas y comunistas en el oeste europeo, con importante convocatoria en los sectores obreros, intelectuales y estudiantiles.

La consideración principal abarcaba, en este período, no sólo lo que las empresas hacían, sino el lugar que ocupaban en la sociedad, es decir la influencia que ejercían en la misma y la contribución que en consecuencia debían realizar. Aparece en este tramo histórico la idea clave de la responsabilidad empresarial como parte integrante de una organización mayor: la sociedad.

Es de hacer notar, que representantes del pensamiento neoclásico de la época, consideraban a la empresa como una institución eminentemente económica que debía atender sus responsabilidades en lo económico, respetando las normas legales y éticas de la sociedad. Tal como lo expresaba Milton

Friedman, citado por Paladino (2004), al afirmar que la obligación moral de los directivos de empresa es generar beneficios para los accionistas y que, por lo tanto, usar sus recursos para satisfacer otros fines sería un “robo” a los accionistas.

De acuerdo con esa lógica, muchas empresas formulan planes de acción con el objetivo de tener mayor participación en el mercado, sin tener en cuenta a que nivel o que consecuencias trae consigo la puesta en marcha de ellos, como dice Adela Cortina: "en estos tiempos de competencia darwiniana ya no es de supervivencia de las especies animales sino también de las organizaciones empresariales" (Cortina, 1998:15).

La tercera etapa, situada en los años setenta (70), refiere al papel social de la empresa como instrumento de progreso social en el marco de una sociedad pluralista.

Durante esta época siguió evolucionando la idea de que era necesario definir el concepto de responsabilidad social empresarial,

según Paladino (2004) se destacaron tres aspectos importantes para la época: I) la definición de los niveles de la responsabilidad social empresarial; II) la diferenciación entre obligación, reacción y responsabilidad social, y III) la formulación de la responsabilidad como una ecuación integradora de todas las obligaciones.

La Declaración del Comité para el Desarrollo Económico (CED) en 1971 enriqueció la visión de la responsabilidad social empresarial, al plantear que es la misma sociedad la que le permite operar a la empresa y por tanto, la empresa tiene la obligación de satisfacer las necesidades de la sociedad. El CED señala los diez problemas básicos que las empresas deben atender, a saber:

- 1) El crecimiento económico y la eficiencia,
- 2) La educación,
- 3) La ocupación y la formación,
- 4) Los derechos civiles y la igualdad de oportunidades,
- 5) El desarrollo urbano,
- 6) La contaminación,
- 7) El conservacionismo y la ecología,
- 8) La cultura y las artes,
- 9) La

atención médica y 10) La cooperación con los gobiernos.

Durante los años ochenta Freeman, citado por Paladino (2004), propuso la teoría de los *stakeholders* o grupos de interés, a los cuales se les define como “cualquier individuo o grupo que puede afectar o es afectado por el logro de los objetivos de la empresa”. En una versión más estricta, los individuos, grupos o entidades identificables y relevantes de los que depende la firma para su supervivencia.

En este sentido, tal como lo plantean Lafuente y col. (2003) los *stakeholders* lo componen los accionistas, empleados, acción social (comunidad), gestión medio ambiental (medio ambiente), relaciones con los clientes y relaciones con los proveedores. Lo cual supone un sistema integral entre la empresa y su entorno organizacional, mediante el establecimiento de principios para cada uno de los actores.

Por otro lado, Paladino (2004:35) en relación al los *stakeholders* hace una distinción y refiere lo siguiente:

“Los grupos de stakeholders primarios son aquellos sin cuya continua participación la empresa no puede sobrevivir. Por lo general, están integrados por accionistas, inversores, empleados, clientes y proveedores. Existe un alto grado de interdependencia entre la empresa y su grupo de stakeholders primario. El grupo de stakeholders secundario es el que influye o es influido por la empresa, pero que no participan en sus operaciones ni es esencial para su supervivencia. Los medios y una amplia gama de grupos de interés son considerados stakeholders secundarios, según esta definición. Estos tienen la capacidad de movilizar la opinión pública favor o en contra de una empresa, pudiendo dañarla de manera significativa. En tanto el grupo de stakeholders público está conformado por los gobiernos y comunidades que proporcionan la infraestructura y mercados, cuyas leyes y regulaciones deben ser obedecidas y a quienes se les deben pagar impuestos y otras obligaciones. Las últimas dos décadas han sido testigos de los esfuerzos puestos en incluir al medio ambiente como legítimo stakeholders de la empresa, contribuyendo al surgimiento de la idea de desarrollo sustentable.”

La etapa por la que actualmente se transita, augura una óptica diferente en cuanto a que integra las características de la empresa como actor social responsable, trascendiendo sus postulados hacia una concepción superadora y enriquecedora, que algunos autores denominan diferenciadamente la empresa ciudadana.

La ciudadanía está ligada a la igualdad y, por ende, a la no discriminación. No obstante, en la actualidad seguimos en presencia de la existencia de un tipo de discriminación: la pobreza. Ante esta realidad, todos debemos preocuparnos por hacer ciudadanos a los otros, para que puedan salir de la miseria y la ignorancia. Ser ciudadano, en definitiva, es preocuparse por la ciudadanía de los otros.

En esta etapa la empresa está más claramente sujeta no sólo a las demandas de su entorno social inmediato (estado y comunidad) sino también a las de los organismos internacionales, en el marco de un mundo altamente globalizado y complejo.

La responsabilidad social es percibida, hoy día, como una nueva manera de hacer ciudadanía y trabajar para el desarrollo, recreando el concepto de comunidad y el sentido de identidad y pertenencia de los individuos, esfuerzo que se orienta a construir en la sociedad un interés común que trascienda los intereses particulares y corporativos.

Como expresión de las nuevas exigencias para la empresa cabe destacar que su contribución ahora no está restringida sólo a su sociedad sino que además debe contribuir al bienestar de la humanidad en su conjunto, requerimiento al que apuntan múltiples resoluciones o acuerdos internacionales, entre ellos dos de suma importancia, a saber: los Objetivos del Milenio y el Pacto Global.

Los Objetivos del Milenio constituyen un plan convenido por todas las naciones del mundo y todas las instituciones de desarrollo más importantes a nivel mundial. Los objetivos han galvanizado esfuerzos sin precedentes para

ayudar a los más pobres del mundo e involucran, de manera directa a todas las empresas del planeta. Los Objetivos del milenio son ocho y se muestran a continuación (Naciones Unidas, 2009):

- 1) Erradicar la pobreza extrema y el hambre.
- 2) Lograr la enseñanza primaria universal.
- 3) Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.
- 4) Reducir la mortalidad infantil.
- 5) Mejorar la salud materna.
- 6) Combatir el VIH-SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
- 7) Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
- 8) Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Por su parte, el Pacto Global tiene como fin promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita conciliar los intereses de las empresas, con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la Organización de Naciones Unidas (ONU), sindicatos

y Organizaciones no gubernamentales (ONG's), sobre la base de 10 principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción. Sin embargo, su principal debilidad actual es que no tiene carácter de obligatoriedad.

Los diez principios que conforman el Pacto Global son los siguientes (Naciones Unidas, 2006):

- Principio N° 1: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
- Principio N° 2: No ser cómplice de abusos de los derechos.
- Principio N° 3: Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.
- Principio N° 4: Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
- Principio N° 5: Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
- Principio N° 6: Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

- Principio N° 7: Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos del medio ambiente.
- Principio N° 8: Promover mayor responsabilidad medioambiental.
- Principio N° 9: Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.
- Principio N° 10: Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y criminalidad.

Ahora bien, desde el punto de vista gnoseológico, la inclusión de la influencia del Pacto Global y de los Objetivos del Milenio sobre la responsabilidad social de las empresas son muestras claras de la relevancia de las perspectivas integradoras, transdisciplinarias y complejas en la comprensión de la gerencia actual en el mundo. El análisis de la gerencia de hoy día es prácticamente inútil sino se asume con una visión que apunte hacia la complejidad antes que a la simplicidad, por cuanto cada vez es más evidente que la “realidad” o el

“objeto de conocimiento” puede ser más claramente comprendido si se adopta una mayor cantidad de perspectivas diferentes para “mirar” los fenómenos en su rica red de inter-relaciones.

Así mismo, desde el punto de vista axiológico, la propuesta teórica aquí presentada coloca el énfasis claramente en la relevancia de los derechos humanos como centro de gravedad de las acciones empresariales. Ninguna empresa es ajena a la suerte de la humanidad en su conjunto, entendida ésta no como un concepto abstracto sino concretada en el hombre y mujer de carne y hueso que sufre la pobreza, la exclusión, la violencia y la contaminación. El destino de la empresa post-moderna está ligado a la necesaria contribución con la elevación de la calidad de vida de la ciudadanía global. Por tanto, la solidaridad, la paz y la hermandad son los valores a los que debe apuntar la empresa hoy día.

En síntesis, el concepto de responsabilidad social empresarial debe ser re-interpretado a la luz del nuevo rol de empresa ciudadana.

Es decir, se debe pasar del paradigma de la “**empresa socialmente responsable**” (con actitud reactiva a los problemas, que reclama cambios en las políticas públicas y tiene una perspectiva nacional) al de la

“**empresa ciudadana**” (con actitud proactiva, que contribuye a los cambios en las políticas públicas y tiene una perspectiva global).

A continuación (Cuadro 1) se presenta la evolución de las ideas sobre responsabilidad social.

Cuadro 1

Evolución de las ideas sobre la Responsabilidad Social Empresarial

Década	Ideas Principales
1920	Inicio de la Responsabilidad Social Empresarial
1950	Ley de oro de la Responsabilidad Medios de Producción al servicio de la sociedad Noción del impacto de la empresa en la sociedad
1970	Niveles de responsabilidad Responsabilidad como una ecuación integradora
1980	Responsabilidad como un oportunidad Stakeholders Sustentabilidad
Actualidad	Responsabilidad desde la acción Corporación Ciudadana o empresa ciudadana

Fuente: Paladino (2004).

Aporte empírico a la propuesta de Responsabilidad Social

Empresarial: caso venezolano.

A las precisiones teóricas anteriores se agrega en este trabajo una más que tiene que ver con la experiencia venezolana del siglo XXI, a saber: Las Empresas de Producción Social como elemento transformador para la responsabilidad social empresarial.

Como parte de una concepción innovadora en la construcción de la economía social del nuevo modelo socio-productivo hacia el Siglo XXI, el gobierno venezolano a través de la promulgación del decreto 3.895 del 12 de septiembre de 2005, implementa el direccionamiento de políticas públicas socio-económicas a través de las industrias básicas de Hidrocarburos (Edelca, 2006), las cuales representan la mayor capacidad de contratación de empresas productoras de bienes y servicios en el país.

El Gobierno estructuró un modelo de participación socio-económica de estas empresas y su relación con las comunidades,

denominado Empresas de Producción Social¹, representando esta opción uno de los mayores y más poderosos instrumentos para la superación de la economía rentista, capitalista y dependiente, que entra en confrontación directa con el viejo modelo de las empresas mercantiles y por ende su forma de contribución hacia la sociedad venezolana.

De acuerdo, con el Ministerio de Comunicación e Información (2006), las Empresas de Producción Social tienen como misión concebir el desarrollo de un nuevo modelo productivo, dejando atrás el sistema consumista, incorporando a aquellos individuos que han estado históricamente excluidos del modelo de desarrollo, partiendo de su entorno y de sus propias potencialidades. La promoción de empresas de producción social tiene como Finalidad.

¹ Son unidades comunitarias de producción, constituidas bajo la figura jurídica que corresponda; tienen como objetivo fundamental generar bienes y servicios que satisfagan las necesidades básicas y esenciales de la comunidad y su entorno, incorporando hombres y mujeres de las misiones, privilegiando los valores de solidaridad, cooperación, complementariedad, reciprocidad, equidad y sustentabilidad, ante el valor de rentabilidad o de ganancia. En todo caso, esas unidades económicas deben mantener el equilibrio financiero que permita seguir invirtiendo en el mencionado entorno socio-ambiental, en forma sustentable y sostenible.

- Fortalecer la economía popular y alternativa como medio para optimizar la distribución del ingreso y la riqueza e incrementar la calidad de vida del pueblo bajo principios de justicia y equidad,
- Producir bienes y servicios que satisfagan necesidades básicas y esenciales, mediante la participación comunitaria,
- Generar beneficios colectivos, mediante mecanismos de propiedad comunitaria, gestionados y controlados democráticamente.
- Mejorar la calidad de vida de los hombres y mujeres que la conformen, garantizando su desarrollo integral.

Mediante el esquema de las empresas de producción social, el Estado busca fomentar un empresariado emergente comprometido con los procesos de transformación social que está llamado a impulsar y conformar un

nuevo modelo de producción económica, distinto a los tradicionales, con énfasis en el desarrollo humano integral y en una existencia digna y provechosa para la colectividad, además de fomentar el equilibrio entre el Estado, el sector privado y la economía popular.

Esta iniciativa de las empresas de producción social que se estructura a partir de septiembre de 2005 en Venezuela es propicia para el desarrollo endógeno como lo plantea Vásquez Barquero (1999) como un proceso de crecimiento económico y cambio estructural por la comunidad local, utilizando el potencial de desarrollo que conduce a la mejora del nivel de vida de la población. Los núcleos de desarrollo endógeno, según Boisier (2001), son iniciativas productivas que emergen del interior de un territorio, sector económico o empresa, para aprovechar las capacidades, potencialidades y habilidades propias, con el fin de desarrollar proyectos económicos, sociales, ambientales, territoriales y tecnológicos, que permitan edificar

una economía más humana, para una nueva vida económica del país.

Este modelo socio – productivo propuesto por el estado venezolano contempla la concepción de desarrollo sustentable. De esta suerte, en la concepción del desarrollo están presentes tanto la dimensión humana como la preocupación ambiental, el respeto por el medio, la necesidad de lograr un equilibrio, una adecuada compatibilidad, entre el desarrollo y la preservación de la calidad de la vida y de los recursos naturales.

En otras palabras, en la medida en que las empresas de producción social profundicen su integración con el entorno, estimularán el desarrollo del territorio, en el cual están insertas.

Otro elemento importante asociado a este modelo innovador propuesto por el Estado para que las empresas desarrollen políticas y principios en función de la Responsabilidad Social Empresarial es su integración hacia un ente organizado. En el caso venezolano son los Consejos

Comunales los entes llamados a garantizar la posibilidad de que todos los ciudadanos se incorporen a lo que por derecho les corresponde: el ejercicio del gobierno local y el control social, para garantizar el manejo y la utilización de los recursos de manera directa, sin la burocracia y los intermediarios que tantos recursos han derrochado.

A partir de la Ley de Consejos Comunales (Asamblea Nacional, 2006) aprobada en Gaceta Oficial extraordinaria No. 5.806 del 10 de abril de 2006, se está logrando transferir el manejo de recursos a las comunidades para atender y resolver sus problemas y necesidades, tal como se expresa en su objetivo de crear, desarrollar y regular la conformación, integración, organización y funcionamiento de los consejos comunales y su relación con los órganos del estado, para la formulación, ejecución, control y evaluación de las políticas públicas.

Por consiguiente, los Consejos Comunales en Venezuela personifican el símbolo de la

participación protagónica de todos los ciudadanos, que buscan el desarrollo de su comunidad y por ende el desarrollo de la nación. El “poder para el pueblo” ha dejado de ser un discurso para convertirse en la realidad vigente de las políticas de gobierno, esto ha permitido que ya algunas comunidades venezolanas se encuentren participando de manera activa junto con las empresas de producción social, en la búsqueda del desarrollo endógeno.

La cogestión entre el Gobierno, las empresas de producción social y los consejos comunales constituyen una poderosa arma de desarrollo social ya sea a escala regional, nacional o mundial. Es preciso señalar que para la ejecución eficiente y adecuada de una política social se necesita asegurar que las acciones, planes y programas se organicen y se presenten de una forma expedita, para lo que se requieren instituciones (legislación, control y administración) y normas de comportamiento que aseguren que las promesas serán cumplidas y los contratos respetados

(Amyrtha Sen, 2005). En otras palabras que las acciones destinadas hacia la comunidad se sustenten en una elevada participación y voluntad política.

En síntesis, podemos señalar que la experiencia concreta de Venezuela a comienzos del siglo XXI permite fundamentar mejor, con basamentos empíricos, la teoría de la empresa ciudadana como superación de la teoría de la responsabilidad social empresarial. El de Venezuela es un caso concreto, tanto por iniciativa propia en algunos casos como por la vía regulatoria en todos, de la empresa asumiendo sus nuevas responsabilidades sociales con el destino del país en términos de desarrollo endógeno y de apoyo a la participación popular. La experiencia está apenas comenzando pero ya se encumbra hacia una redefinición apropiada de las relaciones entre Estado, comunidad y empresa para apuntalar la mejora de la calidad de vida de todos.

CONCLUSIONES

El ejemplo venezolano contribuye a ampliar y dar consistencia a la teoría de la empresa ciudadana en la medida en la que incorpora el concepto y la concreción del poder popular en la dinámica de la empresa. Desde el punto de vista ontológico, asistimos a la redefinición de la empresa, no sólo como actor responsable clave en el desarrollo de la vida social sino como participante en la experiencia de la participación popular. La empresa venezolana del futuro se supone que trabajará en conjunto con la ciudadanía (poder popular) para facilitar la llamada “contraloría social”, como forma de aseguramiento de la calidad de la inversión empresarial en obras para el beneficio comunitario y nacional. Para comprender estos procesos y sus transformaciones requerimos, desde el punto de vista gnoseológico, una perspectiva holística que asuma la crisis como parte del proceso y no como actor indeseable, lo cual nos conduce a la necesidad de servirnos de la teoría de la complejidad para abordar la riqueza de las relaciones

entre los factores involucrados. Todo lo anterior debe ser asumido, desde el punto de vista axiológico, como un aporte a la batalla por colocar en su justa dimensión al ser humano, como sujeto por el cual todos los actores (Estado, empresa, comunidad) deben contribuir para garantizar sus derechos como iguales; derecho a la vida, al trabajo, a la vivienda, a la alimentación, a la paz y a un planeta sano y sin contaminación.

BIBLIOGRAFÍA

AMYRTHA, Sen (2005). La agenda ética pendiente de América Latina. Fondo de Cultura Económica, México.

ASAMBLEA NACIONAL (2006). Ley de los Consejos Comunales. Gaceta Oficial extraordinaria No. 5.806 del 10 de abril de 2006, Caracas.

BOISER, Sergio (2001). Sociedad del conocimiento, conocimiento social y gestión territorial”. Preparación de un informe para la OCDE.

COMISIÓN MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE Y DEL DESARROLLO (1992). Informe Nuestro futuro común. Alianza Editorial, 2da. Reimpresión, Madrid.

CORTINA, Adela (1998). Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial. Editorial Siglo del Hombre, Bogotá.

EDELCA (2006). <http://www.edelca.com.ve/licitaciones/leyes/decreto3895.pdf> (consultada el 12 de enero de 2009)

LAFUENTE, Alberto; VIÑUALES, Víctor; PUEYO, Ramón y LLARÍA, Jesús (2003). La Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas http://www.ecodes.org/documentos/ecodes_fa_RSC_politicas_publicas.pdf (consultada el 5 de febrero de 2009).

MARX, Carlos (1987). El Capital, tomo I. Editorial siglo XXI, México.

MÉNDEZ QUINTERO, Evaristo (2003). Cómo no

naufragar en la era de la información. Epistemología para Internautas e Investigadores. Ediluz, Maracaibo.

MINISTERIO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN (2006). [www.minci.gob.ve/documentos/9/10381/?desc=acuerdoempresas de producción social.doc](http://www.minci.gob.ve/documentos/9/10381/?desc=acuerdoempresas_de_produccion_social.doc) (consultada el 5 de febrero de 2009).

Naciones Unidas (2006). www.unglobalcompact.org (consultada el 10 de febrero de 2009).

PALADINO, Marcelo (2004). La Responsabilidad de la empresa en la sociedad. Construyendo la sociedad desde la tarea directiva. Editorial Ariel. Buenos aires, Argentina.

SOLANO, Luis Felipe (2006). Fundamentación lógico-formal de la responsabilidad social corporativa. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, España.

VÁSQUEZ BARQUERO, Antonio (1999). Desarrollo, Redes

de innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno. Editorial Pirámide, Madrid.

YUNES, Fernando (2006). Pobreza, Desarticulación social y Responsabilidad de la empresa.

En:

www.proetica.uccor.edu.ar/conferencias/archivos/pobrezajunes
(consultada el 5 de diciembre de 2008).