

## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS MULTINACIONALES: ¿UN ASPECTO NORMATIVO O UN ASPECTO ESTRATÉGICO?

J.A. Perea<sup>1</sup>

### JULIO ALBERTO PEREA SANDOVAL<sup>1</sup>



Administrador de empresas de la Universidad Nacional de Colombia, Especialista en Gerencia de Negocios Internacionales de la Escuela de Administración de Negocios y Maestrante en Administración con énfasis en investigación de la Universidad Nacional de Colombia. Estudios en Gerencia Social y Gestión Comunitaria y Docencia Universitaria. Actualmente se desempeña como responsable de las investigaciones del sector transporte en el Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Docente de planta de la Escuela Colombiana de Carreras Industriales vinculado desde el 2004 a la Institución. Coautor de la publicación "Competencia 4: Proceso administrativo en todo tipo de organizaciones".

#### RESUMEN

El presente trabajo se enmarca dentro de los procesos de investigación adelantados por GICEA –Grupo de Investigación en Ciencias Económicas y Administrativas -, el cual está adscrito a la Línea de Innovación, Productividad y Gestión Organizacional de la ECCI. Tiene como objetivo revisar en la literatura las bases teóricas que soportan el concepto de responsabilidad social corporativa, y tratar de responder la pregunta: ¿Las compañías multinacionales que practican la responsabilidad social lo hacen por cumplir una normatividad o si, por el contrario, hay un desarrollo estratégico que le permita a dichas compañías impactar de manera positiva el entorno que las rodea? El trabajo concluye especificando la manera como las empresas multinacionales pueden validar y

<sup>1</sup> Docente ECCI - jpereas@ecc.edu.co - Administrador de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia. Especialista en Gerencia de Negocios Internacionales de la Escuela de Administración de Negocios. Actualmente, haciendo la Maestría en Administración con énfasis en Investigación de la Universidad Nacional de Colombia.

## ABSTRACT

dar carácter de legítimo las acciones que emprenden dentro del concepto de responsabilidad social corporativa.

**Palabras Claves:** Responsabilidad social, estrategia, alineación corporativa, compañías multinacionales.

This work is part of the research process developed by GICEA-Group Research in Economics and Management - which is attached to the Line of Innovation, Productivity and Organizational Management from the ECCI. Is to review the literature on the theoretical bases that support the concept of corporate social responsibility, and try to answer the question: "Multinational companies that practice social responsibility do to meet a regulation or, conversely, there is a strategic development that will enable such companies positively impact the surrounding environment? The paper concludes by specifying how multinational companies can validate and legitimate character of the actions undertaken within the concept of corporate social responsibility.

**KEYWORDS:** Social responsibility, strategy, corporate alignment, multinational companies.

Las compañías multinacionales, como las compañías con operaciones internacionales que permite que las operaciones en un país sean relativamente independientes de las operaciones en otros, y las compañías transnacionales, definidas como la compañía propiedad y bajo la administración de nacionales de diferentes países [Daniels y Radebaugh, 2000], son organizaciones cuya importancia a nivel económico, laboral, social y político no se pone en tela de juicio. "La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) afirmó que, para diciembre de 1996, las 50 mayores empresas de inversión extranjera presentes en las economías latinoamericanas registraron ventas superiores a 110 mil millones de dólares,

monto mayor que el Producto Interno Bruto de varios países de la región, incluso de algunos de tamaño intermedio como Colombia, Chile, Perú y Venezuela" [Echaiz, 2007]

Debido a esta connotación de grandeza y visibilidad de las empresas multinacionales, es que se convierten en objetivos de organizaciones activistas de todo tipo, las cuales se han vuelto mucho más agresivas y eficaces en presionar públicamente a las corporaciones [Porter y Kramer, 2006]. Sobre todo si son cuestiones de derechos humanos. "Si por un lado nos encontramos con una vulnerabilidad de amplios colectivos laborales, también se constata que las grandes corporaciones han mantenido a lo largo de la historia

relaciones con regímenes políticos poco respetuosos con los derechos humanos. Dentro de la amplia casuística podemos citar a título de ejemplo el papel que Ford, Siemens o Volkswagen que mantuvieron con el régimen de Hitler, o también la financiación gestionada por la empresa ITT para promover el golpe de estado contra el gobierno de Salvador Allende en Chile durante el mes de setiembre de 1973. Y pasando al continente africano podemos rememorar a los intereses de muchas compañías occidentales en el mantenimiento del régimen del apartheid vigente en la República de Sudáfrica hasta el año 1994, y podríamos cerrar este breve recorrido en el lejano Oriente y recordar el triste papel jugado por Union Carbide en la tragedia de Bhopal de diciembre de 1984, o las incesantes denuncias que se han producido de connivencia de las compañías multinacionales ya sea con regímenes militares de carácter represivo (caso de Myanmar, anteriormente denominada Birmania) o civiles pero sin legitimidad democrática (caso de la República Popular China). [Morrós, 2008].

La responsabilidad social entonces surge como la forma de paliar la imagen negativa de las actividades de las empresas ante los grupos de interés y la sociedad en general. Pero, ¿la responsabilidad social corporativa debe ser algo normativo o algo estratégico en las organizaciones?

En primer lugar, dentro del aspecto normativo, las situaciones reiteradas de no respeto de los derechos humanos llevaron a la promulgación de las "Normas sobre las responsabilidades de las transnacionales y

otras empresas comerciales respecto a los derechos humanos", que aunque fueron aprobadas en el 55º período de sesiones de agosto de 2003, finalmente no fueron adoptadas quedando de momento sin entrar en vigor.

Apesar de que existen otras iniciativas sobre la conducta de las empresas transnacionales tales como las Líneas Directivas de la OCDE para las empresas multinacionales y los principios de la declaración tripartita de la O.I.T. (Organización Internacional del Trabajo), las Normas han sido el primer instrumento legal que de entrada no enfatizó su naturaleza no vinculante.

Con respecto a las "Líneas directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico para empresas multinacionales" sobresalen particularmente pues constituyen, hasta la fecha, la piedra angular en la materia. En el propio Prólogo se lee al inicio: "... 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".

Son sus principales características las siguientes: primera, la voluntariedad,

pues “el cumplimiento de las Directrices por parte de las empresas es voluntario y no tiene carácter obligatorio” (acápito 1.1); segunda, la globalidad en tanto “las actividades de las empresas multinacionales se extienden a todo el mundo” (acápito 1.2); tercera, la conceptualización indirecta, ya que no ofrece una definición precisa de empresa multinacional al juzgar que “no es necesaria a los efectos de las Directrices”, aún cuando delimita sus rasgos como la extraterritorialidad, la influencia significativa y la estructura corporativa grupal (acápito 1.3); cuarta, la no discriminación porque no procura “introducir diferencias de tratamiento entre las empresas multinacionales y las empresas nacionales” (acápito 1.4); quinta, el no proteccionismo, puesto que “los gobiernos que han suscrito las Directrices no deben utilizarlas con fines proteccionistas” (acápito 1.6); y, sexta, la promoción del arbitraje dentro de “los mecanismos internacionales adecuados de solución de diferencias” (acápito 1.9). [Echaiz, 2007]

En este orden de ideas se consagran 11 principios generales que deberán observar las empresas multinacionales: primero, contribuir al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible; segundo, respetar los derechos humanos de las personas afectadas por sus actividades de conformidad con las obligaciones y compromisos internacionales del gobierno de acogida; tercero, estimular la generación de capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local; cuarto, fomentar la formación del

capital humano, particularmente mediante la creación de oportunidades de empleo y el ofrecimiento de formación a los empleados; y, quinto, abstenerse de buscar o de aceptar exenciones no contempladas en el marco legal o reglamentario relacionadas con el medioambiente, la salud, la seguridad e higiene, el trabajo, la fiscalidad, los incentivos financieros u otras cuestiones varias. [Echaiz, 2007]

Asimismo, sexto, apoyar y defender unos correctos principios de gobierno empresarial y desarrollar y aplicar unas buenas prácticas de gobierno empresarial; séptimo, desarrollar y aplicar prácticas autodisciplinarias y sistemas de gestión eficaces que promuevan una relación de confianza recíproca entre las empresas y las sociedades en que ejercen su actividad; octavo, promover el conocimiento por los empleados de las políticas empresariales y su conformidad con ellas, mediante una difusión adecuada de las mismas, incluso a través de programas de formación; noveno, abstenerse de tomar medidas discriminatorias o disciplinarias contra los trabajadores que elaboren, de buena fe, informes para la dirección o, en su caso, para las autoridades públicas competentes acerca de prácticas contrarias a la ley, a las Directrices o a las políticas de la empresa; décimo, alentar, cuando sea factible, a los socios empresariales, incluidos proveedores y subcontratistas, para que apliquen principios de conducta empresarial compatibles con las Directrices; y, décimo primero, abstenerse de cualquier injerencia indebida en actividades políticas locales. [Echaiz, 2007]

Las "Líneas directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico para empresas multinacionales" no se agotan en los principios expuestos, sino que abordan además ocho cuestiones específicas: primera, la publicación de informaciones para la difusión de resultados -tanto financieros como operativos- de la empresa, principales accionistas y factores de riesgo previsibles (acápito III.4); segunda, el empleo y las relaciones laborales, a efectos de contribuir a la abolición efectiva del trabajo infantil y contribuir a la eliminación de toda clase de trabajo forzado (acápito IV.1); tercera, el medio ambiente, procurando que las empresas establezcan y mantengan un sistema de gestión medioambiental (acápito V.1); cuarta, la lucha contra la corrupción, proscribiéndose las contribuciones ilícitas a candidatos a cargos públicos (acápito VI.6); quinta, los intereses de los consumidores para establecer procedimientos transparentes y eficaces que den respuesta a las quejas de ellos (acápito VII.3); sexta, la ciencia y la tecnología, a efectos de permitir la transferencia y rápida difusión del know-how, protegiendo los derechos de propiedad intelectual (acápito VIII.2); séptima, la competencia, debiendo abstenerse de celebrar o cerrar acuerdos entre competidores contrarios a la competencia (acápito IX.1); y, octava, la fiscalidad, señalándose que es importante que las empresas multinacionales contribuyan a las finanzas públicas de los países de acogida (acápito X). [Echaiz, 2007]

Hasta la actualidad el proyecto más parecido que había visto la luz era la declaración de principios del Global Compact (Pacto

Global, en español) de las Naciones Unidas. Esta iniciativa promovida por el anterior secretario general Kofi Annan se hizo pública en julio del año 2000 y pretendía aunar a empresas, agencias de la ONU y organizaciones del tercer sector en apoyo de los nueve principios (en junio de 2004 se incorporó el décimo principio sobre las empresas y la prevención de la corrupción y de los sobornos) en las áreas de los derechos humanos, condiciones laborales y respeto del medio ambiente. [Morrós, 2008].

Estos principios son: 1) las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidas internacionalmente dentro de su ámbito de influencia; 2) las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos; 3) las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; 4) las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzado o realizado bajo coacción; 5) las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil; 6) las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación; 7) las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente; 8) las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; 9) las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente; y 10) las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas incluidas la extorsión y soborno. [Orsi, 2007]

En segundo lugar, dentro del aspecto estratégico, se analiza si la responsabilidad social corporativa es simplemente una actividad ineludible para los líderes de negocios, o si por el contrario puede ser una fuente de oportunidades, innovación y ventaja competitiva. El trabajo de Porter y Kramer trata que cuando los enfoques predominantes de la responsabilidad social corporativa se desconectan de los negocios, oscurecen las mejores oportunidades para beneficiar a la sociedad. Finalizan por insistir en la necesidad de vincular la responsabilidad social de la empresa con cada una de las fases que se articulan en la cadena de valor. Esta idea se corona con la afirmación de que la responsabilidad social más estratégica se concreta cuando una empresa añade una dimensión social a su propuesta de valor, es decir, cuando convierte el impacto social en una parte sustantiva de su estrategia. [Benzo, 2008].

Porter y Kramer, después de analizar las cuatro escuelas de pensamiento de la responsabilidad social corporativa (obligación moral, sustentabilidad, licencia para operar y reputación), plantea que “se enfocan en la tensión entre sociedad y empresa más bien que en su interdependencia. Cada una crea una lógica genérica, desligada de la estrategia y de las operaciones de una empresa específica o de los lugares donde opera. Por tanto, ninguna de ellas es suficiente para ayudar a una empresa a identificar, priorizar y abordar los problemas sociales más importantes, o aquéllos sobre los que puede tener el máximo impacto. El resultado es a menudo una mezcla inconexa de actividades filantrópicas y de RSC, desligada de la

estrategia de la empresa y sin ningún impacto social significativo ni capacidad de fortalecer su competitividad a largo plazo. Internamente, las prácticas e iniciativas de RSC a menudo están aisladas de las unidades operativas, e incluso separadas de la filantropía corporativa. Externamente, el impacto social de la empresa se diluye entre numerosos esfuerzos inconexos, cada uno de los cuales responde a un grupo diferente de stakeholders o a un aspecto puntual de presión corporativa”.

La consecuencia de esta fragmentación es una enorme oportunidad perdida. El poder de las corporaciones para crear beneficio social se disipa, así como el potencial de una empresa para tomar acciones que apoyen tanto a sus comunidades como a sus metas de negocios.” [Porter y Kramer, 2006].

Es así que se propone un proceso interno preventivo y ajustado a las necesidades de la organización. La utilización de la cadena de valor como herramienta para identificar sistemáticamente las ramificaciones sociales de las actividades en cada lugar. La cadena de valor representa todas las actividades que una empresa realiza al hacer negocios. Puede servir como marco para identificar el impacto social positivo y negativo de esas actividades. Estos vínculos de adentro hacia fuera pueden ir desde políticas de contratación y despido hasta emisiones de gases con efecto invernadero.

Además de entender las ramificaciones sociales de la cadena de valor, la responsabilidad social corporativa eficaz requiere comprender las dimensiones

sociales del contexto competitivo de la empresa: los vínculos de afuera hacia adentro que afectan su capacidad para aumentar la productividad y ejecutar la estrategia. Éstos pueden ser entendidos utilizando el marco del diamante, que muestra cómo las condiciones en las ubicaciones de una empresa (tales como la infraestructura de transporte y la política regulatoria honestamente aplicada) afectan su capacidad de competir. Al abordar el contexto competitivo, las empresas no pueden hacerse cargo de todas las áreas del diamante. Por lo tanto, la tarea es identificar aquellas áreas de contexto social que tengan el mayor valor estratégico. Una empresa debería escoger cuidadosamente de este menú una o pocas iniciativas sociales que entreguen el mayor valor compartido: beneficio tanto para la sociedad como para su propia competitividad. [Porter y Kramer, 2006].

Ahora, la responsabilidad social corporativa es un modelo de uso sectorial que intenta desde su posición social ayudar a crear una sociedad más equilibrada e igualitaria, tratando de garantizar una mejora en la calidad de vida de la comunidad actual. Pero aunque estas nuevas formas de gestión puedan corregir y prevenir algunas situaciones, se necesita de la fuerte presencia del estado para el control del funcionamiento de estas organizaciones y la solución de los problemas estructurales que posee un país, provincia o municipio en todos los aspectos económicos, sociales y ambientales. El deber del estado es hacer cumplir a los diferentes actores sociales todos los derechos humanos establecidos y reconocidos internacionalmente, y

fomentar valores como la ética, solidaridad y ayuda al prójimo. El desarrollo sustentable es la forma más efectiva que tienen los países pobres de resolver sus problemas estructurales como la pobreza, la falta de trabajo y la violencia social con una visión integral. Se necesita del conjunto de la sociedad para encontrar las soluciones a problemáticas tan complejas, es por eso que cada parte debe colaborar desde la función que cumple en la sociedad. Si no se involucra a toda la sociedad, herramientas como la responsabilidad social corporativa no servirán demasiado. Si todos los integrantes de la comunidad no se comprometen a trabajar en beneficio de un desarrollo social no se lograrán resultados favorables. [Orsi, 2007]

Cómo conclusión de este trabajo, las actividades llevadas a cabo por empresas multinacionales deben cumplir con las normas vigentes y futuras que apliquen en el marco de la responsabilidad social corporativa. Pero no solo cumplirlas por cumplirlas, por el contrario, identificando comportamientos claves después de un análisis exhaustivo de su cadena de valor y contexto competitivo. Cuando las empresas multinacionales hagan una alineación entre la responsabilidad social corporativa y su estrategia, entonces todas las actividades que se realicen serán genuinas.

## REFERENCIAS

BENZO, José. Responsabilidad social empresarial: mitos, evolución y realidades. Universidad Monteávila Venezuela, 2006.

DANIELS, John y RADEBAUGH, Lee. *Negocios Internacionales*. Editorial Pearson, Octava Edición, México, 2000.

ECHAIZ, Daniel. La responsabilidad social corporativa en las empresas multinacionales. Publicado en: *Revista Justicia y Derecho*, N° 3, 2009.

MORRÓS, Jordi. La responsabilidad social de las multinacionales y el respeto de los

derechos humanos. CIES. Universidad de Barcelona, 2008.

ORSI, Adriana. La responsabilidad social empresarial. Publicado en: *Revista Futuros*, N° 17, 2007.

PORTER, Michael y KRAMER, Mark. *Estrategia y sociedad*. Publicado en: *Harvard Business Review América Latina*, 2006.