



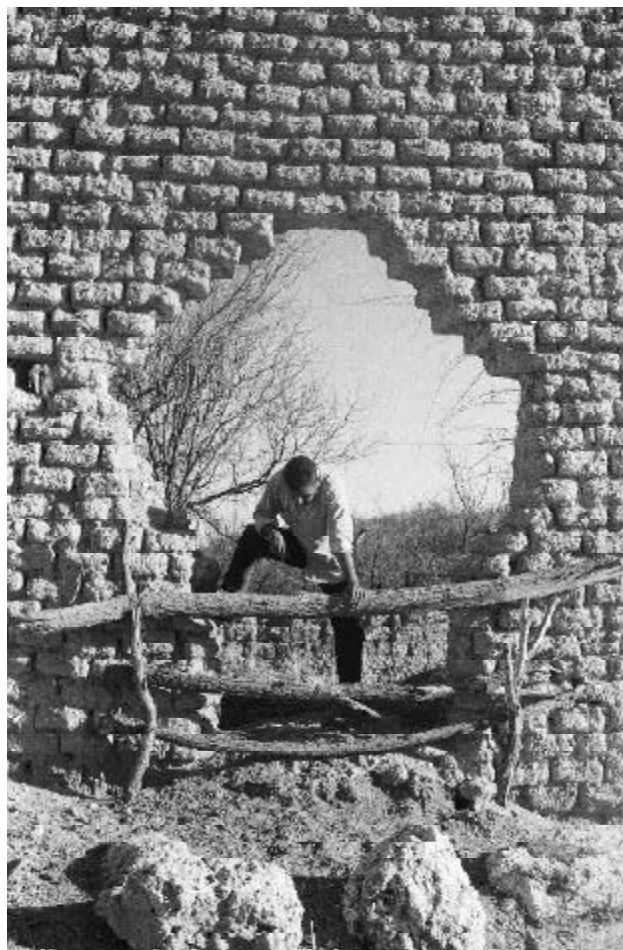
# RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: un reto para la industria química

ARACELY DÁVILA SÁNCHEZ y JOSÉ LUIS GÓMEZ SOLÍS  
*Facultad de Ciencias Químicas/Universidad Autónoma de Chihuahua*

**C**ada vez es mayor el número de empresas que fomentan sus estrategias de responsabilidad social en respuesta a diversas presiones sociales, medioambientales y económicas. Al obrar así, invierten en su futuro y esperan que el compromiso que han adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su rentabilidad.

Al afirmar su compromiso social y asumir voluntariamente otros que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir en cualquier caso, las empresas intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección del medio ambiente, respeto de los derechos humanos y mejorar las relaciones entre los directivos de las organizaciones con el consejo de administración y con sus accionistas sobre todo.

El concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, aunque en todos los tipos, tanto públicas como privadas, existen prácticas socialmente responsables. Este es esencialmente un concepto con arreglo al cual se decide voluntariamen-



Tapias II.

te contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. Cada vez, un mayor número de empresas reconoce más claramente tarea en la comunidad y la considera parte de su identidad. Esta responsabilidad se expresa frente a los trabajadores y, en general, frente a todos los grupos de interés de la empresa, que pueden a su vez influir en su éxito.

Estos grupos pueden ser internos, como los empleados y accionistas o externos como los consumidores, proveedores, competidores, gobierno y sociedad.

Esta evolución refleja las expectativas que despierta en los ciudadanos y en todos los interesados la transformación del papel de las empresas en la nueva sociedad cambiante de hoy en día.

Numerosos factores impulsan este avance de la responsabilidad social de las empresas:

- Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversionistas en el contexto de la globalización y el cambio industrial a gran escala.
- La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro del medio ambiente provocado por la actividad económica.
- La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación.

## Las empresas y su responsabilidad social

A medida que las propias empresas se enfrentan a los retos de un entorno en constante cambio en el contexto de la globalización y, en particular, del mercado interno, aumenta su convencimiento de que la responsabilidad social puede tener un valor económico directo. Aunque la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar beneficios, pueden contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales, del medio ambiente, educativos y de salud integrando la responsabilidad social como inversión relevante en el contenido de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades.

Cuando la responsabilidad social de la empresa constituye un proceso de gestión de sus relaciones con diversos grupos de interés que pueden influir realmente en su funcionamiento, las justificaciones son evidentes. Por tanto, la responsabilidad social debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la gestión de la calidad.

## El contexto político

El reto consiste en determinar la manera en que la responsabilidad social de las empresas puede contribuir a desarrollar una economía competitiva, dinámica y socialmente integrada. Las empresas deberán emplear prácticas idóneas en relación con la formación continua, la organización del trabajo, la igualdad de oportunidades, la integración social y el desarrollo sustentable.

Los grupos involucrados en la responsabilidad social deberán definir el papel que pueden desempeñar las empresas para enfrentar las consecuencias en materia de empleo y sociales de la integración económica y de mercados para adaptar las condiciones laborales a la nueva economía.

La responsabilidad social de las empresas tiene implicaciones importantes para todos los agentes económicos y sociales, así como para las autoridades públicas, que deben tener en cuenta las prácticas socialmente responsables de las empresas en sus operaciones productivas. Varios países reconocen su importancia y han adoptado diversas medidas para fomentarla. Todos ellos se enfrentan a desafíos semejantes, por lo que podrían extraer enseñanzas útiles de las experiencias de los demás.

## ¿Qué es la responsabilidad social de las empresas?

La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales, educativas, de salud y del medio ambiente en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus grupos de interés tanto internos como externos.

Ser socialmente responsable no significa solo cumplir a plenitud las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con los grupos de interés. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la directiva y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad.

La responsabilidad social de las empresas no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas de protección al ambiente, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables.

A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, esta es importante en todos los niveles y los sectores de actividad, desde las pequeñas y medianas, (Pymes), a las multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo.

Aunque muchas pequeñas Pymes ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a través de su participación a nivel local, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de las buenas prácticas podría contribuir a fomentar la responsabilidad social entre este tipo de negocios.

La incidencia económica de la responsabilidad social puede desglosarse en efectos directos e indirectos. Se pueden derivar resultados positivos directos de, por ejemplo, un mejor entorno de trabajo –que genere un mayor compromiso de los trabajadores e incremente su productividad– o de una utilización eficaz de los recursos naturales. Además, se logran efectos indirectos a través del aumento de la atención que prestan a la empresa consumidores e inversionistas, que ampliará su participación en el mercado.

Las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de control social y medioambiental para evaluar los riesgos de los préstamos concedidos a las empresas y las inversiones efectuadas en las mismas. Del mismo modo, el hecho de que una sea catalogada como responsable en el ámbito social, por ejemplo mediante su inclusión en un índice de valores éticos, puede favorecer su cotización y aportarle beneficios financieros.

Es difícil evaluar de manera precisa qué factores determinan la rentabilidad financiera de una empresa socialmente responsable. La investigación (Industry Week, 15 de enero de 2001) ha demostrado que aproximadamente la mitad del rendimiento superior a la me-



Tapias I.

dia de una compañía responsable en lo social puede atribuirse a este comportamiento, mientras que la otra mitad se explica por los resultados de su sector. Se espera que las agrupaciones socialmente responsables tengan beneficios superiores a la media, ya que la capacidad de una empresa para abordar con éxito los problemas ambientales y sociales puede ser una medida creíble de la calidad de la gestión.

Es preciso mejorar nuestros conocimientos sobre la incidencia de la responsabilidad social de las empresas en sus resultados económicos y realizar estudios adicionales al respecto. Este es un ámbito de investigación en el que podrían colaborar las compañías, las autoridades públicas y las instituciones académicas, labor que deberían apoyar los programas de investigación y desarrollo tecnológico.

### **1. Responsabilidad social de las empresas: dimensión interna**

Dentro de la empresa, las prácticas responsables en lo social impactan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud, la seguridad y la gestión del cambio,

mientras que las aplicaciones con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción.

#### **a) Gestión de recursos humanos**

Actualmente, uno de los desafíos más importantes a los que se enfrentan las empresas es atraer a trabajadores calificados y lograr que permanezcan a su servicio. En este contexto, las medidas pertinentes podrían incluir el aprendizaje permanente, la asignación de responsabilidades a los trabajadores, la mejora de la información en la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la igualdad de retribución y de perspectivas profesionales para las mujeres y la seguridad en el lugar de trabajo.

Los ejercicios responsables de contratación, en particular los no discriminatorios, podrían facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres. Dichas prácticas son fundamentales para conseguir los objetivos de aumentar la tasa de empleo y luchar contra la exclusión social.

En el ámbito del aprendizaje permanente, las empresas deben desempeñar un papel fundamental en varios niveles: contribuir a definir mejor las necesidades de capacitación mediante una asociación estrecha con las instituciones educativas que diseñan los programas de educación y formación; fomentar el paso de los jóvenes de la vida escolar a la vida laboral, por ejemplo facilitando el acceso a puestos de aprendizaje y creando un entorno que estimule la enseñanza permanente de todos los empleados, en particular de los que tienen un menor nivel educativo, así como de los trabajadores de mayor edad.

#### **b) Salud y seguridad en el lugar de trabajo**

Las empresas, los gobiernos y las organizaciones profesionales están buscando con mayor intensidad modos complementarios de promover la salud y la seguridad utilizándolas como condiciones para adquirir productos y servicios de otras empresas y para promocionar sus propios productos o servicios. Estas acciones voluntarias pueden considerarse complementarias de la normatividad y las actividades de control de las autoridades públicas porque tienen también por objeto la prevención; es decir, el aumento del nivel de la salud y la seguridad en el lugar de trabajo.

A medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la

calidad de los productos y servicios, se multiplican también las presiones para que en el material promocional de la empresa se mida, documente y comunique dicha calidad. Se han incluido en diversa medida criterios de salud y seguridad en el lugar de trabajo en los sistemas de certificación y los sistemas de etiquetado de productos y equipo existentes, y se han iniciado también programas de certificación de los sistemas de gestión, basados sobre todo en la salud y la seguridad en el lugar de trabajo.

#### **c) Adaptación al cambio**

Reestructurar desde un punto de vista socialmente responsable significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones. En la práctica, la forma es a menudo tan importante como el fondo para el éxito de las reestructuraciones. En particular, conviene buscar la participación y la implicación de todos los afectados mediante una información y una consulta abierta. Además, la reestructuración debe prepararse identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costos directos e indirectos de las estrategias y medidas alternativas y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos innecesarios.

La experiencia de las reestructuraciones más importantes realizadas en Europa en las industrias del carbón y del acero y los astilleros ha demostrado que resulta más fructífera si en ella colaboran las autoridades públicas, las empresas y los representantes de los trabajadores.

#### **d) Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales**

Un planteamiento que fomenta la responsabilidad social de las empresas es el sistema comunitario de gestión y auditoría ambiental ISO 19000, el cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de eco auditoría y eco gestión en la compañía o el emplazamiento industrial dirigidos a estimular la mejora constante del rendimiento ecológico.

## **2. Responsabilidad social de las empresas: dimensión externa**

Lejos de limitarse al interior de las empresas, la responsabilidad social se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de trabajadores y accionistas, un amplio abanico de grupos de interés: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y organizaciones no gubernamentales defen-

soras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. La responsabilidad social de las empresas debe sobrepasar también las fronteras de cualquier comunidad.

#### a) Comunidades locales

La responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno local, ya sea a nivel del país o mundial. Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las compañías dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan. Por ejemplo, la mayor parte de sus contrataciones tienen lugar en el mercado de trabajo local, por lo que están directamente interesadas en que en su lugar de ubicación haya personas con las competencias que necesitan. La reputación de una empresa en su lugar de ubicación y la imagen del empresario y productor preocupado por el mantenimiento y preservación del ambiente influye sin duda en su competitividad.

Asimismo, las empresas interactúan con el entorno físico local. Algunas dependen de un entorno limpio –aire puro, aguas no contaminadas o carreteras descongestionadas– para su producción u oferta de servicios. Puede existir también una relación entre el entorno físico local y la capacidad de las empresas para atraer trabajadores a la región donde radican. Por otro lado, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: contaminación acústica, lumínica y de las aguas; contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Por ello, las empresas con mayor conciencia de las cuestiones ecológicas realizan a menudo una doble contribución a la educación para la protección del medio ambiente de la comunidad.

Muchas empresas se comprometen con la sociedad local a través de la colaboración con organizaciones de defensa del medio ambiente, el ofrecimiento de servicios de guardería a sus trabajadores, el patrocinio de actividades deportivas o culturales a nivel local o la realización de donaciones para obras de beneficencia.

Las instituciones financieras pueden desempeñar un papel especial a nivel local mediante la inversión en la comunidad; es decir, la inversión directa en

proyectos que benefician en concreto a algunas comunidades, sobre todo en zonas económicamente desfavorecidas. Esta inversión adopta normalmente la forma de préstamos para proyectos de vivienda de costo reducido con tipos de interés iguales o inferiores a los del mercado.

#### b) Consumidores

Como parte de su responsabilidad social, se espera que las empresas intenten ofrecer de manera eficaz, ética y ecológica los productos y servicios que los consumidores necesitan y desean. Se espera que las que establezcan relaciones duraderas con sus clientes –centrando toda su organización en la comprensión de lo que estos desean y ofreciéndoles una calidad, seguridad, confiabilidad y otros servicios adicionales– obtengan mayores beneficios. La puesta en práctica del principio según el cual los productos se diseñan pensando en que puedan ser utilizados por el mayor número de personas posible, incluidos los consumidores afectados por una discapacidad, es un ejemplo importante de la responsabilidad de las empresas en el ámbito social.

#### c) Derechos humanos

Una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas, está estrechamente vinculada a los derechos humanos, sobre todo por lo que respecta a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales.

Por lo que concierne a los derechos humanos, es necesario un control continuo de la aplicación y el respeto de los códigos. Dicho control debería diseñarse y realizarse ateniéndose estrictamente a las normas y reglas aplicables a las organizaciones y personas que llevan a cabo la denominada “auditoria social”, que es la evaluación sistemática del impacto social de una empresa bajo ciertas normas. Un control en el que participen los interesados, por ejemplo, las autoridades gubernamentales, los sindicatos y las ONGs es importante para garantizar la credibilidad de los códigos de conducta.

### 3. Enfoque global de la responsabilidad social de las empresas

Aunque cada vez hay más empresas que reconocen su responsabilidad social, muchas de ellas aún no han adoptado las prácticas de gestión pertinentes. Cuando tienen que integrar la responsabilidad social en la operación diaria de toda su cadena de producción, sus trabajadores y directivos necesitan programas de capaci-



tación para adquirir las competencias necesarias. Las compañías pioneras pueden ayudar a generalizar las prácticas socialmente responsables difundiendo las mejores.

Aunque la responsabilidad social solo puede ser asumida por las propias empresas, las demás partes interesadas, en particular los empleados, los consumidores y los accionistas pueden desempeñar un papel fundamental en su propio interés o en nombre de otros interesados en ámbitos como los de las condiciones laborales, el medio ambiente o los derechos humanos, instando a las compañías a adoptar prácticas socialmente responsables. Esto requiere una verdadera transparencia sobre el comportamiento social y ecológico de las empresas.

#### **a) Gestión integrada de la responsabilidad social**

La forma en que las empresas abordan sus responsabilidades y sus relaciones con sus grupos de interés varía en función de diferencias culturales. En primer término, tienden a adoptar una declaración de principios, un código de conducta o un manifiesto donde señalan sus objetivos y valores fundamenta-

les, así como sus responsabilidades hacia sus grupos de interés. A continuación, estos valores han de traducirse en medidas en toda la empresa, de las estrategias a las decisiones cotidianas.

A medida que la responsabilidad social va formando parte de la planeación estratégica de las empresas y de sus operaciones diarias, los directivos y los trabajadores deben adoptar sus decisiones empresariales basándose en criterios que se añaden a los que practicaban tradicionalmente. Los modelos tradicionales de comportamiento organizacional, gestión estratégica o, incluso, ética empresarial, no siempre proporcionan una formación suficiente para administrar las empresas en este nuevo entorno.

Para responder a la necesidad de incluir la responsabilidad social en la formación de los directivos y trabajadores actuales y de prever las competencias que necesitarán los directivos y los trabajadores en el futuro, conviene ofrecer en las carreras empresariales cursos y módulos de ética, aunque solo suelen abarcar una parte de lo que se entiende por responsabilidad social de las empresas.

Los trabajadores son parte importante de las empresas. Además, la implementación de la responsabilidad social requiere un compromiso por parte de la dirección, pero también una visión innovadora y, por consiguiente, nuevas competencias y una mayor participación del personal y sus representantes en un diálogo que permita estructurar las reacciones y los ajustes. El diálogo social con los representantes de los trabajadores, que es el principal mecanismo para definir la relación entre una empresa y sus trabajadores, desempeña por lo tanto un papel fundamental en el marco más amplio de la adopción de prácticas socialmente responsables.

Por añadidura, como las cuestiones sobre responsabilidad social de las empresas son múltiples y afectan prácticamente a todas las actividades empresariales, debe consultarse ampliamente a los representantes de los trabajadores sobre las políticas, programas y medidas. Además, debe ampliarse el diálogo social a las cuestiones sociales y ambientales de las empresas y los instrumentos para mejorarlas mediante, por ejemplo, la sensibilización de la dirección y los trabajadores, programas de formación y de orientación de las empresas en los ámbitos social y ecológico y sistemas de gestión estratégica que incluyan consideraciones económicas, sociales y ecológicas.

Algunas empresas reconocen también el vínculo existente entre los resultados conseguidos por lo que respecta al medio ambiente y el aumento de la calidad de los empleos. La adopción de tecnologías limpias puede propiciar la mejora de dichos resultados. Por tanto, su implementación puede mejorar simultáneamente los logros de la empresa en lo que respecta a la protección del medio ambiente y la satisfacción laboral de los trabajadores, aumentando al mismo tiempo la rentabilidad.

## Bibliografía

BATEMAN, Thomas S. y Snell SCOUT A.: *Administración, una ventaja competitiva*, México, McGraw Hill, 4a. ed., 2004.

RAMÍREZ PADILLA, David Noel: *Integridad en las empresas, ética para los nuevos tiempos*, México, McGraw Hill, 2007.

ROBBINS, Stephen P. y Mary COULTER: *Administración*, México, Pearson Educación, 8a. ed., 2005.

RUE, Leslie W. y Byars LLOYD: *Administración, teoría y aplicaciones*, México, Representaciones y Servicios de Ingeniería, 1985.

### Enlaces de Internet:

BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY, BSR (red internacional de empresas creada en 1992 para ofrecer a sus miembros productos y servicios innovadores que les ayuden a asentar su éxito comercial en el respeto de los valores éticos, personales, sociales y ecológicos), <http://www.bsr.org/>.

BUSINESS IMPACT TASKFORCE (grupo de trabajo creado en 1998 para ofrecer una referencia sobre los argumentos empresariales, las buenas prácticas y los métodos de medición relacionados con todos los aspectos de la responsabilidad social de las empresas), <http://www.business-impact.org/>.

CONFERENCE BOARD (red de empresas asociadas y de investigación cuyo objetivo es reforzar la iniciativa empresarial y la contribución de las empresas a la sociedad), <http://www.conference-board.org/>.

DG COMERCIO (sitio web sobre responsabilidad social de las empresas y las directrices de la OCDE para las empresas), <http://www.europa.eu.int/comm/trade/miti/invest/oecd.htm>.

DG EMPLEO Y ASUNTOS SOCIALES (sitio web sobre responsabilidad social de las empresas), [http://europa.eu.int/comm/employment\\_social/soc-dial/csr/csr\\_index.htm](http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm).

DG MULTINACIONALES SECRETARÍA GENERAL (sitio web sobre desarrollo sostenible), <http://www.europa.int/comm/environment/eussd/index.htm>.

HUMAN RIGHTS WATCH (ONG dedicada a proteger los derechos humanos en todo el mundo), <http://www.hrw.org/>.

PROGRAMA DE INVESTIGACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS (proyecto que tiene por objeto promover la investigación y el diálogo político sobre cuestiones de responsabilidad social y ecológica de las empresas en los países en vías de desarrollo), <http://www.unrisd.org/engindex/research/busrep.htm>.

SUSTAINABLE BUSINESS.COM (sitio detallado con recursos útiles para todos los interesados en las actividades económicas que fomentan el desarrollo sostenible, diseño de productos y utilización eficiente de los recursos), [www.sustainablebusiness.com](http://www.sustainablebusiness.com).

TRANSPARENCY INTERNATIONAL (ONG que combate la corrupción nacional e internacional), <http://www.transparency.de/>.

WORLDCSR (portal compartido que enlaza los sitios web de gran-

des organizaciones de empresas que se interesan por la responsabilidad social), <http://www.worldcsr.com>.

### Códigos de conducta:

AMNESTY INTERNATIONAL'S HUMAN RIGHTS PRINCIPLES FOR COMPANIES (código internacional que insta a las empresas a proteger los derechos humanos y a cumplir las normas laborales en los países donde estas tienen establecimientos), <http://www.amnesty.org/ailib/aipub/1998/ACT/A7000198.htm>.

CODES OF CONDUCT (sitio web que ofrece recursos útiles a los interesados en conocer el texto completo de diversos códigos de conducta y sus disposiciones, patrocinadores y efectos en las prácticas empresariales), <http://www.codesofconduct.org/>.

GLOBAL SULLIVAN PRINCIPLES (conjunto de principios elaborados por el Reverendo Leon H. Sullivan para servir de guía a las políticas sociales, económicas, políticas y medioambientales de las empresas), <http://www.globalsullivanprinciples.org/>.

INVESTORS IN PEOPLE (norma de calidad del Reino Unido que establece un nivel de buenas prácticas para mejorar los resultados de una empresa gracias a sus recursos humanos), <http://www.iipuk.co.uk/>.

SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000 –SA8000– (norma voluntaria de responsabilidad social de las empresas lanzada en 1997 por el Council on Economic Priorities Accreditation Agency [CEPAA], que se llama desde hace poco Social Accountability International [SAI]. Se centra sobre todo en las prácticas laborales, por ejemplo el trabajo infantil, la libertad de asociación, el tiempo de trabajo y la remuneración. Este código internacional de responsabilidad civil se basa en la norma ISO 9000 e incluye la acreditación de los auditores y un control independiente), <http://www.cepaa.org/sa8000.htm>. ©

