

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES



**LA IMPORTANCIA JURÍDICA  
DE QUE EN LA ESTRUCTURA LEGAL  
DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA SE INCORPORE  
UNA COMISIÓN ENCARGADA  
DE LA RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIAL**

**FRANCISCO SALOMÓN KESTLER SERRANO**

**GUATEMALA, AGOSTO DE 2010**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**LA IMPORTANCIA JURÍDICA DE QUE EN LA ESTRUCTURA LEGAL  
DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA SE INCORPORA UNA COMISIÓN ENCARGADA  
DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

**FRANCISCO SALOMÓN KESTLER SERRANO**

Previo a conferírsele el grado académico de

**LICENCIADO EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

y los títulos profesionales de

**ABOGADO Y NOTARIO**

Guatemala, agosto de 2010



**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA  
DE LA  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES  
DE LA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

DECANO:	Lic. Bonerge Amilcar Mejía Orellana
VOCAL I:	Lic. César Landelino Franco López
VOCAL II:	Lic. Gustavo Bonilla
VOCAL III:	Lic. Luís Fernando López Díaz
VOCAL IV:	Br. Mario Estuardo León Alegría
VOCAL V:	Br. Luis Gustavo Ciraiz Estrada
SECRETARIO:	Lic. Avidán Ortiz Orellana

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ  
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

**Primera Fase:**

Presidente:	Lic. Rodrigo Enrique Franco López
Vocal:	Lic. José Luís Vallecillos Morales
Secretario:	Lic. Byron De La Cruz López

**Segunda fase:**

Presidente:	Lic. Guillermo Rolando Díaz Rivera
Vocal:	Lic. Saulo De León Estrada
Secretaria:	Licda. Dora Renee Cruz Navas

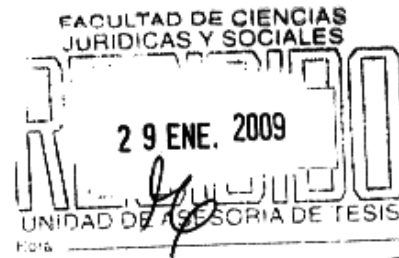
**RAZÓN:** “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis”. (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público).

Lic. Eleazar Girón Monzón  
Abogado y Notario  
7ª. Av. 38-80 zona 3  
Guatemala, C.A.  
Tel. 24736639



Guatemala, 23 de enero de 2009

Lic. Carlos Manuel Castro Monroy  
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Su Despacho



Licenciado Castro Monroy:

En cumplimiento a la resolución de fecha veintiséis de septiembre de dos mil ocho en la cual se me nombró Asesor de la tesis del Bachiller Francisco Salomón Kestler Serrano, en la elaboración del trabajo titulado: "LA IMPORTANCIA JURÍDICA DE QUE EN LA ESTRUCTURA LEGAL DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA SE INCORPORA UNA COMISIÓN ENCARGADA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL", el mismo se desarrolló bajo mi inmediata orientación y dirección, por lo que me permito informarle:

El trabajo analiza jurídicamente la doctrina referente a los empresarios y la responsabilidad de ellos en relación a las obligaciones laborales, fiscales y ambientales de las empresas, lo cual en varios países europeos y en algunos de América Latina, se ha convertido en ley, con lo cual se pretende que los empresarios asuman conscientemente el cumplimiento de la legislación relativa a sus compromisos legales ante los trabajadores, el Estado y el ambiente en sus actividades productivas cotidianas.

Los métodos y técnicas que se emplearon para la realización del trabajo de tesis, fueron acordes y de utilidad para el desarrollo de la misma. Se utilizó el método analítico para comprender los elementos que determinan la responsabilidad social; con el sintético, se relacionaron los fundamentos lógicos de las normas legales que se han creado para garantizar esa responsabilidad; el deductivo permitió establecer la importancia de la seguridad jurídica para las empresas responsables y el inductivo fue fundamental para establecer la responsabilidad social en la práctica empresarial en otros países.

El aporte científico como resultado del trabajo investigado por el por el Bachiller Kestler Serrano, contribuye a incrementar el acervo cultural y jurídico relativo a la responsabilidad social empresarial guatemalteco, lo cual se puede verificar a través de su contenido capitular y su redacción adecuada.



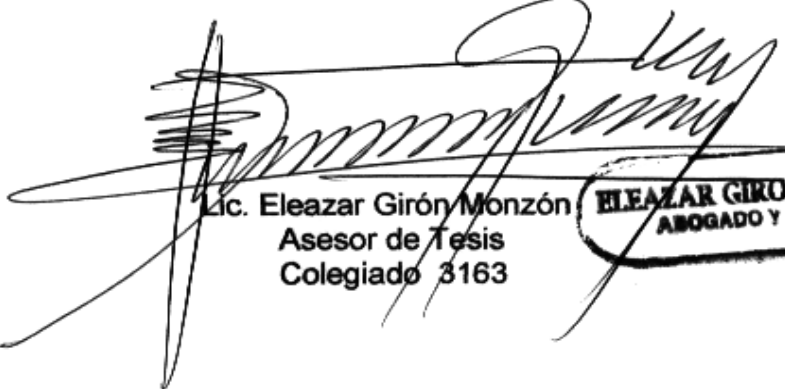
Lic. Eleazar Girón Monzón  
Abogado y Notario  
7ª. Av. 38-80 zona 3  
Guatemala, C.A.  
Tel. 24736639

Las conclusiones, recomendaciones y bibliografía son acordes y se relacionan con el contenido de la tesis. Sostuve reuniones con el sustentante, para discutir y profundizar sobre el tema, le sugerí hacer las correcciones y modificaciones necesarias, las que cumplió oportunamente.

Como parte de mi función asesora de tesis y aplicando el instructivo general para la elaboración de la misma, orienté al estudiante el uso de las técnicas que permitieran la búsqueda y clasificación de la información necesaria para esclarecer el fondo de la tesis en congruencia con el tema investigado; luego de confrontar la doctrina con la realidad jurídico-legal guatemalteca, logré comprobar la hipótesis y alcanzar los objetivos, concluyendo adecuadamente que se debe asegurar el respeto a la normativa fiscal, laboral y ambiental vigente, entre otras, por parte del empresariado guatemalteco.

Estimo que el trabajo relacionado por parte el Bachiller Kestler Serrano, cuenta con mérito suficiente y reúne satisfactoriamente los requisitos tanto de forma como de fondo exigidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, por lo cual emito **DICTAMEN FAVORABLE** correspondiente; para que pueda continuar con el trámite respectivo.

Atentamente,

  
Lic. Eleazar Girón Monzón  
Asesor de Tesis  
Colegiado 3163

**ELEAZAR GIRON MONZON**  
ABOGADO Y NOTARIO

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Ciudad Universitaria, Zona 12  
Guatemala, C. A.



**UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.** Guatemala, tres de febrero de dos mil nueve.

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) MARIO RODOLFO ARDON MEDINA, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante FRANCISCO SALOMÓN KESTLER SERRANO, Intitulado: "LA IMPORTANCIA JURÍDICA DE QUE EN LA ESTRUCTURA LEGAL DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA SE INCORPORA UNA COMISIÓN ENCARGADA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL"

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado (a) para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual dice: "Tanto el asesor como el revisor de tesis, harán constar en los dictámenes correspondientes, su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estimen pertinentes"

  
**LIC. CARLOS MANUEL CASTRO MONBOY**  
**JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS**



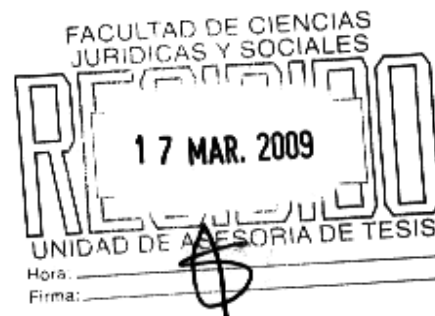
cc.Unidad de Tesis  
CMCM/sllh

Lic. Mario Rodolfo Ardón Medina  
Abogado y Notario  
7ª. Av. 6-53 zona 4. Edif. El Triángulo  
Segundo Nivel. Of. No. 32. Ciudad de Guatemala  
Tel. 23323579-52029189



Guatemala, 16 de marzo de 2009

Lic. Carlos Manuel Castro Monroy  
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Su Despacho



Licenciado Castro Monroy:

A partir de haber sido designado revisor de tesis del Bachiller Francisco Salomón Kestler Serrano, en la elaboración del trabajo titulado: **"LA IMPORTANCIA JURÍDICA DE QUE EN LA ESTRUCTURA LEGAL DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA SE INCORPORA UNA COMISIÓN ENCARGADA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL"**, me complace manifestarle que dicho trabajo contiene:

Un amplio contenido doctrinario y legal de los criterios jurídicos que informan la responsabilidad social empresarial, para asegurar la existencia de empresarios comprometidos con el respeto a la normativa nacional sobre aspectos vinculados a las obligaciones tributarias, los derechos laborales y el compromiso con el ambiente, entre otros, siendo la redacción utilizada para el desarrollo de la tesis la correcta.

En el desarrollo de la tesis el sustentante utilizó los siguientes métodos de investigación: analítico, con el que se estableció la importancia de la responsabilidad social empresarial; el sintético, señaló los retos y desafíos que implica asumir un compromiso con esa responsabilidad; el deductivo, se encargó de determinar las obligaciones fundamentales de los empresarios y el inductivo, determinó que se deben integrar criterios de carácter jurídico encargados de informar una legislación orientada hacia el cumplimiento de los compromisos básicos que tiene el sector productivo socialmente.

La tesis contribuye científicamente al estudio de la responsabilidad social empresarial, debido a que abarca las etapas del conocimiento científico, planteando la problemática actual y recolectando la información necesaria y suficiente; apoyándose en documentos actualizados y relacionados con el tema.



Lic. Mario Rodolfo Ardón Medina  
Abogado y Notario  
7ª. Av. 6-53 zona 4. Edif. El Triángulo  
Segundo Nivel. Of. No. 32. Ciudad de Guatemala  
Tel. 23323579-52029189

Las conclusiones y recomendaciones se relacionan con el contenido de la tesis, siendo la bibliografía utilizada la correcta, también se hicieron correcciones a los capítulos y a la introducción y se ampliaron las citas bibliográficas, siempre respetando el aporte del Bachiller Kestler Serrano.

He guiado personalmente al Bachiller Kestler Serrano, durante todas las etapas del proceso de investigación científica, aplicando los métodos y técnicas apropiadas para resolver la problemática esbozada, con la cual se comprueba la hipótesis relacionada con la importancia de estudiar la responsabilidad social empresarial.

La tesis en cuestión reúne los requisitos legales establecidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, razón por la cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** a efecto de que el Bachiller Kestler Serrano, pueda continuar con el trámite correspondiente, para su posterior evaluación por el Tribunal Examinador en el Examen Público de Tesis, previo a optar el grado académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales y a los títulos de Abogado y Notario.

Deferentemente,

Lic. Mario Rodolfo Ardón Medina  
Revisor de Tesis  
Colegiado 2870

MARIO RODOLFO ARDON MEDINA  
ABOGADO Y NOTARIO



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



FACULTAD DE CIENCIAS  
JURÍDICAS Y SOCIALES

Ciudad Universitaria, zona 12  
Guatemala, C. A.



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

Guatemala, veintiséis de mayo del año dos mil diez.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante FRANCISCO SALOMÓN KESTLER SERRANO, Titulado LA IMPORTANCIA JURÍDICA DE QUE EN LA ESTRUCTURA LEGAL DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA SE INCORPORE UNA COMISIÓN ENCARGADA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. Artículos 31, 33 y 34 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.-

MTCL/slh.





## DEDICATORIA

- A DIOS: Por iluminarme en mi camino y lograr el fin deseado.
- A MIS PADRES: David Kestler y Elena de Kestler.
- A MI ESPOSA: Carolina de Kestler.
- A MIS HIJOS: Amanda Elena y Juan Francisco, Kestler Gramajo.
- A MIS HERMANOS: Evy, Luis, Mario, Angel, Cony, Doris y José Amilcar, Kestler Serrano.
- A: Don Roberto Alejos Arzú y señora María Cristina de Alejos. Licenciado Max Heurtematte y señora María Cristina Alejos de Heurtematte. Licenciado Max Enrique, Roberto, María Cristina y Andrés, Heurtematte Alejos.
- A MIS AMIGOS: Roberto Gramajo, Enrique Hegel, Carlos Manchamé y Juan José López Fuentes.
- A MI CASA DE ESTUDIOS: Universidad de San Carlos de Guatemala, en especial, a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales.



## ÍNDICE

Pág.

Introducción.....	i
-------------------	---

### CAPÍTULO I

1. Responsabilidad social empresarial.....	1
1.1. Definición.....	2
1.2. Historia.....	15
1.3. Responsabilidad social y competitividad.....	20
1.4. El índice de competitividad responsable.....	29
1.4.1. Componentes del índice de competitividad responsable.....	31

### CAPÍTULO II

2. Evolución de la responsabilidad social empresarial en latinoamérica.....	33
2.1. El índice de competitividad responsable para los países de América Latina.....	34
2.2. Iniciativas de responsabilidad social empresarial en América Latina.....	43
2.3. Iniciativas nacionales en América Latina.....	50

### CAPÍTULO III

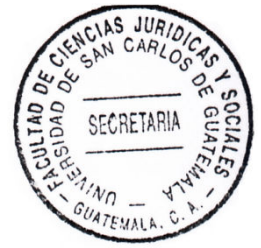
3. El desarrollo de la responsabilidad social empresarial en Guatemala.....	67
---	----

### CAPÍTULO IV

4. La regulación legal de la responsabilidad social empresarial de las sociedades anónimas en el Código de Comercio de Guatemala.....	81
4.1. La sociedad anónima.....	81
4.1.1. Origen y evolución de la sociedad anónima.....	81



4.1.2. Concepto, características y naturaleza jurídica.....	82
4.2. La comisión de responsabilidad social empresarial en la estructura legal de la sociedad anónima.....	86
<b>CONCLUSIONES</b> .....	95
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	97
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	99



## INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial de una empresa de carácter de sociedad anónima y la de sus accionistas, forma parte de la cultura de trabajo. Es a partir de esos elementos que se consideró necesario llevar a cabo una investigación jurídica que permita fundamentar la importancia de esta responsabilidad social empresarial sea obligatoria para todas las empresas que operan en calidad de sociedad anónima.

Para ello se abordó el tema de la responsabilidad social empresarial desde un enfoque jurídico mercantil, puesto que se trataba de establecer las principales doctrinas que fundamentan la responsabilidad y el papel que asume una empresa con capital dividido en acciones, para adecuar la legislación vigente a volver esa responsabilidad en un compromiso legal, ejecutable por las autoridades cuando la sociedad anónima no cumpla con la ley. Las teorías que sirvieron de fundamento fueron las relacionadas con la doctrina del código de conducta empresarial, y la propuesta doctrinaria denominada responsabilidad social empresarial.

La hipótesis que se planteó y que fue verificada estaba referida a la importancia jurídica de que en el Código de Comercio se incorporara la obligación de que las sociedades anónimas tuvieran una comisión de responsabilidad social empresarial, puesto que esta figura permitiría que las empresas fueran competitivas en el mercado internacional. Partiendo de la hipótesis enunciada, se definió como objetivos el



establecer la manera en que ha evolucionado en los países de América Latina la práctica de la responsabilidad social empresarial, en especial en Guatemala.

En la sistematización de la información se utilizó el método analítico para establecer las características de la responsabilidad social empresarial, luego el método sintético, con el cual se integraron las obligaciones y derechos de las empresas y el método deductivo para comprender los principios que rigen a la responsabilidad social empresarial. Para obtener la información necesaria para el desarrollo de la tesis, se llevó a cabo una investigación bibliográfica y documental orientada hacia la obtención de documentos y libros relacionados con la responsabilidad social empresarial.

El informe final consta de cuatro capítulos. El primero se refiere a la responsabilidad social empresarial; el segundo a la evolución de ésta en América Latina; el tercero sobre la responsabilidad social en el caso de la empresa guatemalteca y el cuarto capítulo se orienta hacia la explicación de los elementos que debe contener una reforma del Código de Comercio para incluir la creación de una comisión de responsabilidad social empresarial en las sociedades anónimas.

A partir de este análisis se puede plantear que resulta fundamental que en Guatemala se promueva legalmente que las empresas tengan un programa de responsabilidad social empresarial con lo cual pueden ser más competitivas nacional e internacionalmente.



## CAPÍTULO I

### 1. Responsabilidad social empresarial

En esta tesis se va a considerar a la responsabilidad social empresarial es el reflejo de la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.

Este tipo de responsabilidad es una iniciativa de carácter voluntario y que sólo depende de la empresa y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la legislación.

Existe un importante debate sobre la responsabilidad social empresarial y sobre el papel de las empresas en la sociedad.

Algunos expresan inquietud ante la posibilidad de que las expectativas que despiertan las iniciativas de responsabilidad social empresarial vayan mucho más allá de lo que cabría considerar como el papel legítimo que corresponde a una empresa en la sociedad: la responsabilidad social empresarial no puede asumir el papel que corresponde al gobierno.



Al mismo tiempo, otros pueden mostrarse de acuerdo con la primacía otorgada a la legislación y su aplicación, y señalan que no debería confundirse la responsabilidad social empresarial con lo que la sociedad considera como las responsabilidades sociales de las empresas. Para entender lo que significa la responsabilidad social empresarial, se definirá a la misma.

### **1.1. Definición**

Hoy en día, la economía global ha hecho que las acciones sociales se conviertan en una herramienta estratégica de negocio. La razón de ser de las compañías no debe centrarse en resolver las necesidades de los sectores menos atendidos, sin embargo, sí es necesario que conciban la idea de generar valor social y económico.

La responsabilidad social empresarial no es nada nuevo. Sin embargo, durante los últimos años ha adquirido un mayor auge ya que, tanto empresarios como gerentes, ahora están más concientes y sensibles ante la verdadera magnitud de los problemas sociales.

La tendencia es alinear e integrar iniciativas sociales con la actividad empresarial, ya que precisamente la responsabilidad social impulsa el fortalecimiento de la empresa y la lealtad de los consumidores hacia una determinada marca. La conciencia social del líder y su deseo de hacer un aporte a la sociedad, han cambiado el entorno de los negocios durante la última década.





“La creciente importancia de la dimensión social de la empresa es uno de los cambios recientes de mayor impacto. Se podría pensar en una evolución de las empresas. Las encuestas indican que las poblaciones en todo el mundo esperan que las empresas contribuyan a la solución de problemas sociales. Esta presión y el descubrimiento de que las inversiones en el campo social son rentables, condujeron a una nueva etapa, en la cual lo social y lo económico se integran en la búsqueda de la sostenibilidad”.<sup>1</sup>

Las iniciativas sociales no pueden ser acciones aisladas. Precisamente allí es que está el éxito del negocio, en saber mantener un balance y una coherencia entre todas esas tareas. Cuando los empresarios alinean su negocio con actividades sociales, la imagen de la compañía mejora de una manera inimaginable.

“Antes, se solía relacionar el concepto de responsabilidad social empresarial con donaciones y acciones de caridad. Las empresas apostaban más y estaban concentradas en aquellos consumidores con altos niveles de ingreso. Sin embargo, esa concepción ha cambiado. Los empresarios se están acercando más a aquellos sectores de bajos recursos y éstos, a su vez, están pasando de ser beneficiarios a clientes potenciales, proveedores y hasta socios. Los empresarios los ven ahora como actores económicos, impulsando beneficios no sólo para este sector, sino también para la empresa”.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Parlad, C. K. y Michael E. Porter. **Responsabilidad corporativa**, pág. 32.

<sup>2</sup> Greaves, Patricia. **Empresas y empresarios: Algunas tendencias actuales de la filantropía corporativa en México**, pág. 15.



Las compañías deben asumir y desarrollar, entonces, una nueva estrategia de negocio donde esté presente la inclusión del sector popular de una manera justa y transparente. El reto es romper con las brechas existentes, cambiando la cultura organizacional e incluyendo nuevos actores en la economía global.

Muchos empresarios no conocen a la población de bajos recursos, por ello es que la idea es establecer alianzas con esta comunidad e incorporarla a la fuerza de trabajo, así como diseñar nuevos métodos de investigación de mercado. Asimismo, es necesario potenciar el negocio con la incorporación de emprendedores sociales y organizaciones comunitarias.

"Un estudio de la Universidad de Harvard arrojó que aquellas compañías que balancean las necesidades de los accionistas, empleados, clientes, proveedores y comunidad en general, mostraron cuatro veces más crecimiento en comparación con las que se enfocan únicamente en los accionistas".<sup>3</sup>

"Esto quiere decir que la actividad empresarial se encuentra frente a un nuevo modelo de negocio: empresas que están sensibilizadas y comprometidas con el entorno social que las rodea, pero que al mismo tiempo sienten la necesidad de que estas acciones vayan de la mano de la rentabilidad económica".<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Perdiguero, Tomás G. **La responsabilidad social de las empresas en un mundo global**, pág. 27.

<sup>4</sup> **Ibid.**



“La responsabilidad social corporativa (RSC), también llamada responsabilidad social empresarial (RSE), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor agregado”.<sup>5</sup>

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la responsabilidad social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de responsabilidad social empresarial si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

“Bajo este concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) y de management se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX en el marco del cooperativismo y el asociacionismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos

---

<sup>5</sup> Ibid.



exponentes en la actualidad son las empresas de economía social, por definición “Empresas Socialmente Responsables”.<sup>6</sup>

La responsabilidad social de la empresa pretende buscar la excelencia en el seno de la empresa, atendiendo con especial atención a las personas y sus condiciones de trabajo, así como a la calidad de sus procesos productivos.

Para la Organización Internacional del Trabajo la responsabilidad social de la empresa es: “el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario”.<sup>7</sup>

A partir de lo referido, se puede establecer en esta tesis que las principales responsabilidades éticas de la empresa con los trabajadores y la comunidad son:

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Crear riqueza de la manera más eficaz posible.

---

<sup>6</sup> Cortina, Adela. **Ética de las empresas**, pág. 16.

<sup>7</sup> Organización Internacional del Trabajo -OIT-. **Guía de recursos sobre responsabilidad social de la empresa (RSE)**, pág. 13.



- Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- Procurar la continuidad de la empresa y si es posible, lograr un crecimiento razonable.
- Respetar el medio ambiente evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.
- Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada.

“La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un enfoque de negocios que incorpora respeto por las éticas, las personas, las comunidades y el Medio Ambiente. La RSE es un conjunto de políticas, prácticas y programas que están integradas en todo el proceso de operaciones de los negocios y en su toma de decisiones. Las empresas se han dado cuenta que estas practicas incrementan su productividad y crean una imagen positiva de la compañía. Una estrategia efectiva de RSE por parte de las empresas puede traer ganancia de competitividad además de un impacto social, económico y ambiental positivo. Por esa razón las pequeñas y medianas empresas (PYMES) están dejando de ver estas prácticas como algo exclusivo de las grandes



corporaciones y están incrementando su atención en las prácticas de RSE como medio para mantener o abrir acceso a los mercados”.<sup>8</sup>

Las empresas han comenzado a adoptar la responsabilidad social corporativa no sólo como resultado de presiones de los consumidores, los proveedores, la comunidad, las organizaciones de activistas, los inversionistas, etc. Sino como una actividad estratégica adicional en la competencia comercial.

La empresa desempeña un papel muy importante en la vida de las personas no sólo como generadora de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en la que están insertas. Las grandes empresas son conscientes de ello y aprovechan las expectativas que genera la responsabilidad social corporativa para obtener ventajas competitivas.

“La filantropía corporativa ha dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y cada vez más forma parte de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa. Las empresas como miembros de una comunidad deben comportarse como buenos ciudadanos corporativos, ajustados a la ética y respeto por las personas y el medio ambiente. En otras palabras, las empresas no sólo tienen una función económica, sino una función social y ambiental”.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Jannik Lindbaek. **La ética y la responsabilidad social empresarial**, pág. 33.

<sup>9</sup> Greaves. **Ob. Cit**, pág. 21.



La responsabilidad social se relaciona con el movimiento de ética de negocios y el comercio justo. Sin embargo, las acciones filantrópicas de una empresa o de un empresario son conexas a sus actividades centrales, mientras que la responsabilidad social empresarial es una de las dimensiones de la actividad principal de la empresa.

La responsabilidad social empresarial se funda en una ética empresarial, pero no se confunde con ella pues va más allá de la mera formulación de valores y postulados éticos. Lo que se conoce como comercio justo es un tipo de actividad empresarial que reivindica el hecho de ser socialmente responsable, pero no la única.

“El concepto de inversión socialmente responsable es conexo al de responsabilidad social empresarial, pero enfocado en la decisión del inversionista, no en la del empresario. El concepto de innovación socialmente responsable es la convergencia de fines filantrópicos con necesidades de desarrollo de nuevas tecnologías y productos, para ello, las donaciones de la empresa sirven también como tests o pruebas de bajo costo”.<sup>10</sup>

“El concepto de consumo socialmente responsable se enfoca a una perspectiva individual de las personas consumidoras, en la medida que introducen entre sus criterios de decisión de compra los éticos, sociales, laborales, ecológicos y solidarios”.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Ibid.

<sup>11</sup> Ibid.



El gran problema para su efectivo desarrollo estriba en la falta de información y transparencia de las empresas. A menudo se simplifica a criterios de exclusión, es decir, dejar de comprar productos y servicios de compañías cuyas conductas poco responsables han aparecido en prensa.

El concepto de territorios socialmente responsables se vincula con programas, en general impulsados por administraciones públicas locales, para desarrollar proyectos de cooperación entre el sector público, el empresarial y el tercer sector o informal.

Finalmente, el concepto de mercadeo social corporativo está muy ligado y parte de la idea de que todas las acciones de mercadeo pueden incluir, e incluso estar esencialmente vinculados, a intereses que no sólo incluyen el objetivo de quien realiza la inversión, sino de entidades con las cuales interactúa y que sirven de una u otra forma a mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Hay una sutil diferencia en el significado de la responsabilidad social corporativa y de la responsabilidad social empresarial, en la medida en que distinguen entre la empresa y la corporación, entendiéndose que ésta última incorpora a todas las organizaciones, empresariales o no e independiente de su tamaño, aunque para muchos ambas expresiones significan lo mismo.

“Sí es unánime la diferencia entre RSE o RSC y responsabilidad social (RS). La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todos los y las





ciudadanas, las instituciones -públicas y privadas- y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global. Es necesario decir que con frecuencia, se abrevian indistintamente las tres para referirse a la responsabilidad social corporativa. En todo caso la RS se aplica no sólo a las compañías privadas. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC), se ha ampliado para incorporar a las agencias gubernamentales y a otras organizaciones, que tengan un claro interés en mostrar cómo realizan su trabajo”.<sup>12</sup>

La responsabilidad social de las empresas es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones.

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

---

<sup>12</sup> Perdiguero. **Ob. Cit**, pág. 34.



las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo 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.

La responsabilidad social empresarial se ha convertido en la nueva estrategia corporativa del siglo XXI. Las empresas deben adaptarse a este movimiento global que crece a pasos agigantados. Inclusive, las nuevas tendencias de administración y gerencia apuntan a la inclusión de concepto en los planes de mercadeo de las empresas privadas. Esta engloba una serie de obligaciones internas y externas del entorno de la organización.

En primer lugar, la responsabilidad de una empresa está en crear ganancias para sus accionistas y proporcionar empleo seguro para su personal, cumpliendo con las leyes que gobiernan las relaciones laborales, y tomando en cuenta las necesidades de los empleados y las de sus familiares. Luego, la empresa tiene la responsabilidad de ofrecer productos que satisfagan las necesidades de sus clientes a precios justos, según las pautas del mercado. Por último, la empresa debe participar en el bienestar de su entorno o área de acción, aportando beneficios a la sociedad al crear nuevos y mejores productos con procesos que no afecten negativamente al medio ambiente y a la comunidad, promocionar el desarrollo tecnológico y social de la nación, participar activamente en las actividades de acción social de su inherencia y promover esta actividad dentro de su gremio.



“La definición de la responsabilidad social empresarial presenta dos tendencias opuestas sobre qué significa este término. En primer lugar, se tiene la visión clásica de la responsabilidad social empresarial según la definición de Andrew Carnegie en su libro *The Gospel of Wealth*, publicado en 1899, fundamentado en dos principios: el principio de la caridad, donde los miembros más afortunados de la sociedad deben ayudar a los miembros menos afortunados; y el principio de custodia, según el cual las empresas y los ricos deben considerarse custodios de los bienes para administrarlos en forma provechosa para toda la sociedad. En síntesis, una visión paternalista, con los dueños de empresas como figuras paternas y los empleados y consumidores como los infantes que no pueden actuar en su propio bien. Luego, en los años 70, el economista Milton Friedman propone que la única responsabilidad social de la empresa y su administración es la de maximizar sus ganancias y que el uso de esas ganancias para hacer actividades de bien social sólo debilitan el mecanismo de mercado”.<sup>13</sup>

Con la tecnificación de la industria y el cambio hacia economías de mercado, el concepto de responsabilidad social empresarial considera otros elementos basados en los cambios surgidos por la variación del entorno de las empresas a nivel mundial.

Este punto de vista, denominado socioeconómico, propone que la responsabilidad social de las empresas trasciende la obtención de ganancias e incluye la protección y el mejoramiento del bienestar de la sociedad. La empresa lleva a cabo acciones que

---

<sup>13</sup> Bestatén Belloví, Manuel y Pujol Senovilla, Luis, **Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación**, pág. 92.



retornan parte de sus ganancias obtenidas de la venta de productos o servicios a la comunidad que ha sido su cliente.

En la actualidad el enfoque moderno de la responsabilidad social empresarial tiene ciertas características importantes para lograr que ésta sea efectiva. En primer lugar, las empresas tienen que entender que la responsabilidad social empresarial tiene que ser manejada como parte del negocio, en otras palabras debe ser incluida en su estrategia de mercado. Segundo, es importante que toda acción social de la empresa esté de alguna forma relacionada con el negocio para asegurar que ésta sea de larga duración. Por último, la responsabilidad social empresarial debe incluir las actividades internas de la empresa, tales como el ambiente laboral y beneficios de sus empleados y la relación con sus familiares, el trato a sus clientes y las implicaciones de conservación del medio ambiente.

A nivel mundial, la responsabilidad social empresarial se refleja en la importancia que tienen las organizaciones sin fines de lucro en las economías de los países desarrollados.

“Se estima que en estas naciones el tercer sector, compuesto por las organizaciones sin fines de lucro que sirven como brazo ejecutor de la inversión social de muchas empresas y esfuerzos filantrópicos individuales, aporta el 7% del PIB. Traducido en dólares, más de un billón de dólares al año es manejado por este sector. Más de once millones de personas son empleados de estas organizaciones. Estas cifras han hecho



de este sector un mercado interesante para la empresa privada, tanto en la forma de proveedores de servicios o ejecutores de la inversión social, como de clientes y consumidores”.<sup>14</sup>

La tendencia futura de la responsabilidad social empresarial es la de alianzas estratégicas entre empresas, organizaciones del tercer sector y las comunidades. Cada día las empresas toman más en serio esta actividad y quieren ser más eficientes en su inversión social. Parte de estas alianzas estratégicas incluye el esfuerzo de adiestrar a las organizaciones sin fines de lucro para asegurar un uso eficiente y eficaz de la inversión social.

La responsabilidad social corporativa ha trascendido los círculos expertos más reducidos para instalarse en el debate público, como consecuencia del papel que desempeñan y del impacto que suponen hoy por hoy las empresas en las sociedades en que operan.

## **1.2. Historia**

Algunos autores señalan el origen del movimiento por la responsabilidad social corporativa en la década de los treinta y otros en los setenta, pero lo cierto es que desde los años noventa este concepto ha ido cobrando fuerza y evolucionado

---

<sup>14</sup> Ibid.



constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la responsabilidad social corporativa, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino. Dentro de los más destacados se podría citar a los siguientes: Pacto Mundial creado por la Organización de Naciones Unidas y la Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global. Además, existen otras entidades e iniciativas nacionales con una especialización en el tema de la responsabilidad social corporativa, que están contribuyendo de forma determinante a la creación y difusión de una cultura responsable entre las organizaciones que forman el tejido empresarial de cada país.

“Como documento decisivo acerca de la RSC en Europa, destaca el llamado libro verde europeo. El Artículo 116, de la ley francesa sobre nueva reglamentación económica del 2001, incluso impone la obligación jurídica a las empresas, de informar acerca de sus acciones de índole social. En Brasil, la coalición presidida por el izquierdista Luis Ignacio ‘Lula’ Da Silva, en la que participan numerosos empresarios, ha promovido la RSC y existe un proyecto de Ley de Responsabilidad Social de octubre del 2003. Existen normas oficiales acerca de la RSC como la norma SA 8000 (Social



Accountability Standard 8000) impulsada por el Council on Economic Priorities aplicada por SAI”<sup>15</sup>.

Según la organización no gubernamental Rendición de Cuentas en una lista de competencia de los 108 países cuyas empresas tienen un mayor grado de desarrollo de la responsabilidad social empresarial, los líderes son Suecia, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Reino Unido, Noruega y Nueva Zelanda.

Algunos sectores de izquierda son críticos de las corrientes que promueven la responsabilidad social corporativa por considerar que ésta sirve sobre todo como una forma de publicidad empresarial. Ellos destacan la paradoja de empresas nocivas para la salud o para el ambiente que pretenden mejorar su reputación mediante un discurso retórico acerca de la responsabilidad social corporativa.

“Del mismo modo, las críticas que pueden encontrarse están dirigidas a cómo la empresa capitalista construye un nuevo paradigma en cuanto a la intervención directa del capital en lo que podría llamarse la gestión del riesgo social o del conflicto social. Es decir: frente a un proceso de acumulación y concentración de capital a gran escala en el marco del proceso de Globalización del capital -maximizado en los '90-, se ha potenciado también la concentración del ingreso y por ende la brecha entre ricos y pobres. Este incremento de la pobreza a raíz de esa concentración de riqueza en

---

<sup>15</sup> Comisión de las Comunidades Europeas. **Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas**, pág. 7.



pocas manos, ha generado exclusión y conflictos sociales en ascenso. La RSC vendría a dar respuesta por parte del capital para gestionar dichos conflictos a fin de aplacar su ebullición y generar mecanismos sistémicos de contención social sin necesidad de alterar las relaciones sociales establecidas”.<sup>16</sup>

También las críticas hacen referencia al progresivo alejamiento de las empresas de fijar su comportamiento basándose en parámetros regulados por ámbitos políticos que representan la conformación de gobiernos elegidos democráticamente por voluntad popular.

Otra de las críticas que también tiene que ver con el objetivo de la responsabilidad social corporativa es en cuanto a la tendencia a la liberalización y mercantilización de la economía: las normas de calidad vienen también a cumplir ciertas necesidades del capital para globalizar la producción y circulación de mercancías, pugnando por el acceso a mercados y la facilitación del comercio, en consonancia con directivas de organismos como la Organización Mundial del Comercio.

Otras críticas provenientes de los sectores sindicales toman parte de esta visión sobre responsabilidad social corporativa y a ello suman su crítica centrada en el paulatino abandono por parte de las empresas transnacionales del tripartidismo dentro de los organismos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo, donde funciona dicha práctica basada en la participación de los sectores empresarios, de los

---

<sup>16</sup> Medeiros Peliano, Anna Maria. **La iniciativa privada y el espíritu público**, pág. 91.





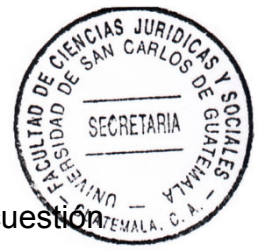
trabajadores y del Estado en el mencionado organismo para el dictado de resoluciones vinculantes.

“La RSC no constituye necesariamente una forma de responsabilidad jurídica, porque bien puede no estar prevista en las leyes y descansar simplemente en la libre decisión de las empresas. Sin embargo, incluso cuando no está respaldada en la ley, la violación de un compromiso social puede costarle a las compañías fuertes críticas en la opinión pública (sanciones mediáticas) e incluso una pérdida de accionistas (sanciones bursátiles). Algunos estudios de caso ilustran la manera cómo una empresa suele tener interés comercial en ser socialmente responsable. Ello no constituye una respuesta a la crítica de Friedman (pues el principio de Friedman, el del lucro, sigue cumpliéndose), sino que la modifica, pues es posible obtener más ganancias al administrar de manera socialmente responsable. En las empresas modernas, la Responsabilidad Social Empresarial es más que un conjunto de prácticas puntuales, es más bien un programa integrado y reconocido de prácticas y políticas socialmente responsables, que soporta la toma de decisiones y conlleva al éxito del negocio a largo plazo”.<sup>17</sup>

La empresa, sin embargo, sigue funcionando como una entidad cuyo principal objetivo es el lucro, pero adaptándose a las exigencias de un nuevo mercado cada vez más preocupado por los problemas sociales y ecológicos que la misma produce.

---

<sup>17</sup> Parlad. **Ob. Cit**, pág. 56.



Mucho de lo que se relaciona con la responsabilidad social corporativa es de cuestión moral. En este sentido los temas morales bien pueden ser definidos por quien lo invoca. Por ejemplo, las empresas no pueden establecer parámetros de lo que ellas consideran que debe ser la participación social. Algo más adecuado sería que el sector al que se hace referencia sobre dicha participación -en este caso sectores sociales- defina por sí mismo los parámetros con los que entiende que debería ser esa participación social, por ejemplo.

En este sentido, las empresas se ven enfrentadas a diversas herramientas e instrumentos de medición, así como, a un gran número de requerimientos de información, lo que podría llegar a provocar una creciente aversión de parte de las empresas, así como su negación a cooperar.

### **1.3. Responsabilidad social y competitividad**

La responsabilidad social empresarial ha evolucionado principalmente en la década de los noventa y en la actual, pasando de un enfoque filantrópico o de primera generación, a un enfoque mucho más estratégico y vinculado a la competitividad. La globalización por su parte ha traído consigo no sólo el incremento en la movilidad de los bienes, servicios, recursos humanos, información, tecnología, y capital en todo el mundo, sino también mayores presiones competitivas y mayores incentivos para que las empresas logren una conducta que satisfaga las demandas de la comunidad internacional, de los



consumidores, de los inversionistas, de los gobiernos y en general de los distintos públicos de interés.

“Actualmente, las empresas operan en un contexto caracterizado por gobiernos con marcos regulatorios más exigentes en materia social y ambiental; un número cada vez mayor de compañías multinacionales que exigen a sus contrapartes en países en desarrollo la adopción de prácticas de RSE, como condición para la realización de sus operaciones negocio a negocio (Business to Business); consumidores mejor informados y más conscientes respecto a temas de sostenibilidad; presiones de algunas fuentes de financiamiento respecto al desempeño ambiental y social; y una sociedad civil mejor organizada a través de asociaciones o fundaciones enfocadas en la protección ambiental, defensa de los consumidores, defensa de los empleados, y lucha contra la corrupción, entre otras. En este contexto, caracterizado además por niveles de disponibilidad, volumen y velocidad de la información cada vez mayores, las empresas se han vuelto mucho más vulnerables a la pérdida de reputación, lealtad de sus clientes e incluso pérdidas cuantiosas en su capitalización de mercado debido a conductas censurables en el ámbito de la RSE. Paralelamente a estas variables exógenas han surgido un número creciente de motivaciones internas, traducidas principalmente en los beneficios para el negocio que pueden generar las prácticas de responsabilidad empresarial”.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Oliver, Williams. **Códigos de conducta globales: una idea cuyo tiempo ya llegó**, pág. 75.



Bajo este punto de vista, la responsabilidad social empresarial se ha convertido en la dimensión estratégica de las compañías dirigida a responder sistemáticamente a las múltiples exigencias actuales, mientras contribuye a hacerlas más competitivas al generar beneficios en distintas áreas del negocio.

“El marco conceptual que apoya la propuesta de *Competitividad Responsable* vincula las prácticas de RSE con la competitividad en tres niveles distintos: 1) El nivel micro, en el que se describen los beneficios que las compañías han obtenido como resultado de alinear su desempeño social y ambiental dentro de su estrategia de negocio; 2) La aplicación del concepto de *clusters* al campo de la RSE, que implica la descripción de las interacciones entre los distintos sectores y públicos de interés, así como el análisis de como la acción empresarial colectiva causada ya sea por presión civil, apertura de mercados o regulación gubernamental, puede conducir a formas más eficientes de promover la responsabilidad y sostenibilidad dentro de los mercados, tratando en particular las situaciones de *free rider*; y 3) El efecto más amplio de la RSE sobre la flexibilidad institucional e innovación, donde la responsabilidad empresarial construye habilidades y relaciones entre los sectores en un nivel macro, lo cual facilita el entendimiento de los cambios sociales por parte de las compañías y permite establecer nuevas relaciones institucionales con el sector público y el sector sin fines de lucro. En este nivel, la implementación de prácticas de RSE por parte de una masa crítica de empresas puede contribuir a mejorar el clima de negocios e impulsar el desarrollo y



competitividad de una zona geográfica específica, la cual podría extenderse incluso a un país o región”.<sup>19</sup>

Si bien la primera condición al momento de implementar prácticas de responsabilidad social empresarial en las empresas debe ser el vínculo de estas prácticas con la competitividad del negocio en sí mismo, se debe tener presente también que estas prácticas estén dirigidas a contribuir a la superación de los mayores retos o problemas que frenan el desarrollo de los países o regiones donde las empresas operan.

La línea de pensamiento detrás de este argumento es que los obstáculos al desarrollo de un país impactan también de modo directo o indirecto sobre la plataforma competitiva del sector privado, por lo que actuar sobre ellos puede repercutir en el mediano o largo plazo en beneficios para las empresas.

Por ejemplo, algunos de los problemas típicos de América Latina como los trámites burocráticos excesivos, la corrupción, la débil conectividad tecnológica o el bajo nivel de capacitación técnica del recurso humano, entre otros, afectan la plataforma competitiva y en consecuencia tienen un impacto importante en la competitividad de las distintas empresas e industrias que operan en estos países.

Las empresas deben estar conscientes de las formas en que las prácticas de responsabilidad social empresarial se pueden traducir en beneficios competitivos

---

<sup>19</sup> **Ibid.**



concretos, así como de los riesgos que conlleva el hacer caso omiso a este tipo de prácticas. De lo contrario se dificultará el tránsito del mero cumplimiento legal y la filantropía hacia una visión de la responsabilidad social empresarial mucho más estratégica y relacionada con la competitividad.

La relación existente entre responsabilidad social empresarial y competitividad a escala empresa puede manifestarse en distintas formas y matices. Por ejemplo, la adopción de prácticas de responsabilidad social empresarial puede estimular la innovación, generar operaciones y procesos más eficientes, aumentar el acceso a nuevas fuentes de financiamiento, lograr la atracción y retención de empleados de calidad, contribuir al fortalecimiento de las marcas, mejorar el clima organizacional y reducir los riesgos, entre otros.

Estos beneficios competitivos pueden conducir a su vez a las empresas a lograr mejores rendimientos financieros en relación a aquellas que no adoptan tales prácticas. Al respecto son varios los estudios que han demostrado la existencia de una relación positiva entre el desempeño social y el desempeño financiero.

Si bien los beneficios que pueden motivar a una empresa a implementar acciones concretas de responsabilidad social empresarial varían según las características propias del negocio y de la industria a la que pertenece, dependiendo de variables como misión, valores, liderazgo, cultura interna o estrategia; la experiencia de compañías líderes en el terreno de la responsabilidad social empresarial ha



demostrado la factibilidad de lograr beneficios competitivos tangibles –algunos más visibles que otros– en diferentes áreas.

Los niveles de competencia cada vez más exigentes hacen que las empresas constantemente busquen formas para diferenciarse. En este marco, la responsabilidad social empresarial contribuye a desarrollar modelos de negocio más eficientes y productivos y una fuerza laboral capaz de afrontar los retos de la economía actual. En los casos de productos o servicios particulares, la diferenciación positiva puede lograrse llevando una etiqueta con el sello de comercio justo, cumpliendo con un estándar o logrando una certificación otorgada por entidades independientes, sobre todo cuando los productos o servicios de la competencia no llevan esta etiqueta o cumplen con este estándar o certificación.

Desde luego, este aspecto cobra mayor importancia en mercados donde los compradores institucionales privados o públicos incluyen criterios éticos, sociales o ambientales en sus decisiones de compra.

El uso de prácticas y herramientas de responsabilidad social empresarial como sistemas gerenciales de administración ambiental, balances sostenibles, códigos de conducta o guías de reporte, proveen una forma sistemática para identificar, anticipar y manejar el riesgo en la organización. El uso de este tipo de instrumentos permite por ejemplo identificar áreas débiles y emprender acciones correctivas, así como reducir la probabilidad de que la empresa sea sorprendida por su descuido en temas particulares



de la responsabilidad social empresarial. Reducir la probabilidad de ocurrencia de riesgos potenciales constituye un avance significativo en la gestión del negocio, lo cual es percibido y valorado por los inversionistas y distintos grupos de interés.

Con respecto al medio ambiente, no todos los gerentes comprenden la importancia de un buen desempeño en esta área, no sólo por los riesgos que pueden generarse de un comportamiento irresponsable, sino por los beneficios económicos reales que se pueden obtener. El riesgo ambiental en forma análoga al riesgo de pérdida de imagen y reputación, es asimétrico en cuanto a la percepción de los diversos públicos de interés.

Asimismo, el manejo adecuado de estos riesgos ha mostrado ser de suma importancia para asegurar la sostenibilidad de las compañías en el largo plazo. Administrar adecuadamente los distintos riesgos puede convertirse en una fuente de ventaja competitiva a largo plazo. Por ejemplo, el riesgo ambiental puede afectar a las compañías en el mercado a través de pérdida de clientes, demandas judiciales que perjudiquen la imagen de la compañía o en su desempeño financiero futuro a través de nuevas regulaciones que tengan incidencia en sus costos operativos.

La incorporación de la responsabilidad social empresarial tiende a generar en los empleados de las empresas una nueva perspectiva. El hecho de introducir metas más rigurosas, restricciones o información sobre adelantos logrados por la competencia en este terreno, promueve en los equipos responsables el desarrollo de un nuevo pensamiento.





Este nuevo enfoque estimula al personal a imaginar nuevas soluciones o crear nuevos productos, servicios y procesos, que pueden resultar en alta eficiencia como por ejemplo menores usos de energía y recursos naturales, reducción de desperdicios, disminución de emisiones o producción de materiales reciclables para la venta.

Por otro lado, cuando los competidores adoptan soluciones menos costosas pero no socialmente responsables, asumen de uno u otro modo, el mayor costo de tal decisión en el largo plazo. Las compañías deben tomar ventaja del nuevo desafío, explotando la innovación, así como buscando nuevas alternativas y soluciones.

Los procesos de aprendizaje e innovación son favorecidos con el establecimiento en la empresa de sistemas o herramientas gerenciales de responsabilidad social empresarial, ya que éstos otorgan a la organización la disciplina necesaria para que los diferentes equipos de trabajo no dejen de lado aspectos relevantes, como por ejemplo evitar tomar en cuenta en el diseño de los productos el impacto ambiental de los desechos de post-consumo.

El control y disciplina impuesta por estos sistemas permite asegurar que los procesos de aprendizaje sean más rápidos y en consecuencia catalicen también los procesos de innovación. Los procesos de innovación usualmente parten de la plataforma del conocimiento ya logrado. Bajo esta premisa los retos que impone la responsabilidad social empresarial pueden acelerar los procesos de aprendizaje y asimilación de los avances ya logrados a nivel interno o externo de la compañía.



Por otro lado, componentes de la responsabilidad social empresarial como la gerencia participativa, a través de acciones como la inclusión del personal en los procesos de definición de planes estratégicos, planes operativos u otros, motiva a los colaboradores a realizar aportes, los cuales deben ser reconocidos o premiados, brinda un sentido de pertenencia colectiva y permite aprovechar sinergias producto del conocimiento y experiencia del recurso humano en su conjunto.

Varias compañías multinacionales han empezado a apoyar a sus socios de negocio y proveedores a adoptar prácticas de responsabilidad social empresarial, reduciendo así el riesgo de daños a su imagen por estar vinculados a suplidores que contaminan el ambiente, que incluyen en su mano de obra a niños o que no reconocen los beneficios legales de sus empleados.

El crecimiento de la inversión socialmente responsable, provee a las compañías la oportunidad de acceder a recursos de capital adicionales al incorporar los temas de responsabilidad social empresarial en su estrategia de negocios. Los fondos de la inversión socialmente responsable, denominados también fondos éticos, más exitosos proveen a los inversionistas no sólo de retornos financieros muy similares y frecuentemente superiores a los retornos de las inversiones convencionales, sino también compensaciones sociales y ambientales que van más allá del retorno financiero.



“Las políticas públicas pueden también jugar un rol importante a fin de lograr una competitividad responsable a nivel de países y regiones, a través de regulaciones sobre apertura de información, soborno y corrupción, protección de los empleados o inversión ética. Por ejemplo, las compañías Danesas tienen una flexibilidad considerable en el mercado laboral, en parte por las generosas prestaciones sociales proveídas por el Gobierno Danés, lo cual a su vez es posible en gran medida por la escala de tributación que mantienen. Paralelamente, hay un número creciente de compañías que resaltan la necesidad de regulación como un medio para sancionar la irresponsabilidad empresarial de algunos competidores. Por ejemplo, un número cada vez mayor de compañías están exigiendo regulación para reducir la incidencia de los sobornos en el comercio internacional, uniformizar los parámetros bajo los cuales las emisiones de gases de efecto invernadero son cuantificadas, y exigir la publicación de reportes de sostenibilidad. El reto para la mayoría de países y en especial para los países en desarrollo, como es el caso de los países latinoamericanos, es desarrollar políticas públicas que estimulen las prácticas empresariales responsables y en consecuencia la competitividad de los negocios”.<sup>20</sup>

#### **1.4. El índice de competitividad responsable**

El Reporte de Competitividad Global desarrollado por el Foro económico mundial, representa el mejor esfuerzo para medir la competitividad de las naciones realizado hasta el momento. Este reporte tradicionalmente se ha centrado en dos enfoques

---

<sup>20</sup> Ibid.



complementarios para medir la competitividad: a) El Índice de Competitividad del Crecimiento que analiza las perspectivas de crecimiento de un país en el mediano plazo, evaluando la calidad de sus estructuras macroeconómicas, tecnológicas, e instituciones públicas y b) El Índice de Competitividad de Negocios que ofrece una medida de los fundamentos micro económicos que definen el actual nivel de productividad y bienestar de un país con base en el grado de sofisticación de las operaciones y estrategia de las empresas y en la calidad del clima nacional de negocios.

No obstante, ninguno de estos dos índices logra capturar elementos de la responsabilidad empresarial como factores contribuyentes a la competitividad, puesto que ninguno de ellos se orienta a medir la importancia de la responsabilidad social empresarial como valor agregado de la empresa.

En los años recientes, ha cobrado vigor el debate sobre el vínculo y relación de causalidad entre la responsabilidad empresarial y la competitividad a escala macro, apoyada en el argumento de que una economía productiva y sobre todo competitiva tiende a mejorar cuando las empresas empiezan a prestar atención a su desempeño social, económico y ambiental.

En vista de que el Reporte de Competitividad Global no contempla esta relación y dado el fuerte interés internacional por medirla y explorar las condiciones del entorno nacional que permiten la práctica de la responsabilidad empresarial, así como las

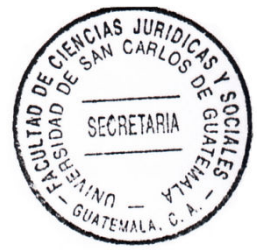


respuestas de las empresas a este entorno, es que en el 2003, el Centro Copenhague tomaron la tarea de desarrollar el primer intento de un índice de competitividad que incorporase una medida del grado de responsabilidad empresarial a escala nacional.

Este índice permitiría además cuantificar la relación entre la responsabilidad empresarial y la competitividad internacional de una nación medida por su ingreso per cápita. Es de este modo que surge el Índice de Competitividad Responsable.

#### **1.4.1. Componentes del índice de competitividad responsable**

El punto de partida para el desarrollo del Índice de Competitividad Responsable fueron los tres componentes del Índice de Competitividad del Crecimiento, desarrollados por el Foro Económico Mundial. A estos tres componentes se agregó el Índice Nacional de Responsabilidad Empresarial, en virtud del argumento de que la responsabilidad empresarial constituye también un elemento importante que contribuye a la competitividad de un país, al igual que el desarrollo tecnológico, la innovación, las estrategias empresariales, el capital humano, las instituciones públicas y la infraestructura, entre otros.





## CAPÍTULO II

### 2. Evolución de la responsabilidad social empresarial en latinoamérica

Una revisión general del concepto responsabilidad social empresarial, permite constatar que no existe consenso, tanto en las instituciones nacionales como internacionales, para definir lo que se denomina responsabilidad social empresarial o corporativa.

"Para solucionar este problema, se están realizando los primeros intentos de armonizar la elaboración de los informes sociales, a los que se han sumado las agencias de selección más importantes. No obstante, debe haber mayor convergencia entre los indicadores elaborados por las empresas y los criterios utilizados por los analistas para evaluar los resultados sociales de las compañías y sus comportamientos ecológicos".<sup>21</sup>

Este proceso ha permitido que las personas, vayan usando sus conocimientos y poder colectivo para presionar a las empresas a actuar de forma más responsable, no sólo en torno a los temas medioambientales, sino que también, en el respeto a los derechos humanos, la no discriminación en el ámbito laboral y la participación e inclusión social de la comunidad.

Sin embargo, a nivel latinoamericano la cultura de la responsabilidad social empresarial todavía no es parte de las prácticas empresariales, mucho menos de la sociedad o de

---

<sup>21</sup> Gutiérrez, Rodrigo y Carlos Arturo Ángel. **La responsabilidad de los empresarios colombianos frente al desarrollo de la sociedad**, pág. 61.



los consumidores. Esto se refleja en la denuncia y queja de organismos internacionales y organizaciones no gubernamentales que buscan el cumplimiento de las obligaciones patronales hacia sus trabajadores a partir de lo regulado en las leyes laborales, hacia el Estado por medio de sus impuestos y hacia la sociedad a través de una práctica socialmente responsable.

## **2.1. El índice de competitividad responsable para los países de América Latina**

Como se estableció en el primer capítulo, en el 2003, la organización Contabilidad Social y el Centro Copenhague tomaron la tarea de desarrollar el primer intento de un índice de competitividad que incorporase una medida del grado de responsabilidad empresarial a escala nacional. Este índice se aplicó en ese año a los países de América Latina lo que permitió establecer la relación entre los países de la región en torno a la competitividad responsable.

Si se divide la muestra total de países en tres, se encuentran sólo a dos países latinoamericanos en el tercio superior, éstos son Panamá y Costa Rica. No obstante, existe aún una notable distancia entre los dos líderes regionales y los líderes mundiales: Finlandia, Suiza, Suecia y otros países del occidente europeo que figuran en las primeras posiciones.

“Las diferencias se derivan principalmente por mayores logros de los líderes mundiales en temas de gobernabilidad corporativa, prácticas anti-corrupción, gestión ambiental,





desarrollo de capital humano y compromiso con la sociedad civil. Desde luego esta brecha crece aún más en los países más pobres de la región como son Haití, Nicaragua y Honduras”.<sup>22</sup>

“A partir de analizar las gráficas y los puestos que tiene el informe respectivo, se encuentra que los resultados del Índice Nacional de Responsabilidad Empresarial INRE, en el caso particular de los países de América Latina, presentan tres grupos claros. El primer grupo formado por Panamá en la posición 17 y Costa Rica en la posición 18. Un grupo intermedio conformado por los países latinoamericanos que figuran en el segundo tercio del total de la muestra y que presentan cierto grado de avance en los componentes de responsabilidad medidos. Estos países son Chile, ubicado en la posición (30), Perú (31), Brasil (33), México (34), Colombia (36) y Argentina (38). En el tercer grupo –que corresponde al tercio de la muestra con menor desempeño– aparecen la mayoría de países de la región (13 de los 21 países latinoamericanos incluidos), en este tercer grupo los que presentan el desempeño más pobre son Nicaragua (55), Honduras (58), Ecuador (59), Venezuela (61) y Haití (62)”.<sup>23</sup>

Cuando se realiza el análisis separado para cada uno de los siete componentes del Índice Nacional de Responsabilidad Empresarial se obtiene líderes regionales distintos para cada rubro. Por ejemplo, en el componente de gobernabilidad corporativa el líder para América Latina es Chile, con un puntaje de 60/100, en prácticas empresariales éticas es Costa Rica (75/100), en el compromiso con la sociedad civil es Panamá

---

<sup>22</sup> Flores, Juliano. **Índice de competitividad responsable 2003**, pág. 30.

<sup>23</sup> **Ibid.**



(70/100), en la construcción de capital humano es Costa Rica (70/100) y en administración ambiental es Brasil (53/100), seguido cercanamente por Costa Rica (52/100).

Sin embargo, son Panamá y Costa Rica los países que presentan el mejor desempeño promedio en todos los componentes del Índice Nacional de Responsabilidad Empresarial, lo que subraya la importancia de la regularidad del desempeño en todos los elementos medidos, más que liderazgos aislados en categorías particulares.

“El proceso de identificación y análisis detallado para cada país de la región de los factores puntuales que están determinando su grado de avance o rezago en el terreno de la responsabilidad empresarial –condición base para la implementación de acciones correctivas que incluso podrían tomar la forma de políticas públicas– exige observar de modo más agudo los puntajes obtenidos. Con esta finalidad resulta esencial analizar los resultados de los 27 indicadores que componen el índice. Por ejemplo, Nicaragua, Honduras, Ecuador y Haití, son los países que presentan los puntajes más bajos del total en el componente específico de compromiso con la sociedad civil (inferiores a 13/100), lo cual evidencia la necesidad de emprender acciones correctivas sobre los aspectos subyacentes a los indicadores que forman este componente, estos indicadores son: el grado de libertad cívica, el número de asociaciones de consumidores por cada 10 millones de habitantes, la confianza pública en los negocios, la sofisticación de los consumidores y la orientación de las compañías hacia los consumidores. En forma análoga, en el componente de gobernabilidad corporativa,



aparecen en las últimas posiciones de la tabla Venezuela, Paraguay, Honduras, Bolivia, Nicaragua y Haití, lo cual señala la necesidad de ajustes y cambios en los aspectos implícitos a los tres indicadores base de este componente: el grado de transparencia y confidencialidad, la fortaleza de los estándares de contabilidad y auditoría, y el nivel de independencia de las juntas directivas”.<sup>24</sup>

Finalmente, los resultados generales revelan que existe una relación importante entre el Índice Nacional de Responsabilidad Empresarial y la productividad de un país medida a través de su ingreso per cápita. Esto sugiere que los países que generen las condiciones necesarias para que el sector privado extienda la definición original de creación de valor más allá del ámbito meramente económico, incorporando las dimensiones social y ambiental, resultarán también ser más competitivos.

“En América Latina, Chile es el mejor ubicado de la región en el Índice de Competitividad Responsable (23), no obstante aparece en el tercio intermedio del total de países que conforman la muestra. Seguidamente, se ubican Costa Rica (31), Panamá (34), Trinidad y Tobago (35), Uruguay (36), México (37), Brasil (38) y Perú (41). En el tercio inferior del total de la muestra aparece Colombia (42), República Dominicana (43), El Salvador (44), Argentina (45) y Jamaica (46), mientras en el grupo con el desempeño más bajo, a partir de la posición 51, figuran ocho países

---

<sup>24</sup> **Ibid.**



latinoamericanos: Guatemala, Venezuela, Paraguay, Bolivia, Ecuador, Nicaragua, Honduras y Haití”.<sup>25</sup>

“Los resultados del Índice de Competitividad Responsable ICR, muestran a algunos países de la región con un déficit de responsabilidad superior al 4%, entre éstos Chile, República Dominicana y Venezuela, lo cual sugiere que este grupo de países tiene una desventaja competitiva subyacente, no reflejada en las medidas tradicionales de competitividad nacional. Por ejemplo Chile, si bien figura como líder regional en el índice de Competitividad Responsable (ubicado en la posición 23), en el INRE aparece en la posición 30, luego de Panamá y Costa Rica”.<sup>26</sup>

En otras palabras, el desempeño superior de Chile en los otros componentes del Índice de Competitividad Responsable, que son los subíndices de tecnología, instituciones públicas y entorno macroeconómico, parece no estar siendo acompañado por un desempeño en el terreno de la responsabilidad empresarial de la misma magnitud.

A partir de los resultados, la discusión en ámbitos académicos, ha estado centrada en reconocer que, "...si bien es cierto la Responsabilidad Social se ha consolidado en los últimos años -en ámbitos académicos y empresariales- como un elemento diferenciador desde el punto de vista del marketing, su rol va más allá y que sus actos comunican

---

<sup>25</sup> **Ibid.**

<sup>26</sup> **Ibidem**, pág. 32.



elementos que se encuentran inmersos en temas de competitividad e inversión económica”<sup>27</sup>.

Las empresas en América Latina, no han asumido aún la responsabilidad social empresarial como una práctica social a ser incorporada en sus planes de negocios corporativos. Con excepción de algunas multinacionales que replican acciones de responsabilidad social empresarial, que realizan en el extranjero.

El desafío entonces, está en "...modificar cierto paradigmas como el que la empresa sólo funciona a partir de sus cantidades económicas o la mayor cantidad de utilidades, dejando de lado cualquier otro tipo de preocupación (...) los empresarios no ven a la Responsabilidad Social como una práctica (...) que genere beneficios, sino que genera gastos y altos costos, lo que denomina 'política de riesgo', pero que tiene que ver con la condición de crisis y la lógica que impera en el sector empresarial”<sup>28</sup>.

Se plantea entonces, la creación de empresas más sensibles a estos llamados de la comunidad, de tal manera que el dirigente popular pueda percibir que no esta hablando con los grandes capitalistas, sino que con personas con necesidades como cualquiera contar con empresas u organizaciones que desde su constitución contemplan espacios o proyecciones a nivel comunal son más amigables.

---

<sup>27</sup> Correa, Maria Emilia. **Responsabilidad social corporativa en américa latina: una visión empresarial**, pág. 16.

<sup>28</sup> **Ibid.**



En este contexto, se plantea la necesidad que opere un cambio en el empresariado, en términos de visualizar el voluntariado corporativo, como una estrategia a ser incorporada en el quehacer empresarial y puesto en práctica por las personas que trabajan en la empresa, como un aporte hacia la comunidad. Sin embargo, no se desarrolla por la falta de una clase empresarial preocupada por la solidaridad del país.

A pesar de esa ausencia de sensibilidad social, se propone construir un cambio en la orientación de las empresas, que implique un cambio en el paradigma del funcionamiento, orientarlo hacia una visión más social, si se quiere solidaria, donde la preocupación no está en las utilidades, sino en la satisfacción de la propia población que conforma el grupo humano de una empresa, logrando así, que la responsabilidad social se transforme así en una herramienta de cambio y de lucha.

Planteado en esos términos, la responsabilidad social es, evidentemente, un paso que la sociedad debe dar en conjunto para recuperar el sentido de su vida cívica. Sin embargo, en el ámbito empresarial latinoamericano, es fundamental, que la responsabilidad social empresarial comience por manifestarse primero internamente con los trabajadores.

Aún se puede ver que, en términos generales, las relaciones entre empresarios y trabajadores, no son de las mejores y esto incide en un medio que muchas veces tiraniza la necesidad de la labor social. Si el empresario cree que sus empleados son



recursos, tendrá una posición muy diferente a si considera que sus empleados son personas.

En este último caso, el empresario sabrá que las personas tienen motivaciones propias muy potentes que van más allá de lo que él cree dominar. En este caso, las conductas de los empleados motivadas por la ayuda al prójimo, pueden no sólo producir efectos muy positivos fuera de la empresa sino mejorar notablemente el clima interno de la organización. Se puede ver que se trata de un problema de conciencia de parte de los empresarios primero, para luego poner en práctica acciones de responsabilidad social empresarial.

Se trata de entender lo que le pasa al otro, puesto que no existen empresas solidarias como tampoco empresas egoístas. Existen sólo personas. En este sentido, es que los integrantes de una organización entenderán el voluntariado corporativo, no como un hecho aislado sino que como parte de la política general de la empresa, sintiéndolo como un hecho coherente.

Promover el cambio, hacia una mayor responsabilidad social, tanto en el contexto ciudadano, como en el ámbito empresarial, es por lo tanto una tarea de toda la sociedad latinoamericana en su conjunto. La voluntad de las personas para ser proclives a este cambio, resulta fundamental.



"Por lo tanto, en América Latina la nueva generación de empresas no existirá si nadie les reclama que cambien. Al igual que en la política, será la sociedad desde sus base la que, mediante consumo responsable y conciencia social, hagan emerger empresas socialmente responsables(...)la conciencia social y la educación son generadores de Responsabilidad Social, sin embargo, es la voluntad de las personas lo que mueve a realizar las acciones que ayudan a otros".<sup>29</sup>

Con relación al establecimiento de ciertas normativas y reglamentación, resulta difícil y complejo imponer por ley aspectos de responsabilidad social a las empresas, pues harían muy rígidas sus operaciones.

Al respecto, Pedro Velasco, especialista en responsabilidad social empresarial señala que "...debe regularse por ley lo más básico, lo más fundamental, aquello que no es negociable, como la mano de obra infantil o cierto tipo de contaminación del medio ambiente (...)se debe dejar lo más voluntario posible para asegurarse de que se cumpla, pero usando todos los medios posibles de presión o de estímulo por parte de las partes interesadas".<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Rodríguez y Visuales, Ricardo Pedro. **Los inversores como nuevos agentes del cambio ambiental de las empresas**, pág 102.

<sup>30</sup> Velasco Escobar, Pedro P. **Responsabilidad social empresarial**, pág. 47.





## **2.2. Iniciativas de responsabilidad social empresarial en América Latina**

En el mundo desarrollado, la discusión pública acerca de las responsabilidades empresariales, está en debate plenamente. Incluso se ha implementado normativas legales -especialmente en torno a los temas medioambientales- e iniciativas voluntarias, como el Pacto Global, impulsado por las Naciones Unidas.

En América Latina, en general y en Guatemala en particular, la discusión es aún incipiente. Sin embargo, ya se deja notar, puesto que se están desarrollando debates y encuentros, seminarios y mesas redondas en torno a la responsabilidad social empresarial, entre representantes gubernamentales, de los empresarios y la sociedad civil, en general. Todo este trabajo, está teniendo resultados positivos, pues algunas empresas chilenas y extranjeras en nuestro país, han comenzado a adoptar acciones de responsabilidad social empresarial. Pero también la sociedad en su conjunto aunque muy incipientemente todavía- está tomando conciencia de su gran importancia, especialmente por la relación que se establece entre la responsabilidad social empresarial y los problemas de exclusión, pobreza e inequidad social.

Además, las personas están asumiendo actitudes de consumidores responsables, exigiendo a las empresas un aporte al desarrollo sustentable del país, lo que implica acciones voluntarias, que van más allá del cumplimiento de la legislación vigente.



Los países latinoamericanos están en un proceso bastante más incipiente en términos de responsabilidad social empresarial, comparado con el nivel alcanzado en el mundo desarrollado. Sin embargo, tanto los gobiernos como diversas organizaciones de la sociedad civil y también algunas compañías, se han unido para llegar a acuerdos en torno a la adopción voluntaria de normativas de responsabilidad social empresarial, especialmente en temas medioambientales de apoyo a la comunidad.

Las empresas multinacionales, cuyas acciones son las que realizan en sus empresas en el extranjero, son quienes han estado promoviendo políticas a favor de la responsabilidad social empresarial y aplicándolas en el medio latinoamericano. Pero también, por que los tratados de libre comercio internacionales, han comenzado a exigir el cumplimiento de estas normativas de responsabilidad social a las empresas, en congruencia con preceptos establecidos por organismos internacionales del trabajo, medioambientales, de derechos humanos, etc.

En este contexto, se está creando en América Latina una nutrida red de organizaciones no gubernamentales, dedicadas a la difusión y trabajo conjunto con las empresas, en el tema de la responsabilidad social empresarial, especialmente en inversiones hacia la comunidad y la acción social. Los países que están a la vanguardia en este trabajo, son Brasil y México, sin desestimar lo que están haciendo al respecto, Chile, Colombia, Venezuela, Uruguay, Argentina, Ecuador y Perú, así como la red Centro Americana, especialmente Guatemala y El Salvador.



El objetivo de estas instancias a nivel latinoamericano es generar una actitud de cambio en los empresarios que operan en la región, cuya meta es orientar sobre políticas y prácticas de responsabilidad social en las empresas como un pilar fundamental de la estrategia de negocios.

En este sentido, se ha producido un auge de instituciones, en diversos estados brasileiros, en términos de desarrollo urbano, cultural y educativo, el cual "...está siendo acompañado por la construcción de toda una infraestructura institucional que le da apoyo y la promueve: centros de desarrollo de la inversión social, asociaciones de donantes, empresas consultoras de asesoría y asistencia técnica, intercambios estructurados de aprendizaje, etc".<sup>31</sup>

Aún cuando en otros países de América Latina, estas prácticas de responsabilidad social empresarial, no logran generalizarse, se pueden encontrar algunas instancias de debates, seminarios, encuentros, etc., que se están realizando para tratar el tema de la responsabilidad social, tanto desde la ciudadanía, como en el ámbito empresarial. Entre las que tienen un trabajo a nivel regional se encuentran las siguientes.

#### A. EMPRESA - Red Regional.

“La red EMPRESA es una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la responsabilidad social. Surgió a partir de una conferencia organizada en

---

<sup>31</sup> **Ibid.**



1997 por Comerciantes por la Responsabilidad Social de San Francisco, con el fin de ser un vínculo o red virtual que conecta las diferentes organizaciones que promueven la responsabilidad social corporativa en las Américas”.<sup>32</sup>

Una de las metas de la red es tener una filial en cada país de las Américas, y hoy día cuenta con 12 miembros en 11 países y está en proceso de aumentar la red con organizaciones locales en Colombia, Costa Rica, Honduras, Nicaragua y Paraguay.

Para **Empresa**, cuyo nombre es con mayúscula como puede verse en la página anterior, la responsabilidad social corporativa es una: “Visión de negocios que integra el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La misión de **Empresa** es ser catalizador para el desarrollo de la responsabilidad social corporativa en las Américas y apoyar a las empresas a compatibilizar rentabilidad y su impacto social y medioambiental, a través de la adopción de la responsabilidad social corporativa como una base de su estrategia de negocios”.<sup>33</sup>

**Empresa** apoya el cumplimiento de este objetivo a través de:

- Fortalecimiento institucional – ayudando al desarrollo de organizaciones locales que promuevan el tema de la responsabilidad social corporativa;
- Redes de trabajo y colaboración – facilitando la interacción entre empresarios, ONG, gobiernos, academia y organizaciones multilaterales para desarrollar

---

<sup>32</sup> [http://www.empresa.org/doc/temas\\_relevantes/Cadena\\_de\\_valor.pdf](http://www.empresa.org/doc/temas_relevantes/Cadena_de_valor.pdf) (dos de agosto de 2008).

<sup>33</sup> **Ibid.**



colaboración en temas sociales y ambientales y promover los conceptos de responsabilidad social corporativa y

- Educación e intercambio de información, difundir información acerca de las políticas, programas y herramientas para ayudar a las empresas a que comprendan e implementen prácticas de responsabilidad social.

**Empresa** privilegia la gestión de conocimiento, y a través de reuniones semestrales busca sistematizar la información para prevenir duplicación de fuerzas entre sus miembros.

Los temas claves para **Empresa**, que también reflejan los temas claves del entorno internacional, son:

- Ética empresarial – Integración de valores en la visión, misión y principios de una empresa;
- Ambiente laboral – Políticas y programas que promueven la integración de conceptos de responsabilidad social en el entorno interno de la empresa, por ejemplo, el tiempo libre, horarios flexibles, salud y seguridad, seguridad laboral y planes y beneficios para familias;
- Medio ambiente – Políticas y prácticas para manejar los impactos ambientales de la empresa, con énfasis en la eliminación de desechos, mayor eficiencia y productividad, minimización de emisiones. También se incluyen iniciativas que



- van más allá del cumplimiento de la ley e involucran un proceso de participación y diálogo con la comunidad sobre temas ambientales;
- Marketing responsable – Mejorar la relación entre la empresa y sus consumidores, incluyendo temas de marketing dirigido a niños, seguridad y confiabilidad de productos y el impacto de los productos sobre el medio ambiente. El tema cubre acciones de la empresa para manufactura e integridad del producto, embalaje y etiquetado, marketing y publicidad, metodología de venta, precios y distribución;
  - Compromiso con la comunidad – Acciones y prácticas de la empresa que mejoran el compromiso y contribución de la misma a la sociedad civil.

“B. Red Regional del World Business Council for Sustainable Development [Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible].

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible es una coalición de 165 compañías multinacionales comprometidas con la promoción del desarrollo sostenible, entendido como el liderazgo de negocios por medio de éxito financiero, manejo ambiental y responsabilidad social. Sus miembros representan más de 20 sectores de la economía mundial y provienen de más de 30 países”.<sup>34</sup>

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible cuenta con una red regional en 40 países alrededor del mundo. Esta red es un canal de comunicación para

---

<sup>34</sup><http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?type=p&MenuId=NjA&doOpen=1&ClickMenu=LeftMenu>, (dos de agosto de 2008).



los distintos afiliados y permite ofrecer una perspectiva local sobre el desarrollo sostenible.

Afiliados del Consejo Empresarial Mundial para el desarrollo sostenible en Latinoamérica:

- En Argentina, el Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible, CEADS.
- En Brasil, el Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible, CEBDS.
- En Colombia, el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible CECODES.
- En Costa Rica, la Asociación de Empresarios para el Desarrollo, AED.
- En Ecuador, el Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible, CEMDES.
- En El Salvador, el Consejo Empresarial Salvadoreño para el Desarrollo Sostenible, CEDES.
- En Guatemala, el Centro Para la Acción de la Responsabilidad Social y Empresarial en Guatemala, CentraRSE.
- En Honduras, el Consejo Empresarial Hondureño para el Desarrollo Sostenible, CEHDES.
- En México, está el Centro para el Desarrollo Social y la Comisión de Estudios del Sector Privado para el Desarrollo Sustentable, CESPEDES.
- En Perú, se encuentra la institución denominada Perú 2021.



- En Venezuela, el Consejo empresarial Venezolano para el Desarrollo Sostenible, CEVEDES.

Hasta hace poco los afiliados latinoamericanos se enfocaban principalmente hacia resultados financieros y manejo ambiental, pero han variado el enfoque y ahora incluyen iniciativas sobre responsabilidad social corporativa.

Para incorporar la responsabilidad social corporativa en la agenda del Consejo Empresarial Mundial para el desarrollo sostenible, la organización, en colaboración con ocho de sus afiliados, incluidos los Consejos de Argentina y Brasil, completó un estudio para identificar perspectivas locales de responsabilidad social corporativa.

### **2.3. Iniciativas nacionales en América Latina**

#### **A. Argentina**

El actual interés en la responsabilidad social corporativa que hoy se evidencia en Argentina surgió paralelamente a la crisis económica del 2001. Las extremas circunstancias económicas y la incapacidad demostrada por el Gobierno para rescatar al país, resaltaron la importancia de la participación del sector empresarial en el proceso de revitalización.





La crisis fue un catalizador para fomentar mayor conciencia social, pero aún no es evidente que la responsabilidad social corporativa sea parte integral de la estrategia de negocios. Actualmente, la responsabilidad social corporativa en Argentina está todavía muy allegada a la filantropía y a los programas comunitarios.

Las organizaciones en Argentina consideran prioritarios los siguientes aspectos:

- La comunidad.
- Los colaboradores (trabajo sin beneficios, trabajo adicional al tiempo anual estipulado, desempleo).

Organizaciones:

Fundación del Tucumán. Esta es parte de la red Empresa, formada por veintinueve corporaciones articuladas por el sector social. Promueve una red de responsabilidad social que se centra particularmente en aliviar las emergencias que padece dicha provincia.

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE). Ubicado en la provincia de Córdoba. Su fortaleza reside en las instituciones académicas y en los foros.



El Centro para la Responsabilidad Social, el cual forma parte del Grupo Interrupción, el cual se integra por emprendedores que trabajan sobre la base de valores de responsabilidad social. Propone encarar los proyectos desde cuatro ejes diferentes: empresa, comunicación, cultura y política. Trabaja para difundir, promover y hacer sostenible una forma socialmente responsable de contribuir, participar, educar, invertir, producir y consumir.

### Sector empresarial

El concepto de la responsabilidad social corporativa en Argentina aún está en fase inicial. La integración estratégica de responsabilidad social corporativa en los modelos de negocio o una clasificación formal en lo que respecta a las prácticas de responsabilidad social corporativa en sentido integral no existe aún. Clasificaciones de empresas como las que publica anualmente el diario Clarín, toma en consideración en sus criterios alrededor de 15% de puntos de clasificación según el desempeño ambiental y social.

### B. Brasil

El papel y definición de responsabilidad social corporativa en la sociedad brasileña ha variado en años recientes, aunque sus raíces pueden rastrearse hasta mediados de la década de 1960. El bienestar social ha sido parte integral de la naturaleza de las compañías brasileñas y la cultura de organización no gubernamental, debido a los



muchos problemas sociales que enfrentó el país y a los que continúa haciéndoles frente.

Hasta finales de los 90, la responsabilidad social corporativa en Brasil fue considerada básicamente como la responsabilidad de las compañías de implementar un programa que involucrara a la sociedad. Hoy día, la definición de responsabilidad social corporativa en Brasil se ha expandido y según el Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social ETHOS, la responsabilidad social corporativa implica que las compañías deben seguir lineamientos que consideren las expectativas y percepciones de los públicos interesados, y deben considerar las necesidades y opiniones de los consumidores, las comunidades, los trabajadores, otras organizaciones, etc.

En Brasil el instituto Ethos considera prioritarios los siguientes aspectos:

- Educación – enfocada tanto a lo interno, proporcionando reembolsos estudiantiles a los empleados, por ejemplo, como a lo externo, desarrollando programas para beneficio educativo de otros.
- Responsabilidad ambiental – incrementando la presión tanto en lo legal como en la sociedad civil, para manejar los impactos ambientales.
- Involucramiento comunitario – enfocado en la pobreza y el trabajo voluntario de los empleados.
- Corrupción – comportamiento ilegal y no ético entre compañías y políticos corruptos que históricamente ha sido una fuente de desigualdad en el país.



Organizaciones:

“Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidad Social ETHOS”.<sup>35</sup>

Fundado en 1998, en São Paulo, Brasil por un grupo de empresarios de 780 empresas afiliadas.

Los objetivos de este instituto son:

- Comunicación y disseminación de qué compañías practican actualmente la responsabilidad social corporativa.
- Estimular trabajo conjunto entre compañías, Organización No Gubernamental, agencias gubernamentales y otras organizaciones sociales.
- Influir las políticas públicas.
- Proporcionar asistencia técnica.
- Ser catalizador para mejorar la responsabilidad social corporativa en Brasil.
- Creación de guías para reportes de sostenibilidad basadas en responsabilidad social corporativa.
- Apoyo a conferencias e intercambios de información. Promover una exhibición anual de prácticas de responsabilidad social corporativa.
- Proporcionar una base de datos de las mejores prácticas de responsabilidad social corporativa.

---

<sup>35</sup> <http://www.ethos.org.br/ci2006/default.asp?idioma=ES>, (dos de agosto de 2008).



“Instituto Brasileiro de Analises Sociais e Economicas (IBASE)”.<sup>36</sup>

Este Instituto creó una propuesta de auditoria social para que las instituciones analicen su desempeño.

Gobierno brasileño:

Bajo la administración del Presidente Lula Da Silva, la agenda de responsabilidad social corporativa ocupa un lugar preponderante. Se ha introducido la responsabilidad social corporativa en los contratos públicos, otorgando contratos de gobierno con base en el desempeño social y ambiental de las empresas, por ejemplo y los representantes de la sociedad civil y la empresa responsable tienen gran espacio en las decisiones de gobierno.

Sector empresarial:

“En Brasil se publicará próximamente un estudio que demuestra y clasifica las prácticas de RSC de las compañías. Las compañías brasileñas han hecho énfasis en la inversión social. Casi el 95% de compañías brasileñas con 500 o más empleados tienen proyectos comunitarios vigentes. La mayoría de estas compañías grandes también publican reportes anuales sobre desempeño social y ambiental. De los más de 500 reportes que se publican anualmente en Brasil, casi 100 se dedican a desempeño

---

<sup>36</sup> [http://www.ibase.br/userimages/relatorio\\_fsm2005\\_INGLES2.pdf](http://www.ibase.br/userimages/relatorio_fsm2005_INGLES2.pdf), (dos de agosto de 2008).



económico, ambiental y social y tres o más grupos de actores. La gran mayoría de los reportes cubren algunos aspectos de la RSC, como datos sobre recursos humanos o datos sobre proyectos ambientales”.<sup>37</sup>

No hay aún ningún estudio formal publicado, pero los expertos han identificado las compañías líderes en lo que respecta a responsabilidad social corporativa. Estas compañías pueden dividirse en tres categorías: aquellas que han integrado completamente la responsabilidad social corporativa en las decisiones de negocios, aquellas que hacen un enfoque ambiental y las que invierten en la comunidad. Una breve descripción de cada categoría se muestra a continuación, así como las compañías líderes de cada categoría.

C. Chile:

Organizaciones

Acción Empresarial. Fue fundada por la Confederación de la Producción y del Comercio y se integra por la membresía de 36 miembros entre empresas nacionales y multinacionales.

Sus objetivos son:

---

<sup>37</sup> Correa. **Ob. Cit**, pág. 32.



- Promover buenas prácticas de responsabilidad social en las empresas, a través del aprendizaje de las iniciativas impulsadas por compañías en distintas partes del mundo, el intercambio de experiencias entre las propias empresas y actividades de desarrollo, promoción e investigación.
- Ética empresarial: incorporación de la responsabilidad social en la declaración de principios, misión y prácticas cotidianas de la empresa.
- Calidad de vida laboral: mejoramiento de la calidad de vida de las personas que trabajan en la empresa o corporación.
- Medio ambiente: desarrollo económico de la empresa, compatible con el respeto y cuidado por el medio ambiente.
- Compromiso con la comunidad: apoyo al desarrollo económico y social de la comunidad en la que la empresa está inserta.
- Comercialización y mercadeo responsable: ética publicitaria, mercadeo solidario y comercialización responsable.
- Orientación en el desarrollo de iniciativas de responsabilidad social corporativa
- Formación del sector empresarial y la comunidad.
- Difusión con medios de comunicación.
- Investigación.
- Información, a través de un centro especializado.
- Integración, realizando actividades conjuntas entre empresas, organizaciones no gubernamentales y organismos gubernamentales e internacionales.



“Fundación Prohumana”.<sup>38</sup>

Organización no gubernamental fundada en 1998 con el objetivo de promover una cultura de responsabilidad social en Chile con actividades enfocadas en:

- Investigación y desarrollo del conocimiento;
- Sensibilización de actores en el tema de responsabilidad social;
- Promoción de espacios de diálogo y encuentro entre actores representativos de la diversidad;
- Constitución y coordinación de redes de cooperación;
- Aporte a la elaboración de propuestas legislativas y normativas y
- Servicios de asesoría especializada.

Prohumana ha desarrollado una red virtual en Chile, llamada Plaza Nueva, para cubrir temas de responsabilidad social entre diferentes sectores; tiene participantes del sector empresarial, academia, gobierno local y nacional, ONGs e individuos.

SOFOFA Responsabilidad Social/Federación Gremial de la Industria es una federación gremial sin fines de lucro que agrupa más de 2,500 empresas y gremios vinculados al sector industrial chileno. Lanzó una nueva organización –SOFOFA Responsabilidad Social– para promover y difundir las buenas prácticas empresariales, desarrollando un

---

<sup>38</sup> <http://www.chiley.com/chile-chile/ProhumanaCI-El-Primer-Portal-de-Responsabilidad-Social.html>, (dos de agosto de 2008).





marco ético y fomentando iniciativas voluntarias vinculadas con el bienestar de la sociedad.

### Generación Empresarial.

Esta organización sin fines lucro tiene como misión la difusión y promoción de valores fundamentales, principios éticos, el espíritu emprendedor y la responsabilidad social como fundamentos clave de las actividades empresariales. Hay 39 empresas asociadas a Generación Empresarial y su ámbito de acción incluye ciclos de conferencias, encuentros empresariales, seminarios de actualidad, charlas en universidades, proyectos voluntarios y premiación.

### Sector empresarial:

En Chile existen tres fuentes de información de interés sobre los esfuerzos de empresas chilenas en el tema de responsabilidad social corporativa: 1) casos de estudios publicados en la página electrónica de Acción Empresarial, 2) casos de estudios analizado por la Fundación ProHumana y 3) un análisis hecho por la Fundación Avina.

Es interesante resaltar en Chile el esfuerzo de la empresa pública minera chilena, que es miembro del Consejo Empresarial Mundial para el desarrollo sostenible y ha



publicado reportes de sostenibilidad e incluso están siendo verificados externamente a partir del próximo año.

D. México:

En México la responsabilidad social corporativa se inició como iniciativa filantrópica, pero en la década de los 90 varió sobre la reflexión de que la filantropía no es suficiente para promover avances sociales; es solo una parte de la responsabilidad social corporativa. El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) considera que una empresa socialmente responsable es aquella que, además de ofrecer productos y servicios de calidad, genera utilidades y empleos y paga impuestos, desafía su creatividad para identificar los problemas que aquejan a su comunidad y propone alternativas para su solución.

Para México se consideran prioritarios los siguientes aspectos:

- Ética empresarial.
- Calidad de vida (al interior de las empresas).
- Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.
- Cuidado y preservación del medio ambiente.



Organizaciones:

El Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI México DF.

Fundado en 1998, por un grupo de empresarios. Tiene una membresía de 58 empresas y 32 fundaciones corporativas

Sus objetivos son:

- “- Enfoque en la filantropía y la responsabilidad social corporativa;
- Promover y estimular actitudes que los lleven a incrementar su trabajo voluntario y participación económica en causas que favorezcan el desarrollo de la comunidad;
- Promover la inversión social de la empresa;
- Fomentar el conocimiento que facilite la comprensión e impulso del sector filantrópico, sus formas de servicio, sus relaciones con otros sectores y su participación en el desarrollo nacional;
- Mantener canales de comunicación y colaboración con el gobierno;
- Mostrar buenas prácticas de responsabilidad social corporativa;
- Ha creado el Índice de responsabilidad empresarial. Hacen análisis para las empresas y publican una lista anual de empresas socialmente responsables;
- Promueve la cultura de la ciudadanía individual y corporativa;
- Realiza investigaciones sobre el sector no lucrativo en México;



- Apoya la profesionalización de las organizaciones no lucrativas;
- Ofrece información especializada sobre el tercer sector;
- Apoya a las empresas en sus programas de inversión en la comunidad;
- Vincula a las organizaciones no lucrativas con el entorno social y
- Edita publicaciones sobre el tercer sector”.<sup>39</sup>

La organización no gubernamental, denominada por ellos AliaRSE, tal como se lee.

Esta es una alianza de siete organizaciones, creada en 2002, que promueve un aspecto de la responsabilidad social corporativa. La meta es tener un mensaje para todos, buscar sinergias y homogenizar el lenguaje. Las siete organizaciones son:

- “Administración por Valores (AVAL);
- Consejo Coordinador Empresarial (CCE);
- Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex);
- Confederación USEM;
- El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la
- Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN)”.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> <http://www.cemefi.org/spanish/content/category/1/2/6/> (tres de agosto de 2008).

<sup>40</sup> <http://mx.groups.yahoo.com/group/ResponsabilidadSocialEmpresarial>. (tres de agosto de 2008).



Sector empresarial:

El Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI publica anualmente una distinción de las compañías que se comportan de forma socialmente responsable. Esta distinción se logra llenando un cuestionario y cumpliendo con criterios mínimos y parece existir más interés en comunicar las mejores prácticas que ofrecer realmente un listado de competitividad de compañías.

Es interesante resaltar que en México existe un esfuerzo por crear un estándar de responsabilidad social corporativa oficial que enfoca en temas de integridad y responsabilidad en las relaciones con empleados y gobernabilidad. Hay alguna resistencia a entender la responsabilidad social corporativa como una obligación, que se considera crearía más bien un negocio para consultores y certificadores. Otros consideran que esta iniciativa es incompleta y que se posiciona como una competencia a las iniciativas del sector privado.

E. Panamá:

Según CEDIS, Centro Empresarial de Inversión Social, las iniciativas de responsabilidad social corporativa entre las empresas en Panamá han sido hasta el momento una práctica de tipo asistencial, con acciones aisladas, no formales y esporádicas, con mayor enfoque en acciones particulares de filantropía y menos en responsabilidad social corporativa como una herramienta de negocio. Sin embargo, hay



en la actualidad empresas que han empezado a mostrar interés en el tema y están iniciando algunas prácticas con aspectos relevantes a la responsabilidad social corporativa.

Hay énfasis en acciones hacia el desarrollo de comunidad, con algunas instancias de enfoque en recursos humanos y el ámbito interno de la empresa. No existe mucho énfasis en acciones del medio ambiente, pero será interesante ver el desarrollo del tema en este país sobretodo por su posición en el Pacto Global.

Organizaciones:

Centro Empresarial de Inversión Social, CEDIS, el mismo se encuentra asociado a EMPRESA, ha venido liderando y promoviendo en los últimos años el tema de responsabilidad social corporativa. Cuando Panamá fue seleccionado entre 10 países al nivel mundial como país piloto para promover el Pacto Global, el programa de Naciones Unidas identificó a CEDIS como aliado estratégico o brazo técnico para la promoción y ejecución del mismo.

Sus objetivos son:

“- Contribuir al desarrollo económico y social de Panamá a través del fortalecimiento, la movilización y la articulación de los actores relevantes de la responsabilidad social empresarial;



- Impulsar una visión y actitud proactiva de prácticas de la responsabilidad social corporativa entre el sector privado;
- Capacitar y fortalecer al sector empresarial en la relevancia de responsabilidad social corporativa como práctica estratégica de negocios y ventaja competitiva y
- Ofrecer una red de información y educación para el sector privado y la sociedad civil”.<sup>41</sup>

F. Perú:

Organizaciones:

En Perú existe una variedad de iniciativas sobre la responsabilidad social corporativa en el sector de organizaciones no gubernamentales y academia. Las organizaciones claves incluyen PERU 2021, la Universidad del Pacífico y la Red de Responsabilidad Social. Los objetivos de estas instancias son:

- Sensibilizar a más empresas en responsabilidad social corporativa y también a la comunidad académica y otras instituciones de la sociedad civil;
- Asegurar el involucramiento de empresarios y empresas en proyectos sostenibles y ensanchar el número de empresarios con capacidad de liderar los proyectos;

---

<sup>41</sup> [www.cedis.org.pa/group/ResponsabilidadSocialEmpresarial](http://www.cedis.org.pa/group/ResponsabilidadSocialEmpresarial). (tres de agosto de 2008).



- Promover proyectos relacionados a sostenibilidad en responsabilidad social corporativa;
- Contribuir con el desarrollo de un proceso dinámico en el ámbito nacional para el logro de una visión compartida de largo plazo para el país;
- Apoyo a temas específicos – Sistemas de gestión ambiental, etc.;
- Proyectos en educación y la
- Difusión de una visión nacional compartida.

#### Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico

Su propósito es apoyar cambios en las relaciones entre los empresarios nacionales y los universitarios para integrar conceptos y prácticas de responsabilidad social y de filantropía. “Sus estrategias incluyen sensibilización de diferentes sectores, capacitación y formación, encuestas y estudios y difusión y premiación. Además, inició una biblioteca de temas de responsabilidad social para difundir estudios de caso e investigaciones de diversas personas e instituciones”.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> [http://www.rseconsultores.com/toolsb\\_en.htm](http://www.rseconsultores.com/toolsb_en.htm) (tres de agosto de 2008).





## CAPÍTULO III

### 3. El desarrollo de la responsabilidad social empresarial en Guatemala

En Guatemala, debido a la exclusión social, política y económica, por lo que el desarrollo humano, el cual constituye un proceso de ampliación de opciones que les permitan a las personas alcanzar una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos, aprender destrezas y contar con los recursos necesarios para disfrutar una alta calidad de vida, no ha sido posible. Esto se debe principalmente a la pobreza que genera que más de la mitad de la población sobreviva con un dólar estadounidense al día, puesto que existe un elevado número de personas afectadas por el desempleo, por precarias condiciones de trabajo o subsistencia.

Ante ese panorama el tema de la responsabilidad social empresarial se convierte en un elemento fundamental para que desde el sector productivo se luche para superar las desigualdades, reduciendo la brecha entre ricos y pobres, la cual es una de las más elevadas a nivel mundial y promoviendo una sensibilización hacia el empresariado para que comprenda que la solidaridad no solo es un motivo de altruismo, sino que debe ser comprendida como un factor más de productividad y beneficio económico.

Aun con las limitaciones que presenta el panorama general guatemalteco, la responsabilidad social empresarial ha comenzado a ser parte de la agenda de discusión en Guatemala, cuyos principales lineamientos han quedado establecidos en el informe sobre el V Encuentro Nacional de la Empresa Privada de 2008.



Dentro de los principales promotores de la responsabilidad social empresarial se encuentra el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala, CentraRSE, fundado en enero de 2003 por empresarios. Este Centro busca generar una actitud de cambio en los empresarios para que implementen prácticas de responsabilidad social empresarial.

“El Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala CentraRSE, está liderado por un grupo de empresarios y está apoyado en un equipo profesional que busca la incorporación de estas prácticas en todos los sectores productivos guatemaltecos para formar un nuevo empresariado en Guatemala: consciente, proactivo y que decide el futuro de su negocio y de su país”.<sup>43</sup>

Al impulsar la responsabilidad social empresarial en Guatemala, el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala –CentraRSE- apoya el crecimiento competitivo de todas las empresas que operan en Guatemala, en los sectores de la industria, del comercio y de los servicios, desde la más pequeña y hasta la más grande.

Los objetivos y temas de enfoque del Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala –CentraRSE- son:

---

<sup>43</sup> [www.quienessomos/CentraRSE.org](http://www.quienessomos/CentraRSE.org), (tres de agosto de 2008).



- Ser la institución en Guatemala que promueve el desarrollo y adopción de políticas y prácticas de responsabilidad social como un pilar fundamental de la estrategia de negocios de las empresas guatemaltecas;
- Formación – talleres de sensibilización, cursos de capacitación, vinculaciones con academia;
- Herramientas – módulos de sensibilización, manuales de primeros pasos, indicadores de responsabilidad social corporativa, preparación de asistencia especializada;
- Investigación – casos de estudios de responsabilidad social corporativa en Guatemala, mejores prácticas internacionales, análisis de la situación del país en cuanto a responsabilidad social corporativa, análisis de tendencias y
- Foros – promoción y organización de foros de intercambio de información, foro de ejecutivos de las empresas miembros del Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala –CentraRSE-.

El Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala ha detectado que las empresas en Guatemala buscan homogeneizar el concepto de responsabilidad social corporativa y contar con herramientas efectivas como el Manual de primeros pasos, Módulos de sensibilización de responsabilidad social corporativa, Indicadores de responsabilidad social corporativa, etc. para definir la estrategia de responsabilidad social corporativa y lograr una implementación eficaz de estas prácticas.



Las empresas que están con el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial en Guatemala, están tomando el liderazgo en responsabilidad social corporativa. La mayoría tiene prácticas iniciales de responsabilidad social corporativa dentro de sus empresas y ejecutan proyectos a lo externo de su organización.

El concepto de responsabilidad social corporativa que ha propuesto el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial es el siguiente:

- Es una decisión estratégica que implica la constante aplicación de prácticas empresariales, que generan mayor productividad, lealtad del cliente y acceso a mercados;
- La implementación de la responsabilidad social corporativa parte del cumplimiento del régimen legal, logrando óptimas condiciones internas y concretándose en el aporte al desarrollo sostenible del país;
- Las prácticas de responsabilidad social corporativa pueden ser de carácter interno, como adaptación de valores y transparencia, e involucran a actores internos y de carácter externo, que toman en cuenta a toda la cadena productiva entre proveedores, consumidores y clientes, velan por el cumplimiento de respeto al medio ambiente e inciden en la comunidad y el Estado y
- El impacto que genera la implementación de estas prácticas tiene una repercusión positiva y directa en el desarrollo del país.



Para la recopilación de casos exitosos de responsabilidad social corporativa en Guatemala se ha establecido una alianza con el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas. Los casos se enfocan en los siete temas identificados como responsabilidad social corporativa: Valores y transparencia, Actores internos, Proveedores, Consumidores y clientes, Medio ambiente, Comunidad y Estado y en las dimensiones internas y externas.

Los ejemplos que sobresalen en torno a la responsabilidad social empresarial en Guatemala se encuentra el Ingenio Pantaleón, en donde la responsabilidad social empresarial de sus accionistas forma parte de la cultura de trabajo, aplicada en las relaciones con sus colaboradores, proveedores, clientes, comunidades de influencia, la sociedad y el medio ambiente.

Este ingenio ha implementado proyectos de vivienda, clínicas médicas y odontológicas de salud preventiva y curativa así como sistemas integrales de educación para el personal permanente y sus familias. Para el personal temporal o migrante se han invertido recursos en adecuación de viviendas, programas de alimentación, servicios de transporte, recreación y motivación.

Adicionalmente en 1993, los accionistas crearon la Fundación Pantaleón aprobando una contribución significativa por cada tonelada métrica de azúcar producida en los tres ingenios, con el objetivo de mantener los programas que la Fundación está llevando a cabo en las áreas de salud preventiva, educación, apoyo comunitario y medio



ambiente. Existe una extensión de la Fundación en Nicaragua para apoyar los programas sociales en las comunidades y otras obras en las áreas de salud, educación y medio ambiente.

“El éxito de esta operación azucarera, es posible gracias a la dedicación, esfuerzo y entusiasmo de todos los que la conforman. Esto se ha logrado gracias a la filosofía de reinversión de los socios y a la administración de los ingenios, tanto en infraestructura como en su gente. Pantaleón y Concepción han sido impulsores a nivel de la industria azucarera del desarrollo integral de la costa sur guatemalteca y Monte Rosa en la zona occidental de Nicaragua”.<sup>44</sup>

Por medio de la Fundación de la Asociación de Azucareros de Guatemala, se ha promovido la educación y proyectos habitacionales, a través de los cuales centenares de colaboradores de la industria azucarera han podido obtener casa propia y así mejorar su nivel de vida.

La Organización de Estados Americanos reconoce al Ingenio Pantaleón con el Premio al Ciudadano Empresarial de las Américas 2007 por el proyecto Escuelas Visionarias: Construyendo Ciudadanía, iniciativa que nace en 1995 con el objetivo de promover, desde las escuelas, la formación en los alumnos de valores de democracia y tolerancia.

---

<sup>44</sup> Trifoliar informativo de la fundación pantaleón. s/f. s/e. s/p.



Como parte de los esfuerzos del Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial –CentraRSE- para promover la responsabilidad social empresarial, la noche del 23 de Agosto de 2006 se llevó a cabo la primera edición del Premio a la Responsabilidad Social Empresarial que busca incentivar las buenas prácticas en las relaciones con la comunidad, el medio ambiente y contribuir en la reducción de pobreza, sin que esto afecte la rentabilidad de la empresa.

Los reconocimientos fueron otorgados a:

**Hidroeléctrica Río Las Vacas:**

Categoría Medio Ambiente

Programa de reciclaje de material plástico extraído del caudal del río Las Vacas. Éste se utiliza para la fabricación de postes.

**La Fragua, Walmart Centroamérica:**

Categoría: Valores

La repartición de utilidades entre colaboradores de la empresa es una práctica con más de 30 años de historia instituida por Carlos Paíz. Destinan un porcentaje de las



utilidades netas para distribuir las entre colaboradores de la unidad que hayan logrado rentabilidad.

**Bancafé**, cuando todavía existía como empresa

Categoría Pobreza

Por la creación de un programa en donde se destinó parte de sus préstamos al desarrollo financiero de Micro, pequeñas y medianas empresas poniendo a disposición los créditos para personas y entidades que los inviertan en proyectos productivos y de desarrollo.

**Instituto HINO**

Categoría Comunidad

El Instituto forma mecánicos con estándares altos en procedimientos, prácticas y hábitos de trabajo. Busca que los egresados estén capacitados para trabajar en las empresas del grupo o que trabajen en otras instituciones relacionadas con su actividad.

**Ingenio Pantaleón**

Categoría Relaciones con el Estado





A través del proyecto Construyendo Ciudadanía, fomenta y promueve los valores cívicos, la cultura democrática y el respeto a las autoridades legales en sus escuelas modelo.

## **McDonald's**

### Categoría Vida Laboral

De acuerdo al proyecto aprendizaje, desarrollo y crecimiento profesional de los colaboradores, el desarrollo profesional y personal va atado a los aumentos salariales, ascensos y bonificaciones.

El 15 de noviembre de 2007, una Cooperativa Agroempresarial fue reconocida por el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial, CentraRSE, con apoyo de la Agencia de Cooperación para el Desarrollo de los Estados Unidos de América –USAID- y del Programa Nacional de Competitividad, por su buena práctica de relacionamiento con la comunidad.

El Premio Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial, CentraRSE, busca reconocer las prácticas de responsabilidad social empresarial en Guatemala. Según Julio Herrera, Presidente de la Junta Directiva de CentraRSE “el valor más grande que este premio posee es su significado, pues demuestra que en Guatemala sí



hay empresas responsables y representan el cambio que se está generando en la forma de hacer negocios”.<sup>45</sup>

Para esto, la estructura del premio gira alrededor de siete ejes principales relacionados con la responsabilidad social empresarial:

- Valores y transparencia.
- Actores internos.
- Medio ambiente.
- Proveedores.
- Clientes y consumidores.
- Relaciones con la comunidad.
- Relaciones con el Estado.

En ese año 2007, cuatro empresas, McDonald's, Cementos Progreso, Pepsicola, Ingenio La Unión y la Cooperativa Cuatro Pinos R. L., fueron las galardonadas.

En el eje de relación con la comunidad, la Cooperativa Agrícola Integral Unión de Cuatro Pinos R. L., ganó el Premio el Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial –CentraRSE- 2007 con su estudio llamado Cooperativismo Agroempresarial promueve el desarrollo rural en Guatemala.

---

<sup>45</sup> [www.quienessomos/CentraRSE.org](http://www.quienessomos/CentraRSE.org), (tres de agosto de 2008).



Una importante experiencia a resaltar en el entorno del desarrollo empresarial rural es la de la Cooperativa Agrícola Integral Unión de Cuatro Pinos R. L. una organización campesina practicante del cooperativismo empresarial, con un amplio sentido de responsabilidad social y una experiencia de mas de 26 años en la exportación de productos hortícolas frescos para los mercados de Estados Unidos, Canadá y Europa.

“El 10 de diciembre de 2007, se inauguró la Quinta Conferencia de Responsabilidad Social en Guatemala, en donde más de 600 empresarios de América Latina participan desde este lunes en Guatemala en V Conferencia Interamericana de Responsabilidad Social, que busca comprometer a la empresa privada con el aporte al desarrollo de la sociedad”.<sup>46</sup>

"Se van a mostrar unas experiencias, vamos a compartir lo que se ha hecho en otros países para que lo copien los demás. El sector privado socialmente responsable está en un círculo virtuoso en el que no solo hay beneficios económicos sino también sociales", afirmó en esa Conferencia el presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Luis Alberto Moreno".<sup>47</sup>

Las apreciaciones de Luis Alberto Moreno se dieron en el marco de la ceremonia de inauguración del cónclave que concluye el martes, día en que se conocerán las conclusiones de las diferentes actividades que se desarrollarán durante el encuentro.

---

<sup>46</sup> Los aportes del sector privado en la responsabilidad social. prensalibre.com.gt., (10 de agosto de 2008).

<sup>47</sup> **Ibid.**



"Tenemos una región con inmensas disparidades económicas, en la que ya no basta el crecimiento económico porque millones de habitantes ya no gozan de esos beneficios. Es por ello que la responsabilidad social del sector empresarial es imprescindible para lograr el desarrollo", agregó Moreno".<sup>48</sup>

En ese aspecto coincidió el presidente de Guatemala, Oscar Berger, quien además de inaugurar el evento este lunes, dejó entrever la "necesidad de la unificación de criterios por parte del Estado, el empresariado y la sociedad civil, para lograr una sociedad más justa y menos desigual. El crecimiento económico de Guatemala para este año se ubicará cerca del 6% del Producto Interno Bruto (PIB), el mayor reportado durante los últimos 30 años, sin embargo, somos un país con muchas desigualdades, creo que sólo Brasil nos supera en ese aspecto, y en fútbol también, admitió Berger".<sup>49</sup>

Por aparte, el presidente del Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial -CentraRSE- de Guatemala, Julio Herrera, destacó que: "la pobreza y el cambio climático son los retos que deben afrontar las empresas socialmente responsables, pues son de vital importancia para el desarrollo de todos los países. Al evento, según la vicepresidenta del Centro para la Acción de la Responsabilidad Social Empresarial -CentraRSE-, María Silvia Pineda asistieron unos 620 representantes de empresas socialmente responsables de 33 países de América, Europa y Asia".<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> **Ibid.**

<sup>49</sup> **Ibid.**

<sup>50</sup> **Ibidem.**



Los principales motivos que llevarán al empresariado guatemalteco a formar parte de la cultura de la responsabilidad social corporativa es la competencia que se ha comenzado a generar a partir de la apertura de los mercados tanto nacional como internacional. Esta situación se debe a que muchos empresarios de otros países, como se analizó en el caso latinoamericano, han comprendido que la responsabilidad social empresarial no es únicamente una moda o una forma de evadir impuestos, sino que se ha convertido en una herramienta empresarial indispensable para formar parte de los proveedores de aquellos mercados, como los europeos nórdicos, en donde le dan mucha importancia al comercio justo.

De igual manera, en los tratados de libre comercio que ha firmado Guatemala, el componente de la responsabilidad social empresarial se ha ido integrando como parte de las obligaciones estatales y empresariales, por lo que si los empresarios guatemaltecos quieren competir local o internacionalmente, deben reorientar sus políticas económicas y administrativas para incluir los elementos que le permitan ser certificados como empresarios socialmente responsables.





## CAPÍTULO IV

### 4. La regulación legal de la responsabilidad social empresarial de las sociedades anónimas en el Código de Comercio de Guatemala

#### 4.1. La sociedad anónima

La sociedad anónima constituye una de las formas societarias más importantes de la actualidad, juntamente con la sociedad de responsabilidad limitada. Quizá a ninguna sociedad se le han reconocido tantos méritos y tantos defectos, como a la anónima.

“Su función práctica de captar pequeños capitales y crear sólidos fondos de inversión le ha permitido ser el prototipo de sociedad mercantil propio para el desarrollo y exploración de grandes negocios. Y dentro de la economía capitalista, es la sociedad anónima la que mejor le sirve, al grado de que la suerte de esta sociedad ha estado ligada al desenvolvimiento de la economía liberal en todo su proceso histórico”.<sup>51</sup>

##### 4.1.1. Origen y evolución de la sociedad anónima

En Guatemala, la sociedad anónima apareció en el Código de Comercio de 1877, promulgado durante la administración del General Justo Rufino Barrios, teniendo como ejemplo el Código de Comercio de Chile. Hasta 1942, fecha en que se emitió un nuevo

---

<sup>51</sup> Villegas Lara, René Arturo. **Derecho mercantil**, pág. 5.



Código de Comercio, el legislador no hizo más que sistematizar mejor el articulado, que se vio ampliado con una serie de leyes complementarias posteriores.

En la época actual la sociedad anónima se rige por el Decreto 2-70 del Congreso de la República, que contiene el Código de Comercio, en donde esta sociedad ocupa uno de los lugares más importantes, adaptada a la vez, a la doctrina mercantil más conocida.

#### **4.1.2. Concepto, características y naturaleza jurídica**

Se comenzará estableciendo que para el sustentante de esta tesis, la sociedad anónima es una sociedad formalmente mercantil, de carácter capitalista, se identifica con denominación, tiene un capital dividido y representado en títulos llamados acciones, y los socios limitan su responsabilidad hasta el monto total de las acciones que son de su propiedad.

Se dice que es una sociedad formalmente mercantil, porque es una de las formas reconocidas en el Derecho mercantil guatemalteco. Pero hay que hacer notar que la sociedad anónima en toda su historia, siempre ha sido conocida como de naturaleza mercantil y esa calidad no se le ha discutido.

Es una sociedad capitalista porque lo importante para organizarla es el elemento pecuniario, quién sea el socio no interesa, lo que tiene relevancia es su aporte. La





forma de identificarse frente a terceros es por medio de la denominación, que es a la sociedad lo que el nombre es a la persona individual.

La denominación puede ser un nombre caprichoso y se forma libremente a voluntad de los socios, debiéndosele agregar la leyenda sociedad anónima que podrá abreviarse S. A., en la denominación puede también incluirse el nombre de un socio fundador o los apellidos de dos o más de ellos, siendo obligatorio siempre incluir la actividad principal a que se dedicará la sociedad. Esta modalidad de formar la denominación tiene como fin permitir que se dé a conocer por medio de sus socios fundadores que tengan prestigio comercial individual, bajo el supuesto de que se indique el objeto de la sociedad, debiéndose tener muy claro que ese hecho no conviene la denominación en razón social.

En cuanto al capital social, éste se encuentra dividido y representado por títulos llamados acciones, o sea que para saber cuál es la cifra de ese capital, basta con sumar el valor nominal de los mismos. Y el socio limita su responsabilidad al monto nominal de las acciones que son de su propiedad, ya que se trata de una sociedad de responsabilidad limitada; o sea que, por las obligaciones de la sociedad, no responde con su patrimonio particular.

Tómese en cuenta en todo caso que la responsabilidad limitada no se relaciona con el hecho de la suscripción, como lo hace el Código de Comercio, sino con el hecho de la



propiedad, ya que así se incluye al socio que tiene esa calidad por habersele transmitido títulos anteriormente suscritos por otra persona.

“En cuanto a las características propias de la sociedad anónima la doctrina le asigna las siguientes:

- a) es una sociedad capitalista;
- b) el capital se divide y representa por títulos valores llamados acciones;
- c) la responsabilidad del socio es limitada;
- d) hay libertad para transmitir la calidad de socio mediante la transferencia de las acciones; pero esa libertad se puede limitar contractualmente cuando se trata de títulos nominativos;
- e) los órganos de la sociedad funcionan independientemente y cada uno tiene delimitadas sus funciones y
- f) se gobierna democráticamente, porque la voluntad de la mayoría es la que da fundamento a los acuerdos sociales, sin perjuicio de los derechos de las minorías”.<sup>52</sup>

Por último, para explicar la naturaleza jurídica de la sociedad anónima, se han dado dos teorías que parecen las más importantes: la teoría contractual y la teoría institucional. Para la primera así como el concepto general de sociedad mercantil gira en torno a la idea del contrato, también la sociedad anónima se puede decir que es un contrato. La teoría institucional, en cambio, prescinde del acto contractual, que sólo

---

<sup>52</sup> **Ibid.**



sirve de punto de partida y afirma que la sociedad anónima es una institución que se desenvuelve en un medio comercial determinado.

Para constituir una sociedad anónima existen dos procedimientos o formas de constitución: constitución sucesiva y constitución simultánea. Hay legislaciones que contemplan las dos formas y así estaba regulado en el Código de Comercio derogado. Pero en el nuevo únicamente se conoce la forma simultánea.

“En el sistema de constitución sucesiva la sociedad no queda fundada en un solo momento. Previamente a la celebración del contrato, preceden una serie de actos organizativos y preparatorios que van a converger en el momento de la fundación de la sociedad y que tienen relevancia para la existencia de la persona jurídica. Regularmente un grupo de socios fundadores desarrollan esos actos previos y se dedican a colocar las acciones entre el público; y cuando se han cubierto los requisitos que correspondan y se tiene el capital necesario, entonces se constituye la sociedad. Este procedimiento fue abandonado en el nuevo Código de Comercio, porque se daba el caso de engañar al inversionista que compraba acciones de la futura sociedad, la que nunca llegaba a organizarse, porque personas sin escrúpulos se apropiaban del capital recolectado”.<sup>53</sup>

El sistema de constitución simultánea se caracteriza porque el acto de fundar una sociedad anónima es uno sólo: se celebra el contrato con la comparecencia de todos

---

<sup>53</sup> **Ibid.**



los socios fundadores y se paga el capital en los porcentajes, pero éstos no forman parte del procedimiento.

El contrato de sociedad tiene carácter solemne y todo lo que incida en su existencia jurídica, debe constar en escritura pública para que tenga validez legal. En cuanto a los estatutos, viene a ser un complemento de la escritura constitutiva para regir la vida interna de la misma.

#### **4.2. La comisión de responsabilidad social empresarial en la estructura legal de la sociedad anónima**

En Guatemala es reciente la historia del surgimiento de la responsabilidad social empresarial, la cual puede vincularse con la crisis de la década de 1980, en donde los persistentes signos de pobreza e inequidad en los 80 y 90, en el contexto donde el Estado se encontraba menos apto para cumplir con sus obligaciones constitucionales y de un sector privado mucho más poderoso, producto de las políticas neoliberales que se generaron a nivel mundial y que tuvieron consecuencias negativas en la función social de los gobiernos de turno.

Es en este contexto cuando las empresas perciben las presiones desde abajo y enfrentan temas de legitimidad, para las cuales la responsabilidad social empresarial constituye una buena respuesta. Esta respuesta tiene lugar en una red de organizaciones no gubernamentales, centros de investigación, agencias multilaterales



que reparten, multiplican y legitiman ideas sobre responsabilidad social empresarial. La circulación y promoción de estas ideas y la experticia operacional que los acompaña, son ayudadas también por las corporaciones transnacionales desde las cuales esas ideas viajan.

La movilización social y laboral de la década de los 80's generó preocupación de los jóvenes empresarios que se vieron urgidos a proponer soluciones parciales cercanas a sus particulares áreas de actividad.

También debe entenderse la responsabilidad social empresarial como una respuesta anticipada frente a mayores demandas nacionales de los sectores populares o a la mayor organización y mayores demandas en los niveles locales, más cerca de las áreas de actividad de una firma en particular.

Otro factor fue la acción independiente de líderes informados en la comunidad empresarial, junto con el desarrollo de nuevas ideas y percepciones entre sectores significativos de esta comunidad. La promoción de la responsabilidad social fue el resultado de la acción informada y empuje de individuos especialmente influyentes en el mundo empresarial; el desarrollo de una aguda comprensión de las nuevas realidades sociales y políticas, que demandan nuevas estrategias de largo plazo para una inserción importante del mundo de los negocios en la política y la influencia de cambios en los valores de inspiración religiosa.



En la práctica, todos estos factores vinieron juntos. Cualesquiera sean las motivaciones, la responsabilidad social empresarial realmente está siendo impulsada por el deseo de expandir las orientaciones éticas desde lo personal al entorno del trabajo, aunque sin perder de vista el impacto beneficioso que la responsabilidad social significa para los negocios.

Asimismo, para el surgimiento de la responsabilidad social empresarial en Guatemala, contribuyó el desarrollo de la teoría y la práctica de la administración. Estos enfatizan nuevos roles para las corporaciones y nuevas tareas para una eficiente administración de largo plazo, que enfatice los lazos con la comunidad, las cuales fueron importadas o traídas por los aquellos hijos de empresarios que fueron a estudiar a las escuelas de negocios en Estados Unidos o Europa y comenzaron a desarrollar negocios y actividades empresariales con empresarios de estos países, en donde la responsabilidad social empresarial está bastante más avanzada que en América Latina.

Una idea central que reprodujeron estos nuevos empresarios, es que la empresa es parte de la sociedad y que debe reflejar sus valores. La cohesión de la sociedad será reflejada en tanto la empresa cumpla con las creencias, valores y promesas de la sociedad. Si no cumple estas metas de una manera satisfactoria, la empresa perderá la confianza de la sociedad y sus miembros buscarán entonces otras instituciones donde ofrecer su lealtad. Esto conduciría a una crisis de la sociedad y de las empresas.



De acuerdo con esta noción, surgen al menos dos ideas importantes que son relevantes para la responsabilidad social empresarial. Una es el establecimiento de asociaciones con grupos u organizaciones fuera de la empresa. La otra es la noción de los interlocutores en los negocios, esos grupos clave que pueden influenciar las actividades empresariales o que están directamente afectados por esas actividades y también por el entorno. Lo que determina que el empresariado guatemalteco comienza a mediados de la década de 1980 a establecer lazos y vínculos con actores y sectores de la sociedad civil, con la que anteriormente no tenían comunicación ni le daban importancia.

Además de los empresarios, estos comenzaron a ver como interlocutores centrales a los proveedores, empleados, representantes voluntarios, distribuidores minoristas, clientes, la comunidad local, los inversionistas, el medioambiente, los accionistas y variadas proporciones del público en general. En esta visión las empresas se deben volver responsables y dar cuenta ante sus interlocutores. Esto significa integrar las preocupaciones de la sociedad y la comunidad a la administración diaria y a la planificación estratégica de las empresas.

En este sentido, la responsabilidad social empresarial significa la adopción de todas las normas definidas internacionalmente acerca de la administración cualitativa así como también las normas sobre responsabilidad social empresarial. Con ello comienzan a crear fundaciones y a involucrarse en actividades que promovían la atenuación de problemas sociales como el analfabetismo, el hambre y la pobreza, en donde los



empresarios guatemaltecos ya no visualizaban que esas eran obligaciones del Estado, sino que para lograr una estabilidad social, política y económica, ellos como sector debían buscar mecanismos empresariales que les facilitara una mejor imagen a nivel nacional e internacional.

En suma, el empuje en pro de la responsabilidad social empresarial puede ser visto como proveniente de las tres fuentes: presiones desde abajo, iniciativas desde el liderazgo empresarial y desarrollos en materia de administración. Las escuelas de negocios y administración, especialmente en Estados Unidos y Europa, incluyen estas actividades, a menudo desde una perspectiva empresarial, administrativa y ética

A partir del avance de ese segmento empresarial, los empresarios vinculados a la responsabilidad social empresarial se han percatado que una mayor cantidad de recursos privados pueden dejar de usarse para el consumo privado y destinarse al uso social, que irá a beneficiar seguramente a los más pobres y que el talento humano y organizativo, junto con la tecnología y los equipos, podrán ser movilizados para honestos propósitos sociales, con lo cual lograrán legitimidad ante la comunidad y aperturar mercados en aquellos segmentos extranjeros vinculados al comercio justo, así como a los consumidores informados.

Es un hecho que aún cuando en Guatemala el avance de la responsabilidad social empresarial ha sido muy lento y la tendencia es que continúe evolucionando mucho más despacio de lo que requiere el país, por ello es que resulta fundamental que el





Estado de Guatemala, a través del Organismo Legislativo norme la existencia de una Comisión de Responsabilidad Social Empresarial en las sociedades anónimas, debido a que este tipo de empresa mercantil es la que más actividades productivas involucra.

En la normativa deben establecerse los mecanismos de solidaridad a los cuales se obligan las sociedades anónimas, el monto del capital social del total de las ganancias netas, el porcentaje que debe utilizarse para la inversión social, los elementos y mecanismos que deben contemplar las acciones de política social, la forma en que la sociedad anónima deba hacer su rendición de cuentas sociales, el vínculo de la sociedad anónima con los movimientos sociales o sociedad de interlocutores, la definición de las medidas ambientales para que las actividades productivas de la sociedad anónima contribuyan al desarrollo sustentable, la forma en que promoverá y fortalecerá la ciudadanía en general y la ciudadanía corporativa en particular, la promoción de la ética empresarial y el apoyo al voluntariado social.

De igual manera la Comisión de Responsabilidad Social Empresarial, debe definir los beneficios para la firma al mismo tiempo los lineamientos para el mejoramiento de la sociedad y de las comunidades de su entorno.

Esta misma comisión debe establecer la forma en que sus fuentes de recursos provengan de las ganancias, o del presupuesto general de la empresa, de sus equipos y recursos humanos. Además, para lograr que su impacto, a nivel de la firma y de la



comunidad, se pueda identificarse más claramente, debe definir metas explícitas tanto dentro como fuera de la firma.

Asimismo, dentro de las funciones de la Comisión de Responsabilidad Social Empresarial en la sociedad anónima debiera comprender la participación de la Junta Directiva, de funcionarios ejecutivos y administrativos, de trabajadores en general e incluir también la participación de accionistas.

La Comisión de Responsabilidad Social Empresarial debiera verse como la instancia que hace a la sociedad anónima verse como un negocio que integra la preocupación por la ética, por la gente, la comunidad y el medio ambiente, dentro del contexto de las operaciones diarias de la firma y del proceso de toma de decisiones en materias estratégicas y operacionales.

Sus funciones comprenden el conjunto de políticas y acciones que forman parte de las operaciones normales de la empresa que tienen que ver con los recursos humanos. Lo cual incluye una dimensión interna enfocada hacia las relaciones laborales y prácticas gerenciales, y una dimensión externa dirigida hacia el respeto al medio ambiente y al compromiso de ayudar al desarrollo económico y social de la comunidad, así como la utilización de prácticas comerciales responsables.

En la regulación de la Comisión de Responsabilidad Social Empresarial en la sociedad anónima se deben establecer los mecanismos legales que permitan en la práctica



generar una cadena que conecta a firmas, proveedores y al sector financiero, la que multiplica sus efectos al condicionar esas relaciones a la práctica de la responsabilidad social empresarial. Dicha práctica, a su vez, promover al diálogo y a la interacción con consumidores y clientes, proveedores, el gobierno y con la sociedad en general.

En la ampliación de los órganos de la sociedad anónima, en relación a la comisión de responsabilidad social empresarial, se debe regular que sus funciones deben incluir siete categorías principales: Valores y transparencia, autorregulación en códigos de conducta, transparencia en las relaciones con la sociedad; Público interno, diálogo y participación, respeto por la persona, respeto por el trabajador; Medio ambiente, manejo del impacto ambiental, responsabilidad frente a las futuras generaciones; Proveedores selección de ellos y sociedad con los proveedores; Consumidores/clientes en la dimensión social del consumo; Comunidad: relaciones con la comunidad local, filantropía/inversión social, trabajo voluntario; Gobierno y sociedad en la transparencia política y liderazgo social.

Esta Comisión de responsabilidad social empresarial, debe estar obligada por la ley a emitir informes y hacer pública las actividades en materia de responsabilidad social empresarial, de acuerdo con indicadores estandarizados y que sean comparables.





## CONCLUSIONES

1. La responsabilidad social empresarial ha logrado avanzar en los países desarrollados y está en proceso de consolidarse en los países en vías de desarrollo, por lo que debe ser considerada en la gestión empresarial de los emprendedores guatemaltecos y centroamericanos, como la nueva forma de administración de empresas del siglo XXI.
2. La responsabilidad social empresarial en América Latina ha logrado generar un sector empresarial comprometido socialmente con su entorno social y natural, en donde visualiza a la empresa que dirige como parte de sus activos, en donde al capitalizarlos él y su empresa se verán fortalecidos económica y socialmente, logrando con ello mejor competitividad nacional e internacional.
3. Han sido las empresas transnacionales, las universidades europeas y estadounidenses y los organismos internacionales quienes han influido de manera directa para formar un nuevo empresariado en América Latina, orientado hacia un cambio en sus concepciones administrativas determinada por la responsabilidad social empresarial o corporativa.
4. Los sectores empresariales de América Latina vinculados con el comercio internacional, es donde ha logrado generarse la cultura de responsabilidad empresarial, sea porque han permeado las prácticas empresariales de los



países desarrollados o bien porque las presiones comerciales los obligan asumir la responsabilidad social empresarial como práctica empresarial.

5. La importancia que las sociedades anónimas cuentan con una comisión de responsabilidad social empresarial, se debe a que en la actualidad esa tendencia es un elemento fundamental para que las empresas sean competitivas en el mercado internacional, de lo contrario pueden ser sancionadas, moral, económica y comercialmente dentro del mercado en el cual compiten.



## RECOMENDACIONES

1. El Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales y Financieras, debe establecer programas de capacitación para los empresarios en prácticas de responsabilidad social empresarial, que les permita ser competitivos en el nuevo contexto internacional que promueve y fomenta el comercio justo y al consumidor informado.
2. El Ministerio de Economía debe promover formación y capacitación a las pequeñas y medianas empresas para que éstas conozcan y apliquen los principios de la responsabilidad social empresarial, lo cual les pueda permitir competir en el nuevo contexto globalizado y certificaciones de productos por parte de instituciones internacionales.
3. El Congreso de la República debe modificar el Código de Comercio, para que regule la obligación legal de las sociedades anónimas a crear una comisión de responsabilidad social empresarial, que incluya los estándares de responsabilidad que demanda el mercado mundial, con lo cual las empresas guatemaltecas puedan ser certificadas.
4. La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala, debe generar un área de investigación jurídica sobre legislación comparada acerca de la regulación legal de las prácticas de responsabilidad



social empresarial en el mundo, con lo cual aportaría a la promoción de las buenas prácticas empresariales en el comercio y la industria guatemalteca y también promover, una especialización a través de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en responsabilidad social empresarial, para que los profesionales sancarlistas sean quienes fomenten la cultura empresarial comprometida social, política y moralmente con la lucha contra la pobreza y la exclusión social en Guatemala.





## BIBLIOGRAFÍA

BESTRATÉN VELLOVÍ, Manuel y Pujol Senovilla, Luis. **Responsabilidad social de las empresas: tipos de responsabilidad y plan de actuación**. Barcelona, España: Ed. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2004.

**Comisión de las comunidades europeas**. Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, Bélgica: Ed. UE, (s.f.).

CORREA, Maria Emilia. **Responsabilidad social corporativa en América Latina una visión empresarial**. Santiago de Chile, Chile: Ed. CEPAL, 2004.

CORTINA, Adela. **Ética de las empresas**. Barcelona, España: Ed. Trotta, S. A., 2000.

FLORES, Juliano. **Índice de competitividad responsable 2003**. Costa Rica: Ed. INCAE, 2005.

GREAVES, Patricia. **Empresas y empresarios: algunas tendencias actuales de la filantropía corporativa en México**. Trabajo presentado a la Cuarta Conferencia ISTR, México, 5-8 julio 2000. (s.l.i.), (s.e.), (s.f.).

GUTIERREZ, Rodrigo y Carlos Arturo Ángel. **La responsabilidad de los empresarios colombianos frente al desarrollo de la sociedad**. Bogota, Colombia: Ed. Utópica Ediciones, 1996.

<http://www.cedis.org.pa/group/ResponsabilidadSocialEmpresarial>

<http://www.cemefi.org/spanish/content/category/1/2/6/>

<http://www.chiley.com/chile-chile/ProhumanaCI-El-Primer-Portal-de-Responsabilidad-Social.html>



[http://www.empresa.org/doc/temas\\_relevantes/Cadena de Valor.pdf](http://www.empresa.org/doc/temas_relevantes/Cadena_de_valor.pdf)

<http://www.ethos.org.br/ci2006/default.asp?idioma=ES>

[http://www.ibase.br/userimages/relatorio\\_fsm2005\\_INGLES2.pdf](http://www.ibase.br/userimages/relatorio_fsm2005_INGLES2.pdf)

<http://www.mx.groups.yahoo.com/group/ResponsabilidadSocialEmpresarial>

<http://www.prensalibre.com.gt>

<http://www.quienessomos/CentraRSE.org>

<http://www.quienessomos/CentraRSE.org>

[http://www.rseconsultores.com/toolsb\\_en.htm](http://www.rseconsultores.com/toolsb_en.htm)

[http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?type=p&MenuId=NjA&oOpen=1&ClickMenu=LeftMenu](http://www.wbcsd.org/templates/TemplateWBCSD5/layout.asp?type=p&MenuId=NjA&Open=1&ClickMenu=LeftMenu)

JANNIK LINDBAEDK. **La ética y la responsabilidad social empresarial**. Caracas, Venezuela: Ed. Cali, 2003.

MEDEIROS PELIANO, Anna Maria. **La iniciativa privada y el espíritu público**. Brasilia, Brasil: Ed. IPEA, 2000.

OLIVER, Williams. **Códigos de conducta globales: una idea cuyo tiempo ya llegó**. Washington, Estados Unidos: Ed. Notre Dame University Press., 2000.



**Organización internacional del trabajo –OIT–.** Guía sobre la responsabilidad empresarial. Ginebra, Suiza: Ed. Organización Internacional del Trabajo, 2006.

PARLAD, Michael E. Porter. **Responsabilidad corporativa.** Barcelona, España: Ed. Tecnos, 2003.

PERDIGUERO, Tomás G. **La responsabilidad social de las empresas en un mundo global.** Barcelona, España: Ed. Anagrama, 2003.

RODRÍGUEZ Y VISUALES, Ricardo Pedro. **Los inversores como nuevos agentes del cambio ambiental de las empresas.** Santiago de Chile, Chile: Ed. Fundación Ecología y Desarrollo. (s.f).

Trifoliar informativo de la fundación pantaleón. s/f. s/e. s/p.

VELASCO ESCOBAR, Pedro P. **Responsabilidad social empresarial.** (s.l.i.), (s.e.), Mayo del 2006. <http://www.entorno-empresarial.com>. Consultado el 17-8-08.

VILLEGAS LARA, René Arturo. **Derecho mercantil.** Guatemala, Guatemala: Ed. Fénix. Guatemala, 1997.

### **Legislación:**

**Constitución Política de la República de Guatemala.** Asamblea Nacional Constituyente, 1986.

**Código de Comercio.** Congreso de la República de Guatemala, Decreto Número 2-70, 1970.

**Código Civil de Guatemala.** Enrique Peralta Azurdia, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, Decreto Número 106.