

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

Ética como fundamento de la Responsabilidad Social Empresarial.

"Las empresas no siempre quiebran por falta de recursos sino por su administración frente a los clientes, colaboradores, comunidad y el estado. -Responsabilidad Social Empresarial " fcv

Palabras claves: Ética, Responsabilidad Social, Legitimidad, Competitividad, Crisis, Expectativas, Stakeholder, Investigación, Desarrollo e Innovación (IDE), Capital Humano, Actitud, Aptitud y Bien Común.

1. Introducción.-

La crisis económico-financiera e incertidumbre de quiebras empresariales, y escándalos de corrupción tanto en el ámbito público como en el privado, independientemente del tamaño de la empresa, sector y ubicación geográfica, por el afán acelerado del *de "maximizar y optimizar sus niveles de beneficios económicos"* (Milton Friedman- monetarista liberal-1970), han perdido el objetivo principal de su visión y misión empresarial.

La teoría del mercado de competencia perfecta planteada por Adam Smith, en la cual el libre juego de la oferta y la demanda y la búsqueda privada de la ganancia monetaria no sólo no disolvió la cohesión social, sino que, además, se consideraba como la solución más apropiada para la pobreza, se manifestó sobre la premisa de la maximización del valor para el accionista. Con ello se ha representado la expresión más avanzada de este enfoque de mercado según el cual, el beneficio colectivo se alcanza desde la maximización del beneficio individual, en un mercado sin intervenciones de tipo institucional.

Muchas organizaciones empresariales, que sin importar el tamaño de sus activos, se han encarrilado y priorizado la acumulación de riqueza sin medida, utilizando el materialismo y utilitarismo, que se ha consolidado en el ámbito internacional como corriente de pensamiento habitual, en la que se margina la importancia de las responsabilidades morales del individuo, dando como resultado una falta de confianza en los diferentes stakeholder y desarrollo organizacional empresarial, afectando a todos. Por lo que se han abierto interrogantes sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)¹ y el valor de la ética como fundamento de ésta, ya que *"la economía social, es el germen de la Responsabilidad Social"* (J.L. Monzón C.-2014), es preciso ahora entonces el momento de tomar decisiones sobre la aplicación de esta temática.

La economía, como ciencia social, está relacionada con los principios morales de la sociedad en la que se desarrolla. Por un lado, las relaciones económicas influyen en la moral imperante de la sociedad, y por otro, el problema de orden moral (Sánchez Vázquez, 1999, 35), por lo cual podemos decir que la ética, considerada como la

¹ RSE y RSC.- Existe una sutil diferencia en el significado de la responsabilidad social corporativa (RSC) y de la responsabilidad social empresarial (RSE). En la medida en que distingue 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 reconocida la diferencia entre RSE o RSC y responsabilidad social (RS). La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones -públicas o privadas- y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local o global. Es necesario decir que frecuentemente 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.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

ciencia del comportamiento moral, está relacionada con la economía, tanto en sus orígenes como en su desarrollo, siendo *"la gestión en la economía reflejo de conductas de los tomadores de decisiones."*

Para algunos autores como Monzón, y Chaves (2008), el origen de la RSE la fijan 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 constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.

En este caso las cuestiones sociales forman parte explícita de la estrategia organizativa, de manera que se puede hablar de un *"enfoque global de la responsabilidad social"* tal y como lo califica el Libro Verde de las Comunidades Europea (2001). Por lo que existirán políticas, programas y presupuestos, en definitiva, medios, que permitirán pronosticar las repercusiones éticas de las decisiones en la relaciones con todos los agentes sociales con lo que se relaciona la organización.

La tendencia actual 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.

En un artículo recientemente, el profesor de la escuela de negocios de Harvard, James Austin, aseguró que *"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"*.

El planteamiento de este tema pone en manifiesto la reflexión y urgencia de la aplicación de la ética como fundamento de la RSE, no solamente en el ámbito tradicional, de la responsabilidad sobre lo ecológico y de la comunidad, sino va más allá, de una participación direccional con conciencia social.

Y por último, esta comunicación no es un tratado filosófico, respecto a los conceptos de ética y responsabilidad social, que han sido confundidos durante siglos, ya que la definición de la ética puede variar de persona a persona, la responsabilidad social es el resultado directo de un juego de principios éticos. Cada cultura tiene éticas diferentes, pero la responsabilidad social se mantiene básicamente constante, en lo que solamente cuenta los impactos de perjuicios y respeto a los demás.

Por otra parte, si la preguntas son: ¿cuánto cuesta la corrupción en las propias empresas? ¿Cuánto valor se ha perdido en el mundo durante las últimas crisis económicas que tienen, como causa principal, la falta de responsabilidad social por parte de gobiernos, directivos empresariales, políticos y hasta consumidores?, ¿Cómo seguir, en fin, dentro de un mercado sin ética, sin valores, donde la libre especulación actuado a sus anchas?, ¿Y qué decir sobre los efectos negativos de la globalización o sobre el peligro de extinguirse la vida en el planeta por fenómenos como el calentamiento global, el cultivo de vegetales, futas y elaboración de productos de consumo masivo con químicos que producen efectos colaterales y la amenaza nuclear?.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

Esta es la perspectiva desarrollada en esta comunicación, coligiéndose diferentes pronunciamientos y prácticas, que para el cumplimiento de objetivos planteados, la temática se ha desarrollado en los siguientes puntos:

En una primera parte de la comunicación una reflexión de la competitividad y la necesidad de la ética en los negocios con RSE; en otras palabras el ser y no ser ético frente a la los trabajadores, comunidad y estado.

La segunda parte se enfoca en las consecuencias de aplicación de la ética y responsabilidad social en la empresa, tomándose en cuenta la información que valida la importancia de la Responsabilidad Social, en la productividad e imagen de la organizaciones, así como también se plantean la estrategia empresarial para el crecimiento y sostenibilidad en el mercado.

El trabajo de la comunicación se concluye mediante el análisis global y conveniencia de la utilización de la ética en los negocios como clave para el emprendimiento, desarrollo, innovación y sostenibilidad de las empresas, las finanzas y economía, en el ámbito del buen vivir.

2. La ética y responsabilidad social como elemento de competitividad.

2.1. Estado de la cuestión

"Si te parece que cumplir con los criterios de Responsabilidad Social Empresarial basados en la ética es caro, prueba a no cumplirlos" fcv

¿Qué significa que la crisis actual tiene su origen en las conductas deshonestas desde los Gobiernos Corporativos?

Antonio Argandoña en su ensayo "*La dimensión ética de la crisis financiera*". (2010) pone en manifiesto que la crisis causada por la simple búsqueda de beneficios máximos, con pervisión al estructurarse el mecanismo financiero especulativo, de un excesivo apalancamiento de las operaciones fuera de balance y la consiguiente asunción de excesivo riesgos hasta los conflictos de intereses permitidos, han incluido comportamientos de publicidades engañosas, imprudencias, codicias, arrogantes, conflicto de intereses, fraudes, incentivos perversos, regulaciones y leyes, que incluyen también la templanza en la capacidad de frenar el deseo de "éxito" de riqueza o reconocimiento social; porque es muy probable que muchos directivos y organismos de control, se dieron cuenta lo que estaba ocurriendo, pero no fueron capaces de tomar decisiones para no poner en peligro su carrera o remuneración, que complicaría en su vida profesional, gubernamental, o empresarial.

La relación directa de la ética y las finanzas, manifiesta desde los albores de la forma de hacer comercio, cuando en ella existía ausencia de delito o fraude, y el objetivo principal, se manifestaba en "ganar- ganar", en cuanto, al valor de uso y de cambio, que perseguían un comercio justo, siendo la responsabilidad ante la comunidad los intereses que coadyuvaban la sostenibilidad del bien común (el buen vivir).

Sería desacertado en los actuales momentos no contar con fines claros acerca de la dimensión ética, como lo sería convertir en fines lo que en realidad son medios. La construcción de la confianza y la reputación de la organización (riesgo de imagen), pasan necesariamente por actuaciones honestas en sus fines y en sus medios. En otras palabras, es necesario poner los medios para actuar bien, y no es malo que esto sea conocido, pero sería contraproducente que se buscara dar imagen de lo que no se es, pues los hechos son los que determinan por sustentar la confianza y la reputación,

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

según Manuel Guillen (2006, 308 -309), el buen comportamiento genera confianza en su dimensión ética y ésta se transmite del plano personal al organizacional y de éste al entorno, mientras que el comportamiento éticamente reprobable destruye confianza.

Lo expuesto corrobora a las acusaciones realizadas por la Comisión Europea² (Bruselas) en el mes de mayo pasado del 2014, en que el banco estadounidense JP Morgan, el británico HSBC y el gigante francés Crédit Agricole también manipularon "presuntamente" durante años el euríbor, el tipo de interés que sirve de referencia a millones de hipotecas y productos financieros en Europa. Estas entidades han sido acusadas de vulnerar las reglas de competencia y de haber participado en un cartel que se dedicaba a influir con malas artes en los precios de productos derivados de tipos de interés en euros. *"Hemos llegado a la conclusión de que esos tres bancos participaron en el cartel y hemos decidido abrir un pliego de cargos"*, aseguraba el vicepresidente y comisario de Competencia, Joaquín Almunia. Mientras que las tres entidades negaron en redondo esas acusaciones.

Cabe recordar que en diciembre del año del 2013, la Comisión Europea ya multó con 1.700 millones de euros a seis entidades financieras por manipular el Euríbor y el Tibor (el índice de referencia japonés). Bruselas sancionó entonces por cartel a cinco bancos (Deutsche Bank, Societé Générale, Royal Bank of Scotland, JP Morgan y Citigroup) y un bróker (JP Martin). Otras dos entidades, Barclays y USB, participaron en la manipulación, pero se libraron de la multa al acogerse al programa de clemencia que Bruselas ofrece a las compañías que denuncian una práctica anticompetitiva o colaboran en la investigación. Las pesquisas de la Comisión concluyeron que el cartel del Euríbor actuó entre septiembre de 2005 y mayo de 2008, hasta solo cuatro meses antes de la caída del grupo estadounidense Lehman Brothers.³

Las multas de las autoridades de Competencia europeas y estadounidenses por el denominado caso Libor (el tipo de interés de referencia anglosajón) ascienden ya a un monto conjunto de unos 4.300 millones de euros. A ese caso se le unen la presunta manipulación del Euríbor y del Tibor, además de líos similares relacionados con la manipulación de los mercados de divisas. En lo relativo a los tipos de cambio, Almunia⁴ avisó de que Bruselas *"ha recibido montones de informaciones, aunque no ha llegado aún el momento de anunciar medidas"*.

Como dice Antonio Argandoña, en cuanto al mercado financiero por ejemplo existen muchas manifestaciones de imprudencia de mala gestión del riesgo por parte de todos los agentes implicados incluyendo los reguladores, agencias de calificación de riesgos, compañías auditoras etc, ya que la complacencia, por ejemplo, suele tenerse lugar en la fase de auge, y bonanzas, previa a la crisis, y se manifiesta en una minusvaloración del riesgo, y el pánico, cuando estalla la crisis, por ejemplo a raíz de la quiebra de Lehman Brothers.

En tanto que las conductas gregarias (comportamiento de rebaño), comprar, por ejemplo cuando todos compran y vender cuando todos venden, pudiendo ser una conducta racional al minimizar las pérdidas cuando caen los mercados, lo cierto es que acentúan la caída, al extenderla a otros mercados lo que puede llevar a

² Fuente: Web. <https://es.finance.yahoo.com/video/bruselas-acusa-cr%C3%A9dit-agricole-hsbc-171831685.html> (última entrada 03/07/2014)

³ Fuente: Web: http://economia.elpais.com/economia/2014/05/20/actualidad/1400582375_499588.html (última entrada 03/07/2014)

⁴ José Joaquín Almunia Amann, político español, quién fue comisario de economía de la Unión Europea y es vicepresidente de Competencia en Bruselas.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

desembocar en pánico, conductas que también pueden ser consideradas de rebaño.⁵ (Taleb 2007). Otra incidencia se manifiesta en la gobernanza y en la falta de competencia profesional, por parte de los diferentes miembros del gobierno corporativo, y directivos que no actuaron con responsabilidad.

La crisis, ha evidenciado un alto riesgo moral por parte de los agentes a través por ejemplo, del llamado "too big to fail"⁶, en el que se descubrió la manipulación en su favor de ciertas entidades, conscientes que de no recibir ayuda y dado su tamaño, se generaría el colapso del sistema financiero, por lo cual vale la pena recordar que Basilea III busca una mayor exigencia de capital, centrándose en la calidad y no en la cantidad de recursos, mediante la implementación de un mínimo para la relación de capital primario de 4.5% (relación de Solvencia Básica). Por otra parte, el capital mínimo que debe tener un banco continúa siendo, al igual que en Basilea I Y II, del 8% y adicionalmente se crea un componente contra cíclico que puede ser activado a discreción nacional.

Los resultados de la última encuesta de la consultora Ernst & Young,⁷ (junio-2014) revelan, que los esfuerzos de lucha contra el fraude y la corrupción parecieran estar perdiendo impulso. Una de cada cinco empresas aún no tiene una política de este tipo; menos de un tercio de las empresas tiene programas de anticorrupción y debida diligencia; y 45% de las organizaciones no cuentan con una línea o canal de denuncia y sanciones. Así mismo se manifiesta que: *"La precaución de los ejecutivos españoles, antes las prácticas corruptas se han relajado en los últimos años..."*

No obstante la consultora pone en relieve un 36 % de los directivos españoles, por 42% de los europeos, aceptarían un comportamiento poco ético en su empresa con el fin de salvaguardar el negocio, Pese a ello, el estudio asegura también que los últimos años, tal vez por culpa de la crisis, se ha relajado la precaución por las prácticas corruptas.

La Ley "Foreign Corrupt Practices Act" de EE.UU. que legisla las prácticas de corrupción en el extranjero es destacada como la referencia en la materia. En 2014, con esta ley, se aplicó una multa por fraude a una empresa por más de 200 mil millones de dólares. En Inglaterra se está poniendo en práctica la nueva Ley de soborno aprobada en 2013 y Alemania e Italia están tomando enfoques más agresivos en el tema. En diciembre de 2014, se sustituirá el Marco de Control Interno de EE.UU aprobado en 1992 por uno nuevo que tendrá controles antifraude más estrictos (Encuesta de Fraude Global. Ernst & Young-2014).

Es así, que en la última década ha resurgido la necesidad de aplicación de Códigos de Buen Gobierno, nuevos avances en Basilea III, a partir de la consideración de los

⁵ La teoría del Cisne Negro o *teoría de los Eventos del Cisne Negro*, es una metáfora que encierra el concepto de que cuando un evento es una sorpresa (para el observador) y tiene un gran impacto, después del hecho, este evento sorpresivo es racionalizado por retrospcción. Nassim Nicholas Taleb en su libro de 2007 (revisado y completado en 2010)

⁶ La frase en inglés too big to fail (demasiado grande para caer), es un concepto económico que describe la situación de un banco o de cualquier otra institución financiera cuya quiebra tendría consecuencias sistémicas desastrosas sobre la economía y que por consecuencia es necesario rescatar por los poderes públicos para evitar que ese riesgo de quiebra se realice. Los principales actores del sistema financiero internacional asumen riesgos importante contando con el hecho d que, para evitar ese riesgo sistémico, serán rescatados de la bancarrota a través de los conocidos como "planes de salvamento", que suelen ser financiados por los contribuyentes. (se dirige a limitar, en este sentido, el tamaño de los bancos.)

⁷ Fuente: Disponible en Web: http://comunicarseweb.com.ar/download.php?tipo=acrobat&view=1&dato=1403033860_EY-13th-Global-Fraud-Survey.pdf (última entrada 1/07/2014)

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

Informes Winter, el Informe Aldama en España, la Sarbanes-Oxley Act, OCDE, COSO y en España la Ley Financiera o la Ley de Transparencia en España⁸, entre otros.

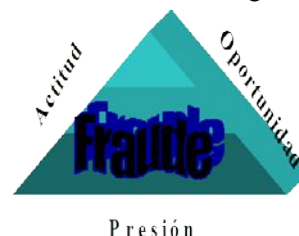
Pues todo este surgimiento de normativas, regulaciones y medidas gubernamentales ha conlleva plantear. ¿Pudo la ética haber evitado la crisis financiera? . Por sí sola probablemente no, pero pudo haberla hecho menos probable y con un menor impacto social, económico y financiero global.

La intención no es, evaluar las acciones que con llevaron a la crisis, ni tampoco formar parte de las distintas posturas asumidas a lo largo de la última década, pero sí, manifestar la "necesidad de la aplicación y legitimidad fundamental de la ética en la forma de hacer negocios con responsabilidad social", en lo que presupone considerar que las organizaciones forman parte del tejido en el que se desenvuelven, no son grupos de personas aisladas del resto de instituciones sociales, por este motivo, conviene analizar el comportamiento de las organizaciones en el marco de su relación con la sociedad a la que pertenecen, y en la que se desarrollan las actividades de las distintas organizaciones como lo manifiesta Guillen. Manual (*Ética en las organizaciones. Año- 2006*)

2.2. La actuación social ética y responsabilidad social empresarial.

"Un hombre inteligente aprende más del fracaso que del éxito". Benjamín Franklin.

Como se ha expuesto en el anterior acápite, todo esto hace que las empresas pongan énfasis en el fortalecimiento de los mecanismos internos para asegurar el retorno de la inversión. El apego a prácticas éticas de negocios, son cada vez necesarias ante la oleada de Fraude y errores intencionales al no observar procedimientos, códigos de ética, leyes y regulaciones locales o internacionales que han conllevado a grandes pérdidas de afectación patrimonial; donde los elementos del fraude, como la **oportunidad** ante la falta de controles y sanciones, la **actitud y aptitud** del enriquecimiento a costa de todos; y la **presión** de motivos de parte del gobierno corporativo, personales o del mercado, se han vuelto una cultura predominante para estos acontecimiento.



Esta crisis, no es distinta a las anteriores, sino que responde a patrones tradicionales manifestadas en una mala gestión de dirección (management), ya que han fallado las conductas de las personas que estaban al frente de organizaciones bancarias, agencias de rating, organismos de supervisión, bancos centrales, gobiernos y universidades, etc; porque hicieron de los modelos teóricos y prácticos, en que el fin justificaba los medios, de alcanzar el enriquecimiento en el corto plazo, y a su vez lo que han creado es un fuerte incremento de la desocupación y el recorte del gasto social, en tanto que, los países nórdicos han demostrado que gracias a las políticas públicas de responsabilidad social, han blindado su economía, garantizando a sus conciudadanos, salud, empleo, educación con estadísticas de índices bajos de pobreza y empleo.

Cuando decimos que una empresa es socialmente responsable, nos referimos al proceso de gestión del negocio, a la forma de ser y hacer de una organización, al cómo

⁸ Jaap Winter (6/11/2001), Ley Sarbanes-Oxley (2002), OCDE (Informes contra el fraude fiscal), COSO(I-II), y en España la Ley Financiera o la Ley de Transparencia en España (2003)

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

conduce los negocios la empresa, este concepto habla de las prácticas que desarrolla la empresa dentro de su estrategia de negocio y que deben beneficiar a todos sus stakeholders (clientes, trabajadores, comunidad, autoridades, entorno y accionistas, entre otros), por la que las empresas responsables tiene la capacidad de escuchar los intereses de las diferentes partes y de incorporarlos a la planificación de sus actividades, siendo el modelo de actuaciones del gobierno corporativo un ejercicio diario de transparencia hacia adentro y fuera de la empresa.

De la misma manera existen empresas que en medio de la crisis han demostrado mantener una alta cultura de RSE en España, siendo ahora un momento esencial, para una actuación pública en la materia con medidas precisas y apropiadas para contrarrestar los impactos, ya que es cierto que no se llega a las crisis económica por azar o mala suerte, sino por un cúmulo de muchas irresponsabilidades ejercidas que seguramente han sido uno más culpables que otros, pero cierto que cada quién tiene su grado de responsabilidad; basta traer a la memoria casos como ENRON/ANDERSEN, y el Caso LEHMAN BROTHER, que con una historia de 160 años de transcendencia en el sector financiero, en el 2008, como consecuencia de la codicia desenfrenada ha destruido personas, empresas y buena parte de la economía mundial en un efecto de juego de domino, donde los valores de como justicia social, valor de retorno social, responsabilidad de gestión no fueron fundamentales⁹.

Del mismo modo, debe haber una coherencia entre las actuaciones que llevan a cabo los directivos que gestionan la empresa y su comportamiento moral individual, los cuales no deben entrar en colisión. Por otro lado, comportamientos ejecutivos que persiguen únicamente el lucro personal, han llevado a crisis empresariales tan importantes como WorlCom o Parmalat, de modo que en estos extremos, los comportamientos no son ya inmorales, sino claramente delictivos, si bien hay que tener en cuenta que no sólo son responsables las principales cabezas visibles de dichas corporaciones, sino también todos los grupos de interés que cerraron los ojos ante la opacidad informativa que desplegaron estas empresas durante sus supuestos buenos tiempos.

Al hablar de la aplicación de la responsabilidad y sostenibilidad corporativa de acuerdo con la experiencia de Deloitte Touche Tohmatsu, la mayoría de las compañías se agrupa alrededor de la media: muchas son bien intencionadas pero algunas veces ineficaces, mientras que otras son impulsadas más por la apariencia que por la sustancia; pocas se destacan de manera inequívoca o fallan en hacerlo totalmente.

Posición de Deloitte: Mediante este esfuerzo, los actos de dar, conservar y voluntariado existen en armonía, alineados con el negocio central y la estrategia de la compañía. Se puede mejorar el impacto benéfico para la comunidad; se puede lograr el ROI para la compañía Deloitte afirma que el tema de la responsabilidad y sostenibilidad corporativas debe estar en las mentes y agendas de cada ejecutivo y junta en las compañías de todo el mundo. Esta no es una aseveración derivada del razonamiento moralmente correcto. El altruismo puede ser noble, pero es una racionalidad insuficiente para el negocio (en oposición a las ONG y los gobiernos). Más aún, Deloitte percibe la responsabilidad y sostenibilidad corporativas como un imperativo fundamental que las organizaciones deben abordar de manera proactiva

⁹ Vañó Vañó, M.J.: "Transparencia y nuevas tecnologías en las cooperativas de crédito" CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa, 2004.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

Siendo un desafío actual ante la crisis, cada vez son más las acciones que, aunque no abarcan el concepto completo de la responsabilidad social, sí se inspiran en sus valores y en sus principios desarrollando alguno de sus aspectos concretos, un ejemplo de esta metodología es la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016, un proyecto pionero en España¹⁰ que reconoce a las empresas y entidades que, como complemento de la iniciativa Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas pública, desarrollen actuaciones dirigidas a mejorar la empleabilidad y favorecer el emprendimiento y el acceso de los jóvenes al mercado de trabajo. De esta forma, además de concretar e incentivar comportamientos que dan respuesta a un problema socioeconómico, se está reforzando el compromiso de las empresas con la sociedad que promueve la responsabilidad social empresarial.

2.3.- La competitividad y la responsabilidad social empresarial.

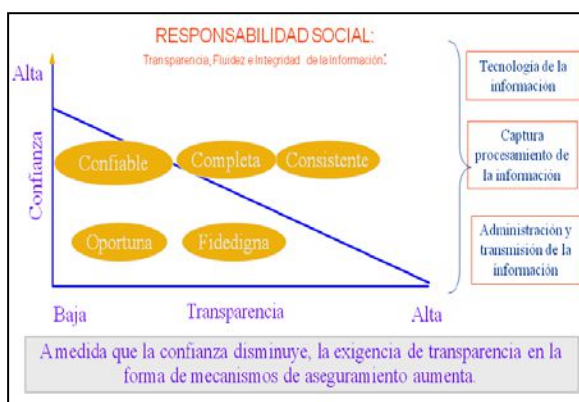
" No podemos esperar un cambio si seguimos haciendo lo mismo de siempre" RSE. Albert Einstein.

Tras revisar el listado de las empresas y entidades financieras que más han crecido en la última década y cuyo objetivo fue únicamente ser competitivas sin haber incorporado valores éticos en el corto plazo, detectamos que las empresas deben ser en primer lugar éticas y a partir de este valor, lo adecuado, desde el punto de vista de la ética mencionada, es la búsqueda de la competitividad, sin que quede la ética relegada a meros eslogans publicitarios.

La RSE, ocupa el espacio entre los requerimientos legales, por una parte, y las expectativas sociales sobre el rol de las empresas en la sociedad, por la otra, y en la medida que los clientes actuales y potenciales tienen en cuenta la responsabilidad social con que actúan las empresas donde efectúan las compras, aquella se convierte en una fuente de ventajas competitivas para las compañías que cubren la distancia entre la ley y las expectativas, o bien en una debilidad para las que no lo hacen.

La globalización ha contribuido al despertar de la conciencia de muchos consumidores quienes, a la hora de elegir productos o servicios, valoran a las empresas que muestran públicamente su interés por los asuntos ambientales y sociales. Dentro de esta tendencia, hay ya muchos inversores que no usan exclusivamente criterios financieros para evaluar una acción, sino también la imagen pública de la correspondiente corporación o marca.

La RSE, orienta al desarrollo de empresas comprometidas con la sociedad, mediante la competitividad y productividad, que no sólo tiene en cuenta los resultados, sino también la forma de obtenerlos, que se materializa en la reputación, en la confianza que generan y, en definitiva, en la percepción exterior acerca del atractivo de la compañía y por añadidura, del país en el que opera.



10 Fuente. Web: http://www.empleo.gob.es/es/estrategia-empleo-joven/destacados/plannacionalgarantiajuvenil_es.pdf (última entrada 27/06/2014).

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

La RSE implica hacer negocios de forma ética y sustentable con la capacidad de gestión y de valores éticos inherentes en el proceso productivo, administrativo, de comercialización y con la comunidad, para ellos es necesario tomarse en cuenta los elementos indispensable de la RSE en cuanto la administración control de la información tener en cuenta: a) la transparencia; b) el acceso con fluidez e integridad; c) la rendición de cuentas, el balance social, y mapeo de los riesgos, ya que sin esto elementos, es imposible ser competitivo.

Ya en el año 2001, la Unión Europea publicó el "*Libro Verde*", y en el numeral 5 página 3, decía: "*el concepto de responsabilidad social se aplica sobre todo en las grandes empresas, aunque en todos los tipos de empresas, públicas y privadas, incluidas las PYME y las cooperativas...*" Bruselas, 18.7.2001 COM (2001) 366 final; pero es sin duda que en el siglo XIX en el marco del cooperativismo y el asociativo buscaba conciliar la eficiencia, eficacia y efectividad en los procesos empresariales con principios sociales de democracia, autoayuda a la comunidad y justicia distributiva donde surge la evolución del pensamiento humano y con la aceptación de que todos estamos interconectados y relacionados y que, por lo tanto, no hay nada que se realice, ninguna acción independiente, que no afecte al colectivo, convirtiéndose la RSE un modelo de gestión empresarial adoptada por la alta dirección de una empresa para actuar en beneficios de los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés: clientes, empleados, proveedores, accionistas, comunidad y estado).

Es sin duda entonces que mediante el cumplimiento de obligaciones y compromisos legales y éticos, las empresas son socialmente responsables. Consideraciones que se tendrán en cuenta a partir de las actividades realizadas, su orientación a la satisfacción de las necesidades, expectativas de sus miembros, de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno, incorporando la dimensión económica, social y ambiental en la planificación estratégica, por lo que es importante que para la aplicación de la estrategia empresarial, se hace necesario el conocimiento de los procesos de la empresa u organización porque, "*quién no conoce sus procesos empresariales no puede evaluar ni mitigarlos los riesgos empresariales.*"

En un discurso en "Peterson Institute del 6 de abril de 2011, el presidente del Banco Mundial, Robert B. Zoellick, habló de la necesidad de un nuevo contrato social para "*democratizar el desarrollo*". Los esfuerzos de responsabilidad social pueden mejorar la rendición de cuentas interna y la participación constructiva de los ciudadanos y sus Gobiernos, lo que lleva a una mayor eficacia en términos de desarrollo."¹¹ Es por lo tanto la RSE un factor de dinamismo e innovación para todas las empresas.

En primer lugar porque supone una gestión responsable y consciente de su actividad empresarial que evoluciona con respecto a la capacidad de actuaciones, sensibilidad, reacción, y tiene obligaciones sociales, ganado prestigio en su segmento de mercado, en segundo lugar, porque, como parte de sus propias políticas de RSE la globalización industrial y comercial es cada vez más exigente en criterios hacia los proveedores y contratistas y en tercer lugar la medida de aplicación de la RSE crea un ambiente de pro-actividad, desarrollo de la Investigación y Desarrollo (Innovación), extendiendo esta cultura empresarial¹² hacia los diferentes grupos de interés, y sostenibilidad

¹¹ Fuente: Referencia de Blog web <http://envivo.bancomundial.org/respaldar-la-responsabilidad-social-para-obtener-mejores-resultados-blog-en-vivo-y-webcast> (Fecha del último acceso 08/05/2014)

¹² La cultura empresarial es lo que identifica la forma de ser de un empresa y se manifiesta en la actuación ante los problemas y oportunidades de gestión y adaptación a los cambios y requerimientos de orden exterior e interior, que son interiorizados en forma de creencias y talentos colectivos que se transmiten y se enseñan a los nuevos miembros como una manera de pensar, vivir y actuar.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

como lo menciona Sanchis Palacio, "Emprendimiento Economía Social y Empleo" (2010), "...las funciones o los roles de los empresarios han cambiado sensiblemente, de manera que en la actualidad sus funciones se dirigen a garantizar la supervivencia de la empresa, a liderar personas y a desarrollar un management comprometido sobre la base del cambio organizativo permanente,"¹³ ya que buena dirección, debe tener en cuenta: las actuaciones en las organización: aprendizaje, conocimiento, desarrollo de capacidades, actitudes, y virtudes de sus integrantes, así como también, para la toma de decisiones, toda una gama de escenarios y evaluaciones cuantificable de los tipos e impactos de riesgos.

3.- El valor intangible en las acciones con responsabilidad social empresarial.

"Responsabilidad Social Empresarial, debe entenderse como la forma de hacer negocios que van más allá de los cumplimientos de las, políticas, procedimientos y normativas legales vigentes." fcv

El capital reputacional (riesgo de imagen) no figura en los balances de las empresas, pero no tardará mucho en hacerlo"; se ha dicho y con razón. Éste es un activo que vale cada vez más en las empresas, como demuestran múltiples investigaciones realizadas a nivel mundial (Reputation Institute)¹⁴ y como menciona Wally Olins¹⁵ gurú de la mercadotecnia, el poder de la marca como elemento diferenciador, el de una imagen singular, atractiva y creíble cuyo valor intangible se impone incluso sobre los activos reales de una compañía; aportando el concepto de la reputación una sólida ventaja competitiva en la que nombres de compañías como Audi, IBM, Starbucks, Volvo, Zara, Nike y Camper representan en sus mercados competitivos, citando por el profesor C.J. Fombrun,¹⁶ un valor "*tan bueno como el oro (as good as gold)*". Es sin duda que nadie vuelve adquirir un producto o servicio, en el mismo lugar donde ha sido mal atendido, engañado, etc.,

Las empresas generan así cuantiosas ganancias por su buena reputación, pero también enormes pérdidas por no tenerla, situación que tarde o temprano habrá de reflejarse en el estado de pérdidas y ganancias o balance financiero.

En tales circunstancias, no es de extrañar que la reputación reciba hoy máxima atención en el mundo de los negocios, incluso con enormes sumas de dinero para mejorarla a través de los distintos medios informativos y, en especial, de la publicidad o las estrategias de comunicación y marketing, siendo conscientes sus directivos de que el aumento en las ventas, fuente clave de los ingresos, depende en gran medida de aquella y, por ende, del posicionamiento de su marca, nombre o reconocimiento público.

Este nuevo debate no se ha planteado en la forma correcta. Al fin y al cabo la calidad de la oferta comercial es sólo una variable de la reputación, como vimos antes; la reputación comprende mucho más: la parte ética, lo laboral, el liderazgo, etc., y dichos

¹³ Fuente: EMPRENDIMIENTO, ECONOMÍA SOCIAL Y EMPLEO, disponible en web: www.iudescoop-formaempleo.es/wp-content/.../emprendimiento2.pdf .fecha de último acceso (15/05/2014)

¹⁴ Fuente: <http://www.reputationinstitute.es/> (último acceso 16/06/2014)

¹⁵ Wallyolins. fue un médico británico de la identidad corporativa y branding que fue Presidente de Saffron Brand Consultants. Olins aconsejó muchas de las organizaciones más importantes del mundo en la identidad, branding, comunicación y asuntos relacionados. Fue uno de los grandes gurús del *branding* (*poder de la marca*) como precursor de esa herramienta de la mercadotecnia capaz de apuntalar y también de resucitar el devenir de los conglomerados de todo signo que hoy dominan en el mundo.

¹⁶ Profesor de Dirección de Empresas en la escuela de negocios Stern de la Universidad de Nueva York.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

aspectos dan origen a la RSE, sin la cual no puede darse una verdadera reputación, si la hubiere en forma engañosa, poco tardaría en saberse, provocando cuantiosas pérdidas a la compañía.

Por lo que respecta a la RSE, para evaluar la posición de cada empresa en relación con los competidores, se mide la reputación, un activo intangible y cada vez máspreciado por los responsables de las empresas. La reputación es uno de los bienes corporativos más importantes, así como uno de los más difíciles de proteger.

La mayoría de los enunciados y pronunciamientos como el de The Economist, indican que los riesgos más importantes para la reputación de una compañía, es primero, el incumplimiento de las obligaciones legales, o bien de las que fija el regulador; en segundo lugar, disponer de una oferta de productos y servicios de calidad inferior a la esperada por los clientes; y en tercer lugar, a poca distancia, que el comportamiento de la compañía se califique de poco ético. O sea que el comportamiento socialmente responsable favorece la reputación de la empresa, la organización.

En los últimos años, ha crecido el número de casos de empresas japonesas que, tras haber causado un grave perjuicio a los consumidores o a la sociedad en general, han sufrido tal daño en su imagen que se han visto abocadas a la desaparición.

De la desgracia, al cambio, es una lección que nos da la cultura japonesa, luego del gran terremoto y consiguiente tsunami, han mostrado una real y verdadera conciencia de lo que significa la responsabilidad social. Una real enseñanza de valores éticos y de conciencia social. ¿Cuándo nos hemos enterado que el director de alguna empresa se disculpe ante la sociedad por sus fallas o errores cometidos?

Por último, que el liderazgo empresarial reclama hoy gestionar la reputación en los negocios, aprovechando el conocimiento que se tiene de los grupos de interés y alineando sus acciones en los diversos departamentos de la empresa.

4. Objetivos perseguidos con la responsabilidad social. (RSE).

" El objetivo final de una compañía se construye por su habilidad para lograr los objetivos y evitar los riesgos" RSE. fcv

El objetivo principal de la responsabilidad social Empresarial, tal y como venimos apuntando en esta comunicación tiene por objeto el fortalecimiento de la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos desde sus órganos de administración y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders¹⁷). Todo ello para conservar el éxito económico y obtener ventajas comparativas y competitivas creándose una buena reputación y ganándose la confianza con los **proveedores** fiables reconocidos por la calidad de sus productos y servicios que desean vender a un cliente que compre de forma continuada y pague puntualmente. También **la comunidad** desea saber que la empresa actúa de una forma social y medioambiental consecuente.

En otra posición se encuentran los **trabajadores** que lo deseable es que quieran estar en una empresa que cumple las normas básicas o que va más allá, con el respeto de

¹⁷ La teoría de los Stakeholders, han obtenido gran popularidad por su utilidad para identificar aquellos grupos que se ven afectados por las decisiones organizacionales en función de los derechos que poseen. Término acuñado en la dirección estratégica de las organizaciones

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

la responsabilidad social. Por otro lado también el **Estado** desea el cumplimiento de las normas y leyes soberanas en pro del bienestar de la comunidad

Por último, el **accionista**, quien desea invertir asegurando su retorno y rentabilidad de forma transparente, maximizando sus beneficios sin perjudicar a nadie, ganar-ganar donde todos ganan, donde el valor de uso y de cambio sea el óptimo.

De entre estos objetivos podríamos mencionar la generación de empleo, con atención a las necesidades de la sociedad, y el estado, contribuyendo a reforzar los modelos de gestión más avanzados y sostenibles que ayuden a hacer más competitivas a las empresas, lo que incrementará su credibilidad y podrá orientar las acciones y decisiones hacia los asuntos prioritarios en el corto y medio plazo, así como en los aspectos relativos a su viabilidad y las expectativas de sus grupos de interés.

Los círculos concéntricos de la responsabilidad social en las empresas permiten apreciar un criterio que da respuesta a la cuestión con la que se iniciaba esta comunicación, ¿ante quién es responsable la organización? ¿Tiene el mismo grado de responsabilidad ante todos los miembros de la sociedad? Como se ha dicho, intentar ser responsable en el mismo grado ante todo sería utopía, (Manuel Guillen 2006), sino se consideran la importancia del Control Interno Concurrente, el Balance Social, y la Administración y Control de los Riesgos, dentro de la agenda directiva para llevar a efecto el modelo de Responsabilidad Social con fundamento en la ética.

5.- La aportación de la RSE, en los procesos productivos.

"El problema de muchas organizaciones empresariales, no está en la falta de políticas y procedimientos, el problema es que no existe conciencia social y voluntad de servicio en acción". RSE. fcv

La pro-actividad de actuación social ética, supone una percepción de las demandas sociales como necesidades legítimas que conviene conocer y evaluar, aspectos que serán percibidos e incorporados como parte de la misión específica de la organización. En la cadena de valor empresarial, es considerada como herramientas de procedimientos participativos en las políticas y actuación empresariales, ya que marca las pautas de referencia y conducta responsables y de compromisos que a la hora de tomar decisiones, facilitan la comunicación interna y externa e incrementan la cultura empresarial, permite realizar un Balance Social¹⁸, con indicadores orientativos que permitan identificar, evaluar, y rediseñar, mediante un control periódico, facilitando el monitoreo y control de los riesgos que actúe como alarma en la mitigación de los riesgos e impactos de acorde al principio fundamental de la RSE (ética).

El enfoque de Wood 1991, nos da una visión amplia sobre la RSE, distinguiendo, los principios, procesos, y políticas en los distintos niveles institucionales, organizativos y personal a lo que a hacer negocios con ética reflexiva, van más allá de los cumplimientos de las normativas legales vigentes, dicho en otras palabras, lo legal debe ser cumplido por el propio imperio de la ley y el fortalecimiento de la confianza (transparencia).

6. Responsabilidad social como fuente de innovación social.

¹⁸ Balance Social, nace como instrumento de medida de resultados sociales, favorables o desfavorables, obtenidos por la organización en un determinado periodo, que pueden ser auditados e incorporados en los propios sistemas de información de la Organización. (Gallo . M- 1980" *Las responsabilidades sociales de las empresas* "Ed. Eunsa. Pamplona

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

"Donde existe una necesidad, existe una oportunidad de inversión y si no existe hay que darle valor agregado con ética. RSE" fcv

Atrás está quedando el modelo de empresa en el que el mero respeto a las normas y reglamentaciones técnicas, ambientales, fiscales o laborales, comportaba una actuación socialmente responsable, o conceptos más evolucionados, donde la RSE se asociaba a un conjunto de buenas prácticas que las empresas aplicaban a su entorno local y social para alcanzar un cierto grado de compromiso y transparencia con la sociedad en la que operaban y, de este modo, devolverle parte de lo que ésta le había proporcionado, o para compensar alguno de las externalidades negativas que generaba la propia actividad empresarial, grandes corporaciones y algunas PYME.

Hoy en día sabemos, que no basta la perspectiva tecno-científica para resolver la diversidad de problemas que nos plantea el mundo de nuestros días, ni para orientar nuestras relaciones sociales en un entramado de interacciones cada vez más complejo, global e incierto.

La correlación directa entre la Ética y la RSE ante la crisis toma un mayor fundamento más que teórico de urgencia aplicabilidad, cuando los códigos de ética, la normas de transparencia, la incorporación de nuevas tecnologías al gobierno de las cooperativas de crédito, e entidades financieras, la Ley de transparencia en ES, son pilares básico para la cultura corporativa empresarial en la mitigación de riesgos e imagen de las organizaciones (Vaño Ma. J-2004)¹⁹

Superadas las primeras visiones de la RSE, el concepto evolucionado abre las puertas a la búsqueda de mecanismos que permitan a la RSE formar parte inherente de la estrategia y gestión de la empresa. La RSE deja de ser un valor filantrópico para integrarse de lleno en todas las actividades de la empresa. De hecho, la evolución de la RSC podemos compararla con la que experimentó el concepto de calidad total en los años 90. Se propugnaba la introducción de los conceptos y prácticas de la gestión de la TQM (Total Quality Management) que afectaba a todos los ámbitos de la organización e introducía conceptos como participación, consenso, motivación, innovación, etc. Estos principios y prácticas de calidad hicieron más competitivas a las empresas.

Una muestra de ello son los diferentes rankings internacionales que miden la competitividad y el atractivo para la inversión, apoyándose en los criterios y principios clave de la responsabilidad social empresarial. Si observamos el índice Dow Jones Sustainability que las empresas que desarrollan su gestión a partir de estrategias en beneficio del medio ambiente, de intereses sociales, y en general, apostando por la Responsabilidad sociedad obtienen un mejor resultado para el año 2013-2014, las diez empresas primeras en este ranking son: 1) Volkswagen AG, 2) Australia & New Zealand Banking Group Ltd., 3) Siemens AG, 4) Adecco S.A., 5) Panasonic Corp., 6) Tabcorp Holdings Ltd., 7) Citi Group Inc., 8) BG Group Plc, 9) Woolworths Ltd. y 10) Nestlé S.A.²⁰ De lo expuesto podemos resaltar que la efectividad, evolución y aplicación de los instrumentos de gestión, contribuyen al aseguramiento de una

¹⁹ Ma José Vaño Vaño realiza una amplia exposición de la necesidad "*Transparencia y nuevas tecnologías en las cooperativas de crédito*" CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa, 2004.

²⁰ Fuente. Results Announced for 2013 Dow Jones Sustainability Indices Review; 24 Sustainability Industry Group Leaders named. Blog web. http://www.sustainability-indices.com/images/130912-djsi-review-2013-en-vdef_tcm1071-372482.pdf. (web último acceso: 8/05/2014).

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

actuación social ética. Para ello se han utilizado normas y estándares internacionales como: La ISO, Modelo de Excelencia (EFQM), el Standard AA1000, la Norma SA 8000 o la iniciativa SGE21 de Forética ; instrumentos de reporte de la información cuantificable y otros, que hacen uso estas empresas en pro del bienestar común.

La percepción en el exterior de las economías dependen de factores como el comportamiento y gestión de las buenas prácticas de gobierno corporativo, la transparencia, la inversión en I+D+i , el compromiso con el desarrollo de los empleados, el propósito de inculcar comportamientos responsables en la cadena de suministro, el respeto al medio ambiente y el diálogo social, entre otros, todas ellas prácticas que suelen adoptar en las empresas de forma voluntaria, más allá de la legislación aplicable, y que son enmarcadas dentro del objetivo que persiguen las organizaciones que se consideran responsables al maximizar la creación del valor compartido para sus propietarios/accionistas y para los grupos de intereses, comprendiendo la sociedad en sentido amplio.

Vale indicar, que la RSE, ha ido ganando terreno como parte del presupuesto en las organizaciones, ya que, se incorpora ésta a la estrategia de la propia gestión empresarial en investigación y desarrollo e innovación, en todos los ámbitos donde la organización desarrolla su actividad.

7.- Responsabilidad social como estrategia.

"La fórmula de todo negocio de éxito, radica en la calidad de Servicio. Por Eso nunca des a tus clientes, lo que no quieres que te den. "Abandono y Desprecio." RSE. fcv

¿Pueden la empresas e entidades financieras, ser competitivas actuando éticamente y de manera socialmente responsables?

Es visible la necesidad de gestionar la RSE, no solo porque se actuarían en contra de lo establecido en el ordenamiento jurídico, o porque habrá una norma legal que lo sancione, sino que, los consumidores, previsiblemente serán los que aumentarán o reducirán su reputación mediante efectos positivos y negativos de la actividad económica en el mercado como una reacción de sensibilidad social, donde hacer del *Balance Social*,²¹ de la gestión por procesos administrativos, mediante la gestión de riesgos, un instrumento de medida, indicadores, auditados e incorporados a los propios sistemas de información organizativa, que coadyuve en la efectividad y eficiencia del gobierno corporativo y los diferentes grupos de interés. Por lo cual debemos recordar que *"muchas empresas, no están en la falta de políticas y procedimientos, sino en la actitud y aptitud del servicio por falta de responsabilidad y total transparencia."*

Para la sostenibilidad, el enfoque inteligente frente al riesgo puede conducir a beneficios que se extienden más allá de los aspectos de "sentirse bien" de los esfuerzos orientados a la caridad o centrados en lo verde. Un programa de Responsabilidad Social Empresarial con sostenibilidad orientado de manera estratégica puede ayudar a mejorar las operaciones, atraer talento, promover

²¹ El Balance Social es un instrumento estratégico para evaluar y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social y corporativa. En resumen, a través de esta herramienta se: informa, mide y compara los distintos aspectos de la empresa y su relación con la sociedad.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

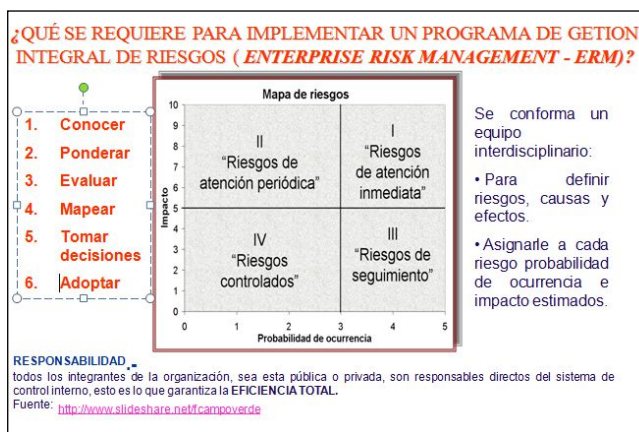
Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

relaciones públicas positivas, mejorar la transparencia y la accountability, racionalizar el cumplimiento regulatorio, inspirar a los socios en la cadena de suministro, atraer inversionistas, darles energía a los stakeholders, impulsar la competitividad, y, en últimas, aumentar la línea de resultados. Los beneficios no florecerían instantánea o simultáneamente. Algunos se pueden medir en meses o trimestres; otros se pueden lograr durante varios años e incluso décadas. Pero el enfoque de la inteligencia frente deben ser más comprensibles, manejables y alcanzables.

De acuerdo con el punto de vista de Deloitte, las compañías que se centran únicamente en evitar el riesgo (el ámbito tradicional de la administración del riesgo) pueden sobrevivir pero raramente prosperar. En lugar de ello, las compañías deben tener un enfoque proactivo, que vea no solamente el peligro sino también la oportunidad para la sostenibilidad y desarrollo empresarial.

"La RSE, no es un modelo de gestión más sino una forma de concebir el negocio y sus estrategia sin abandonar el logro de los beneficios considerando que su desarrollo económico debe ir unidos a mejoras para la sociedad, siendo inseparable de las relaciones de confianza con los stakeholders y sus requerimientos"²² (Porter y Kramer, 2006: 88), de allí que se podría decir que el resultado final de una compañía se construye por su habilidad para lograr los objetivos y evitar los riesgos, mediante la administración y control de los riesgos empresariales, (enterprise risk management) acorde a la probabilidad de ocurrencia e impacto mediante el mapeo de los riesgos y priorización en la atención de atención: inmediata, periódica, controlada y de seguimiento. Siendo la responsabilidad y compromiso de todos los integrantes de la organización, en el prever y mitigar y controlar los riesgos para garantizar, la eficiencia, eficacia, y efectividad de una excelente gestión empresarial, con RS.

1. Conocer
2. Ponderar
3. Evaluar
4. Mapear
5. Tomar decisiones
6. Adoptar



RESPONSABILIDAD, = todos los integrantes de la organización, sea esta pública o privada, son responsables directos del sistema de control interno, esto es lo que garantiza la EFICIENCIA TOTAL.
Fuente: <http://www.slideshare.net/fcampoverde>

La estrategia RSE, permite en términos generales, en la cultura empresarial, impulsar con entusiasmo, conciencia y alineamiento a todos los niveles de su organización y sobre todo, ayuda a hacer la empresa más responsable y sostenible. Claro está que si no existe un compromiso firme en relación con el gobierno corporativo ningún efecto en la organización que implemente las herramientas de RSE, podrá tener efectos positivos para la obtención de resultando, por lo que se hace necesario que no se quede en simples slogan y etiquetas y sino en acciones concretas y resultados efectivos.

El compromiso de las compañías con la responsabilidad social empresarial, sigue siendo el de generar una cultura responsable más innovadora, más atractiva nacional e internacionalmente, con más recursos para anticiparse y adaptarse a los retos de un mercado global y cambiante que necesita identificar, actuar y mitigar los riesgos sistemáticos y no sistemáticos²³, de forma oportuna y transparente acorde a la nueva

²² Garriga y Melé, 2004; Porter y Kramer, 2006; Fund. Alternativas, 2009; Server y Capó, 2009; Barin, 2011; Fernández Daza, 2011.

²³ Los riesgos sistemáticos y no sistemáticos, son términos que se utilizan en el mercado de valores. Un riesgo sistemático se refiere a los riesgos relacionados con todo un mercado o segmento de mercado, el no sistemático

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA

SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

tecnologías y manejo de la información; *"ya que la calidad es competitividad; la competitividad es eficiencia, eficacia y efectividad que marca la diferencia en RSE."*

Las Estrategias Empresariales con Responsabilidad Social, como tal deben orientar las acciones y la toma de decisiones de las organizaciones hacia aquellos asuntos que resultan prioritarios y materiales en el corto, mediano y largo plazo, tanto para su viabilidad económica como para atender las expectativas de sus *stakeholders*, favoreciendo el desarrollo de las prácticas responsables de las organizaciones públicas y privadas con el fin de que sea el motor que guíe a la transformación del país hacia una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora.

Como podemos apreciar la RSE permite a las organizaciones realizar un diagnóstico de su situación desde un triple punto de vista: el económico, el social y el ambiental. A partir de este análisis, las empresas pueden identificar ámbitos de mejora y establecer para cada uno de ellos unos objetivos realistas y adaptados a sus necesidades y posibilidades. Esta afirmación que puede parecer tan obvia, no lo es tanto, y menos en un tejido empresarial como el nuestro que está marcado por la poca dimensión de la ética del hacer empresa. (Cultura empresarial o corporativa)

8.- Beneficios Estratégicos de aplicación de RSE con ética.

"Cualquiera que sea la estrategia y mecanismo con los cuales se lograron ciertos objetivos, estos siempre se construyeron sobre los intereses comunes (sinergia)" Responsabilidad Social Empresarial con ética.

Las actividades estratégicas en los procesos y subprocesos de cualquier organización, la RSE, influyen en las acciones que persigan objetivos dirigidos a alinear los compromisos de las empresas con las necesidades, de sus clientes, la sociedad y el estado. Es por ello necesario adaptarse a estas nuevas demandas del mercado con una cultura empresarial o corporativa, actuando con conciencia socialmente responsable para no perder los impactos positivos:

- ✓ Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas,
- ✓ Generar precio, calidad en los servicios y productos que incrementan la fidelidad de los consumidores, mediante un comercio justo,
- ✓ Crear riqueza de la manera más eficaz posible,
- ✓ Disminuir los costes de la compañía,
- ✓ Prevenir de los riesgos sociales que se pueden traducir en demandas, sanciones, de las regulaciones gubernamentales y de la sociedad,
- ✓ Respetar los derechos humanos con condiciones dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral así como el desarrollo humano y profesional de sus colaboradores, Mejorando las condiciones de seguridad e higiene del lugar de trabajo.
- ✓ Aumentar la productividad y la rentabilidad,
- ✓ Apoyar las relaciones con el gobierno,
- ✓ Incrementar la participación del mercado,
- ✓ Mejorar la cultura organizacional,
- ✓ Atraer el mejor talento humano y apoya a las comunicaciones de los empleados
- ✓ Incrementar el valor de la empresa y mitigar los riesgos, (Value at Risk Valor en Riesgos),
- ✓ Apoyar las relaciones con los accionistas,

se refiere a los riesgos que son exclusivos de una empresa. Estos dos tipos varían enormemente y se basan en varios factores. Fuente blog: Administración de los Riesgos Empresariales. <http://www.slideshare.net/fcampovert> (última entrada 27/06/2014)

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

- ✓ Mejorar la comunicación interna y externa,
- ✓ Genera mejoramiento continuo mediante el Balance Social,
- ✓ Brindar confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas,
- ✓ Generar compromiso y adhesión de sus empleados,
- ✓ Brindar confianza y transparencia a los proveedores,
- ✓ Apoyar la publicidad en los medios de comunicación,
- ✓ Brindar oportunidades para nuevos negocios,
- ✓ Mejorar la reputación de la empresa, positiva y estima ante la sociedad,
- ✓ Procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable y sostenible.
- ✓ 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, fomentando la igualdad de oportunidades para las mujeres. (ONU "Principios de responsabilidad social")
- ✓ 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, garantizando a los trabajadores un salario justo.
- ✓ Proteger los derechos de los niños y salvaguarda las minorías étnicas.

"El precio de la grandeza de una organización se refleja en la responsabilidad ante sus clientes, empleados, proveedores, la sociedad y estado." RSE.

Las empresas responsables en su actividad ponen en el centro de su negocio la aplicación de estas buenas prácticas de RSE, integrándolas en su actividad empresarial.

La gestión bajo este esquema, no sólo le brindará mayores beneficios, como lo mencionan estudios de crecimiento empresariales, sino que como ya hemos mencionado le ayudará a reducir costes a su organización, así como también adquirir mayores ventajas comparativas y competitivas en búsqueda de la equidad y sostenibilidad del buen vivir de los diferentes grupos de intereses.

Como lo manifiesta la OIT, al referirse al *El Balance Social*, por sí solo, no podrá conseguir transformar una empresa, pero si es aplicado en un ambiente favorable, será un elemento de enorme utilidad, y su práctica facilitará el desarrollo de una Política Social voluntaria, ya que es una herramienta fundamental para la toma de decisiones relacionadas con la Responsabilidad Social libremente asumida.

La voluntad de que las empresas, especialmente las pymes, sean capaces de constatar que la responsabilidad social es un modelo de gestión voluntario mediante el cual las empresas y las organizaciones incorporen en su gestión aspectos sociales y ambientales con la voluntad de promover una competitividad más sostenible. Este modelo de gestión aporta una ventaja competitiva en el mercado, puesto que las empresas que se identifican como socialmente responsables tienen una serie de beneficios económicos, sociales y ambientales.

Por lo expuesto, es también responsabilidad social de los distintos estamentos estatales, aspirar e influir en acciones que persigan objetivos tales como: Ayudar a alinear los compromisos de las empresas con las necesidades de la sociedad, entre las que se encuentra la generación de empleo como responsabilidad principal de las empresas con la sociedad, contribuir a reforzar los modelos de gestión más avanzados

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

y sostenibles que ayuden a las empresas a ser más competitivas, y por último, potenciar aquellos programas de Responsabilidad Social Empresarial que impulsen la credibilidad internacional y la competitividad de la economía del país, ya que para la recuperación de la confianza en la crisis actual, se deben crear las condiciones que permitan desarrollar la RSE; más que una necesidad, una forma de hacer empresa, economía y finanzas basada en la confianza, para desarrollar una cultura ética en las organizaciones.

9. Conclusiones y recomendaciones.

"La excelencia en la gestión de servicio, es aquella que surge de la necesidad servir, y es responsable de sus acciones frente a los Stakeholders." RSE. fcv

- ✓ La crisis, ha evidenciado un alto riesgo moral y ha puesto en manifiesto la necesidad de la ética como fundamento de la RSE, no solamente en el ámbito tradicional, de la responsabilidad sobre lo ecológico y de la comunidad, sino va más allá, de una participación direccional con conciencia social. por lo que apremia que se tome medidas en por parte de los organismos de control, administrativo, estatales, y empresariales.
- ✓ En este sentido, el soporte de la responsabilidad social de la empresa está en la concepción de la empresa como una organización que responde a criterios éticos de comportamiento de la organización que debe demostrarse en la forma de hacer negocios como base de la cultura empresarial, no de etiquetas y de obras de caridad o filantropía, para pulgar el imagen empresarial, sino que oriente la toma de decisiones y sus relaciones con los demás, sin perder de vista los objetivos que tienen en el terreno empresarial de lo ético, social y ecológico de sus actividades, productos y servicios.
- ✓ La crisis no ha echado por tierra la política de RSE, más bien al contrario, la crisis está evidenciando las irresponsabilidades de muchas organizaciones y la demanda de la sociedad de mayor ética y transparencia a las empresas, como lo ha dicho Ma. José Vañó Vañó *"Transparencia y nuevas tecnologías en las cooperativas de crédito"* (CIRIEC 2004). Además esta crisis está ayudando a clarificar el enfoque que cada uno le estaba dando a la RSE, sobre aquellas empresas que lo hacían simplemente como una estrategia de comunicación o marketing, filantropía, (actuaciones del marketing vs estrategia). En cambio, aquellas empresas que lo hacían por convicción y como parte de su política empresarial, están fortaleciendo sus actuaciones como una estrategia para salir reforzadas de esta crisis
- ✓ Por otra parte la comunicación resalta el valor de la cultura corporativa a partir del compromiso de todos incluido el gobierno corporativo, estatal, empresarial y de la sociedad, ya que una cosa es la intensión y la otra es el accionar, que un buen directivo debe tener en cuenta toda una amplia gama de escenarios para mitigar y controlar los riesgos en la obtención de resultados, porque las personas con las que trata: Clientes, empleados, supervisores, y proveedores, esperan lo mejor en pro del bienestar y bien común.
- ✓ El hacer negocios con ética y finanzas, no deja de lado el valor de la confianza y transparencia, sino más bien crea un excelente ambiente interno y externamente ante los diferentes *Stakeholders*. *Siendo RSE*, importante en el éxito de los negocios en el corto, mediano y largo plazo.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

- ✓ Es el momento en que las personas seamos conscientes del poder que tenemos a través de nuestros hábitos de consumo y de inversión, ya que las exigencias de un buen gobierno, crecerán a medida que la confianza disminuye; porque la transparencia es el mecanismo de aseguramiento de la confianza y control.
- ✓ La RSE, en su aplicación a las empresas y organizaciones, con independencia de su naturaleza pública o privada, debe tomar conciencia de la importancia que puede llegar a tener la RSE, fundamentada en la ética, no sólo en la búsqueda del ánimo de lucro en sentido estricto, sino en el potencial desarrollo de nuevos modelos de negocio y de gestión, lo suficientemente competitivos y productivos como para mejorar tanto su reputación como su posición en el mercado, quedando así perfectamente identificado el valor de aplicación de la ética dentro de la cultura empresarial y corporativa, como fundamento de la responsabilidad social, frente los distintos grupos de interés en la economía y finanzas, ya que la calidad del servicio comienza y termina en la gestión de cada individuo.
- ✓ La responsabilidad y sostenibilidad organizacional, en cuanto a las funciones o roles de los empresarios han cambiado sensiblemente, de manera que en la actualidad sus funciones deben dirigirse a garantizar la supervivencia de la empresa, a liderar personas y a desarrollar un management comprometido sobre la base del cambio organizativo permanente, como lo ha mencionado Sanchis Palacio, "Emprendimiento Economía Social y Empleo" (2010), ya que una buena dirección, debe tener en cuenta: Las actuaciones en las organización en cuanto al aprendizaje, conocimiento, desarrollo de capacidades, actitudes, y virtudes de sus integrantes, primando la cultura organizacional fundamentada en la ética del buen vivir.
- ✓ Claro está que el reordenamiento y construcción de la confianza en la cultura organizacional, dependerá de los actores (*Stakeholders*) mediante: el dialogo, la concertación, transparencia de la información, el acceso a la misma con fluidez e integridad, la rendición de cuentas; aplicación del balance social, y mapeo de los riesgos, son las herramientas de alta relevancia a la hora de tomar decisiones, ya que no podremos esperar cambios si se sigue haciendo lo mismo, como lo dijo, Albert Einstein, ya que si no se identifican las necesidades y oportunidades con responsabilidad social, y como se ha expresado en la comunicación, es un compromiso de todos.
- ✓ Las compañías deben asumir y desarrollar entonces una nueva estrategia de negocio, donde esté presente la inclusión de este sector de una manera justa y transparente. El reto es romper con las brechas existentes, cambiando la cultura organizacional e incluyendo a todos los actores en la economía global, ya que la economía es el resultado de las conductas de los individuos.
- ✓ Es indudable que la visión cortoplacista se verá modificada y las empresas realizarán una mayor inversión a medio y largo plazo. Se apostará por la tecnología y la innovación, el conocimiento y la formación como clave de competitividad. Una empresa que practique la RSE emergerá de la crisis con un plus de competitividad, ya que el buen comportamiento genera confianza en su dimensión ética y ésta se transmite del plano personal al organizacional y de éste al entorno, mientras que el comportamiento éticamente reprochable destruye la confianza.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

- ✓ Si bien entonces, la Responsabilidad Social Empresarial fundamentada en la ética, es un requisito indispensable para propiciar los negocios e inyectar vitalidad en las empresas, no es el único elemento necesario para lograr que el negocio funcione sin la actitud y aptitud de todos en el accionar económico, legal, y político. Al igual que el cuerpo humano es un sistema de sistemas, compuesto por un sistema sanguíneo, un sistema de oxígeno, un sistema alimenticio, etc. No existe entonces una verdadera aplicación de la Responsabilidad Social, si sus bases no radican en la suma de valores éticos: conciencia social y confianza en la actuación de los Stakeholder. Aspectos que se deben: identificar, evaluar, aplicar y mejorarlos en pro del bien común.

Por lo expuesto:

“El mundo no está amenazado por las malas personas, sino por aquellas que permiten la maldad.” (Mahatma Gandhi)

“La crisis económica financiera global, es una crisis de valores éticos, sin Responsabilidad Social”

“Así como la economía es conducta, la economía es el germen de la responsabilidad social empresarial.”

BIBLIOGRAFIA Y FUENTES CONSULTADAS.

AMPARO MELIÁN NAVARRO, VANESSA CAMPOS CLIMENT Y JOAN RAMÓN SANCHIS PALACIOS. *"Emprendimiento Social y empresas de inserción en España, aplicación del método Delphi para la determinación del perfil del emprendedor y las empresas sociales creadas por emprendedores"*. Disponible en: revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/download/37377/36177

ARGANDOÑA ANTONIO. (2010): *La dimensión ética de la crisis financiera*, IESE Busines School. Universidad de Navarra. Catedra "La Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Documento de Investigación DI-872, julio 2010

BOLAND,R.J y TENKASI,R. (1995): *"Perspective making and perspective taking in communities of knowing"*, Organization Science, 6, (p. 350-372).

BOUTY, I. (2000): *"Interpersonal and interaccional influences on informal resource exchanges etween R&D researchers across organizational borders"*, Academy of Management Journal, 43, págs. 50-65.

CCE. (2001):" *Libro Verde*". *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas para la responsabilidad social de las empresas*". Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas. COM(2001) 366 final. 18 de julio.

CHAVES, R. y MONZÓN J.L. (2001): *"Economía social y sector no lucrativo: actualidad científica y perspectivas"*, CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, social y cooperativa, 37, págs. 7-34.

DENTCHEV N. A. (2004). *"Corporate Social Performance as a Business Strategy"*. Journal of Business Ethics (55), pp. 397–412.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

DONALDSON, T.; PRESTON, L. E. (1995). *"The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence and Implications"*, Academy of Management review. 20 (1), pp. 65–91.

FERNÁNDEZ DAZA, ELISEO (2011) *"La responsabilidad social de las empresas como estrategia de salida de la crisis"*, VI Congreso Internacional Rulescoop - IV Jornadas técnicas «Soluciones de la Economía Social y Solidaria a un mundo en Crisis», Fundación Universitaria de San Gil, Unisangil, San Gil, Santander, Colombia. 7, 8 y 9 de septiembre. (p.p 217-228)

Fontana, Josep (2012) *"Más allá de la crisis"*, Rebelión, Economía, 08 de febrero. Conferencia en IV Jornadas de Debate sobre la Crisis, León, Red de Apoyo Mutuo de León (RAM) y Departamento de Educación y Acción Cultural del Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (DEAC MUSAC), 03 de Febrero.

FORÉTICA (2011) *"Informe Forética. Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España 2011"* Versión extendida, Madrid, Foro para la evaluación de la gestión ética.

FREEMAN, E. (1984). *"Strategic Management: A Stakeholder Approach"*. Pitman: Boston,

GARRIGA y MELE (2004). *"Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory"*. Journal of Business Ethics. (53, paginas. 52-71).

GIBSON, K. (2000). *"The Moral Basis of Stakeholder Theory"*. Journal of Business Ethics. (26), paginas. 245-257.

GRILISCHES, Z. (1979). *"Issues in assessing the contributions of R&D to productivity growth"*. Bell Journal of Economics, 10 (1), (pp. 92-116).

HART, S. L.; CHRISTENSEN, C. M. (2002). *"The Great Leap. Driving Innovation from the Base of the Pyramid"*. MIT Sloan Management Review. 44(1), (pp. 51-57).

HILLMAN, A. J.; KEIM, G.D. (2001). *"Shareholder value, stakeholder management; and social issues: what's the bottom line?"*. Strategic Management Journal. 22,(pp.125-139)

JOSÉ LUIS MONZÓN CAMPOS. *"La economía social, germen de la Responsabilidad Social Corporativa Responsabilidad social"*: una reflexión global sobre la RSE / coord. por Juan José Almagro, José Antonio Garmendia Martínez, Isabel de la Torre Prados, 2010, ISBN 978-84-8322-639-1, págs. 125-134

LAMO, E. (2008): "El nuevo mundo: configuración de los nuevos poderes"; en AAVV: ¿Es rentable la ética en el nuevo orden mundial? Valencia, Fundación ÉTNOR; (pp. 53-77).

MANUEL GUILLEN PARRA. *"Ética y responsabilidad social"*. Ética en las organizaciones. Construyendo confianza. Editorial Person Hall, (Págs. 289-320).

MARCUELLO CARMEN. (2007): *"Responsabilidad Social y Organizaciones No Lucrativas"*, IV Coloquio Ibérico de Cooperativismo y Economía Social, Córdoba, 20 y 21 de septiembre.

FÉLIX CAMPOVERDE VÉLEZ

Comunicación presentada en el XV CONGRESO DE INVESTIGADORES EN ECONOMIA SOCIAL - Santander, 25 de septiembre de 2014

ROUBINI, Nouriel. *“La crisis financiera: el contagio”* (en línea). Foreign Policy. Abril-mayo 2008. < <http://www.esglobal.org/index.php?q=el-eco-de-la-recesion> > (Consulta: 04/07/ 2014) (Signatura: I.PU. Versión en papel en el Área de Derecho Internacional Público)

SANCHIS J.R. y CAMPOS, V. (2007): *“La Dirección Estratégica en la Economía Social: utilización de herramientas de análisis estratégico en las cooperativas”*, CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, núm. 59, pp. 237-258. Argandoña, A. (2011). La ética y la toma de decisiones en la empresa. *Universia Business Review*, páginas: 30, 22-31.

SANCHIS J.R. y otros (Valencia 2010) *“Emprendimiento Economía Social y Empleo”* disponible en web: www.iudescoop-formaempleo.es/wp-content/.../emprendimiento2.pdf (último acceso en línea 5/04/2014)

Vañó Vañó, M.J.: "Transparencia y nuevas tecnologías en las cooperativas de crédito" CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa ISSN:0213-8093 2004.