

LIMITACIONES DE LAS POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA REFERIDAS AL MEDIO AMBIENTE

Por Demián Alejandro García Orfanó
Licenciado en Economía

En la actualidad, está más presente que nunca la “cuestión ambiental”. Desde el Protocolo de Kyoto, pasando por la reciente Cumbre de Copenhague, hasta las legislaciones nacionales, los debates académicos, la triste constatación cotidiana del deterioro ambiental, con sus consecuencias en la salud de los que habitamos este planeta... Son muchos los cotidianos recordatorios de los efectos de las actividades humanas sobre el medio ambiente.

En un enfoque muy difundido en ámbitos académicos, el concepto de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) parece un elemento central para el cambio en nuestra forma de relacionarnos - como especie- con el medio ambiente.

Antes de la revolución industrial y de la colonización de prácticamente todo el globo, los efectos de las actividades humanas solían limitarse a los ecosistemas en que estaban inmersas. Las mayores transformaciones podrían atribuirse a la misma naturaleza, sin ser significativa la acción humana.

En nuestra época esto es diferente, y nos hallamos contemplando y tomando conciencia que estos efectos no se encuentran acotados a ciertos ecosistemas, sino que a su vez éstos repercuten sobre los otros perceptiblemente. Por un lado, debido a que son tan grandes los impactos ambientales generados que la capacidad del medio de procesarlos, neutralizarlos, dentro de sus límites geográficos, se ve sobrepasada. Asimismo,

los distintos sistemas biológicos-físicos del globo se encuentran bajo una interrelación (a veces sutil), que parecería ser que nuestra especie recién llega a admirarla en todo su dramatismo al haber conseguido generar graves modificaciones en esas relaciones, y poseer la capacidad científica (aunque toda-

vía no la madurez cultural) de comprenderla¹.

Esta situación es consecuencia del proceso mediante el cual la humanidad se reproduce como especie, en este momento histórico, bajo una forma de organización de su producción determinada que puede en general catalogarse como capitalismo. Este sistema ha expandido las posibilidades productivas de la humanidad en una escala jamás vista.

Esto no implica negar que existan diferentes particularidades en cada región geográfica, país, etc. O que la acción de la naturaleza no sea también relevante. Es este un proceso de producción a nivel mundial, no hay población en región del globo que no esté formando parte de la producción de bienes y servicios para otro grupo de humanos en otro punto del planeta... O recibiendo presiones para que así sea, ya sea a partir de la limitación geográfica y la apropiación de recursos, por parte de empresas o Estados. Ese es el proceso que lleva varios cientos de años y es la expresión de la expansión del capitalismo desde Europa hacia otras partes del mundo.

De esta forma, se plantea la necesidad de encarar un problema que es social, el cual requiere grandes modificaciones en los procesos productivos a nivel mundial, en los hábitos de consumo también, y afecta a todas las sociedades, involucrando a toda la humanidad. Es un drama urgente, debido a que el tiempo que transcurre sin que se solucione genera consecuencias irreversibles.

Entre las empresas, que son las que llevan adelante la producción en todo el mundo, se encuentra

¹ En muchas culturas con miles de años de antigüedad existe la noción, la sensación, del hombre como una parte más integrante de este planeta, cuya vida debe respetar porque brinda los frutos que le permiten vivir. Hoy día esas visiones son contempladas como algo exótico. La visión reduccionista y mecanicista de la ciencia no ha colaborado con la percepción de la Tierra como un sistema holístico. Ha habido algunos intentos en esa comprensión, pero todavía no logra imponerse en la práctica como un discurso hegemónico.



muy difundido el uso de políticas internas de la misma, que reconocen la Responsabilidad de la Empresa en múltiples aspectos de la sociedad, y la necesidad de actuar en consonancia con dicha responsabilidad. La cuestión de la relación entre la empresa y el ambiente también es tomada como parte de las incumbencias de la organización, y se inserta en la política general de la misma.

Concepciones de la Responsabilidad Social Empresaria

Kliksberg² parte de una clasificación de la evolución de la actitud de la empresa, llamando a la inicial la “*empresa autista*”, pasando por la “*empresa de filantropía activa*” (en adelante filantropía) y por último la actual, en desarrollo, de la “*responsabilidad social empresaria*”. En el primer caso se trataría de la empresa que sólo brinda atención a su objetivo de rentabilidad, mientras que en el segundo la empresa toma la labor de realizar actividades de beneficencia o de intervención ambiental puntual. En el tercero, existe la iniciativa de la empresa para buscar la satisfacción de distintos objetivos de distintos grupos de la comunidad.

El autor identifica a la “*empresa autista*” con aquella visión de la organización capitalista que Friedman defiende en un breve artículo en 1970³. Sin embargo, Friedman no niega que la empresa cuente con una cierta responsabilidad ante la sociedad: aquella de producir respetando la ley y los estándares éticos convencionales. Por otro lado las empresas que encaran programas sociales o ambientales focalizados también pueden pretender estar siendo Socialmente Responsables. ¿Se trata realmente de enfoques contrapuestos?

“La responsabilidad de la empresa es incrementar sus beneficios”

Según el artículo citado de **Friedman, una empresa tiene un objetivo claro: obtener ganancias. Dicho objetivo no se desprende de una visión miope de la realidad o de un egoísmo destructivo: es el rol de la empresa capitalista producir buscando la mayor rentabilidad posible**, y es esa búsqueda la que articula la producción en la sociedad capitalista (y permite la reproducción de la misma, así como la satisfacción de las necesidades de sus integrantes).

² KLIKSBURG, Bernardo, “RSE, Un Imperativo Ético y Económico”, 02/10/2006, Misiones Online.

³ FRIEDMAN, M., 13 de Septiembre de 1970, “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, The New York Times Magazine.

Por eso, el único papel que le cabe a la empresa es organizar su producción minimizando sus costos.

Para otros fines, la forma de intervención debe ser por medio del Estado, ya que garantiza que las decisiones se lleven a cabo en forma democrática. En caso de que los directivos de las empresas decidan utilizar recursos para otros fines que no sean la producción maximizadora, estarían tomando autoritariamente una decisión sobre el destino de fondos sociales.

En consecuencia, el autor sostiene que la empresa debe: cumplir con los deseos de sus dueños, que generalmente son “hacer tanto dinero como puedan cumpliendo con las reglas básicas de la sociedad, ambos asuntos dentro de la ley y la ética”⁴.

En esta visión, lo “social” no existe como representación abstracta de un colectivo. Explícitamente el autor define a lo social como una conjunción de individuos y de grupos de los cuáles forma parte voluntariamente. Otra connotación interesante de este modo de pensar es que excluye a la empresa de responsabilidad por la creación de los problemas. Así, las cuestiones ambientales, sociales, serían “externas”, causadas por problemas de rigideces, regulación excesiva, resabios de otras formas de organización previas al capitalismo, y su resolución debería pasar por la instrumentación de políticas adecuadas, en lo posible tendientes a dejar que mecanismos de mercado resuelvan los problemas.

Estos no son los únicos enfoques, pero, para los objetivos del presente resumen, basta con ellos.

La tensión entre RSE y rentabilidad

Rentabilidad

En manuales básicos de los pioneros en temas de administración, puede encontrarse una visión sobre la rentabilidad como la mayor preocupación de la gerencia⁵. Sin embargo, esto no quiere decir que dicho objetivo de lucro sirva para explicar per sé todo el comportamiento empresarial. **A pesar de la relevancia del objetivo de maximizar ganancias, pueden existir otros objetivos guías, como maximizar el valor comercial de una empresa (el cual podría incluir la maximización de beneficios como una estrategia**

⁴ FRIEDMAN, M., op.cit. Traducción propia.

⁵ La limitaciones más importantes para que las empresas puedan aportar alguna solución que no sea un mero paliativo o una acción aislada, restringida en sus alcances, surgen de que la misma es parte de un sistema donde los esfuerzos productivos son guiados por la rentabilidad de las inversiones, sin que exista un sistema de planeamiento de la producción que tenga por objetivo (y permita) satisfacer las necesidades sociales.

para lograrlo). No puede afirmarse que exista una linealidad absoluta verificable a cada momento entre la maximización de la empresa en un período (convencionalmente, un año) y la decisión sobre las erogaciones que la misma realizará (por más que exista una fuerte presión sobre las mismas para que no persistan desviaciones sistemáticas). Por eso puede haber ciertos grados de libertad para que los directivos de las empresas realicen gastos “no necesarios” como los que puede involucrar la RSE.

Algunos autores señalan a la empresa como una organización con múltiples objetivos, -entre los cuales se encuentra el de obtener ganancias-. Otros objetivos serían el brindar productos o servicios de calidad, generar clientes, comercialización e innovación, etc. Sin embargo, por más que exista una serie de objetivos, el estado de resultados de una empresa le brinda una importante limitación a su accionar, ya que su viabilidad depende de su capacidad de generar ganancias. La cuantía de la ganancia que la empresa requiere para garantizar el interés de sus dueños depende de las condiciones sociales, que señalan la existencia de una cierta tasa de ganancia media (aunque diferenciada por ramas de industria y tipo de capital invertido)⁶.

Es por esto que la consideración sobre el efecto de los programas de RSE en la tasa de ganancia de una empresa merece ser tenido en especial consideración. A continuación exploraremos ciertas transformaciones del concepto de la RSE a partir de su impacto sobre las utilidades de la empresa.

⁶ LEVÍN, P., 2005, “El planificador de la reproducción y sus tribulaciones”, Revista Nueva Economía, Órgano Institucional de la Academia Nacional de Ciencias Económicas, Año XIV Nro. 23 abril de 2005

¿Empresa sustentable?

Al considerar la sustentabilidad de una empresa, en el marco del sistema capitalista, estamos analizando su capacidad de sobrevivir. Para garantizar su supervivencia, como mínimo debe no generar pérdidas. Asimismo, existe una presión para que obtenga ganancias satisfactorias. Esta noción de ganancias satisfactorias está ligada al nivel medio de ganancias de la economía, ya que las diferencias de rentabilidad por sectores son las que guían tendencialmente el impulso inversor⁷.

Algunas acciones de las empresas pueden representar erogaciones sin una contrapartida directa inmediata (como la publicidad), pero son imprescindibles para que la empresa logre funcionar, generando ingresos -como mínimo- suficientes para cubrir los gastos. Es por esto que deben ser consideradas en cualquier plan de negocios o estrategia competitiva.

Frente a eso, existen diversos esfuerzos de la empresa que no tienen como consecuencia directa el ingreso de efectivo, o que no son estrictamente necesarios para el funcionamiento y supervivencia de la misma.

Por lo tanto, es posible encasillar a los argumentos en torno a la implementación o no de distintas acciones de RSE dentro de alguna de estas dos categorías: Los que señalan que las mismas son congruentes con una *estrategia competitiva*, y los que afirman que la RSE requiere un *esfuerzo filantrópico* por parte de la empresa.

En aquellos casos en que la rentabilidad de la

⁷ LEVIN, P., 2005, Op. Cit



empresa pueda salir favorecida, se advierte que las acciones que se presentaban como un emergente de la conciencia social de la empresa y su adquisición de la responsabilidad que le compete... no son más que un tipo especial de inversión, como parte de una *estrategia competitiva*, y tendrán las limitaciones de los distintos tipos de inversión⁸.

En líneas generales, en el caso ambiental su presencia y continuidad depende de que existan fondos para que la misma pueda financiarse, que posibilite algún retorno sobre el capital invertido, y que exista una tecnología alternativa en la cuál basar la producción. En algunos casos, como hemos visto, no existe una contradicción entre el cambio tecnológico, la introducción de materiales y procesos menos contaminantes, etc.

Con respecto a los *esfuerzos filantrópicos*, su posibilidad de implementación depende de que no presenten un impacto negativo y marcado en los resultados de la empresa, esto quiere decir que serán esencialmente limitados, focalizados, especializados, y existirá la presión para que desaparezcan o se incorporen a la estrategia competitiva de la empresa, sea intentando utilizarlos para mejorar la reputación de la

⁸ Dependiendo si pertenecen a las áreas de publicidad, comercialización, producción, innovación, etc., ya que existen diferentes criterios a la hora de evaluar lo conveniente o no de la realización una inversión según en qué parte del proceso productivo se realicen.



empresa, mejorando la relación con algunos stakeholders, etc.

Con respecto a aquellos programas de RSE que se financian con fondos públicos, con ello sólo se incrementa el margen de acción para realizarlos, chocando en otro nivel de gasto con el impacto sobre el estado de resultados

Sistema capitalista y planificación

En el caso de los problemas ambientales nos encontramos en vista de problemas de gran escala, que involucran a la producción y consumo de artículos, el tratamiento de los desechos, otros problemas que directamente afectan a todo el planeta. En ese marco, **la acción de las empresas particulares aparece como un proceso bastante limitado, teniendo en cuenta que para cambiar el esquema productivo y consumitivo se requieren grandes inversiones, coordinadas entre las distintas partes de la cadena productiva, con una importante labor de concientización a la población sobre los cambios que deben efectuarse en las pautas de consumo, y con un fuerte énfasis en la investigación e innovación de técnicas productivas, para lograr terminar con la brecha entre el impacto de las actividades productivas y la capacidad del ambiente para procesarlas.**

Es preciso repensar el ciclo de vida de los productos, y cada empresa por lo general solo tiene control de una parte del mismo. Si bien existen quienes plantean que dicha colaboración entre sectores productivos es deseable y posible, hoy día eso es un imperativo urgente para evitar mayores catástrofes ambientales y daños irreversibles. Pero el tiempo también es irreversible, y hasta ahora no aparece la voluntad y conciencia de los empresarios para coordinar acciones para producir productos que sean biodegradables, reciclables, más durables, y que aprovechen plenamente todos los recursos, generando un impacto ambiental que pueda soportar el ambiente. Ya no hay tiempo para esperarla.

La limitaciones más importantes para que las empresas puedan aportar alguna solución que no sea un mero paliativo o una acción aislada, restringida en sus alcances, surgen de que la misma es parte de un sistema donde los esfuerzos productivos son guiados por la rentabilidad de las inversiones, sin que exista un sistema de planeamiento de la producción que tenga por objetivo (y permita) satisfacer las necesidades sociales.