

**Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas**

## **RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NA PRÁTICA**

### **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN PRACTICE**

Nelson Felipe de Vargas

#### **RESUMO**

Responsabilidade Social Empresarial tornou-se um fator de competitividade para as empresas. No passado, a competência de uma empresa se considerava basicamente o preço dos seus produtos. Depois, veio a onda da qualidade total, mas ainda está focado em produtos e serviços. Hoje, as empresas devem investir na melhoria contínua das suas relações com todos os stakeholders dos quais dependem e com que se relacionam: clientes, fornecedores, parceiros e funcionários. Isso inclui também a comunidade em que atua, o governo, sem perder de vista o público em geral, que é parte da construção diária. (SEBRAE, 2003).

A fabricação de produtos ou serviços que não degradem o meio ambiente, promover a inclusão social e participação ativa no desenvolvimento da comunidade a que pertencem, entre outras iniciativas, são atualmente a maior diferença para as empresas que pretendam adquirir novos clientes.

**Palabras clave:** Responsabilidade Social y Empresarial, ética corporativa, valores sociales.

#### **ABSTRACT**

Corporate Social Responsibility has become a competitive factor for companies. In the past, competition was considered a company basically for the price of their products. Then came the wave of total quality, but still focused on products and services. Today, companies must invest in continuous improvement of its relations with all stakeholders on which they depend and to which they refer customers, suppliers, partners and employees. This also includes the community in which it operates, the government, without losing sight of the wider society, which is part of everyday building. (SEBRAE, 2003)

Manufacture of products or services that do not degrade the environment, promote social inclusion and active participation in the development of the community they belong, among other initiatives, are currently the biggest difference for companies wishing to acquire new customers.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, corporate ethics, social values.

## Introducción

Es necesario adoptar los valores y actuar con transparencia, segundo Heler la responsabilidad social empresarial atribuye a las organizaciones, una responsabilidad ante la sociedad, al mismo tiempo como un derecho y una obligación:

Una de sus usuales caracterizaciones vincula a la responsabilidad con el ejercicio de la libertad. En las sociedades modernas la libre elección es postulada al mismo tiempo como un derecho y una obligación de cada uno y de todos. Pero precisamente por decidir libremente su comportamiento, el agente debe ser (mandato moral) responsable por las decisiones que adopta. Como responsabilidad significa etimológicamente capacidad de responder, asumir este mandato remite a dos capacidades que debe poseer el agente: poder dar una respuesta aceptable a la pregunta acerca de por qué se va a actuar o se actuó de una manera u otra, por un lado, y por otro, la capacidad de responder por las consecuencias de su acción haciéndose cargo. (HELER, 2010)

La forma de hacer negocios, define su mayor o menor Responsabilidad Social empresarial. El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial está relacionado con la ética y la transparencia en la gestión empresarial y debería reflejarse en las decisiones diarias que pueden influir en la sociedad, el medio ambiente y el futuro de su negocio.

Todos los días las acciones y decisiones son el resultado de los valores y principios que una empresa tiene. Ser socialmente responsable es cumplir con las expectativas sociales, con transparencia, manteniendo la coherencia entre el discurso y la práctica. Este compromiso es un instrumento para la existencia de una buena relación con la empresa pública con los que interactúa.

En los últimos años se ha tenido un crecimiento amplio sobre reglamentos, leyes y política pública sobre las empresas, a través de los cuales los funcionarios de gobierno ejercen control sobre las áreas clave de la toma de decisiones hasta una regulación.

Así, algunas empresas han tomado a las políticas públicas, también, para definir su responsabilidad social y de esta manera poder maximizar los efectos positivos sobre la sociedad y minimizar sus efectos negativos. Pero lamentablemente, cuando los gerentes toman parte en la formulación de reglamentos, leyes que constituyen la política pública, muchas de las empresas han intentado e intentan influenciar el ambiente político para lograr beneficios inmediatos dejando de lado su responsabilidad social.

Las empresas, ya sean grandes, medianas o pequeñas, están integrando de forma creciente el concepto de la responsabilidad social en su gestión cotidiana, en sus procesos y en sus estrategias. Este nuevo enfoque, cada vez más habitual principalmente en las grandes empresas, se conoce como Responsabilidad Social de la Empresa. Tiene como objetivo mejorar su impacto no sólo en la sociedad, sino también en la propia empresa.

Ninguna empresa, tenga la dimensión que tenga, está al margen de la sociedad. El éxito o fracaso de ambas es interdependiente, y las personas están interesados en que las empresas se impliquen en la sociedad. Una empresa necesita demostrar que su implicación es real y que, además, los resultados que produce también son reales. (CHAMON)

Este artículo ha sido organizado con el fin de reflejar las seis mejores prácticas de responsabilidad social de las empresas y el contexto de la literatura quien investigado. Las prácticas descritas por tanto, reflejan la necesidad de valorar al empleado, hacer más por el medio ambiente; involucrar a los socios y proveedores; proteger a los clientes y consumidores, promoción de la Comunidad donde se ubica y comprometerse con el bien común.

Con esta clasificación no significa que son definitivos y único y por lo tanto pueden sufrir cambios y adiciones en el curso de otras lecturas.

### **1. Valoración de los empleados**

Empresas que valoran a sus empleados, hacen valor a sí mismos, una empresa socialmente responsable, tratando de hacer más, y hacer cumplir los derechos laborales.

Cumplir con la ley, el registro del empleado, el pago de los salarios, los impuestos y los beneficios a tiempo, son obligaciones del empleador, pero siempre se puede hacer mucho más en esta dirección.

Hay organizaciones que crean entornos de trabajo que aliente a los empleados a aportar nuevas ideas y opiniones acerca de la compañía.

Todas las empresas deben incorporar la diversidad como un valor fundamental, contratar y promover los trabajadores con diferentes experiencias y perspectivas. Algunas empresas incluso la afirmación del carácter no es discriminar en sus criterios de contratación, con respecto a raza, origen étnico, género, edad, religión, ascendencia, nacionalidad, estado civil, orientación sexual, discapacidad física o problemas de salud mental.

Establecer pautas contra el abuso sexual, cualquier empresa que establece una política fuerte en contra de tales abusos. Debe explicar claramente el asunto, lo ideal es crear un entorno seguro para la queja es que el rechazo no se produce por el superior.

Cuando puede la organización debe fomentar y recompensar el desarrollo de sus talentos, ofreciendo incentivos para alentar a los empleados para avanzar en la profesión.

Algunas empresas han valorado la delegación de poderes, y propone que fija las metas y da a los empleados la flexibilidad de su encuentro, fomentando el trabajo en equipo y la toma de mejores decisiones. Esto ocurre con una gestión participativa de los resultados de la empresa y compartir responsabilidades, a través de los programas de reparto de utilidades.

Otro factor que implica la renuncia del empleado, la organización debe evitar siempre que sea posible despido, aumentando la posibilidad de reducir todos los costos antes de tomar esa decisión. Algunas organizaciones a construir las evaluaciones de competencia que preparan el

empleado de una segunda actividad. Pero si los recortes son necesarios, la organización siempre debe dar prioridad cuando se ejecuta, la creación de planes de despido voluntario, por ejemplo.

La organización puede elegir entre diferentes cursos de acción y por lo tanto, implica necesariamente una dimensión ética de valores. En cierta medida, puede siempre controlar su conducta y su impacto. Según Heler:

“No tiene que reaccionar solamente a circunstancias e incentivos externos, sino que puede asumir una postura proactiva y emprendedora y transformarse en “una organización de enseñanza”. La compañía, considerada como un todo, es más que la suma de todos los individuos que participan en ella y por lo tanto algo más que su presidente y su directiva. Esta caracterización no implica, sin embargo, ninguna noción “orgánica” o “personificada” de la organización, que ocultaría los espacios de libertad que los individuos tienen realmente al respecto. “Actor moral” significa que la compañía, además de su condición de persona jurídica, es capaz de tener una conducta moral y puede ser considerada responsable y rendir cuentas desde una perspectiva ética.” (HELER, 2010)

## **2. Hacer más por el medio ambiente!**

La responsabilidad medioambiental es la gestión de los esfuerzos para reducir la tensión sobre el medio ambiente y promover la mejora de las condiciones ambientales. Las empresas, de una manera u otra, dependerán de las aportaciones del medio ambiente para realizar sus actividades. Es parte de su responsabilidad social para evitar el desperdicio de insumos (energía, materias primas en general y el agua).

La organización debe establecer las normas ambientales y los compromisos con sus objetivos de negocio que incluyen compromisos formales, deben determinar las intenciones de la compañía, en relación con el medio ambiente, en el diseño, producción y distribución de sus productos y servicios.

Analizar el negocio a fin de incluir las instalaciones previstas para el diseño de procesos, buscar el uso racional de los recursos natural. Se comprometen plenamente con la legislación vigente, más allá de lo que la ley establece, siempre que sea posible.

Haciendo un balance constante el impacto ambiental que su empresa ofrece en términos de recursos naturales (agua, alcantarillado, electricidad), residuos (residuos no degradables, los envases, las emisiones de gases por los vehículos) y la elección de los materiales consumidos (papel, pinturas, productos químicos).

Según Heler de acuerdo a los campos sociales, pueden identificarse los siguientes ámbitos de responsabilidad corporativa: el económico, el político, el sociocultural y el ambiental. Cada uno tiene cierta autonomía, lo que significa que no puede ser totalmente instrumentado a favor de otro ámbito. Por ejemplo, la responsabilidad ambiental o sociocultural no pueden ser satisfechas cumpliendo sólo con la responsabilidad económica. (ENDERLE)

En este contexto, el hecho de que reciclar siempre que sea posible, reducir el consumo de papel por ejemplo, que en muchas empresas es la mayor fuente de residuos, algunas organizaciones han invertido en políticas de reciclaje por comprar sólo los productos reciclados y evitar los productos que generan residuos.

Otros factores, tales como evitar el uso de productos químicos tóxicos, la promoción de la eliminación segura de las sustancias tóxicas, o incluso el uso no-tóxicos.

Algunas organizaciones han invertido en el uso eficaz de la energía y el agua, la identificación de usos indebidos que representan un desperdicio de energía o invertir en el uso de iluminación inteligente.

### **3. Involucrar a los socios y proveedores.**

Cualquier empresa socialmente responsable debe establecer un diálogo con sus proveedores, ser transparente en sus acciones mediante la adhesión a los contratos establecidos. Contribuyendo a su desarrollo, también los proveedores de fomento para asumir las obligaciones de responsabilidad social.

Es importante difundir sus valores a través de la cadena de proveedores, socios y subcontratistas. Podemos adoptar como criterio para la selección de requerimiento de los socios que los empleados de servicios externalizados tienen las condiciones de trabajo similares a sus propios empleados. Por último, la compañía debe evitar la externalización de servicios a las organizaciones en las que no la degradación de las condiciones de trabajo.

Según Heler las organizaciones son responsables y solidarias, para ello se requiere una redefinición de los estilos competitivos o mercantilistas de gestión.

En las organizaciones responsables, sus directivos no están pensando en valorizar las acciones para venderlas y salirse lo antes posible (y reiniciar el ciclo en otra empresa). Piensan en quedarse en organizaciones que perduran y crecen junto con sus integrantes. ¿Por qué no tomarlas como modelo?. Pensamos que ello es posible, que no hay un solo esquema exitoso. Inclusive los socios o accionistas pueden preferir un ambiente de mayor seguridad, con-fianza y estabilidad. (ETKIN)

Con esto debe reconocer que la organización se articula con diversidad de grupos o actores y que esas diferencias deben ser reconocidas en cuanto a las creencias, los derechos o capacidades individuales.

Adoptar medidas como la comunicación transparente con sus proveedores, hablar con claridad sus expectativas, la formalización de un compromiso por parte de sus proveedores sobre prácticas laborales y vigilar el cumplimiento con las normas establecidas, con el objetivo de crear un clima que fomenta la colaboración y el cambio.

### **4. Proteger a los clientes y consumidores**

Procedimientos de la responsabilidad social en el trato con los clientes y los clientes son fundamentales. Desarrollar productos y servicios confiables en términos de calidad y seguridad,

dar instrucciones e informar sobre los posibles riesgos, eliminar los riesgos de salud para los usuarios son acciones muy importantes, ya que la empresa produce y la cultura influye en el comportamiento de todos.

Una empresa socialmente responsable, ofrecen la calidad no sólo durante el proceso de venta, pero a lo largo de su rutina diaria. Hace parte de su misión de promover acciones que mejoren la credibilidad, la eficacia y seguridad de los productos y servicios, observando las normas técnicas aplicables.

Según Heler (2010), la responsabilidad supone que cualquiera puede preguntar a cualquiera, y que siempre el inquirido dará una respuesta; una respuesta que tendrá que brindar un sentido a las acciones realizadas, mediante su integración en un relato que se pueda narrar sin avergonzarse delante de los interlocutores. Que la exigencia de ser responsable implica también el hacerse cargo de las consecuencias de los actos. La acción es pensada así como una causa que produce ciertos efectos y en tanto ejecutor, el agente debe entonces responsabilizarse por las consecuencias de su accionar (ENDERLE).

Aquí nos relacionamos con las acciones para promover el uso del producto de forma responsable y segura, proporcionando información específica, correcta y justa, evitando el uso de técnicas comerciales poco éticas en este caso las exageraciones sobre el potencial del producto y su rendimiento.

La organización debe escuchar siempre las manifestaciones de lo consumidor, tratar de poner al cliente en el enfoque, incluso buscando oportunidades de negocios en nichos de mercado que se consideran especiales.

## **5. Promoción de la Comunidad donde se ubica**

La relación que una empresa tiene con su comunidad es un excelente ejemplo de valores que está comprometida. Respetar las costumbres y la cultura local, la contribución a los proyectos educativos, organizaciones no gubernamentales u organizaciones comunitarias, la asignación de fondos a las instituciones sociales y la difusión de los principios que llevan su negocio de la gente alrededor de algunas de las acciones que demuestran el valor que su empresa ofrece de la comunidad.

Una interacción sana y dinámica, con grupos representativos locales en la búsqueda de soluciones conjuntas a los problemas de la comunidad harán de su empresa en un socio de la comunidad, reconocidos y considerados por todos.

Heler (2010) en su texto habla de la autonomía moral, que en consecuencia, el moderno orden policial puede declarar la autonomía moral del individuo, reconociendo la calidad de súbdito de todos los miembros del ethos y, controlando los riesgos, también la de legislador. Hipotéticamente: si todos los individuos hicieran un uso correcto de la razón, entonces habría unanimidad acerca de las auténticas obligaciones de todos.

## **6. Comprometerse con el bien común**

La relación ética con el gobierno, así como el cumplimiento con las leyes aplicables, hacen parte de dirigir una empresa socialmente responsable. Ser ético en este caso, significa el cumplimiento de las obligaciones de recaudar impuestos y tributos, para alinear los intereses de la empresa con la sociedad, formalmente se comprometa a luchar contra la corrupción, contribuyendo a las acciones gubernamentales y proyectos destinados a mejorar la política pública en sociales, etc. En resumen: contribuir de manera decisiva al desarrollo de su región y país.

## 7. Conclusões

La responsabilidad social se está convirtiendo en una de las estrategias más importantes para las organizaciones. Además del precio y la calidad de espera para participar efectivamente en el desarrollo de aquellos a los que se involucra, hace que las empresas se dan cuenta que también satisface a sus clientes, o más bien que hayan ganado. Si anteriormente la empresa fue despojada de su entorno, ahora debe actuar en la sociedad para que se pueda asegurar su supervivencia.

Las prácticas de asistencia dio lugar a inversión social con estudios metodológicos y el seguimiento de las prácticas comerciales se están aplicando en proyectos sociales, dado el precepto legal incrementado.

Las empresas que invertir en lo social está modificando su propia opinión, ya que mejoran la calidad de vida de sus empleados, tienen una mayor productividad, un mejor acceso al capital, con el apoyo creciente de los inversores se preocupe por el medio ambiente y el desarrollo comunitario.

Las empresas deben mejorar la estructura de sus acciones sociales, buscando la utilización de los mecanismos que proporcionan una mayor visibilidad de estas prácticas, y el equilibrio social de estos posibles mecanismos de cumplimiento de la garantía propuesta nueva de la propiedad impuesta por la ética y moral.

Por último, la responsabilidad social rescata la función de la empresa, con el objetivo de la promoción de la calidad de las relaciones públicas de las prácticas de la compañía que respeten a las personas, las comunidades y el medio ambiente, para construir una sociedad más justa y cualitativamente mejor para la vida humana, con más actividad en consonancia con los dictados de la social y jurídica en la actualidad en nuestra sociedad.

### **Bibliografia**

CHAMON, J. y. (s.f.). *“Responsabilidad Social de la Organización”*. Obtenido de [www.iadb.org/etica](http://www.iadb.org/etica).

ENDERLE, G. (s.f.). *“La ética corporativa a comienzos del siglo XXI”*. Obtenido de [www.iadb.org/etica](http://www.iadb.org/etica).

ETKIN, J. (s.d.). *“El potencial ético de las organizaciones. Las formas de integrar la eficacia con los valores sociales”*. Fonte: [www.iadb.org/etica](http://www.iadb.org/etica).

HELER, M. (2010). “Claroscuros de la Responsabilidad Social Empresarial”. *Revista Ciencia, Docencia y Tecnología, N° 40 (mayo 2010), Sección: Humanidades y ciencias sociales/Investigaciones, Paraná, Univer-sidad Nacional de Entre Ríos*, en prensa.

SEBRAE, I. E. (Outubro de 2003). *Responsabilidad Social Corporativa para Pequeñas y Medianas Empresas*. San Pablo, SP, Brasil.