

Responsabilidad Social Empresarial en Chile: Perspectivas para una Matriz de Análisis

Soledad Teixidó, Reinalina Chavarri y Andrea Castro.

**Fundación PROhumana
Príncipe de Gales, 80 (Esq.Moneda)
Santiago de Chile**

**Documento preparado para la Quinta Conferencia Internacional de la Sociedad
Internacional de Investigación del Tercer Sector.
Cape Town, Sudafrica, 2002**

**Los contenidos de este documento son el resultado de una investigación apoyada por la Fundación Avina, Fundación Ford y PNUD-Chile.*

I.- Introducción

El presente artículo se ha estructurado en tres partes. En la primera, se desarrolla una discusión teórica acerca del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) durante el siglo XX principalmente. Presentando las diversas concepciones que se tiene a través de distintas corrientes teóricas, para terminar con una breve reseña del desarrollo del concepto en Chile.

En la segunda parte se presenta un modelo de análisis de la implementación de la RSE en Chile, el cual se desarrolla a través de dos variables: el concepto de RSE y la lógica imperante en la implementación de esta.

Por último, se presenta una serie de conclusiones respecto de la situación de la RSE en Chile y se realizan propuestas en pos de avanzar con esta temática.

La RSE es una tendencia que desde hace un tiempo se ha instalado en el discurso de diversos actores de la sociedad. ¿Que actores precisamente? No solo empresarios, sino también en el mundo académico chileno y de las organizaciones de la sociedad civil, donde se ha abordado la temática como uno de los temas emergentes en relación a la reestructuración de la sociedad actual, las formas de participación y convivencia, las obligaciones y derechos, en definitiva, la nueva ciudadanía.

Las empresas hoy en día son actores trascendentales del tramado social, hoy la tríada estado, economía y sociedad es insuficiente para comprender en cabalidad el fenómeno social, los actores se han fragmentado y la concepción estructuralista de grandes bloques de posiciones y acciones no resulta ilustrador.

Dentro de esta fragmentación nos encontramos con nuevos actores sociales los cuales pueden constituirse como verdaderos movimientos sociales capaces de generar cambios trascendentales en el desarrollo de país. Luego de la caída del Estado de bienestar, aparecen en escenario Estados desorientados, que parecen no poseer la claridad suficiente respecto cuál es el rol que les compete respecto de los temas sociales.

En el ámbito social, el Estado comienza compartir espacios en la gestión de los recursos para demandas sociales. Entiéndase bien, no sólo en la entrega de recursos sino también en la decisión de entrega de éstos. Nos encontramos así, en un escenario donde las políticas públicas cohabitarán con políticas privadas las que si se realizan de forma conjunta y organizada tendrían un importante efecto en la realidad social.

II.- Antecedentes Generales

Para efectos del desarrollo teórico de este documento, es preciso señalar que éste se basa principalmente en el estudio de 12 casos empresariales en Chile, llevado a cabo por Fundación PROhumana durante el año 2001 - 2002.¹

Para el desarrollo de este artículo se han tomado en cuenta dos variables de la investigación:

- 1) El concepto de Responsabilidad Social Empresarial que tienen los empresarios chilenos, es decir, la definición del término y sus significancias.²
- 2) Los niveles de desarrollo en las estrategias de implementación de la RSE en estos 12 casos empresariales, a través de tipologías de lógicas de acción.³

¹ Teixidó, S. Chavarri, R. Castro, A. (2002) "Responsabilidad Social: 12 Casos Empresariales en Chile". Ediciones PROhumana, Santiago, Chile.

El objetivo de este estudio fue conocer el proceso que las empresas chilenas están recorriendo para incorporar en su lógica o planes de negocios la Responsabilidad Social y la llamada ciudadanía corporativa.

El estudio se dividió en tres etapas: La primera fue de recopilación de la información secundaria de las empresas seleccionadas, realizar una sistematización de esta y analizar la información sobre Responsabilidad Social. La segunda, correspondió a la aplicación de entrevistas semi estructuradas a un mínimo de personas al interior de la empresa y realizar un análisis de marco de las entrevistas semi estructuradas realizadas. Por último, la tercera, fue el análisis, sistematización y redacción del estudio de caso.

Los criterios definidos para la elección de las empresas participantes en este estudio fueron los siguientes:

Acciones que estén quebrando la rutina de la cultura empresarial chilena, apostando públicamente a un lenguaje nuevo: medioambiente, no-discriminación, derechos de la mujer, jóvenes, entre otros y con sus acciones estén renovando campos tradicionales de la inversión social de las empresas (ideas nuevas en campos tradicionales): educación, familia, salud, pobreza, infancia, microempresarios, etc.

Con estos criterios se realizó la selección de 9 empresas, tanto chilenas como transnacionales, 2 asociaciones gremiales empresariales y 1 asociación empresarial; las que se encontraban dentro de diversos rubros económicos, empresas de servicios, de recursos naturales, industriales, construcción, telecomunicaciones, etc.

² Para el desarrollo del concepto tomamos dos fuentes de investigación, uno es las mesas redondas realizadas por Fundación PROhumana y PNUD durante el año 2000 "Responsabilidad Social Empresarial en Chile" y el otro el análisis de las entrevistas en profundidad realizadas durante el estudio de casos, las cuales a través de diversas preguntas abordaban la percepción que tenían los miembros de las empresas de la temática.

³ Para el segundo punto se toma como antecedente la tipología de estrategias presentadas por Teixidó, Chavarri y Castro "Responsabilidad Social Empresarial: Innovación y Desafíos" presentado en el III encuentro ISTR-LAC "Perspectivas latinoamericanas sobre el tercer sector" Buenos Aires, Argentina, 2001.

III.- Aspectos Teóricos

1.- El devenir del concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

El concepto de Responsabilidad Social aparece mencionado y promovido ya en 1889 en el libro “The Gospel of Wealth” escrito por Carnegie quien plantea que las empresas deben actuar como administradores de la riqueza para el bien de toda la sociedad así como también las personas adineradas.⁴

Para algunos autores los primeros planteamientos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) pueden situarse alrededor de 1920, momento en el cual se encuentran altamente relacionadas las acciones de las empresas con la filantropía y la caridad, asociándose estas al llamado “*principio de caridad*”. Se entiende por “*principio de caridad*” que las acciones filantrópicas ya no son de carácter individual desde el dueño de la empresa sino que es una acción de la empresa en su conjunto, la cual se complementaba con lo que posteriormente se comprendió como el “*principio de la administración*”⁵, el cual ponía especial énfasis en la gestión y administración de las acciones de RSE desde la empresa. Así entonces, las empresas pasan a convertirse en administradoras de recursos sociales asumiendo la responsabilidad que esto implicaría⁶.

Un momento relevante de la historia occidental que aparece como punto de partida para el debate en torno a la RSE, son las consecuencias sociales y económicas que trae consigo la segunda guerra mundial, así como también los cambios ocurridos a finales de la década de los sesenta en EEUU. Lo anterior da como resultado que el debate en torno a la RSE se amplíe desde sus trabajadores, clientes, proveedores y distribuidores a la comunidad en general, adquiriendo un rol más relevante en términos del desarrollo social tanto a nivel micro (su comunidad adyacente) como a nivel macro (el país o región en la que se inserta). Para Sulmont⁷, una manera posible para lograr esta responsabilidad es conciliando los intereses de la empresa con los fines de la comunidad.

Más recientemente, Lozano planteará que en la Declaración del Comité para el Desarrollo Económico realizada en 1971 se consideró a la RSE con una gran amplitud, no sólo reduciéndola a la gestión empresarial sino como una “herramienta importante para el progreso social en una sociedad pluralista”.⁸

Este salto cualitativo no responderá únicamente a un cambio al interior de la empresa, a un transitar de la filantropía personal a la RSE en términos de gerencia y planificación de esta, sino que es producto de un nuevo orden social, político y económico. Por esta razón, y a partir de este enfoque que las diversas formas de implementación de la RSE estarían determinadas principalmente por dos variables:

⁴ Carnegie, A (1993): “*The Gospel of Wealth*”, Essay of Philanthropy. Indiana University, Center on Philadelphia.

⁵ Lozano, J. (1999): “*Ética y empresa*”. Editorial Trotta, S.A. Madrid. Pág. 82-83.

⁶ Teixidó, S, Chavarri, R. (2000) “*Filantropía y Responsabilidad Social en Chile*” Documento presentado en el congreso internacional LASA 2000., EEUU, Pag. 3.

⁷ Teixidó, S. Chavarri, R. (2000): Op. Cit. Pag. 3.

⁸ Lozano, J. (1999): Op. Cit.

- 1) El contexto político, social y económico en que se inserte la empresa.
- 2) La lógica imperante en la acción filantrópica de la empresa.⁹

En este sentido, Lozano señala que el cambio que ha experimentado la empresa, deviene en gran medida en la superación de los valores emergentes de las empresas por sobre los valores dominantes de la revolución industrial, los que concebían a la empresa como un sistema funcionalista.¹⁰ La empresa se comienza a analizar como una organización plurifuncional en la que conviven el mercado, el estado y el mundo de la vida¹¹.

Aún cuando en la discusión teórica sobre el concepto de RSE en los años ochenta existió una corriente que sugería que la única responsabilidad de la empresa era dar empleo, tomando al mercado como única referencia¹², hoy tales postulados carecen de gran apoyo, incluso desde el mundo empresarial. Por el contrario, han surgido organizaciones empresariales quienes desde una perspectiva académica, a través de investigaciones y estudios, han intentado abordar el tema de la RSE.

Para el caso estadounidense, se señala que existiría en la actualidad una nueva generación de empresarios quienes impulsan un nuevo concepto de RSE centrando su accionar en la creación de capital social y en el desarrollo de la inversión social, aportando así a dar nuevos contenidos al concepto tradicional de RSE.¹³

Por otro lado, este cambio de paradigma parece responder también a una crisis de confianza existente entre las sociedades occidentales frente a las actividades de la empresa, la cual aparecía en análisis anteriores como una estructura poderosa y determinante, que no formaba parte del desarrollo como un actor social. Es esta crisis la que impulsará también a las empresas hacia un proceso de relegitimación social, donde, las demandas por una mejor calidad de vida, cuidado del medio ambiente, participación en el desarrollo social de la comunidad y el país son temáticas que pasan a convivir con la ganancia inmediata. En este contexto resulta fundamental también el rol que pasa a jugar la opinión pública y los medios de comunicación masivos como formadores de RSE quienes en ocasiones se transforman en entes observadores de la conducta de las empresas mas allá de su mera conducta económica¹⁴.

Aparecen en este nuevo paradigma, discusiones acerca de la ética de los negocios, las cuales tienen su origen a mediados de la década de los 50 pero su desarrollo como especialidad se da en la década de los sesenta en EEUU, la que comienza al interior de círculos académicos y religiosos, para luego extenderse a las escuelas de administración y gestión.

⁹ Ambos puntos serán desarrollados mas adelante en este artículo.

¹⁰ Lozano, J. (1999): Op. Cit.

¹¹ Llano, A. (1988): "La nueva sensibilidad". Madrid, Alianza.

¹² Teixidó, S, Chavarri, R. (2000): "Filantropía y Responsabilidad Social en Chile" Documento presentado en el congreso internacional LASA 2000., EEUU, Pag. 3.

¹³ Reis, T. (1999): "Unleashing New Resources and Entrepreneurship for the Common Good: A scan, Synthesis, and Scenario for Action". Manuscrito. W.K.Kellogg Foundation. Enero.

¹⁴ Teixidó, S, Chavarri, R. (2000): Op. Cit, Pag. 4.

El aporte desde la investigación europea a esta temática ha sido relevante, poniendo especial énfasis en integrar a esta temática las tradiciones éticas y empresariales europeas, las que difieren en gran medida a las norteamericanas.¹⁵ Un ejemplo de esto es la “Ética aplicada” que plantea Lozano, la cual señala que como reflexión ética debe centrarse en la organización por sobre el sistema económico y el individuo, ya que es esta la que generará conexiones que hagan múltiples referencias a ambos.¹⁶ De esta forma una ética empresarial orientada a la organización de la empresa permeará a todos sus otros componentes, recursos humanos y de negocios entre otros.

Un abordaje distinto al tema de la ética, pero dentro del ámbito de la organización de la empresa, lo entrega Morris¹⁷ quien plantea que la problemática de la ética empresarial radica en el tema de la verdad y el acceso que se tenga a ella. Su enfoque se basa desde la organización de la empresa, la cual debe ser transparente y veraz tanto con su comunidad interna como con la externa en pos de un comportamiento ético y legitimación social.

La ética de la empresa aparece también como la forma para obtener una legitimidad social, la cual la empresa para conseguirla debe “lograr a la vez producir los bienes que de ella se esperan y respetar los derechos reconocidos por la sociedad en la que vive y los valores que esa sociedad comparte”¹⁸. Esta visión aporta a la discusión desde dos ámbitos: el primero es comprendiendo a la empresa como un ciudadano corporativo quien posee como tal derechos y deberes y segundo, tomando el contexto valórico social particular en la que la empresa se inserta. Tema fundamental de cualquier discusión ética.

Volviendo al concepto de RSE Cortina señala que la RSE nace de la comprensión de que la empresa es una “institución socioeconómica que tiene una seria responsabilidad moral con la sociedad”¹⁹. Esta postura es posible gracias al cambio de lógica imperante la que ya no solo es analizada bajo una racionalidad instrumental, sino también desde otras valoraciones racionales.

Otra interpretación de la RSE es abordada por Roitter, quien señala que la empresa además de sus contratos económicos establece otros contratos bajo un nuevo concepto de razón social, a través del cual “la empresa adquiriría su razón de existencia para el medio social en que se desenvuelve”.²⁰

Desde otra mirada, la RSE es percibida como generadora de beneficios, señalándose a la RSE como “el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en

¹⁵ Lozano, J. (1999): Op. Cit. Pag. 17.

¹⁶ Teixidó, S. Chavarrí, R. (2000) “*Filantropía y Responsabilidad Social en Chile*” Documento presentado en el congreso internacional LASA 2001, EEUU. Pag. 6.

¹⁷ Morris, Tom. (1997): “*Si Aristóteles dirigiera General Motors, Un nuevo enfoque ético de la vida empresarial*” Barcelona, España.

¹⁸ Cortina, A. (1994): “*Ética de la empresa, claves para una nueva cultura empresarial*” Editorial Trotta,, Madrid, España. Pag. 81.

¹⁹ Cortina, A. (1994): Op. Cit. Pag. 82.

²⁰ Roitter, M. (1996): “*La razón de las empresas. Una investigación sobre los vínculos entre empresa y sociedad en Argentina*”, Documento N°115. CEDES, Buenos Aires, Pag.3.

general”.²¹ En este contexto, las implicancias de la RSE se deberán evaluar por los resultados benéficos que generen para la empresa.

En esta misma línea interpretativa, Toro señala que los beneficios que traería consigo la RSE serían desde dos ámbitos, externos e internos. En lo que respecta a beneficios internos sostiene que se reflejarían en una reducción de costos y tensiones entre los empleados de la empresa, traduciéndose en una mejoría de la imagen corporativa de la empresa en términos de beneficios externos.²² La definición de RSE como generadora de beneficios, estaría en este caso suscrita a los productos que las iniciativas tengan en la comunidad interna y externa a la empresa.

Una visión más integral aportada por Thompson, sostiene que la RSE debe ser abordada desde una perspectiva sistémica, donde ha de potenciarse las capacidades y habilidades de cada actor para lograr el desarrollo social a través de la participación de todos los sectores sociales.²³

En este contexto es el acceso a la información y la amplitud de la oferta en el mercado lo que genera consumidores más informados para los cuales el comportamiento ético, social y medioambiental de la empresa pasa a ser una variable marginal del producto que puede determinar su opción de compra. De esta manera la RSE se instala también como una necesidad de mercado así como en décadas pasadas se instaló el marketing o la publicidad.

La credibilidad y legitimidad de una empresa frente a la ciudadanía será entonces la capacidad de la empresa para responder a las demandas de ésta, en tanto actor social así como de su efectiva gestión en los procesos de implementación y comunicación de sus políticas. Si la empresa no logra este objetivo, corre el riesgo de experimentar un desgaste en su credibilidad lo que evidentemente va en desmedro de la empresa como organización.

2.- Tendencias y Acciones Globales Recientes.

En el escenario actual vemos cómo diversas iniciativas internacionales van dando cuenta de la adopción por parte de la empresa de esta nueva realidad. Ejemplo de esto es el “Pacto Global” impulsado por Naciones Unidas, iniciativa que desafiaba a los empresarios a promover, dentro del ámbito de las empresas, valores universales en términos de estándares de trabajo, regulaciones medioambientales y derechos humanos.²⁴

Otro ejemplo es el caso del “Libro Verde de la Responsabilidad Social Empresarial” impulsado por la Comunidad Europea, el cual también da lineamientos de acción para las empresas en términos éticos, medioambientales y sociales. En este documento se plantea que la RSE no es respetar solo las normas jurídicas, sino “ir más allá” de su cumplimiento,

²¹ Angel, J.A. Jaramillo, C. (1996): “*Responsabilidad Social empresarial en Colombia: Resultados de una investigación*”, En Toro, O. L. Rey, G., eds. “*Empresa privada y Responsabilidad Social.*” . Impreandes. Santa Fé de Bogotá. Pags. 60.

²² Toro, O.L. (1997): “*Rentabilidad empresarial y responsabilidad social: de la teoría a la práctica*”. Centro Colombiano de Filantropía. Santafé de Bogotá. Pags. 4 y 5.

²³ Thompson, A. (1998): “*Una visión sistémica sobre la responsabilidad social empresaria: Notas sobre una conferencia*”, Manuscrito, Pag.1.

²⁴ www.unglobalcompact.org

invertir de forma activa en recursos humanos, tecnología medioambientalmente responsable, prácticas comerciales respetuosas y acciones que lleven a aumentar la competitividad de las empresas, entre otros.²⁵

Un ejemplo interesante de mencionar es una iniciativa empresarial, el World Business Council for Sustainable Development, que señala que la Responsabilidad Social Empresarial es “el compromiso de la empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajar con los empleados, sus familias, la sociedad y la comunidad local en general para mejorar su calidad de vida”.²⁶ Esta iniciativa representa una agrupación internacional de representantes del mundo empresarial, que adoptan la temática de la RSE como un área de trabajo tanto en forma práctica al interior de sus propias empresas como en la reflexión en torno a ella, ofreciéndose como un caso interesante empresarial en la discusión teórica de la temática de la RSE en el mundo.

En este nuevo escenario, es posible advertir la presencia de diversos actores que se conjugan para el posicionamiento e implementación de la RSE en el mundo. Es posible advertir la presencia académica en torno a la discusión que se tiene en relación al concepto de RSE, así como la actividad que se genera en torno a la RSE desde diversas iniciativas de la Sociedad Civil. En otra instancia, están presentes también agrupaciones internacionales como las Naciones Unidas y la Comisión Económica Europea dando lineamientos generales para la implementación de esta temática a nivel mundial y por último a los representantes del mundo empresarial adoptando una postura reflexiva y proactiva frente al tema.

Una última reflexión tiene que ver con el actor ausente en esta relación que se genera en torno a esta temática. No puede dejar de llamar la atención la gran pasividad del Estado frente a esta discusión, situación que pudiera traer mas de algún riesgo, frente a la excesiva participación de los privados en las decisiones de inversión de recursos en lo que respecta a las políticas sociales y de desarrollo de un país. Esto pueden generar escenarios de confrontación entre las políticas públicas y las políticas privadas, las que, de realizarse en un marco de libre mercado, en términos de inversión social, sin ningún tipo de lineamiento y regulación por parte del Estado, puede facilitar el aumento de las desigualdades sociales, así como una tensión existente entre modelos de desarrollo contrapuestos, los que hacen peligrar la paz social y el desarrollo económico y humano de la sociedad.

3.- Aproximación al concepto de Responsabilidad Social en Chile.

La participación de los privados en iniciativas de índole social en Chile se remonta desde la colonia. Esta participación estaba orientada a la asistencia caritativa de los grupos mas desposeídos, generalmente impulsadas desde organizaciones de la iglesia católica. A partir del siglo XIX, en el contexto de un Estado bastante débil en lo que asistencia social refiere, se encuentran actividades organizadas desde los privados, orientadas principalmente a la administración de asilos de ancianos, orfanatos, hospitales y colegios. Estas acciones

²⁵ Libro Verde (2001): “*Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*”, Comisión de las comunidades Europeas, Bruselas, 2001.

²⁶ WBCSD, (2002) “*El caso empresarial para el desarrollo sostenible*”. Documento de la página web del World Business Council for Sustainable Development, www.wbcsd.org.

respondían en cada caso particular a imperativos generalmente religiosos por parte de los dueños de las nacientes empresas.

Un ejemplo de estas iniciativas es la creación en el año 1856 de la Sociedad de Instrucción Primaria, institución sin fines de lucro fundada por un grupo de intelectuales de la época, quienes se proponían ampliar el acceso a la educación primaria en un esfuerzo por ampliar el nivel educacional de la población. Esta iniciativa tiene su excepcionalidad en que se crea sesenta y cuatro años antes de que se dictara en Chile por parte del Estado la Ley de Instrucción Primaria Obligatoria.²⁷

Otras iniciativas privadas importantes fueron la creación de asociaciones sin fines de lucro que tenían por objetivo la administración de prestaciones de seguridad social que buscaban proteger al trabajador de contingencias sociales y económicas, además de prestar servicios de bienestar generalmente asociados a recreación. Estas asociaciones recibieron el nombre de Cajas de Compensación.

Dichas acciones se crearon por iniciativas de empresarios del sector privado emergente, circunscribiendo inicialmente su acción al otorgamiento de dinero, como complemento del salario del trabajador cuyo monto dependía de la composición de su grupo familiar. Estas organizaciones resultan pioneras ya que constituyen una de las primeras experiencias en la administración privada de prestaciones de seguridad.²⁸

Durante el transcurso del siglo XX ocurren varias transformaciones políticas, sociales y culturales que van incidiendo en la forma en como se desarrolla la actividad de la empresa. El primer aspecto relevante es la laicización de la filantropía la cual comienza a existir también fuera del amparo de la iglesia católica, en un contexto de surgimiento de nuevos actores sociales y donde el Estado tuvo un rol bastante fuerte e intervencionista.

El desarrollo de la discusión en torno al concepto de RSE en Chile, así como a su implementación como una acción y estrategia en la empresa es un fenómeno reciente en Chile. Sin embargo, el tema se ha ido instalando en los discursos y orientaciones principalmente de los grandes conglomerados empresariales.

En la actual situación de la RSE en Chile, es posible confirmar que aún no se cuenta con un marco conceptual definido que permita comprenderla y desarrollarla de manera sistemática, sin embargo se está avanzando considerablemente en eso.²⁹

La definición de RSE elaborada por Fundación PROhumana señala que “La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.” Este concepto

²⁷Instituto Libertad y Desarrollo – CIEDES. (2000): “*El aporte privado al desarrollo social en Chile*”.

²⁸CMPC (2000): “*CMPC Tradición y Futuro, ochenta años de una gran empresa*”. Documento Institucional.

²⁹En Chile, sus primeros indicios en esta área surgen a partir de los años noventa a través de iniciativas llevadas a cabo por Fundación PROhumana en alianza con PNUD, quienes lanzaron el primer documento conceptual respecto de la comprensión que se tiene desde una mirada trisectorial de la Responsabilidad Social Empresarial. Luego de este informe, se han sucedido diversos estudios al respecto siendo esta institución pionera respecto al abordaje y posicionamiento del tema en Chile.

lleva implícita la idea de un nuevo rol de la empresa dentro de la sociedad; en la que su accionar se amplía desde el ámbito meramente económico a ser un actor social del desarrollo económico y social del país y en efecto esta será la definición que guiará el análisis de los casos empresariales estudiados.

Para Fundación PROhumana, esta responsabilidad de la empresa requiere un carácter voluntario, a la vez que contribuye a conseguir un desarrollo sostenible y un modo de gobierno corporativo más eficaz. De esta manera la RSE es comprendida como el compromiso libre y proactivo para resolver los problemas de la sociedad en su conjunto, tanto en el orden comunitario como ambiental y respecto de sus propios trabajadores.³⁰

En la actualidad, se ha observado que la relación que ha establecido la empresa con su comunidad se suscribe a dos tipologías de acción las que aparecen en períodos de tiempo simultáneos y principalmente yuxtapuestas. El primer tipo de relación tiene la característica de ser acciones incentivadas por valores religiosos de tipo caritativo, expresadas principalmente por donaciones de dinero destinados a causas de grupos marginales principalmente.³¹

El segundo tipo de acciones presenta la característica de que éstas se insertan en los planes estratégicos de la empresa pero desde una visión cortoplacista. Esta acción va dirigida a grupos vinculados a las redes de los dueños o accionistas de las empresas quienes recurren a ellos como un posible financista de sus iniciativas sociales. Sin embargo no responde a una política de donación sino a donaciones efectuadas a criterio del empresario en términos reactivos frente a las peticiones de sus círculos más cercanos.³²

Sin embargo, en Chile el impacto que la globalización, los cambios en la organización y el rol de la empresa tanto a nivel micro como macro han provocado que la adopción de la RSE haya sido desigual para el mundo empresarial. Se encuentra un cambio en la manera de adoptar los problemas sociales en el mundo empresarial, aunque los estudios de opinión arrojan cierta desconfianza en torno al compromiso de los empresarios frente al desarrollo social. En este escenario, parecen converger dos procesos: primero la necesidad de las empresas de presentarse frente a la sociedad y la opinión pública desde un nuevo rol, no sólo en el ámbito del mercado sino que sensible y comprometida con los temas sociales; y por otro lado, las empresas se enfrentan a la necesidad de modernizar su acción social, es decir, la forma en que así establecen sus relaciones de cooperación con la comunidad y empleados, abandonando una mirada paternalista.³³

En algunos sectores y casos particulares, se advierte cómo dicha transformación se refleja en una modernización del discurso y la práctica de los representantes del mundo empresarial. Además de la incorporación de nuevas temáticas y de la inclusión de

³⁰ Fundación PROhumana, PNUD Chile. (2002) “Los Chilenos Opinan: Responsabilidad Social de las Empresas. Análisis de la encuesta MORI sobre Responsabilidad Social Corporativa”. Serie Políticas Públicas: Informe de Encuestas, Santiago de Chile, abril, Pag. 4.

³¹ Teixidó, S. Chavarri, R. Castro A. (2001): Op. Cit.

³² Teixidó, S. Chavarri, R. Castro A. (2001): Op. Cit.

³³ Fundación PROhumana, PNUD-Chile (2002). Op. Cit. Pag. 5.

conceptos como “cooperación público-privada” en torno al desarrollo de algunos proyectos -país.³⁴

En este nuevo escenario, la reflexión en relación a modelos de adopción de políticas y prácticas de RSE en Chile y otros países, resulta un aporte al desarrollo de la investigación. Los desafíos y las formas de avanzar a través de esta nueva temática en el desarrollo económico y humano de nuestras sociedades, proporciona un modelo de análisis interesante que permite facilitar el estudio comparativo de la RSE en la región.

³⁴ Fundación PROhumana, PNUD-Chile (2002). Op. Cit. Pag. 5.

IV.- Análisis

La propuesta que se plantea en este apartado del documento intenta establecer un modelo a través del análisis del concepto de RSE y las lógicas que en éste predominan.

Para lograr lo anterior el análisis consta de tres partes: primero un análisis del concepto de RSE que utilizan los representantes del mundo empresarial chileno, representado en cinco categorías o “nociones” que sustentan el concepto de RSE. Segundo, la lógica con que se implementan las acciones de RSE en las 12 empresas participantes del estudio de caso, asumiendo que el nivel de desarrollo de la RSE en Chile se encuentra en una etapa intermedia. Y por último, la propuesta de un marco analítico que da cuenta de 4 modelos de adopción de prácticas y políticas de RSE.

1.- Concepto de Responsabilidad Social Empresarial

Conocer el concepto de RSE que manejan en las empresas resulta fundamental para comprender la forma como se implementa la RSE y las estrategias que las empresas asumen en su implementación. Sus atributos y características van a determinar en gran medida la forma como se van desarrollando tipologías en la implementación de dichas prácticas de RSE.

Como antecedente, resulta interesante tener en cuenta que el estudio realizado por Fundación PROhumana y PNUD sobre la percepción de los consumidores sobre la RSE ³⁵ señaló que casi el 70% de los encuestados manifiesta interés de conocer y aprender sobre la forma en que las empresas procuran ejercer su responsabilidad social; también el 93% de ellos manifestó su interés por participar en iniciativas de las empresas donde trabajan, destinadas a resolver problemas sociales de la comunidad. En este sentido llama la atención que un 91% de la muestra reconoció que la existencia de políticas de RSE en su empresa mejoraba su desempeño laboral.

Por otro lado, en el imaginario colectivo de más de la mitad de la muestra, existe la percepción acerca de que la conducta responsable de las empresas le asegura a éstas ser más exitosas en sus ventas o en sus negocios. También, en términos de fidelización del consumidor, el 85% reconoció que su respeto por una empresa aumenta cuando ésta se declara a favor de la RSE.

Estas cifras demuestran que a nivel de demanda el tema se ha instalado también en el consumidor chileno, transformándose en una variable que debe ser considerada al analizar la comprensión que tienen los representantes del mundo empresarial del concepto de Responsabilidad Social.

En un análisis del concepto de RSE desde el mundo empresarial se desprende que para ellos la primera gran dificultad para definir lo que se comprende por RSE, es la idea de que es un término muy amplio el cual puede abarcar muchos ámbitos distintos. Esta dificultad

³⁵ Fundación PROhumana, PNUD Chile. (2002) Op. Cit.

para definir un límite de lo que se entenderá por RSE causa cierta reticencia en algunos representantes del mundo empresarial. Señalan, por ejemplo, que la empresa no puede hacerse cargo de todos los temas sociales.

Tomando en cuenta la aprensión que le significa este concepto al mundo empresarial, nos basaremos en cuatro nociones subyacentes a la comprensión que se tiene del concepto de RSE, propuestas por Teixidó y Chavarri³⁶, estas son:

- **Noción Social y de Desarrollo**

La RSE es comprendida desde esta visión como la contribución que la empresa realiza al desarrollo de la sociedad. Bajo este prisma la empresa sustenta su definición de RSE en acciones orientadas a la comunidad externa, principalmente hacia grupos más desposeídos y vulnerables, así como preferentemente hacia la comunidad externa donde se ubica territorialmente la empresa.

Esta noción lleva arraigada un concepto del “deber” de la empresa hacia la comunidad. Este “deber” tiene que ver con una acción de retribución de la empresa a la comunidad adyacente que le permitiría desarrollarse.

- **Noción Solidaria Igualitaria**

El concepto de RSE desde esta visión tiene un componente humanista preponderante. En ella la empresa se reconoce inserta en un sistema mayor: la sociedad; que está compuesta por personas que aspiran a tener una igualdad en los accesos y las oportunidades y por tanto la empresa tiene que contribuir en esa dirección.

Una característica fundamental de esta noción, es que una visión humanista de igualdad lleva implícita la existencia de derechos y deberes tanto para la empresa como para los individuos que componen ese sistema mayor, es decir la sociedad. Se yuxtaponen valores cristianos y éticos con respecto a una concepción de nueva ciudadanía donde el rol de la empresa es ser un actor que facilite el acceso y disminuya la brecha de oportunidades en la sociedad.

- **Noción Autorreferida o Friedmaniana**

Desde esta noción, el concepto de Responsabilidad Social está abocado única y exclusivamente al interior de la empresa, principalmente con sus accionistas, clientes y trabajadores sin tener componente alguno de una responsabilidad hacia la comunidad externa de la empresa. Bajo esta visión la empresa debe mantenerse básicamente en el ámbito del mercado y no involucrarse en problemáticas sociales ya que con esto crearía distorsiones en el mercado.

³⁶ Teixidó, S. Chavarri, R, (1999): “La Acción Filantrópica como un Elemento de la Responsabilidad Social: El caso chileno”, Ediciones PROhumana, Santiago, Chile.

En definitiva la RSE es comprendida principalmente como una razón de mercado que produce insumos en términos de ganancias al éxito de la empresa. La principal responsabilidad de las personas a cargo de una empresa es realizar una labor eficiente dentro de la gestión de la empresa.

- **Noción Ética Sistémica**

El concepto de RSE desde esta noción está conformado por una visión integral de la empresa en la sociedad, de ahí su carácter de sistémico. En esta noción, la empresa debe ser responsable con sus accionistas, trabajadores, clientes, proveedores y la comunidad externa. En ella se inserta el concepto de la empresa como un ciudadano corporativo, el cual tiene una participación en diversos ámbitos de la sociedad y sus impactos se expanden a distintos ámbitos, niveles y actores sociales. A esta noción subyace la idea de un nuevo rol de la empresa inserta en una nueva configuración social.

La empresa comienza a involucrarse con temáticas nuevas, superando muchas veces los estándares aplicados en el país en el que se encuentra inserta. Casos de este tipo suelen verse en el tratamiento de temas medioambientales, de seguridad, laborales, entre otros.

Ahora bien, las cuatro nociones propuestas para efectos de éste documento han sido enriquecidas a partir de los resultados de los estudios de casos empresariales³⁷. Esta reinterpretación, tres años después, ha permitido detectar la existencia de una nueva visión en el discurso de algunos representantes del mundo empresarial chileno, esta visión se denomina: “Visión ética y valórica de la RSE”.

- **Visión Ética y Valórica**

Esta quinta visión detectada en dicho estudio de casos, dice relación con la concepción de la RSE como algo que emana de los valores a los que adscribe una compañía o las personas a cargo de ésta. Estos valores son los que fundamentan y orientan la comprensión del concepto. En ella aparece un componente ético de la RSE, que parece estar vinculada al sentido de la acción empresarial. Desde esta mirada, la RSE no puede ser parte de acciones espontáneas o reactivas sino que deben permear a todos las áreas de la empresa como parte de los valores y objetivos estratégicos de la misma.

En esta visión, la RSE abarca de manera integral a la comunidad interna de la empresa como a la externa, debido a que la ética y valores que orientan el accionar de la empresa irradia a todos los actores que se relacionen con ella. En esta noción, el fundamento último de la RSE es de carácter personal. Los valores y la ética de la empresa deben permear todas las áreas de la empresa y de esta forma se estará facilitando el desarrollo de una ética corporativa.

³⁷ Teixidó, S. Chavarri, R. Castro, A. (2002) Op. Cit.

Lo interesante de esta noción es el carácter dialéctico que posee, ya que la visión ética valórica de la RSE nacería de motivaciones individuales, y se extiende a toda la organización formando una ética corporativa, por lo tanto, involucrar todos las áreas de la empresa.

2.- Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial

Se han identificado tres niveles en el desarrollo de estrategias de RSE en Chile³⁸. Dichos niveles no corresponden a sucesiones temporales sino que se presentan de manera yuxtapuesta en cada una de las 12 empresas analizadas.

Los niveles identificados son:

- 1) **Estrategia Emergente.** Con un raigambre histórico de acciones de RSE.
- 2) **Formalización Estratégica.** Proceso de reflexión en torno al tema. Generalmente coincide con el momento de crear las fundaciones empresariales.
- 3) **Estrategia Formal.** Internalización de la RSE en valores de la compañía, explicitados claramente para cada miembro de ésta, y parte fundamental de los deberes y derechos de ésta.

Al indagar en cada una de las estrategias mencionadas es posible detectar algunas características, entre ellas se observa lo siguiente:

- **Estrategia Emergente**

Corresponden a las estrategias implementadas por las empresas, las cuales poseen un énfasis tradicional en la relación que se establece con su entorno y con sus trabajadores. Impera en esta relación una lógica cercana al sistema del latifundio, el cual posee su característica central en que el modo de producción corresponde a la hacienda y las relaciones paternalistas que en ella se establecían, debido a que la mano de obra del latifundio así como la relación con su comunidad aledaña se establece en base a relaciones comerciales como de la responsabilidad que tiene el latifundio, con sus empleados y las familias de éste.

En este contexto, resulta importante destacar la creación de un modelo propio para gran parte de Latinoamérica y principalmente para Chile, donde la relación entre el obrero y el patrón no se da en función de la fábrica y el capital como el caso europeo, sino en un modelo heterogéneo de relación latifundista de protección mutua además de la relación de trabajo.

³⁸ La definición de estas estrategias fueron presentadas en mayor profundidad en el artículo de Teixidó, S. Chavarri, R. Castro, A. (2001) Op. Cit. Se desarrollan también en las conclusiones de la investigación de las mismas autoras Teixidó, S. Chavarri, R. Castro A, (2002) también citado en este artículo.

Dada la estructura social de Chile se puede comprender mejor cómo el acervo cultural del latifundio se traspaşa durante finales del siglo XIX y principios del siglo XX a los primeros empresarios, quienes a su vez eran latifundistas y van creando códigos de relaciones y conductas que reproducen el sistema de la hacienda, pero esta vez en la empresa. Desde estos lugares se puede construir las características tipo del empresario de la época.³⁹

Se observa que las primeras acciones de RSE en Chile tienen características particulares arraigadas desde esa época. Bajo esta lógica se impulsan políticas de vivienda relacionadas a la urbanización e higiene social. Otras temáticas propias de esta relación emergente eran temas como el alfabetismo, las epidemias, el alcoholismo. En general, problemas sociales arraigados desde la pobreza en la que se encontraba el país. En este contexto se evidencian las primeras acciones de RSE estructuradas e impulsadas por una lógica de “deber” frente a su comunidad y trabajadores. Estas políticas eran llamadas por los medios de la época, como “la preocupación de los nacientes empresarios por la cuestión social”.⁴⁰

Al finalizar el siglo ocurrieron dos hitos importantes que representaron momentos de quiebre en el avance de las acciones de RSE. El primero de ellos se inserta en el período comprendido entre 1970 – 1973 durante la unidad popular, momento en el cual la relación empresa-gobierno se vuelve muy tensa y por lo tanto el accionar de los privados en el tema social se vuelve casi nulo.

El otro será durante la década de los ochenta, período en el que se comienza a implementar en Chile el sistema neoliberal, lo cual provocó una retracción de la participación de los privados en el desarrollo social, acentuada por una crisis económica que reestructura el escenario empresarial chileno.

Hacia finales de la década del 80 y debido a la expansión y fortalecimiento de las empresas chilenas en el ámbito internacional, se genera la acumulación de un capital considerable al interior de las empresas. A partir de la década del 90 y como producto de esta favorable situación económica en que se encuentra el mundo empresarial local, comienza una nueva etapa en las acciones de RSE influidas en gran medida por la globalización y entrada de capitales extranjeros, así como la situación de crecimiento económico a una tasa del 6% anual lo que estimuló la inversión social y con este escenario es posible situar el comienzo de la etapa siguiente de formalización estratégica.⁴¹

³⁹ Teixidó, S. Chavarri, R. Castro, A. (2001) Op. Cit. Pag. 10.

⁴⁰ CMPC (2000), Op. Cit; Pag 42.

⁴¹ Teixidó, S. Chavarri, R. Castro A. (2001) Op. Cit, Pag. 11.

- **Formalización Estratégica**

Es la etapa donde las compañías detectan la necesidad de organizar y coordinar sus diversas políticas respecto a su vinculación con la comunidad y con sus propios trabajadores en busca de generar una sinergia y mejores resultados de dichas acciones.

Esta necesidad surge de las políticas de gran inversión que se encuentran realizando las empresas en proyectos de desarrollo social, cooperación publico-privado y políticas de bienestar interno de sus trabajadores, entre otras. Esta inversión precisa algún tipo de garantía que dé cuenta del real efecto que tiene para la compañía. Por esta razón surge la necesidad de crear modelos de planificación y medición de esta inversión a fin de poder dar cuenta de la rentabilidad que posee para la empresa.

Al ser este un proceso incipiente en Chile, aparece como un esfuerzo por parte de las compañías por elaborar formas de organización y planificación de sus acciones. Sin embargo se encuentran con la escasez de métodos de evaluación y de profesionales capacitados en las temáticas que pretenden abordar. Surge también una relación tensa con los medios de comunicación de masa, los que bajo la lógica de la “sospecha”, se niegan a dar tribuna a las acciones y programas llevados a cabo por la empresa. No ocurre lo mismo en materia publicitaria y avisaje, claro que estas son iniciativas pagadas por la compañía.

La relación con los medios de comunicación se ve determinada también por una característica cultural del mundo empresarial chileno el cual bajo un prisma conservador señala que las acciones ligadas a la caridad no deben ser de conocimiento público y menos hacer publicidad de ellas. Es por este contexto cultural que el desarrollo de estrategias de marketing con causa no son muy utilizadas. Sin embargo, se evidencia la presencia de esta nueva herramienta en varios grupos empresariales chilenos, quienes asumen la necesidad de dar a conocer sus acciones en virtud de una doble intencionalidad, donde la primera persigue una retribución en materia de opinión pública; mientras que la segunda es una forma de incentivo para el mundo empresarial chileno para que desarrolle la inversión social.

La característica central en el desarrollo de la formulación de RSE es que en ella conviven distintas lógicas de acción en su implementación, las que determinan la forma como se adopta la RSE en una compañía. Estas lógicas son:

- a) Lógica cristiana⁴² de la caridad: Inspirada en el deber ser y suscrita a un código moral de formación religiosa.
- b) La lógica de marketing: La RSE es vista como una manera de aumentar el valor marginal del producto, como una estrategia de venta y fidelización del cliente. Esta lógica releva de la RSE las virtudes económicas en términos de competitividad en el mercado.

⁴² Al respecto cabe señalar que para el año 1992 (último censo del que se posee actualmente información estadística); sobre el 76% de la población chilena se declara católica, siendo los grupos pertenecientes a la clase alta chilena los que masivamente adscriben a movimientos católicos tales como el Opus Dei, Shöenstat, Legionarios de Cristo, entre otros.

- c) **Lógica del aporte a la comunidad:** Las acciones de RSE llevadas a cabo por la empresa obedecen a una visión de redistribución del capital, donde la empresa al contar con excedente de ganancias actúa como un redistribuidor a través de políticas de apoyo al desarrollo social en diversos ámbitos. Esta lógica busca un aumento en el acceso a la igualdad de oportunidades de la comunidad en general. Por esto las acciones comprendidas desde ésta lógica son generalmente proyectos en el área de apoyo a la educación y el acceso a nuevas tecnologías, principalmente educativas.
- d) **Lógica estratégica:** Las acciones que se realizan en el ámbito de RSE, se enmarcan en un plan estratégico de la empresa, el cual es innovativo y responde a una planificación por parte de éste. Esta lógica responde a una necesidad generada por la opinión pública y los mercados internacionales, que bien puede interpretarse como una adopción pasajera ya que podría cambiar en unos años mas, por otro concepto y acción. En este sentido, esta lógica se caracteriza por ser mas reactiva.

- **Estrategia Formal**

Este nivel corresponde a aquella estrategia internalizada en la empresa y es llevada a cabo de manera formal en tres ámbitos:

- a) *Acciones en la cadena del negocio:* se refiere a la influencia económica que la empresa tiene en los miembros de su cadena, tales como su impacto en los proveedores, contratistas y clientes;
- b) *Políticas y prácticas de negocio básicas:* estas serían las operaciones que afectan a cada uno de los “stakeholders” (clientes, consumidores y empleados, etc.), y
- c) *Involucramiento con la comunidad:* tales como aquellas contribuciones que se llevan a cabo a través de la asociación con organizaciones comunitarias y caritativas.⁴³

En este nivel, la profesionalización de la política de RSE es una característica fundamental, desde al ámbito de las donaciones así como en la dirección de los programas. La RSE pasa a ser un área más del negocio, con tanta importancia como la estrategia de marketing o su contabilidad.

Hasta el momento no se observa ninguna empresa chilena que se encuentre desarrollando este tipo de estrategia, sin embargo se observan empresas que avanza n en esta línea y que tienen dentro de sus propósitos crear una estrategia formal de RSE. Para lograrlo, incorporan la RSE dentro de sus planes estratégicos, otorgándole áreas definidas tanto en términos presupuestarios como de recursos humanos.⁴⁴

Se puede señalar que las grandes empresas chilenas se encuentran en su gran mayoría en la etapa de formalización estratégica con la convivencia de varias de las lógicas descritas anteriormente en sus acciones y políticas.

⁴³ Este modelo corresponde al “London Benchmarking Group Model” En Logan, D., Truffey, M. (1999): “*Companies in communities*”. Charities Aid Foundation. Londres. Pág. 11.

⁴⁴ Teixidó, S. Chavarri, R. Castro, A. (2001) Op. Cit. Pag. 14.

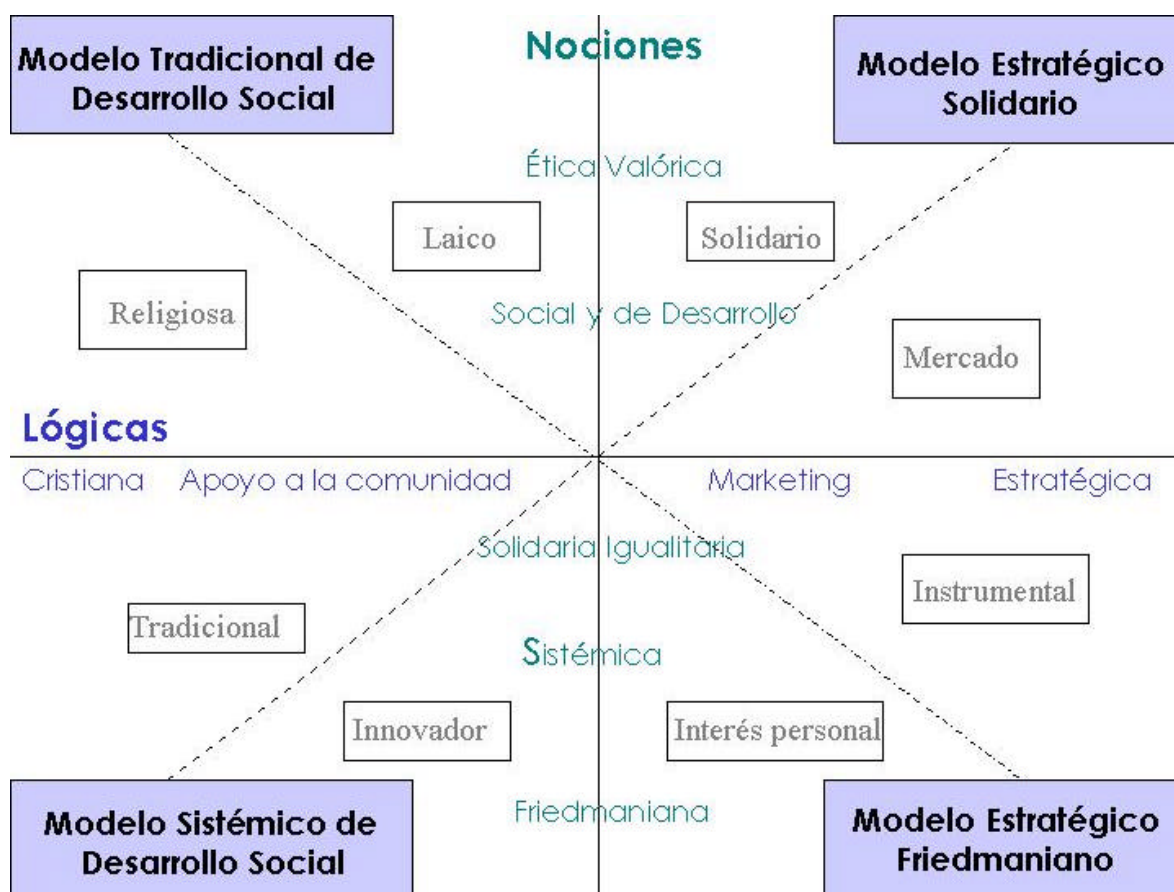
Se evidencia, en algunos casos, la fuerte presencia de acciones asociadas a la estrategia emergente especialmente en el establecimiento de relaciones desde los altos mandos de la empresa y su comunidad interna y externa. La racionalidad propia de dicha estrategia, asociada al deber del patrón con su empleado, no es solo en términos económicos sino como una responsabilidad de “guiarlo”, al ser este una persona dotada con mayor ventura y fortuna, aparece en algunas empresas de rasgos altamente tradicionales.

3.- Propuesta de una Matriz de Análisis de Implementación de la RSE

El diseño de modelos de implementación en términos de tipos ideales, obedece a un doble objetivo: por un lado, permite un análisis estructural funcional de las diversas variables que inciden en la adopción de políticas de RSE. Estas políticas darán cuenta de realidades culturales y económicas particulares para las distintas empresas. Por otro lado, permite la utilización de estos modelos en estudios comparados que puedan ser utilizados en Chile como en otros países. Estudios que son imposibles de realizar sin contar con tipologías que permitan reducir el nivel de complejidad que existe en las diversas culturas.

Para la elaboración de este modelo se cruzó el concepto de RSE que se posee al interior de la empresa, con las lógicas existentes dentro de la estrategia emergente. Esto, porque tal como se señaló anteriormente, es el nivel que prima en los casos estudiados. Es posible agregar que lo mismo se evidencia en otras empresas locales.

MATRIZ DE ANÁLISIS



- **Modelo Tradicional de Desarrollo Social**

El modelo tradicional de desarrollo social se encuentra cerca del nivel de estrategia emergente. Prima la lógica cristiana de la caridad y la de desarrollo social por un lado, las nociones éticas valóricas, social y desarrollo e igualitarias, por otro. En este modelo, conviven lógicas tradicionales de relación con la comunidad interna y externa de la empresa, así como visiones en las que predomina un fin de igualdad social y acceso a las oportunidades.

Este modelo presenta dos polos diferentes, por un lado se encuentra el polo *ético religioso*, en el cual la lógica cristiana de la caridad es la que domina posibilitando la existencia de una manera tradicional cuando se adoptan políticas de RSE, tanto en las temáticas en las que decide invertir la empresa como en la forma como se establecen las relaciones con sus trabajadores y comunidad. En este sentido hay una inclinación a apoyar iniciativas inspiradas en valores cristianos, así como incentivar el desarrollo de sus trabajadores en áreas tradicionales, tales como educación para sus hijos y actividades de recreación para las señoras de estos.

El otro polo de este modelo tradicional de desarrollo social, es el polo *laico*, el cual plantea una visión tradicional de desarrollo en el que la empresa desde una visión ética valórica (pero no necesariamente cristiana) impulsa actividades que vayan en pos de aumentar la igualdad social, el acceso a oportunidades y especialmente el apoyo a la comunidad en torno a la empresa. Estas acciones se inscriben principalmente en acciones de apoyo a la educación y bienestar de los trabajadores de la empresa extendiéndose dichos beneficios a sus familias.

Para este modelo la RSE interna es en ambos polos el área principal de acción, predominando iniciativas de seguridad social para los empleados, accesos a créditos de vivienda, salud integral, apoyo a la educación de sus hijos, capacitación y recreación para ellos y sus familias.

- **Modelo Sistémico de Desarrollo Social**

El modelo sistémico de desarrollo social tiene como característica el ser innovador en la visión del rol de la empresa. El foco sigue siendo el desarrollo social, pero ahora desde una óptica más humanista poniendo énfasis en la igualdad en los accesos a las oportunidades y en los contenidos del desarrollo humano sostenible.

En este modelo prima la visión de la empresa como un actor importante dentro de la sociedad, donde las acciones y políticas que la empresa tome no son direccionales hacia un público beneficiario, sino hacia la sociedad desde una visión integral o sistémica.

En este modelo, la empresa busca la inserción armoniosa con su comunidad, desde la perspectiva del desarrollo social pero sin un componente religioso. Esta característica provoca el involucramiento de la empresa en temas innovadores y de avanzada, vemos

acciones orientadas a la cultura, la promoción de nuevas formas culturales y artísticas, el bienestar de la comunidad en general a través de políticas en el ámbito de la recreación, salud, educación, etc. También posee una búsqueda de la diversidad e integración de grupos étnicos, etarios y de género marginados.

En este modelo se encuentran también empresas con iniciativas en temas vinculados al medioambiente y al desarrollo tecnológico, buscando formulas innovadoras para subir los estándares ambientales del país. Otra temática tiene que ver con el uso de la tecnología como un mecanismo para ampliar las oportunidades de acceso, generando formas de capacitación a los empleados vía internet por ejemplo.

En este modelo también se encuentran dos polos de acción, el polo *tradicional sistémico de desarrollo social*, el cual dentro de la visión sistémica las temáticas que aborda la empresa son más tradicionales y por ende menos vanguardista, sin embargo se inserta en una concepción que reconoce un nuevo rol para la empresa.

El otro polo, es el *innovador sistémico de desarrollo social*, el cual presenta acciones innovadoras y vanguardistas, no solo en la adopción de temáticas nuevas sino que también en la implementación de formas innovadoras de temas tradicionales como en el campo de la educación o capacitación. Este polo se caracteriza por tener fuertes influencias de conglomerados extranjeros que introducen una visión nueva en la lógica de la relación de la empresa con la comunidad. Este es el caso de las grandes compañías mineras, forestales o empresas que son parte de grandes holdings internacionales con una vasta trayectoria de RSE en el mundo.

- **Modelo Estratégico Solidario**

Este modelo se caracteriza por tener presente dos componentes fundamentales, la visión estratégica de la RSE, altamente ligada al marketing, denominada por aspectos coyunturales de la lógica estratégica, esto quiere decir, que la RSE es vista como una necesidad de mercado en el ámbito de la globalización. El otro componente dice relación con una visión solidaria de la sociedad, donde la empresa puede aportar a mejorar la condición social de su comunidad adyacente.

En este modelo predominan acciones orientadas preferentemente hacia los consumidores de los productos que la empresa ofrece. En este sentido, son los consumidores los principales beneficiarios de la RSE ya que a través de estos se extienden las compañías de beneficio público.

En este modelo es donde se encuentra la menor presencia de acciones de RSE interna, siendo esta dimensión un área que no se considera cuando se habla de RSE. Los ámbitos referentes a los trabajadores siguen siendo abordados desde una óptica de recursos humanos.

Existen también dos polos de desarrollo de las prácticas de RSE en este modelo, por una parte, el *polo solidario*, que tiene su énfasis en el apoyo a la comunidad, principalmente a

través de sus consumidores ampliando las posibilidades de acceso a las oportunidades. Esto se puede ver explicitado en aquellas iniciativas en áreas tradicionales de acción de la empresa, como la educación, apoyo a eventos culturales clásicos, infancia y auspicio a deportistas destacados, entre otros.

El otro polo es el *de mercado*, en él priman las acciones referidas a marketing preferentemente. En este ámbito la RSE de la empresa se ve principalmente a través de auspicios y participación en eventos que influyen directamente en su imagen corporativa.

- **Modelo Estratégico Friedmaniano**

Este modelo posee la característica de estar dominado por una racionalidad económica respecto de la RSE. En este modelo las acciones que desarrolla la empresa tienen una visión estratégica, fuertemente ligada a la noción friedmaniana, en la que su ámbito de interés y acción es totalmente autorreferido hacia sus trabajadores, accionistas, proveedores y distribuidores, así como a sus consumidores.

Este modelo se evidencia como una RSE basada en una lógica racional instrumental. La empresa tiene como único rol producir y obtener beneficios. Si la empresa deja de hacer su función principal contribuye, a crear distorsiones en el mercado. Las temáticas sociales no son parte del ámbito de la empresa. Aún más, su involucramiento puede ser negativo.

En este modelo, aunque no se encuentra en la actualidad representación en los estudios de casos, también aparecen dos polos que responden a una lógica obsoleta respecto del rol de la empresa. Este modelo se sustenta en el capitalismo clásico, no en el mercado globalizado actual. Estos polos son por un lado, el *polo instrumental*, en el que la empresa en caso de realizar algún tipo de acción lo hace en busca de razones estrategias única y exclusivamente ligadas a la publicidad y el aumento del valor marginal de su producto.

El otro polo es el de *interés personal*, en el cual la empresa puede realizar acciones de RSE, pero estas son llevadas a cabo a título personal de sus dueños o altos directivos, inscritas en una lógica de caridad, principalmente cristiana; sin involucrar a la empresa como una organización que puede contribuir en el desarrollo de iniciativas sociales, medioambientales o culturales.

V.- Conclusiones

- La RSE es la expresión de un fenómeno cultural que modifica el papel social y ético de la empresa. Es un concepto que se redefine según las necesidades de cada empresa y según los requerimientos de cada sociedad. En este contexto, pareciera que la comprensión o uso que cada una de las empresas le otorga a la Responsabilidad Social parece depender, en último término, del sector o rubro al cual está adscrita (servicios, recursos naturales, industrial-manufacturero o telecomunicaciones) y también al impacto que tiene su proyecto empresarial en la comunidad circundante, la lógica que impera en la implementación de sus políticas y el desarrollo y reflexión que se ha tenido sobre esta temática.
- Para el caso chileno se han identificado cuatro modelos de adopción de políticas de RSE en la empresa. La intención de generar un modelo es que este sea extrapolable a otras realidades para el análisis comparativo de la RSE. Es importante señalar que este no es un modelo acabado, sino una propuesta de modelo, que no agota en ningún caso la interpretación del fenómeno y está absolutamente abierto a la introducción de nuevos elementos que puedan aumentar la capacidad heurística de él.
- Tomando la propuesta de modelos, para el caso chileno podemos señalar que según las investigaciones citadas llevadas a cabo por Fundación PROhumana, la gran mayoría de las grandes y medianas empresas chilenas se encuentran principalmente en el modelo tradicional de desarrollo social y en el sistémico de desarrollo social. También se identificaron empresas que transitaban por el modelo estratégico solidario, pero se debe reconocer que de las empresas analizadas estos casos fueron los menos. Cabe señalar también que no se encontró presencia de empresas insertas en el modelo estratégico friedmaniano.
- Una vez realizado el diagnóstico de esta situación pareciera necesario plantear los desafíos que enfrenta la RSE chilena en pos de avanzar hacia una relación de cooperación trisectorial que sea beneficiosa para la sociedad en su conjunto. Para la realización de estas conclusiones se toma en cuenta el modelo presentado, así como las conclusiones del Estudio de Caso de Teixidó, Chavarri y Castro (2002).⁴⁵
- Las empresas en Chile deben ser consideradas como un universo muy heterogéneo al igual que otro tipo de organizaciones de la sociedad. Las empresas en Chile aún están sujetas a un “modus operandi” que tiene que ver con la cultura empresarial local y las sub culturas que existen en su interior, lo cual genera tensiones de visión y objetivos estratégicos que se requieren para impulsar la RSE.

⁴⁵ Teixidó, S. Chavarri, R. Castro, A. (2002). Op. Cit.

- Cabe señalar que para la óptima adopción de estrategias de RSE por parte de las empresas en cualquier parte del mundo, existe una serie de requisitos básicos que aseguren su implementación exitosa. Requisitos como respeto al derecho sobre la propiedad, confianza, ausencia de corrupción, transparencia, responsabilidad gubernamental, educación, incentivos tributarios para la inversión social privada, equidad distributiva y protección del medio ambiente.
- Con respecto a la gestión que se realiza de la RSE, para algunas empresas queda explicitada en sus objetivos estratégicos, y para otras su dilatada práctica de donaciones las ha llevado a una forma propia de relación con sus comunidad. En este sentido, se señala que las empresas deben aprender cómo gestionar socialmente cualquier iniciativa que implementen o ejecuten, ya sea individualmente o a través de alianzas con otros. En este contexto, resulta fundamental que la empresa cuente con objetivos claros respecto de lo que espera de sus planes de RSE, así como cierta legitimidad en el medio en el que se inserta. Además de conocer y profundizar más sobre la Responsabilidad Social Interna en las empresas para nutrir los planes existentes en la actualidad.
- En el ámbito externo de la RSE, existe el reconocimiento de que las acciones de RSE posibilitan aumentar el valor a la marca y contribuyen a una mayor fidelización del cliente, alcanzando mejores niveles de legitimación de la empresa en la sociedad y así contribuir de una mejor manera con el desarrollo social del país.
- Cabe destacar que los temas de educación y de cultura son predominantes en los proyectos identificados, seguidos por temas vinculados al medioambiente y desarrollo social. Sobre este fenómeno habría que considerar que la legislación chilena posee leyes que estimulan la donación en estas dos áreas, ofreciendo una reducción de los impuestos de la empresa frente al fisco. En este contexto, estaría siendo en Chile más rentable invertir en educación y cultura que en otro tipo de programas sociales.
- Un obstáculo que es común a todas las empresas que se analizaron en el estudio, dice relación con los problemas que ellas tienen para poner en los medios de comunicación los temas que desarrollan en el ámbito de la RSE Externa. Estas empresas tienen poca claridad de cómo revertir la relación que tienen con los medios. Esto porque siempre se generan suspicacias en algunos sectores de la comunidad cuando la empresa desarrolla alguna iniciativa o realiza algún aporte social y este aparece en los medios de comunicación. Es preciso que las empresas revisen las modalidades que están utilizando en materias de estrategias comunicacionales al interior y exterior de las empresas.

- Respecto a lo anterior se evidencia una ausencia por parte de los directorios y accionistas en el diseño e implementación de los programas y/o proyectos de RSE, por esta razón en algunas empresas no se puede avanzar de manera más expedita. Frente a esta situación, se plantea que el desafío de la Responsabilidad Social Empresarial está en la aplicación de los principios de una ética aplicada en el sistema económico, en la organización y en el papel de los individuos que participan en la empresa. Pareciera que, junto al tema del rol del Estado en la RSE, y las políticas públicas privadas, el tema ético de la empresa es el rubro que debe tomar la investigación en torno a la RSE en Latinoamérica hoy.
- Por último, cabe advertir que la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y las perspectivas que puede tener la propuesta de una matriz de análisis de implementación de políticas de Responsabilidad Social en las empresas deja sentadas las bases para el desarrollo de investigación que se focaliza en dar contenido, identificar tendencias y dar orientaciones del fenómeno de la RSE y sus implicancias para el desarrollo de sociedades más humanas y sustentables.

VI.-Bibliografía Utilizada

Angel, J.A. Jaramillo, C. (1996): “*Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: Resultados de una Investigación*”, En Toro, O. L. Rey, G., Eds. “*Empresa privada y Responsabilidad Social*”. Impreandes. Santa Fé de Bogotá.

Carnegie, A. (1993): “*The Gospel of Wealth*”, Essay of Philanthropy. Indiana University, Center on Philadelphia.

CMPC (2000): “*CMPC Tradición y Futuro, ochenta años de una gran empresa*”. Documento Institucional.

Comisión de las Comunidades Europeas (2001): “*Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*”, Bruselas.

Cortina, A (1994): “*Ética de la empresa, claves para una nueva cultura empresarial*” Editorial Trotta, Madrid, España.

Fundación PROhumana, PNUD Chile. (2000) “*Responsabilidad Social Empresarial en Chile*”. Serie Políticas Públicas: Mesas de Trabajo. Santiago de Chile. Marzo-Septiembre.

Fundación PROhumana, PNUD Chile. (2002) “*Los Chilenos Opinan: Responsabilidad Social de las Empresas. Análisis de la encuesta MORI sobre Responsabilidad Social Corporativa*”. Serie Políticas Públicas: Informe de Encuestas, Santiago de Chile, Abril.

Instituto Libertad y Desarrollo – CIEDES. (2000): “*El aporte privado al desarrollo social en Chile*”. Santiago de Chile.

Llano, A. (1988): “*La nueva sensibilidad*”. Editorial Alianza. Madrid.

Logan, D., Truffey, M. (1999): “*Companies in communities*”. Charities Aid Foundation. Londres.

Lozano, J. (1999): “*Ética y empresa*”. Editorial Trotta, S.A. Madrid.

Morris, T. (1997): “*Si Aristóteles dirigiera General Motors. Un nuevo enfoque ético de la vida empresarial*” Barcelona, España.

Reis, T. (1999): “*Unleashing New Resources and Entrepreneurship for the Common Good: A scan, Synthesis, and Scenario for Action*”. Manuscrito. W.K.Kellogg Foundation. Enero.

Roitter, M. (1996): “*La razón de las empresas. Una investigación sobre los vínculos entre empresa y sociedad en Argentina*”, Documento N°115. CEDES, Buenos Aires.

Teixidó, S. Chavarri, R. (1999): “*La Acción Filantrópica como un Elemento de la Responsabilidad Social: El Caso Chileno*”. Ediciones PROhumana, Santiago, Chile.

Teixidó, S. Chavarri, R. (2000). *“Filantropía y Responsabilidad Social en Chile”* Documento presentado en el congreso internacional LASA, EEUU.

Teixidó, S. Chavarri, R. Castro, A. (2001): “Responsabilidad Social Empresarial: Innovación y Desafíos” presentados en el III encuentro ISTR-LAC “Perspectivas latinoamericanas sobre el tercer sector” Buenos Aires, Argentina.

Teixidó, S. Chavarri, R. Castro, A. (2001): “Responsabilidad Social: 12 Casos Empresariales en Chile”. Ediciones PROhumana, Santiago. Chile.

Thompson, A. (1998): *“Una visión sistémica sobre la responsabilidad social empresarial: Notas sobre una conferencia”*. Manuscrito.

Toro, O.L. (1997): *“Rentabilidad empresarial y responsabilidad social: de la teoría a la práctica”*. Centro Colombiano de Filantropía. Santafé de Bogotá.

WBCSD, (2002): *“El caso empresarial para el desarrollo sostenible”*. Paper bajado de la página web del World Business Council for Sustainable Development, www.wbcsd.org.

Páginas Web

www.unglobalcompact.org

www.wbcsd.org

Indice

I. Introducción.....	Pág. 2
II. Antecedentes Generales.....	Pag. 3
III. Aspectos Teóricos.....	Pag. 4
1) El Devenir del Concepto de Responsabilidad Social Empresarial.....	Pag. 4
2) Tendencias y Acciones Globales.....	Pag. 8
3) Aproximación al concepto de Responsabilidad Social Empresarial en Chile...	Pag. 9
IV. Análisis.....	Pag. 12
1) Concepto de Responsabilidad Social Empresarial.....	Pag. 12
2) Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.....	Pag. 15
3) Propuesta de una Matriz de Análisis de implementación de la RSE.....	Pag. 20
V. Conclusiones.....	Pag. 24
VI. Bibliografía.....	Pag. 27