

VI Jornadas de Sociología - Diciembre 2010
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
Universidad Nacional de La Plata
Autora: Mariana Belén Cafiero (IdIHCS- UNLP/CONICET)
belecaf@yahoo.com.ar

Una aproximación a la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina.

Caracterización de las prácticas de intervención social de las empresas adherentes al Pacto Global para el período 2008-2009.

En este trabajo nos proponemos hacer una aproximación a las prácticas de Responsabilidad Social Empresaria (el adelante, RSE) llevadas adelante en Argentina por las grandes empresas suscriptas al Pacto Global (ONU) para el período 2008-2009. Fundamentalmente, nos interesa dar cuenta de la naturaleza de la intervención de las empresas en lo social. Para esto en primer lugar revisaremos el concepto de RSE, incluyendo las diferentes visiones acerca del mismo, y pensaremos el rol del Pacto Global como marco de referencia institucional de estas prácticas. En una segunda instancia, haremos una aproximación a las modalidades que adopta la RSE en Argentina analizando, entre otras cosas, las áreas de intervención, los tipos de contribución y las alianzas con otros actores (tales como ONGs, fundaciones, universidades y sector público entre otros).

1. ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresaria?

Las empresas han adquirido a lo largo de las pasadas décadas un rol fundamental en la vida social, convirtiéndose en un actor social central. Como tema de investigación en el campo de las ciencias sociales, el estudio de la RSE es un tema novedoso, pero fundamental para comprender más ampliamente las transformaciones en los roles de las empresas con respecto a la vida social en una sociedad que transitó de la preeminencia de lo público a la de lo privado (Roitter y Camerlo 2005). El concepto de RSE denomina una forma de vinculación entre empresa y sociedad.

Podríamos empezar definiendo la RSE como un conjunto de prácticas, sustentadas en un discurso, de intervención de las empresas en la esfera social que es presentada a la sociedad como persiguiendo el objetivo general de reconocer y tomar responsabilidad por el impacto social y ambiental que originan a través de sus actividades en diferentes dimensiones, entre

ellas, el impacto sobre el medio ambiente y las localidades donde se asientan, cuestiones relativas a las condiciones de trabajo y aspectos éticos del comportamiento de la empresa. Es una práctica de tipo voluntaria que en general es realizada por grandes empresas (especialmente multinacionales) y que adopta distintos enfoques de acuerdo a los diferentes contextos histórico-culturales donde se desarrolla (Roitter y Camerlo 2005). Las empresas no están solas en estas acciones, sino que generalmente en su abordaje interviene una trama más amplia de actores, tales como ONGs, fundaciones, redes y organizaciones cuyo objeto es el desarrollo y fortalecimiento de la RSE y universidades.

Si bien la RSE aparece como un concepto novedoso, claro está que las relaciones entre empresa y sociedad no comenzaron con ella. Sus raíces incluso pueden rastrearse en la filantropía que los patrones industriales encaraban en los albores de la industrialización como respuesta al pauperismo, la cuestión social que instalaba el nuevo modo de producción. Esta intervención estaba avalada por un enfoque liberal, donde las elites asumieron un rol tutelar desarrollando la filantropía como una política de beneficencia sin la intervención del Estado (Castel 1997).

En los tiempos del capitalismo globalizado, la RSE como nueva faceta de esta relación apunta principalmente en sus desarrollos conceptuales a despegarse de la noción de filantropía. En cambio, se propone como base para la intervención social el modelo *stakeholder*, que comenzó a desarrollarse en la década del '80. Este enfoque representó un giro importante en la noción de responsabilidad de las empresas, que hasta ese momento había estado ligada principalmente a la idea de que las empresa sólo eran responsable, y en términos financieros, ante sus *shareholders* (sus accionistas) (Vargas Niello 2006: 16). Durante la década de los '70, el enfoque *shareholder* fue el sustento principal a la crítica neoliberal al concepto de RSE¹. Por el contrario, este modelo alternativo supone que empresas y sociedad están interrelacionados a través de los grupos de *stakeholders*, que por definición abarcan a "cualquier individuo o grupo que puede afectar o es afectado por el logro de los objetivos de la empresa" (Paladino y Mohan 2002: 10). Según este enfoque, los intereses de los *stakeholders*, de cualquier tipo que sean, deben estar incorporados a la empresa. Hay *stakeholders* primarios, como los empleados, accionistas, inversores, clientes y proveedores, y

¹ El mayor exponente de esta crítica fue Milton Friedman (1970), quien señalaba titulando su famoso artículo, que "la responsabilidad social de las empresas es incrementar sus ganancias", en el sentido de que la empresa sólo debe ajustarse a obtener sus mayores beneficios y el mercado hará el resto. De lo contrario, se produce una situación de ineficiencia, donde "el hombre de negocios, auto-seleccionado o señalado directa o indirectamente por los accionistas, es llamado a ser simultáneamente legislador, ejecutivo y jurista. Es él quien decidirá a quién imponer impuestos, por qué monto y con qué propósito, y es él quien dispondrá de lo recaudado- todo esto guiado solamente por exhortaciones generales que le llegan <<desde arriba>>, para contener la inflación, mejorar el ambiente, luchar contra la pobreza, etcétera" (traducción propia) (Friedman, 1970).

stakeholders públicos o secundarios, que involucran los gobiernos y comunidades, que son los que proporcionan los mercados, la infraestructura, además del marco legal que la empresa debe respetar. En base a esta teoría se construyó el concepto según el cual la comunidad, como *stakeholder* secundario, tiene el poder de otorgar o no a las empresas la posibilidad, o la “licencia”, para operar (Fuertes, Goyburu y Kosakof 2006: 7). Hay otras dos áreas que se incluyen entre los *stakeholders* secundarios: por un lado los medios de medios de comunicación, que al tener la posibilidad de influir sobre la opinión pública tienen incidencia en las empresas, y, por otro lado, el medio ambiente.

La adopción de este enfoque en términos de RSE había estado relacionada a una estrategia filantrópica y a marketing “orientado a causas”, pero en la década de los ‘90, la escalada de los movimientos de oposición a la globalización, y los efectos en la opinión pública de casos como los de Royal Dutch Shell y Nike², reavivaron el debate que esta vez giró en torno a otros temas, como la performance social de las corporaciones, el desarrollo sustentable, el green marketing, la teoría de la ciudadanía corporativa y la perspectiva ética de los negocios (May, Cheney y Roper 2007).

En Argentina, la RSE como intento de diferenciación de la filantropía empresaria se inició durante la década del ‘90, al compás de los cambios en la forma de vinculación entre lo privado y lo público y la creciente relevancia que adquirieron las empresas como consecuencia de la privatización, la apertura y la desregulación (Roitter y Camerlo 2005: 4). Fundamentalmente, la instalación del capital transnacional introdujo nuevas pautas en el comportamiento de las empresas (Vargas Niello 2006: 25). Para Roitter y Camerlo (2005: 5), “estos procesos de globalización, que con sus particularidades específicas se verificaron en toda América Latina, expresan no sólo un cambio muy notorio en la configuración de los actores sociales y en sus modos de relacionarse con la sociedad, sino también transformaciones culturales, entre ellas, la introducción de un enfoque sobre la ‘responsabilidad social de las empresas’ y el inicio de una discusión más intensa sobre las diversas dimensiones y alcances de ésta”.

En el análisis de las prácticas de RSE, tanto desde las ciencias sociales como desde otras disciplinas, hay en líneas generales dos visiones divergentes. Una primera visión, de la que

² Durante la década de los ‘90, los movimientos contra corporaciones obtuvieron grandes resonancias en la opinión pública, especialmente en los casos contra dos grandes compañías. En primer lugar, su oposición a la compañía Nike por los abusos en las condiciones de trabajo que imponía en sus plantas de producción en el Tercer mundo, especialmente en países del sudeste asiático (Knight 2007), y en segundo lugar, dos casos asociados a la empresa Royal Ducht Shell: por un lado, las protestas de Greenpeace que llevaron a la compañía a abortar el plan de hundir la plataforma Brent Spar, ya obsoleta, en el Océano Atlántico; por otro lado, la acusación de complicidad con el gobierno de Nigeria en 1994 en la ejecución de Ken Saro-Wiva, un activista que luchó contra los daños de la actividad petrolera en la población ogoni en Nigeria (Shamir 2004).

participan los organismos multilaterales, las empresas y las asociaciones de la sociedad civil vinculadas al desarrollo de la RSE, sostiene que las empresas tienen una importancia indiscutible en el mundo globalizado por ser actores con una capacidad de acción que trasciende a la de los Estados. Las empresas no sólo se responsabilizan por las externalidades de sus acciones sino que lideran un proceso de cambio hacia un desarrollo sostenible, económica, ambiental y socialmente, con el pretendido objetivo de corregir los resultados injustos y adversos que ha producido la globalización. En esta intervención, se plantea una relación no conflictiva entre la sociedad, el Estados y las empresas³. Esta visión además tiene una inflexión particular en América Latina, donde la intervención de las empresas es fundamentada en falencias atribuidas al Estado para revertir el deterioro social y económico en estos países. Esto conduce a diferentes modalidades de intervención, cuyo foco de atención son principalmente los ámbitos de la educación, el desarrollo local y la salud.

Hay por otro lado una visión crítica sobre la RSE, que tiende a considerarla parte de estrategias más amplias de las empresas y los organismos que las avalan, como parte integrante de la matriz de *gobernanza neoliberal* (Santos 2007). A través del cuestionamiento a la legitimidad de las empresas a la hora de intervenir en problemas sociales, esta visión representa una crítica más amplia a la globalización neoliberal. Bajo la idea engañosa de la RSE se ocultarían tanto el intento de autorregulación de las empresas frente a las demandas sociales por mayor regulación, como la voluntad de expandir la racionalidad del mercado y el poder privado a nuevos campos sociales⁴.

En Argentina, la gran mayoría del material académico que se produce sobre RSE se desarrolla en la línea de la primera visión. Por ejemplo, con respecto al surgimiento de la RSE, Bernardo Kilksberg (2009) señala que las fuerzas sociales *exigieron* a las empresas que tomen responsabilidad por sus decisiones y que trasciendan su rol como generadoras de ganancias para atender a las demandas de la sociedad. En este sentido, el autor considera que los ciudadanos piden RSE y al hacer esto, demandan a las empresas que respeten los derechos de sus trabajadores, sean transparentes en su gobierno corporativo y hacia los consumidores, cuiden del medio ambiente, y se *integren a los grandes temas que hacen al bienestar común* interviniendo en las políticas públicas en alianza con el Estado y la sociedad civil.

En términos de la relación Estado – empresas- sociedad civil, la lógica que siguen los analistas es una sociedad civil desprotegida por un Estado cuyas ineficiencias van a venir a

³ Entre los principales exponentes de esta visión se encuentran Ruggie (2008), Cadbury (2006) y Moon Vogel (2008).

⁴ Véase, entre otros, Rowe (2005), Shamir (2008), Santos (2007) y Levy y Kaplan (2008).

cubrir las empresas con sus acciones de RSE. Esta es para Paladino y Mohan (2002: 82) la razón y la motivación por la cual en las pasadas décadas las empresas incrementaron su participación: “en Argentina, el rol del gobierno como uno de los agentes para integrar asociaciones de RSE, es casi inexistente. El ausentismo del gobierno, la corrupción y su falta de eficiencia para manejar cuestiones sociales son de tal magnitud, que han generado una reacción por parte del sector empresario queriendo compensar ese ausentismo del Estado”. Así también en su explicación del surgimiento histórico de la RSE en la escena nacional, aunque señalan la incidencia que tuvo el cambio de la composición del capital que produjeron las privatizaciones como una vía de incorporación de prácticas que se desarrollaban en países centrales, estos autores ponen como foco de atención la crisis económica y social que tuvo lugar entre mediados y finales de la década de los ‘90 como el disparador de esta nueva relación entre empresas y comunidad (2002: 33).

Aunque enfatizando la importancia de rehabilitar su rol en las cuestiones sociales, también según Alberto Willi (2009: 7) el hecho de que el Estado haya estado ausente modeló el tipo de RSE que se realiza en Argentina, cuyo foco de atención son principalmente los ámbitos de la salud y la educación, en lugar del ámbito de la cultura como sucede en países avanzados.

Otra característica que adquiere en enfoque del análisis de la RSE en el plano nacional es el énfasis en el rol de los directivos y la alta gerencia empresaria. Para Patricia Debeljuh, Marcelo Paladino y Paola Del Bosco (2005), la empresa y sus líderes tienen un lugar fundamental en la sociedad, que excede el rol de la creación de valor económico. Las empresas y los empresarios son modeladores de la cultura de la sociedad, que “percibe a los dirigentes de empresas como líderes” (2005: 10). Se espera de la empresa que “a través de la actividad que le es propia, asuma un papel protagónico en la construcción de la sociedad” (2005: 11).

Para estos autores, las prácticas de RSE de la empresa están en gran medida determinadas por las actitudes, creencias y valores de sus directivos. El buen comportamiento de la empresa surge directamente del buen comportamiento de los directivos, y como base de este buen comportamiento los autores proponen el concepto de *integridad*: “la experiencia demuestra que no basta con que en el nivel directivo se propongan determinadas metas buenas, algunos valores-guía, ciertas prácticas favorables al ambiente y a la sociedad. Es necesario, además, que todas estas determinaciones surjan de una condición interior de las personas –que por reflejo también se convierte en un atributo de la institución-, que permita darle a cada proyecto, a cada decisión, a cada acción, un sello distintivo. Se trata de que en el centro de las personas y de las empresas se encuentre la condición de la *integridad*” (2005: 11-12). Por

integridad, los autores remiten a la capacidad de una persona de garantizar que en toda situación concreta privilegiará en sus decisiones el bien por encima de cualquier beneficio personal. En términos sociales, el bien común remite todo aquello que contribuye al común desarrollo humano, atendiendo para esto a las condiciones de vida social de las personas que integran la sociedad (2005: 14).

Como vemos, la integridad personal puede trasladarse a la vida de la empresa, y en este sentido, la responsabilidad social empresaria (así como los códigos de conducta y la búsqueda de la calidad) es una técnica de dirección de las empresas que permite alcanzarla (2005: 26). Existiría una vinculación directa entre la aplicación de estas técnicas y la consecución de un comportamiento íntegro: “el concepto de RSE apunta a generar un nuevo concepto de la rentabilidad de la empresa y tiene que ver con una visión de más largo plazo que incorpora la ética en los procesos de toma de decisiones y el respeto a las personas, aspectos íntimamente relacionados con la *integridad* (...) Básicamente, su aporte se centra en asegurarse de que en la toma de decisiones no prime únicamente el criterio economicista (...) sino el de ayudar a conciliar los diversos intereses con el fin de incluir los criterios sociales y éticos” (2005: 29). En esta última cita podemos vislumbrar también cómo estas operaciones analíticas (no del todo justificadas) permiten dotar de ética, en este caso en términos de integridad, al comportamiento de las empresas sin necesidad de tomar en consideración los contenidos de las prácticas de RSE. Como reza el nuevo lema del Pacto Global, instituido por el actual Secretario General de las Naciones Unidas Ban Ki-Moon, “las prácticas de negocios enraizadas en valores universales pueden traer ganancias económicas y sociales” (OPGA).

2. Un marco institucional e internacional: el Pacto Global

Las prácticas de RSE en su versión actual surgieron como una forma de reaccionar ante las críticas sociales a las grandes empresas y al consenso neoliberal, cuyo punto álgido fue Seattle en 1999. Algunos defensores de la RSE señalan que las empresas tomaron conciencia de sus responsabilidades a raíz de la fuerte presión social, aunque nosotros nos inclinamos más por pensar que esta reacción está acorde a un patrón propio del capitalismo, que describen Boltanski y Chiapello: “cuando el capitalismo se ve obligado a responder a los puntos destacados por la crítica para tratar de apaciguarla y para conservar la adhesión de sus tropas –que corren el peligro de prestar atención a las denuncias de la crítica-, *procede en esa misma operación a incorporar en su seno una parte de los valores en nombre de los cuales es criticado*” (2002: 73).

Podría pensarse al Pacto Global, lanzado luego del Foro de Davos de 1999, como parte de esta reacción del capitalismo. La visión crítica de la RSE señala además otro interés por parte de las empresas en esta iniciativa, que al conformarse como una actividad voluntaria permitió consolidar la idea de la autorregulación frente a las demandas por mayor regulación vinculante.

Este pacto define un rango de principios que las empresas interesadas en ser socialmente responsables deben tender a cumplir. La orientación general del Pacto está acorde con los denominados *Objetivos del Milenio* de la ONU, aprobados en la Cumbre del Milenio del año 2000, que consisten entre otras cosas en “terminar con el hambre y la pobreza extrema; las enfermedades más graves para toda la humanidad; poner fin al analfabetismo; reducir drásticamente la mortalidad infantil; alcanzar la igualdad de género y proteger el medio ambiente entre otros objetivos” (OPGA 2004: 3). Argentina firmó su adhesión a estos principios en octubre de 2003.

Estos objetivos, y en consecuencia, los principios que integran el Pacto Global, se orientan según sus adherentes a solucionar los problemas generados por la globalización. Según el Documento elaborado con motivo de la adhesión de Argentina al Pacto Global, las empresas privadas que adhieren acuerdan en que desarrollar prácticas de RSE implica “apostar a un profundo cambio cultural que se manifieste en nuevas prácticas basadas en la ética y la responsabilidad social, tanto al interior de la empresa como en su relación con el medio (clientes, proveedores, comunidad, etc.). Las empresas constituyen, por su propia fuerza, un actor indispensable a la hora de pensar en estrategias que contribuyan al desarrollo de un país más sustentable e inclusivo. Cada vez más se requiere de su participación en el espacio público de una forma más proactiva y sinérgica para fortalecer la ciudadanía y la democracia” (OPGA 2004: 5). Actualmente, el Pacto Global tiene 248 adherentes, entre grandes empresas, pymes, universidades y otras instituciones académicas, ONGs, fundaciones y asociaciones de negocios.

La herramienta de seguimiento de las acciones de las empresas en cuanto al cumplimiento con el Pacto son las “Comunicaciones para el Progreso”, que son informes que las empresas deben presentar anualmente a Naciones Unidas donde describen las acciones realizadas y el avance en relación al cumplimiento de los diez principios. El antecedente de esta herramienta es la iniciativa de Global Reporting Initiative (GRI), organización creada 1997 en vinculación con el UNEP (United Nations Environment Programme) que aporta un marco para que las compañías reporten y divulguen las acciones que encaran con el fin de responsabilizarse por las consecuencias ambientales, sociales y económicas de su actividad. Actualmente, las

empresas deben dar cuenta en sus informes de diferentes dimensiones, como los derechos humanos, transparencia en el gobierno corporativo y lucha contra la corrupción, empleo y relaciones laborales, cuidado del medio ambiente, intereses de los consumidores, monitoreo y consulta a los grupos de interés (Cadbury 2006: 20 y Vargas Niello 2006: 17).

Los principios del Pacto Global empezaron siendo nueve, agrupados en tres campos, a los que recientemente se agregó un décimo. Todos giran en torno a la noción de derechos. En el campo de los *derechos humanos* los principios consisten en apoyarlos, respetarlos y no ser cómplices de abusos; en el campo de los *derechos laborales* se pide apoyar la libertad de asociación sindical, el derecho a la negociación colectiva, pero también abolir el trabajo forzoso, obligatorio y el trabajo infantil y eliminar la discriminación; y por último, en el *campo del medio ambiente*, se promueve apoyar un enfoque preventivo y desarrollar una producción responsable. El décimo principio, agregado recientemente, consiste en la eliminación de la corrupción e impulsa a las empresas a tomar medidas anticorrupción en relación a su personal y las empresas asociadas.

La puesta en práctica de estos principios a través de las acciones de RSE dan origen a un amplio campo de acciones, entre las cuales hay un área que adquiere gran importancia y que no está tan claramente delimitada como el resto: el área de *inversión social o desarrollo comunitario* (Correa, Flyn y Amit 2004: 18). Hay además, una línea que distingue este campo del resto, que es el hecho de prácticamente no involucrar ningún aspecto regulatorio en términos legales. Esto es, hay leyes en torno a las cuestiones laborales, ambientales, de transparencia, etc., que implican la formulación de un marco regulatorio frente al que las empresas deben ser responsables. En cambio las diversas contribuciones a la comunidad forman el costado más variable, puramente voluntario, del desempeño de las empresas, donde cada una determina qué grado de responsabilidad social están dispuestos a aceptar (Cadbury 2006: 12). Esta área presenta una continuidad con la filantropía empresaria, que ahora aparece bajo nuevas formas: en lugar de manejarse con donaciones directas de dinero recurre al aporte de bienes o servicios, al apoyo a proyectos específicos o a la vinculación comercial con la comunidad (esto es, dar preeminencia a la adquisición de bienes y servicios locales). Los temas sobre los cuales puede hacerse inversión social son diversos, y van desde salud, educación, hasta programas de desarrollo productivo. En este punto, se llama a la comunidad a su participación, que supone informar a la empresa acerca de necesidades y sus ideas acerca de qué forma deberían tomar las acciones tendientes a su satisfacción.

Aunque en los principios del Pacto Global este último campo no es mencionado explícitamente, la inversión social es uno de los puntos neurálgicos de la RSE, y esta

importancia está reflejada en lo que el Libro Verde de la Unión Europea (2002) entiende ella: “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con el entorno. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir a plenitud las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores” (Vargas Niello 2006: 17).

3. El Pacto Global en Argentina. Caracterización de la intervención social de las empresas.

Expuestos los principios que dan forma al Pacto Global, nuestra intención en este apartado es describir su funcionamiento en la práctica. Antes de comenzar la caracterización de la intervención social de las empresas cabe hacer ciertas aclaraciones metodológicas sobre algunos aspectos del trabajo. En primer lugar, es necesario aclarar que las prácticas de las empresas no son registradas por ningún organismo oficial, por ende, no se dispone de bases de datos públicas. Tampoco las oficinas del Pacto Global (ni a nivel internacional ni desde su Punto Focal en Argentina) disponen de datos estadísticos de libre acceso. En su lugar, recurrimos al análisis de las “Comunicaciones sobre el progreso” disponibles en el portal del Pacto Global (www.unglobalcompact.org), que aunque siguen algunos estándares comunes, tienen gran variabilidad en el registro de la información.

Como señalamos en el apartado anterior, el Pacto Global en Argentina cuenta con 248 adherentes. Para este trabajo, que apunta a caracterizar las prácticas de las empresas, solo fueron tenidos en cuenta los adherentes catalogados como compañías, esto es, grandes empresas (más de 250 empleados full-time). Se tomaron los informes de un total de 51 empresas⁵ de diversos tamaños y áreas productivas, cubriendo el total de empresas que reportaron en tiempo y forma al organismo. En relación a la temporalidad de las intervenciones, las empresas están obligadas a informar anualmente, sin embargo, cada una tiene su propia fecha de presentación de acuerdo a su fecha de ingreso al Pacto Global. Se decidió incluir los

⁵ Las empresas son: Acindar, Andreani, Arcor, Argenti Lemon, Autopistas del Sol, Autotransportes San Juan Mar del Plata S.A, Banco Galicia, Basso S.A., BBVA Banco Francés, Bodega Familia Zuccardi, Camuzzi Gas Pampeana y Gas del Sur, Cliba, DISAL S.A. Tersuave, Edea, Edenor, EDESE, Edesur, Edet, Endesa Costanera, EPEN, Establecimiento Las Marías, Fiat, Ford, Fresenius Medical Care, Gas Natural Ban, Grupo Sancor, GTC, INVAP, Ledesma, Linsler, Loma Negra, Los Grobo, Mastellone, Minera La Alumbraera, Minetti, Novartis, Pan American Energy, Refinería del Norte, Santander Río, Sesa Internacional, Siderca, Siemens, Taranto, Tecpetrol, Telecom, Telefónica, Transener, Transportadora Gas del Norte, Transportadora Gas del Sur, Unilever y Volkswagen.

últimos informes presentados que cubren actividades de los años 2008 y/o 2009. De todas maneras, aunque las empresas informen sobre diferentes períodos, siempre son éstos anuales. Como señalamos en el apartado anterior, las principales áreas que cubren estos informes son, en general, derechos humanos, transparencia en el gobierno corporativo y lucha contra la corrupción, empleo y relaciones laborales, aspectos sobre la calidad de los productos o servicios, intereses de los consumidores y proveedores, y cuidado del medio ambiente. Entre estas áreas, este trabajo se ocupa de las prácticas que tienen que ver con la *inversión social o desarrollo comunitario*, que muchas empresas incluyen bajo el título de derechos humanos aunque otros las informan en apartados independientes.

La unidad de análisis que tomaremos serán principalmente las prácticas de las empresas. El hecho de que estas sean de tan variado alcance, tanto territorial como temporal, en términos de cantidades y tipos de beneficiarios, áreas de intervención, entre otras, lleva a la imposibilidad de cuantificar las intervenciones de las empresas. Es decir, resulta metodológicamente incorrecto tomar medidas estadísticas sobre unidades de análisis cualitativamente muy diferentes (siguiendo este camino, podrían por ejemplo equipararse una jornada en la que se donan materiales usados a una institución educativa en particular, con la gestión continuada de una escuela propia). Es por eso que el objetivo de nuestro trabajo es una caracterización, a grandes rasgos, basadas en el análisis del contenido de los informes, de la intervención de las empresas en problemáticas sociales⁶.

Para contestar nuestra pregunta inicial, que giraba en torno a la indagación acerca de la naturaleza de la intervención de las empresas adherentes al Pacto Global en la esfera de lo social, deberíamos tener en cuenta distintas dimensiones del fenómeno. En primer lugar, los diferentes recortes dentro del área más general de lo social en las que contribuyen las empresas. En segundo lugar, especificar cuál es la modalidad de la intervención, prestando atención también al tipo de contribución específica que realizan, a las alianzas que establecen con otros actores para la realización de estas prácticas, la localización y continuidad de las prácticas. En tercer lugar, también nos interesaremos por la caracterización de los destinatarios de estas intervenciones.

⁶ Otra cuestión que presenta un desafío en el análisis es la dificultad de deslindar las actividades de RSE de las actividades más orientadas a la promoción y marketing de la empresa. En este sentido, aunque en el resto de los aspectos intentamos reflejar lo más fielmente posible lo que las empresas comunican, decidimos excluir algunas acciones que en los informes aparecen como RSE pero cuyo examen más exhaustivo las revela como acciones de marketing o publicidad.

Las prácticas de intervención social de las empresas pueden darse en distintas áreas, y a su vez, cada acción que en esta caracterización tomamos como una práctica puede apuntar a intervenir en distintas áreas a la vez. Las prácticas pueden subsumirse a las siguientes áreas⁷:

- Educación: contribuciones a la educación formal (en los niveles inicial, primario, secundario, terciario y/o universitario), a la educación informal y a la educación de personas con capacidades diferentes, tanto a partir de apoyo a escuelas como de dictado de cursos o contenidos, entre otros.
- Desarrollo local: contribuciones a los pequeños emprendimientos productivos de la población local, capacitación para el empleo, etc.
- Difusión: distribución de información, mediante publicaciones, jornadas, conferencias y charlas entre otros, acerca de distintos temas. Entre estos se destacan: educación en valores, seguridad vial, cuidado del medio ambiente, cuidado de la salud, infancia y RSE.
- Filantropía: donaciones de materiales nuevos o usados, dinero en efectivo, realización de colectas, acciones de caridad, que no forman parte de una acción de alcance más integral y que tiene como destinatarios sectores vulnerados de la población.
- Salud: contribuciones a hospitales u otras instituciones de la salud.
- Infancia y juventud vulnerada o excluida: acciones tendientes a promover los derechos de la infancia y juventud y mejorar la situación de aquellos excluidos o vulnerados.
- Arte / cultura local: acciones cuyo fin es promover el arte, desde la contribución a la enseñanza hasta la organización de concursos para artistas, y la cultura local.
- Deporte: contribuciones a entidades y eventos deportivos.
- Apoyo a la investigación académica: contribución a entidades académicas, proyectos de investigación, congresos, entre otros.
- Diálogo empresa-comunidad: articulación de espacios y canales para el diálogo entre la empresa y los actores de la comunidad.
- Diálogo empresa-gobierno: articulación de espacios y canales para el diálogo entre la empresa, las distintas instancias de gobierno y los actores de la comunidad, tendiendo a actuar las empresas como intermediarios de éstos últimos.
- Género: acciones tendientes a promover una mayor igualdad de género.

⁷ La clasificación de las prácticas sigue aquella que proponen las empresas, lo cual no implica que sostengamos las prácticas realizadas contribuyen efectivamente al fin que se proponen.

En líneas generales, el aporte de las empresas se desarrolla con fuerte énfasis en el ámbito de la educación, teniendo en segundo lugar gran importancia las intervenciones en el campo del desarrollo local, de la filantropía empresaria y la salud. Es destacable el lugar importante que ocupan las acciones de filantropía, muchas veces en contradicción con el rechazo que desde su discurso las empresas expresan hacia el viejo modelo de la filantropía empresaria. También ocupan un lugar de importancia las acciones de difusión, cuyas principales temáticas son el cuidado del medio ambiente, el cuidado de la salud, la seguridad vial, la RSE y la educación en valores. El resto de las áreas de intervención, como el deporte y el arte, entre otros, ocupan un lugar más marginal.

Las prácticas de las empresas se plasman en diferentes tipos de contribución, que muchas veces pueden ocurrir de forma conjunta. Listaremos los tipos de contribución a continuación (definiendo sólo aquellos que requieren mayores precisiones conceptuales):

- Capacitación
- Donación de materiales
- Financiamiento y apoyo de emprendimientos
- Donación en efectivo
- Difusión (publicaciones, muestras, congresos)
- Promoción (concursos, premios, talleres)
- Donación de horas por parte de empleados: las actividades de RSE en las empresas puede realizarse de acuerdo a dos modalidades: a través de personal cuya función específica es cumplir estas tareas o a través del voluntariado de los empleados ocupados en otras funciones, dedicando horas de trabajo a este tipo de actividades. Generalmente las empresas combinan ambas modalidades.
- Provisión gratuita de servicios o materiales que presta la empresa
- Construcción o mantenimiento de establecimientos
- Becas de estudio
- Recolección de material para reciclado
- Actividades de coordinación: involucran todas las tareas de gestión que se hacen desde las empresas con el objetivo de coordinar las funciones de distintos actores en torno a un tema en particular (estado, otras empresas, organizaciones de la sociedad civil).
- Prácticas en la empresa
- Investigación o relevamiento: refiere a los trabajos de investigación o relevamiento realizados o contratados desde la empresa para conocer las necesidades e intereses de

las comunidades (sin tener en cuenta las encuestas que buscan conocer la opinión de la población con respecto de la empresa).

- Espacio para la participación: consiste en encuentros, canales, espacios, jornadas, etc., que la empresa abre a la comunidad con el fin de se expresen y participen en la definición de las actividades de RSE.
- Financiamiento de actividades académicas

La contribución más habitual es la de las actividades de capacitación. En segundo lugar, se encuentran la donación de materiales y el financiamiento de proyectos o emprendimientos de las instituciones beneficiarias. Es importante notar que las donaciones directas tomadas en conjunto (donaciones en efectivo y donaciones de materiales) ocupan un lugar de gran importancia, como parte integrante de la gran parte de las intervenciones. Es en este punto, fundamentalmente, donde puede observarse la continuidad entre la “vieja” filantropía empresaria y la RSE, y la fragilidad del discurso en torno a esta última como una práctica novedosa.

Otro caso notorio es el la pequeña cantidad de intervenciones en las que se incluye la contribución en términos de espacios para la participación. Esta cifra se opone a una idea presente en la mayoría de los informes según la cual la RSE, desde un enfoque actual que se opone al de la filantropía empresaria, involucra la participación de la comunidad en la definición de la composición y las características de la inversión social.

Por otro lado, como adelantábamos, las acciones de las empresas pueden realizarse en alianza con otros actores y de hecho una gran parte de las acciones es realizada de este modo. La alianza más habitual es la que se realiza con organizaciones de la sociedad civil (ONGs, fundaciones en general, fundaciones empresarias propias, etc.). Son menos frecuentes, pero de cierta importancia, las alianzas con el estado, en cualquiera de sus niveles, con universidades, con otra/s empresa/s, con organismos multilaterales, con instituciones eclesiásticas Iglesia y con sindicatos.

Por último, gran parte de las empresas analizadas ha participado del Pacto Global desde años anteriores, y esto se refleja en la continuidad que adquieren algunas de las prácticas a lo largo de los años. En cuanto a la localización de las prácticas, gran parte de estas tienen lugar en las localidades de producción o concesión de las empresas, sin embargo otras se realizan en otras localidades, abarcando varias provincias, e incluso algunas de estas actividades incluso tienen alcance nacional.

En términos del tipo de beneficiarios, las prácticas de las empresas pueden apuntar al público en general o estar dirigidas a instituciones específicas, que muchas veces actúan como intermediarias entre empresa e individuos. Entre estas últimas, generalmente las instituciones intermediarias son las escuelas y las organizaciones de la sociedad civil. Sin embargo, también entre estas instituciones se cuentan: universidades, hospitales, pymes, otras instituciones públicas, entidades culturales, grupos de profesionales, instituciones religiosas, instituciones deportivas y cooperativas.

En cuanto a la cantidad de beneficiarios, las prácticas se vuelven especialmente heterogéneas, y dado que en este punto muy pocas empresas informan con precisión la cantidad de beneficiarios (ya sean individuos o instituciones), es difícil establecer una caracterización de la tendencia en las intervenciones. Lo que sí consta en los casos de las acciones que efectivamente informan cantidad de beneficiarios es una gran variabilidad: entre las prácticas que tienen por beneficiarios directos a instituciones, las acciones abarcan desde una hasta 2400 instituciones⁸.

En este trabajo nos propusimos hacer un acercamiento a la naturaleza de las intervenciones sociales de las empresas enmarcadas en el discurso de la RSE. Si bien es un acercamiento parcial, porque no todas las empresas que realizan RSE en Argentina están adheridas e informan al Pacto Global, muestra tendencias claras que permiten caracterizar las intervenciones sociales de las compañías a grandes rasgos. Como tendencias generales podemos reconocer que las prácticas son muy heterogéneas en términos de duración, de cantidad de beneficiarios y de magnitud, pero que sin embargo muestran ciertos patrones comunes en torno a las áreas de intervención (que se concentran principalmente en educación, salud, desarrollo local, difusión y filantropía), en los tipos de contribución que realizan (principalmente, capacitación, donaciones y financiamientos de proyectos de instituciones de la sociedad civil) y en los tipos de alianzas que establecen a la hora de intervenir (mayormente con organizaciones de la sociedad civil).

Por último, queremos mencionar que detrás de las dificultades para caracterizar y, fundamentalmente, cuantificar estas intervenciones subyace un problema mayor, ya señalado como parte de las preocupaciones de las visiones críticas de la RSE, que consiste en la falta de

⁸ Otra información que no se precisa en todos los informes, pero que también da cuenta de la gran variabilidad de las prácticas, es la duración de las actividades que van desde jornadas de un día hasta programas anuales.

regulación de las empresas. El análisis de los informes presentados por las empresas revela la gran importancia de la idea de autorregulación. En primer lugar, esto se ve en la inexistencia de información pública sobre las contribuciones empresarias. En segundo lugar, en los informes voluntariamente presentados, en los cuales hay muchas omisiones especialmente en torno a la cantidad de beneficiarios y a los montos de la inversión social y su composición. Todas estas deficiencias en el registro y la inexistencia de organismos públicos que controlen, monitoreen o únicamente registren estas acciones nos muestra el fuerte carácter de autorregulación que contienen estas intervenciones.

Referencias bibliográficas

BOLTANSKI, Luc y CHIAPELLO, Éve, (2002), *El nuevo espíritu del capitalismo*, Akal Ediciones, Madrid.

CADBURY, Alan (2006), “Corporate Social Responsibility”, en *21st Century Society*, Vol. 1, No. 1, 5–21, June 2006

CASADO CAÑEQUE, Fernando (2008), “Introducción. Las alianzas para el desarrollo”, en CASADO CAÑEQUE (coord.) (2008), *Hacia la concertación público-privada para el desarrollo en América Latina*, Fundación Carolina – CeALCI, Madrid

CASTEL, Robert (1997), *La metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*, Paidós, Buenos Aires.

CORREA, M.E., FLYN, S. y AMIT, A., (2004), “Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial”, Serie Medio Ambiente y Desarrollo N°85, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos, CEPAL, Santiago de Chile.

FRIEDMAN, Milton, (1970), “The social responsibility of business is to increase its profits”, *The New York Times Magazine*, 13/9/1970.

FUERTES, Flavio, GOYBURU, María Laura, KOSACOFF, Bernardo, (2006) [en línea], “La responsabilidad social empresaria: ¿sólo un discurso?”, Documento de Proyecto, CEPAL junto con UNPD y ONU, Santiago de Chile.

Glossary, UN Data Retrieval System, <http://data.un.org/Glossary.aspx>

KNIGHT, Graham (2007), “Activism, risk, and communicational politics: Nike and the sweatshop problem”, en MAY, Steve, CHENEY, Robert y ROPER, Juliet (2007), *The debate over corporate social responsibility*, Oxford University Press, Nueva York.

LEVY, David y KAPLAN, Rami (2008), “CSR and Theories of Global Governance: Strategic Contestation in Global Issue Arenas”, en CRANE, Andrew, Mc WILLIAMS, Abigail, MATTEN, Dirk, MOON, Jeremy y SIEGEL, Donald (editores), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, Nueva York.

MAY, Steve, CHENEY, Robert y ROPER, Juliet (2007), *The debate over corporate social responsibility*, Oxford University Press, Nueva York.

MOON, Jeremy y VOGEL, David (2008) “Corporate Social Responsibility, government and civil society”, en CRANE, Andrew, Mc WILLIAMS, Abigail, MATTEN, Dirk, MOON, Jeremy y SIEGEL, Donald (editores), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, Nueva York.

Oficina del Pacto Global en la Argentina (OPGA), “El Pacto Global en Argentina. Documento de adhesión del sector privado argentino” [en línea], elaborado en colaboración con Organización Internacional del Trabajo (OIT), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), abril de 2004. <http://www.pactoglobal.org.ar/userfiles/file/Documento%20Base%20.pdf>

Página del Pacto Global

[http://www.unglobalcompact.org/participants/search?commit=t&country\[\]=8&page=1&per_page=100](http://www.unglobalcompact.org/participants/search?commit=t&country[]=8&page=1&per_page=100)

PALADINO, Marcelo y MOHAN, Anupama (2002) [en línea], “Tendencias de la Responsabilidad Social Empresaria en Argentina”, Documento de la División de Investigación del IAE, Escuela de Dirección y Negocios de la Universidad Austral.

ROITTER, Mario y CAMERLO, Marcelo, (2005), “Corporate social action in a context of crisis: reflections on the argentine case”, en SANBORN, C. y PORTOCARRERO, F. (coord.), *Phylanthropy and social changes in Latin America. The David Rockefeller Center Series on Latin American Studies*, Harvard University, USA.

ROWE, James (2005), “Corporate social responsibility as a business strategy”, en LIPSCHUTZ, Ronnie y ROWE, James, *Globalization, Governmentality and Global politics. Regulation for the rest of us?*, Routledge, New York.

RUGGIE, John Gerard (2008), “Taking Embedded Liberalism Global: the Corporate Connection”, en RUGGIE, John Gerard (editor), *Embedding global markets. An enduring challenge*, Ashgate Publishing Limited, Hampshire.

SANTOS, Boaventura de Sousa (2007), “Más allá de la gobernanza neoliberal: el Foro Social Mundial como legalidad y política cosmopolitas subalternas”, en RODRIGUEZ GARAVITO, C. y SANTOS, B. (editores) (2007), *El derecho y la globalización desde abajo: hacia una legalidad cosmopolita*, Anthropos Editorial, España.

SHAMIR, Ronen (2004), “The De-Radicalization of Corporate Social Responsibility”, en *Critical Sociology*. 30 (3), 2004, Koninklijke Brill NV, Leiden.

VARGAS NIELLO, José (2006) [en línea], “Responsabilidad Social Empresaria (RSE) desde las perspectiva de los consumidores”, Documento de Proyecto, CEPAL, Santiago de Chile.