



Universidad de San Andrés

Departamento de Derecho

Abogacía

**La importancia de la Responsabilidad Social Empresarial y su vinculación
con el Interés Social**

Autor: Joaquín Alejandro Augustoni

Legajo: 27012

Mentor: Ramiro Salvochea

Buenos Aires, 31 de julio de 2020

Contenido

Introducción:.....	2
Historia de la Responsabilidad Social Empresaria.....	4
¿Qué es la Responsabilidad Social Empresaria?	5
Enfoque Internacional de la Responsabilidad Social Empresarial	7
El Interés Social	9
El Interés Social en la ley de Sociedades Comerciales.....	10
Contractualismo e Institucionalismo	12
Teoría contractualista.....	12
Teoría institucionalista	14
Conclusiones al acercamiento de las teorías	14
La cruzada entre la RSE y el interés social: Acuerdos y desacuerdos	15
Stakeholders vs Shareholders, ¿Qué interés debe perseguir la Sociedad?	16
La función de los órganos de administración.....	18
El valor intrínseco de la RSE.....	25
El problema de la maximización de utilidades como único objetivo.....	28
Empresas Líder en RSE en el mundo y el impacto de sus variantes	30
Conclusión:.....	33
Bibliografía	35

Resumen

En el mundo en el que vivimos hoy en día, resulta cada vez más necesario que las empresas desarrollen prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. Esto se debe a que la empresa ya no puede ser entendida simplemente como una acumuladora de capital para sus accionistas, sino que tiene un deber para con la comunidad que la rodea. Los grupos de interés son aquellos que rodean a la empresa y que tienen un interés en relación a esta. El apoyo a la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el mundo es casi unánime y por ende, las empresas no pueden obviar esta cuestión.

Sin embargo, la Responsabilidad Social Empresarial encuentra diversos inconvenientes dentro de las propias empresas a la hora de ser llevada adelante. El Interés Social, aquel interés de los socios de una Sociedad, se encuentra en un conflicto directo a la hora de decidir aplicar políticas de Responsabilidad Social Empresarial.



Universidad de
San Andrés

Introducción:

En un mundo ampliamente globalizado, la necesidad de instalar propuestas que insten a las empresas a desempeñarse con comportamientos responsables para con la sociedad parece fundamental. El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) es uno que resulta moderno y atrapante. La idea de que las empresas no sean únicamente generadoras de dinero para sus dueños, sino también agentes de responsabilidad e interesadas en los grupos de interés a su alrededor, es una que a variados autores les resulta importante. Las empresas forman parte de la comunidad en la que están situadas. Creer que son entidades aisladas y que no juegan un rol importante en el desarrollo de la comunidad sería ingenuo. Las empresas contratan personas de la comunidad. A su vez, lidian con los gobiernos nacionales, provinciales y municipales. También tienen una relación comercial con las otras empresas como es el caso de los proveedores. El medioambiente es otro de los grupos de interés que juegan un rol cada vez más relevante debido a la concientización que el mundo está teniendo respecto a la preservación del planeta y a un desarrollo sustentable. Los clientes, son aquellos que sostienen a la empresa gracias a que estos demandan productos y servicios.

Los grupos de interés han desarrollado hace ya un largo tiempo, una importancia respecto a la postura que las empresas deben tomar con respecto a ellos. Parecería ser que no puede una empresa funcionar dentro de un espacio en la sociedad y al mismo tiempo hacer oídos sordos a la responsabilidad que su propia actividad le genera. Las compañías necesitan que los grupos de interés acompañen el funcionamiento o de lo contrario, serán varios los problemas que puedan surgir en la actividad empresarial.

El foco en este trabajo estará puesto en el concepto de la RSE. Diversos autores desarrollan este tema haciendo referencia a los grupos de interés o Stakeholders.

A su vez, se analizará también el gran rival que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial pueden encontrar en su camino. Este es el del Interés Social de la Sociedad. Más adelante, se ahondará en el concepto del Interés Social y lo que representa. A grandes rasgos, se podría decir que la maximización de las utilidades es el interés primordial de los socios, es la razón por la que deciden asociarse. A lo largo de este ensayo se verán los inconvenientes que la aplicación de políticas de RSE tiene en relación con el interés social. El choque de intereses se definirá como Shareholder v Stakeholder. Shareholder refiere a los accionistas mientras que Stakeholders refiere

a los grupos de interés. Naturalmente, los intereses de estos serán en muchos casos opuestos y por momentos se verá también la dificultad que genera dentro de una empresa optar por políticas en favor de los grupos de interés.

A su vez, en la segunda parte de este trabajo se observará el valor agregado que significa para una compañía optar por políticas de Responsabilidad Social Empresarial. También, por medio de ejemplos, se verá como cae la imagen y por ende el valor de la compañía cuando esta no es socialmente responsable. Esto resulta de gran ayuda para entender como en definitiva las prácticas de RSE existen no para generar un costo para la empresa sino para generar un valor agregado en su cadena de funcionamiento.

Historia de la Responsabilidad Social Empresarial

En el siglo XIX, algunos empresarios industriales en Europa y en los EE.UU., se preocuparon por la vivienda, el bienestar y la caridad hacia sus empleados. A su vez, en esa época comienzan a aparecer agrupaciones que consideraban poco ético lucrar con productos perjudiciales para la sociedad, como tabaco, alcohol, etc. y aparecen también movimientos contrarios a esas agrupaciones. En el siglo XX, con el desarrollo del Estado de Bienestar, el sentimiento filantrópico se volcó en relaciones formales integrales dentro de las instituciones cuando hasta entonces el único objetivo empresarial había sido aumentar la productividad y los beneficios económicos.

La expresión Responsabilidad Social Empresarial surge entre los 50-60 en EE.UU., pero llega a desarrollarse en Europa en los 90, cuando la Comisión Europea utilizó el concepto, para implicar a los empresarios en una estrategia de empleo que generase mayor cohesión social, debido a que en la sociedad europea había cada vez más problemas en torno al desempleo de larga duración y la exclusión social que eso suponía. Más tarde, en 1999, el secretario general de la ONU durante el Foro Económico Mundial de Davos, pidió al mercado mundial que se adoptasen valores que mejoren la calidad humana en las empresas.

¿Qué es la Responsabilidad Social Empresaria?

La Responsabilidad Social Empresaria o Responsabilidad Social Corporativa se basa en la concientización por parte de una empresa sobre los impactos económicos, sociales y medioambientales que genera en el entorno, cumpliendo la legislación y llevando a cabo acciones responsables voluntarias a nivel interno y externo. Debe desarrollarse una política de Responsabilidad Social Empresarial e integrarla en el plan estratégico del negocio, desde sus entrañas, de forma que todos los activos de la empresa se amolden a esa política y actúen de acuerdo a ella.

Quienes creen necesario que estas prácticas se lleven adelante sostienen que la RSE no es simplemente llevar a cabo acciones caritativas o medioambientales puntuales, sino que debe ser una filosofía de empresa, que tenga como objetivo garantizar la sostenibilidad de la compañía y favorecer su crecimiento económico.

A su vez, creen que el hecho de que una empresa hoy tenga un programa de Responsabilidad Social Empresaria no es considerado una postura altruista, sino una necesidad para generar valor a la compañía. Esto resulta necesario si lo que se quiere es ser competitivo a la hora de enfrentar licitaciones, certificaciones, contratos, tomar deuda, etc...

La definición que uno podría darle a la RSE es el compromiso que tienen todas las organizaciones ante los impactos que sus decisiones y actividades generan en las comunidades y en el medio ambiente.

Es importante entender que la RSE es un compromiso voluntario. Se trata de pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones. La idea de integración es una que varios sostienen a la hora de hablar de RSE. No se trata de que las empresas tengan simplemente un programa separado de la actividad empresarial sino que dentro del sistema comercial que las vuelve rentables, se apliquen los principios de la Responsabilidad Social. Ragazzi entiende que la RSE dentro de la empresa no debe ser "postiza". No debe ser solo un departamento que se agrega en la empresa, sino que los principios que sostienen a la RSE deben instalarse en las entrañas de la organización.

Cabe hacer un foco en la voluntariedad de la propuesta de RSE. El Estado obliga a todas las compañías a cumplir con un mínimo de aptitudes que vayan conforme a la

ley para poder funcionar. Si no cumple con estas aptitudes entonces la compañía estará funcionando en la ilegalidad y no habrá lugar para hablar de la Responsabilidad Social Empresarial.

Todas las empresas tienen, dada su actividad, un impacto en la comunidad que las rodea. Lo que se busca es que estos impactos sean positivos tanto para los trabajadores de la empresa, la comunidad, los proveedores, el Estado y el medioambiente.

La RSE por lo tanto, implica optar por una serie de prácticas que tomando en cuenta los efectos de sus acciones en los grupos de interés, contribuyan en la construcción de una sociedad con mejor calidad de vida, mediante la satisfacción de expectativas no solo económicas, sino también las sociales y medioambientales. Se trata, en el fondo, de promover una participación de las compañías en la vida de la comunidad, devolviendo parte del beneficio obtenido, favoreciendo así su desarrollo real y sostenible.

Guillermo Ragazzi describe a la Responsabilidad Social Empresarial como *“una forma distinta de hacer negocios, de que pasa a formar parte de la política o, mejor aún, de la cultura de la empresa.”*(Ragazzi, 1)

A su vez, también sostiene que la RSE *“impulsa a pensar y a creer en una vuelta a los valores, un volver a las conductas, a actitudes, rescatando el valor de la confianza mutua, la credibilidad y la solidaridad.”* (Ragazzi, 1)

Por su parte, Diego Duprat desarrolla una teoría sobre la Responsabilidad Social Empresarial y desarrolla un marco teórico para describirla. Establece 3 acepciones del concepto. La "instrumental", es aquello que resulta extraño asimilarlo a la RSE ya que hace referencia al cumplimiento de la ley para la protección de todos los grupos de interés que rodean a la empresa.

Un segundo acercamiento llamado "estratégico", refiere a ciertas decisiones, que pueden parecer simples actos de caridad (financiar algún programa para la comunidad, apadrinar una escuela, implementar un sistema de becas educativas, etc.), pero que si se instalan de manera adecuada pueden aumentar la riqueza de la Sociedad debido a la fuerte imagen positiva que se genera de la compañía.

Un tercer acercamiento es el denominado "intrínseco". Este acercamiento contradice las raíces en las que se funde el derecho societario. Duprat define este término de la siguiente manera:

“Los administradores tienen el deber de hacer lo que consideran correcto, aunque esta conducta implique beneficiar otros intereses distintos a los de los accionistas en tanto tales. La gestión de la sociedad debe tener en cuenta no sólo los intereses comunes de los accionistas, sino los intereses de todas las personas y o grupos que podrían verse afectados por la actividad de la sociedad.”(Duprat, 400)

Este último acercamiento es el que resulta problemático ya que en una primera mirada, propone una lucha de intereses entre los accionistas y los grupos de interés. A su vez, resulta el acercamiento más importante para que una empresa establezca un proyecto de RSE que realmente genera una diferencia estructural.

Luna Viveros y Maigual describen a la Responsabilidad Social Empresarial como una práctica que tiene como objetivo la maximización de las utilidades de la empresa. Entienden a la RSE como un sinónimo de competitividad que lo que hace es establecer un marco ético que dirija los aspectos estratégicos, operacionales y relacionales de la empresa.

González García Y López Mato por su parte, describen que resulta muy difícil imaginar empresarios exitosos que no se involucren activamente en la problemática del entorno empresarial. Ya sea desde lo social, comercial o medioambiental, los empresarios no pueden hacer oídos sordos a las distintas problemáticas que los rodean.

Enfoque Internacional de la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto altamente globalizado. El planeta entero habla y discute sobre las aproximaciones que las empresas deben hacer respecto a las prácticas de RSE.

A continuación, hay diferentes definiciones de lo que la Responsabilidad Social Empresarial significa para diferentes organizaciones extranjeras e internacionales.

“Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. En otras palabras, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” (Unión Europea, Libro Verde - 2001).

“Es el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida” (World Business Council on Sustainable Development – WBCSD - 2002).

“Es la expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella. Esto incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad. Para ser efectivo y visible, este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible y medido” (Corporate Social Responsibility Europe – CSR Europe – UK 2002).

“Es el operar una empresa de una forma que excede las expectativas generales que la sociedad tiene con relación a las empresas. Es más que una colección de prácticas específicas o iniciativas ocasionales motivadas por razones de marketing, relaciones públicas u otros beneficios para la empresa. Debe ser vista como una serie completa de políticas, prácticas y programas que están integrados en todas las operaciones y políticas de la empresa” (Corporate Social Responsibility Europe – CSR Europe – Fundación Empresa y Sociedad de España 2002).

La RSE es un concepto internacional. Las diferentes organizaciones entienden que la Responsabilidad Social Empresarial es una práctica que debe ser llevada adelante por las empresas para que estas puedan funcionar. En general, las definiciones que dan las diferentes organizaciones son muy similares. Todas entienden la importancia de que las empresas tengan en consideración intereses ajenos a los propios. Todas hablan de los grupos de interés como aquellos que rodean a la empresa. Claro que, cada empresa, dependiendo de su tamaño y actividad, tiene mayores y menores grupos de interés. Algunas compañías tienen una responsabilidad prácticamente global ya que sus productos y servicios alcanzan al planeta entero.

Otro de los puntos importantes en los que las organizaciones concuerdan es el hecho de que la RSE debe ser un concepto real. Uno de los mayores temores que se genera

en este tipo de prácticas es el de aparentar ser socialmente responsable pero que esta práctica no se refleje en el andar de la compañía. Es decir, que sea falsa. Que una empresa genere un slogan en el que alega ser socialmente responsable cuando en realidad no lo es, resulta inclusive más perjudicial que si simplemente obviara la idea de ser socialmente responsable.

A su vez, de la mano con lo que expresaba Ragazzi, las organizaciones internacionales entienden que la implementación de políticas de RSE en la empresa debe ser entrelazada con la actividad empresarial y no ser simplemente una sección de la empresa que poca influencia tenga en la organización.

Podríamos decir que su arribo a la Argentina fue uno de los últimos. El mundo habla de la Responsabilidad Social Empresaria como un concepto y una práctica esencial para el manejo de la vida empresarial. Pareciera ser que es imposible imaginar una mediana o grande empresa sin una práctica social responsable.

El Interés Social

Una vez definida la idea de la Responsabilidad Social Empresarial, resulta de vital importancia definir el otro concepto clave de este trabajo: El interés social.

La doctrina tiene grandes discusiones respecto de que significa el interés social. Sin embargo, si algo es seguro, es que es la causa por la cual un grupo de personas decide asociarse así como aquello que marca el camino que debe seguir toda actuación societaria.

Halperin¹ establece que *“es exacto que el socio persiga el máximo beneficio con el mínimo sacrificio, pero este fin personal debe subordinarse al fin común perseguido por la sociedad a través del objeto social y la administración del patrimonio social confiado a los órganos sociales”*.

A su vez, Halperin agrega que *“resulta fundamental del funcionamiento de la sociedad (actuación de socios y de los órganos sociales), que halla su fuente en la causa y en la lealtad de actuación de los socios e integrantes de los órganos (arts. 248, 59, 251, 70*

¹ “Manual de Sociedades Anónimas” Isaac Halperin, 1964

LSC), que bien puede concretarse o completarse con la buena fe en la ejecución del contrato social (art. 1198 del CC)”

El Interés Social en la ley de Sociedades Comerciales

La Ley General de Sociedades nro. 19550, en ciertos artículos, representa los estándares considerados como parte del concepto del interés social. En estos, se encuentra una línea que marca la necesidad de ponderar los intereses de la sociedad por sobre los intereses individuales de los propios socios u otros miembros de la Sociedad.

En el artículo 70, que refiere a la necesidad de hacer una reserva de fondos para proteger el patrimonio societario, pone el interés de la sociedad y de las personas que dependen de la misma y de los socios como conjunto por encima de los intereses de los socios como individuos que tal vez preferirían repartir dividendos en lugar de crear una reserva. De esta manera, lo que busca la ley es que lo primordial sea la supervivencia de la Sociedad.

Algo similar ocurre en el artículo 248 en cuanto refiere a la abstención de voto de un socio cuando la votación que se está llevando a cabo contiene un interés contrario al de la Sociedad. En este caso el legislador busco proteger el interés de la sociedad en cuanto a los inconvenientes que el voto de este socio pudiese traer a la sociedad y lo abstiene de la decisión. Se remueve al socio y a su interés particular sobre el asunto, para poder de esa manera preservar el interés del grupo societario. Prohíbe al accionista con interés contrario al social en una determinada cuestión emitir su voto en la asamblea en que se delibere dicho asunto, bajo pena de responder por los daños y perjuicios ocasionados cuando con su voto se forme la voluntad social para adoptar dicha medida.

El artículo 59 fija un standard en base al cual deben actuar los administradores y representantes de la sociedad: “con lealtad y con la diligencia de un buen hombre de negocios”. A este respecto expresa Balbín que dicho standard exigiría del administrador una diligencia en su gestión superior a la que observaría el hombre medio. Quienes así no lo hicieran, serán responsables ilimitada y solidaria por los daños y perjuicios que dicha conducta aparejare a la sociedad.

Dentro de ese standard, está contemplada la observancia y el cumplimiento del interés social. Por lo cual, una decisión del órgano de administración contraria a dicho interés, podría generar la responsabilidad indicada en la presente norma.

Es importante resaltar acá, que como parte de la obligación de actuar con lealtad y diligencia de un buen hombre de negocios, “si la asamblea de accionistas adoptase una resolución violatoria del interés social, los directores deben desconocerla y actuar de manera ajustada al interés social, ya que éste se desprende del contrato social, que es un elemento normativo de nivel superior a las decisiones de los órganos de gobierno, dentro de la estructura jurídica de la sociedad.”

El artículo 270 que refiere a la designación de gerentes generales o especiales también defiende los intereses societarios. Carga de responsabilidad al accionar de los gerentes designados. Esto hace que los gerentes tengan en consideración la responsabilidad que sus acciones generan y por lo tanto actúen con mayor discrecionalidad en su puesto. A su vez, el artículo no excluye la responsabilidad de los directores una vez que los gerentes son nombrados.

El artículo 271 es tal vez aquel que mayor irradia de claridad al concepto de interés social. El mismo establece que los directores no pueden contratar con la empresa salvo que la actividad que la sociedad requiera sea aquella a la que el director se “dedica” y siempre y cuando los términos bajo los cuales el contrato se lleve adelante sean los del mercado. Esta es una clara protección por parte del legislador a la Sociedad y por ende al interés social. Busca proteger a la Sociedad de directores que quieran generar intereses personales en perjuicio de la Sociedad. A su vez, en los casos en los cuales la Sociedad pueda contratar con algún director, este acto jurídico debe ser informado a la asamblea de accionistas para que estos estén el tanto y aprueben dicha operación. Como salvaguardas de esta decisión, de no ser informada la operación a la asamblea de accionistas, esa decisión será nula sin perjuicio de la responsabilidad por daños y perjuicios que dicho incumplimiento irroque a la sociedad y que recaerán en cabeza del director.

Por su parte, el art. 272 LSC contempla el supuesto en que el director tuviere un interés contrario al social, en cuyo caso tiene vedado por ley la posibilidad de participar en la deliberación de la cuestión concreta. Haciendo una remisión al art. 59 LSC, la consecuencia legal es similar a la establecida para la norma objeto de éste trabajo –

art.248 LSC-, la responsabilidad por daños y perjuicios, en este caso, solidaria e ilimitada.

El artículo 275 también protege el interés social en caso de eximición de la responsabilidad de los directores. Para que se exima de responsabilidad a un director debe ser su accionar aprobado por la asamblea de accionistas. A su vez, para que medie oposición al accionar del director o directores, basta con alcanzar el 5% del capital social. Esto vuelve sencilla la protección del interés social ya que el accionar de los directores podrá ser objetada con un porcentaje bajo del interés social. Esta es una protección que hace la ley a los accionistas minoritarios en caso de abusos por parte del directorio.

La Ley General de Sociedades sigue la primicia de respetar el interés social como el interés de la mayoría. La ley entiende que el objetivo por el cual un grupo de individuos se une es para maximizar sus beneficios, y para ello debe proteger a la Sociedad de los intereses minoritarios que siguieran un hilo distinto al del interés social.

Contractualismo e Institucionalismo

Teoría contractualista

La doctrina ha generado dos grandes teorías. La teoría contractualista y la teoría institucionalista.

La teoría contractualista se podría decir que es la teoría originaria cuando se habla de interés social. Es aquella que establece que el objetivo final de la empresa es la maximización de las utilidades tanto para la empresa y consecuentemente para los socios. A su vez, se entiende también que comparten las posibles pérdidas de la Sociedad. Marcar el hecho de que las pérdidas son un riesgo compartido que asumen los socios no es una cuestión menor. Esto se debe a que es vital entender el riesgo financiero al que se enfrentan los accionistas de una sociedad cuando deciden entablar un negocio compartido y por ende sus objetivos e intereses no deben ser de ninguna manera minimizados. Aquellos que defienden las teorías contractualistas, entienden que este es el objetivo a la hora de asociarse y excluyen de esta manera la configuración de un interés superior y diverso de los socios.

Halperin señala que "la noción de "interés social" adoptada concuerda con la no menos fundamental, de naturaleza contractualista, de la constitución. "El "interés social" no es ajeno, de manera alguna a este fundamento, porque enraíza con el interés común de los socios, la buena fe y la lealtad en la colaboración requerida" (Halperin, 20).

Para este autor, la lealtad es la esencia del vínculo social. Así, el interés social halla su fuente en la lealtad de actuación de los socios y administradores. Dicha lealtad, supone la protección de los intereses de los socios.

Milton Friedman, amplio defensor de la teoría contractualista y de la maximización de las utilidades como único objetivo de toda sociedad comercial escribió un paper en la década del 70' que se titula: "La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios". El título de este trabajo resulta atrapante por la particularidad que utiliza los términos responsabilidad social de la empresa en una época en la que se estaba comenzando a hablar de la RSE. El autor sostiene que:

"Existe una y sólo una responsabilidad social de la empresa: utilizar sus recursos y comprometerse en actividades diseñadas para incrementar sus beneficios en la medida en que permanezca dentro de las reglas del juego; es decir, comprometerse en una competencia abierta y libre sin engaño o fraude". (Friedman, 7)

A su vez, también establece que:

"Los grupos de interés o los clientes o los empleados podrían gastarse por separado su propio dinero en la acción particular si desearan hacerlo. El ejecutivo está ejerciendo una "responsabilidad social" distinta, en vez de servir como agente de los grupos de interés o de los clientes o de los empleados, sólo si se gasta el dinero de manera distinta a como éstos se lo hubieran gastado." (Friedman, 8)

Friedman entiende que no hay un interés de la empresa porque es una persona artificial. Los intereses son los de los accionistas y el objetivo que persiguen es el del incremento de las utilidades. En su artículo "La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios" Friedman da un fuerte respaldo a la teoría contractualista del interés social y tal como lo marca el título, entiende que la "responsabilidad social" de la empresa es incrementar sus beneficios. Para intentar desechar la teoría de la Responsabilidad Social Empresarial, el autor sostiene que:

“En cada uno de estos casos, el ejecutivo corporativo estaría gastando el dinero de otra persona en beneficio de un interés social general. En la medida en que sus acciones con arreglo a su “responsabilidad social” reducen las ganancias de los grupos de interés, se está gastando el dinero de los mismos.” (Friedman, 9)

Teoría institucionalista

A diferencia del contractualismo, los que defienden las teorías institucionalistas creen que el interés social no es únicamente el de los socios. Esta teoría entiende que hay un interés superior a esta. Este interés es el de la propia empresa. Considera especialmente los intereses que giran alrededor de las sociedades: el de los socios, el de los trabajadores, el de la comunidad en general, el del Estado, etc. Todos estos configuran el llamado “interés social de la sociedad”. Para esta teoría, la empresa está constituida por un conjunto de intereses dentro de los cuales el de los accionistas representará solo una fracción que coexiste con el de los trabajadores, el de los consumidores y el interés colectivo en el desarrollo de la economía nacional. La empresa se convierte en fin y motiva el reconocimiento de un “interés social” con existencia autónoma y con jerarquía superior a la suma de los intereses de los socios. La finalidad deja de ser la obtención de lucro para ser “el desarrollo de la empresa”.

Conclusiones al acercamiento de las teorías

No cabe duda que la teoría institucionalista es interesante. En un mundo globalizado como lo es hoy en día, y donde las grandes compañías tienen un impacto en el mundo que por momentos puede ser inclusive mayor al de un país soberano, la idea de que estas compañías logren tener un interés propio que vaya por encima de los intereses de los socios es alentadora. Sin embargo, parece poco probable que una compañía puede ser creada y sostenida en el tiempo si no se prioriza el interés de los socios que es el de maximizar las utilidades.

“Si consideramos a la sociedad como un contrato (art. L.S.C.) no podemos más que admitir que su objeto o fin debe ser, en primer término, el que las partes (accionistas) pactaron y, presuntivamente, la maximización de la rentabilidad de las inversiones realizadas por éstos (que surge del buen hombre de negocios del art. 59 L.S.C, y de la

exigencia de la búsqueda de una actividad productiva y rentable impuesta por el art. L.S.C)” (Duprat, 404)

Tal como sostiene Duprat, al alejar el foco de la búsqueda de generar un negocio rentable para ellos mismos, los socios perderían el interés en crear una sociedad ya que desde un primer momento, su propio interés que surge del propio riesgo de la actividad, se estaría subestimando. La propia Ley General de Sociedades le otorga la naturaleza de comercial al funcionamiento societario (a menos que otro sea el objeto y este expresamente pautado), porque entiende que no hay en principio un incentivo mayor para un grupo de personas físicas o jurídicas para unirse para entablar un negocio, que la maximización de sus propios beneficios.

“Esta concepción del interés social es la que consideramos la más eficiente dentro y fuera de la estructura societaria, porque es la que el control sobre las decisiones sociales a quienes mayores consecuencias sufrirán por mala gestión: los accionistas, en tanto acreedores residuales a los activos sociales.” (Duprat, 404)

Duprat encuentra peligroso desviar el interés social del interés de los accionistas. El autor sostiene que en ese caso se expone a la Sociedad a una mayor discrecionalidad de parte de los administradores de la empresa. Esto se debe a que al no responder a los intereses de los socios pero a su vez tampoco queda a claro a nombre de qué intereses deben responder, los administradores quedan a cargo del manejo de un patrimonio ajeno con el cual no saben a quién deben beneficiar.

“Es peligroso incluir dentro de la noción de interés social intereses externos a la sociedad, de carácter impreciso y cuya y atención queda en manos de los administradores societarios y no de los accionistas.” (Duprat, 405)

La cruzada entre la RSE y el interés social: Acuerdos y desacuerdos

Parecería ser entonces que la Responsabilidad Social Empresarial encontrará diversos conflictos dentro de las organizaciones y dependerá de que esta resulte de utilidad para los socios para llevarse adelante.

Los autores que tratan este tema, lo abordan en su gran mayoría analizando que tipo de postura toman las compañías a la hora de funcionar. En el mundo en el que vivimos hoy en día, si una sociedad va a tomar la decisión de establecer una práctica de RSE, esta no puede hacerse “a medias”. Debe haber un compromiso por parte de todos los miembros de la Sociedad de llevar adelante un proyecto con un impacto real. Por lo tanto, autores de la talla de Friedman por ejemplo, temen que el impacto de la implementación de una política de Responsabilidad Social Empresarial, pueda ser altamente perjudicial para el correcto funcionamiento de la empresa. Uno entonces debe analizar estas cuestiones “exagerando” de a momentos los impactos de la implementación de políticas de esta naturaleza. Por lo tanto, los argumentos que se darán a continuación seguirán esa premisa.

En el próximo capítulo se abordará la cuestión del enfrentamiento natural que puede surgir entre el interés de los socios y las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Stakeholders vs Shareholders, ¿Qué interés debe perseguir la Sociedad?

Parece sencillo señalar a primera vista los lógicos inconvenientes que puede encontrar una sociedad comercial a la hora de instrumentar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Como se ha expuesto con anterioridad, uno de los puntos de mayor roce entre ambos conceptos es la lógica disminución de las utilidades (al menos en el corto plazo). ¿Es importante para una empresa establecer una práctica social responsable? La respuesta que a muchos autores y a miembros de la sociedad se les viene rápidamente a la mente es sí.

Pero a costa de quien, esa es la gran incógnita. Para los defensores de las teorías contractualistas lo más importante es la maximización de las utilidades. De este modo, les resulta realmente muy complicado lograr un balance entre la aplicación de una política de Responsabilidad Social Empresarial en la compañía y al mismo tiempo, mantener las utilidades en lo más alto. La ecuación parece lógica. Para que una empresa pueda llevar adelante una práctica de RSE, los accionistas perderán (al menos en el corto plazo) una parte de sus dividendos. Como sería posible entonces

llevar adelante una práctica que genere una pérdida en los dividendos de los accionistas si estos iniciaron la unión social con el objetivo de aumentar sus ingresos.

Diego Duprat comienza su paper con la siguiente cita:

“La concepción "intrínseca" de la responsabilidad social de la empresa (RSE), resulta contraria al interés social, ineficiente con relación a la estructura funcional de la sociedad anónima e ineficaz para defender y garantizar los intereses de la comunidad y de las personas que puedan llegar a ser afectadas por la actividad empresarial” (Duprat, 399)

Duprat sostiene que la mejor manera de preservar los intereses de cada uno de los grupos de interés es sosteniendo el esquema tal cual venía funcionando hasta el momento. No puede imponérsele al derecho societario la protección de los intereses de grupos ajenos a la Sociedad. A su vez, es de vital importancia no vulnerar la relación de lealtad que existe entre los administradores de la Sociedad y los accionistas.

El autor acepta que las acepciones “instrumental” y “estratégica” puedan ser utilizadas en favor tanto de la empresa como de los grupos de interés pero que hasta allí llega el límite del derecho societario.

Se entiende que los bienes jurídicos de los grupos de interés deben ser protegidos y que la empresa sin lugar a dudas debe obrar de manera que no genere un detrimento a esos bienes jurídicos. Sin embargo, el derecho societario no existe para solucionar los problemas sociales que existen y pedirle a este que lo haga, desnaturaliza su función y ciertamente, no lograría solucionarlo.

“Tenemos que tener en claro las sociedades comerciales no pueden resolver todos los problemas del mundo, no tienen los fondos suficientes para ello, no fueron diseñadas para tal fin. Fueron pensadas para aglutinar capital y actuar de la manera más eficiente posible en la asignación de recursos, en aras de cumplir su objeto social y de generar valor para los accionistas.” (Duprat, 2)

Duprat entiende que lo que tiene que hacer una empresa es alocar sus recursos de la manera más eficiente posible. Esto incluye por ejemplo las mejores condiciones de trabajo posible para los trabajadores. Sumado a esto, a partir de las ventajas que pueda lograr la empresa a partir de las acepciones “instrumental” y “estratégica” de las

RSE, la empresa deberá buscar la maximización de las utilidades y aglutinar tanta riqueza como le sea posible. De esa manera, dice Duprat, la empresa puede hacer el aporte más importante para la Sociedad que es contribuir a una próspera economía. Por lo tanto, la empresa deberá adecuarse a la normativa y al respeto que la comunidad merece, pero lo que se describe como una acepción “intrínseca” de la RSE, eso solo genera ineficiencias en el manejo empresarial.

“No se logra mayor eficiencia social alterando el funcionamiento intrínseco de la sociedad, sino permitiendo que la sociedad genere valor para sus accionistas y crezca económicamente, pero asumiendo el Estado los roles regulatorios que le competen, en aras de proteger a ciertos grupos de agentes o a la comunidad toda, o de incentivar ciertas conductas empresarias en detrimento de otras.” (Duprat, 404)



La función de los órganos de administración

Otra cuestión que resulta muy compleja a la hora de estudiar una política de Responsabilidad Social Empresarial y su entrelazamiento con el interés social, es la función del órgano de gobierno de una Sociedad. Más allá de que el concepto de RSE busca ser incorporado por todas las organizaciones, son sin lugar a dudas las grandes corporaciones a las cuales se busca que inserten estas prácticas en su funcionamiento diario. Esta distinción resulta particularmente relevante si se entiende que hay una diferencia entre los accionistas, quienes son los dueños de la sociedad, con los directores o gerentes quienes son el órgano de gobierno de la compañía y quienes llevan adelante el día a día de la misma. En el caso de las empresas pequeñas o familiares, muchas veces son los accionistas quienes forman parte del directorio y por ende quienes llevan adelante el negocio. En estos casos se entiende que son ellos quienes toman las decisiones respecto de su propio dinero. Sin embargo, en las grandes compañías, incluso si hicieran una oferta pública de acciones o no, los administradores cobran una gran importancia y su función se carga de mucha responsabilidad.

Diversos autores plantean el problema de los Shareholders vs Stakeholders. Estos conceptos surgen de la doctrina estadounidense. Los Shareholders son los accionistas de la empresa, aquellos que buscan (a primera vista) maximizar sus ingresos producto del incremento de las utilidades de la Sociedad. Por otro lado se encuentran los Stakeholders. Estos son los demás actores que forman parte de la comunidad que rodea a la compañía y que de una manera u otra, tienen un interés puesto en la actividad de la Sociedad.

En la mayoría de los casos, resulta que los intereses entre estos dos grupos acaban chocando. Si los trabajadores quieren mejores condiciones de trabajo, mejores sueldos, menos horas diarias, etc... esto se verá reflejado inevitablemente en un costo mayor que deberá ser afrontado por la compañía. Los consumidores, querrán la mejor calidad al menor precio. Si el gobierno busca un aumento en algún impuesto, esto se verá reflejado en un aporte mayor por parte de la empresa. De la misma manera, si los proveedores quieren una mayor responsabilidad por parte de la empresa a la hora de pagar por los productos provistos, sea por ejemplo un pago a tiempo cuando la empresa usualmente se tomaba un plazo mayor para hacer frente con sus deudas, ese pago anticipado se ve reflejado en un costo de oportunidad para la compañía y, en un país con una tasa de inflación con valores significativos como lo es la Argentina, esto se reflejaría inevitablemente en un costo mayor que deberá enfrentar la empresa. Por su parte, la comunidad querrá que la Sociedad reduzca al mínimo el impacto negativo de la actividad empresarial y que haga la mayor cantidad de actividad caritativa como le sea posible. Los ejemplos de los Stakeholders cuyos intereses pueden ser resueltos en detrimento del patrimonio de la compañía son vastos. A fin de cuentas caemos en el mismo punto. Para favorecer los intereses de alguno de los stakeholders, casi indefectiblemente esto se deberá hacer en detrimento de los intereses de los shareholders.

Para decidir qué intereses primarán, la compañía deberá formar un plan de negocio y una estrategia organizacional. Tales decisiones caen en cabeza de los administradores de la sociedad y por lo tanto se plantea la pregunta: ¿Qué rumbo deben tomar los administradores? Y, ¿Qué intereses deben defender estos?

Milton Friedman define el rol de los administradores de la siguiente manera:

“En un sistema de libre empresa y de propiedad privada, un ejecutivo corporativo es un empleado de los propietarios de la empresa, y tiene una responsabilidad directa para con sus empleadores. Esta responsabilidad es dirigir la empresa con arreglo a los deseos de los mismos, que por lo general serán ganar tanto dinero como sea posible ajustándose a las normas básicas de la sociedad, tanto las plasmadas en las leyes como las plasmadas en las costumbres éticas.” (Friedman, 4)

El punto que plantea Friedman tiene una lógica válida y razonable. Si un grupo de empresarios decide comenzar una sociedad comercial, el objetivo parecería ser evidente. Si se unen para llevar adelante un proyecto, el objetivo será que ese negocio sea lo más fructífero posible para poder, mínimamente, cubrir los costos de la inversión. Sumado a esto, sería de una injusticia enorme asumir que los accionistas deciden comenzar un negocio, invertir su tiempo y sus recursos para un fin que en principio, no sea el beneficio propio.

Todo negocio, (porque las sociedades comerciales comienzan con un fin comercial), tiene un riesgo para quien lo lleva adelante. Parecería burdo analizar estas cuestiones teniendo en consideración únicamente a corporaciones de una magnitud abismal y que llevan décadas operando. Si uno analiza únicamente a estas compañías, entonces la idea de que el interés que debe priorizar el organismo de administración de la Sociedad sea el de los Stakeholders y no únicamente el de los socios, podría volverse más difuso dado que estas compañías cuentan en su gran mayoría con una estabilidad organizacional y financiera que podría dar lugar a tales afirmaciones. Sin embargo, en compañías de menor magnitud o que llevan menos tiempo funcionando, carecería de una lógica total que el órgano de administración de la Sociedad persiguiera los objetivos de los Stakeholders por encima de los intereses de los socios.

De tomar tales decisiones, se estaría desestimando el enorme riesgo que toma una persona jurídica o física a la hora de comenzar un negocio. Qué director de una pequeña o mediana empresa estaría en condiciones de beneficiar otros intereses en detrimento de los intereses de los socios. Los accionistas de una compañía depositan su confianza en el directorio.² El directorio es seleccionado por la asamblea de accionistas con el único propósito de proteger y trabajar en favor del interés social. A su vez, la ley 19.550 protege a los accionistas e insta al directorio a no dañar el interés de los socios.

² ARTICULO 255 ley 19.550

Friedman en su artículo sostiene que puede darse el caso en el que los intereses de los socios de una corporación sean diversos. El autor da el ejemplo de una corporación con un objeto caritativo como es el caso de un hospital o una escuela. En estos casos, los ejecutivos no persiguen el objetivo monetario pero si persiguen el objetivo de los socios.

“El punto clave es que, en su condición de ejecutivo corporativo, el gerente es el agente de los individuos que son los propietarios de la corporación o que crean la institución caritativa, y su responsabilidad básica es para con ellos.” (Friedman, pag 2)

En este caso, el interés de los socios tenía un objetivo caritativo. Por lo tanto, el directorio decide operar en función a los anhelos de los socios. Si en este caso, la Sociedad decidiera en lugar de actuar caritativamente ayudando por ejemplo a brindar asistencia escolar gratuita a niños de un barrio carenciado, a cobrar a los padres de los niños un monto determinado para que los niños reciban la asistencia, el directorio estaría defraudando el objeto propuesto por los socios. Inclusive si el directorio anunciara ganancias por varios millones de pesos, los socios cuestionarían al órgano de administración alegando que desobedecieron las órdenes dadas a ellos por la asamblea de accionistas y actuaron por lo tanto como malos hombres de negocios.

Friedman plantea otra cuestión a la hora de analizar el actuar de una compañía (y más precisamente de sus órganos de gobierno) en relación a su efecto en los grupos de interés de la compañía. Lo que plantea Friedman es que en caso de promover un bien social, es decir, alejarse de los intereses de los socios y acercarse a los intereses de otro stakeholder, el autor plantea la interrogante respecto a qué tipo de facultad puede llegar a tener el ejecutivo corporativo para establecer cuál es el interés de la comunidad y a donde alocar los recursos para llevar adelante las prácticas de RSE. El autor sostiene que en caso de que el ejecutivo corporativo actúe de esa manera, estaría ejerciendo un cargo más bien de funcionario público que de ejecutivo de una sociedad. De esa manera, la pregunta que se plantea es la siguiente ¿Qué puede saber el administrador de la sociedad cual es la acción que debe llevar adelante la compañía que mejor ayude a la comunidad? Se supone que es un experto en dirigir su empresa, en producir o vender un producto o en financiarlo. Él no ha sido contratado para eso, se presupone que no sabe hacerlo. Nada en su formación lo convierte en un experto en la necesidad de la comunidad. A la hora de buscar favorecer diferentes intereses, los administradores se encontrarían frente a la dificultad de determinar

cuáles intereses deberían primar por encima de otros, y cuales por ende pueden resultar prescindibles. Esto se debe a que en muchos casos los intereses de los grupos de intereses serán contradictorios entre sí. Un aumento en el sueldo de los trabajadores se verá reflejado en un aumento del precio del producto y por ende un aumento en el precio a pagar por parte de los consumidores. A su vez, en la búsqueda de medidas que busquen favorecer a los grupos de interés, Friedman plantea el ejemplo de la lucha contra la inflación. Como podrá el ejecutivo de la sociedad saber qué medida suya servirá para combatir la inflación. Esa no es su función, no fue elegido para cumplir esa función y por lo tanto, de llevar al administrador a cumplir funciones de ese tipo, el resultado final no será el deseado.

No resulta eficiente que sean las Sociedades Anónimas quienes tengan que velar por la satisfacción de los intereses de los Stakeholders. Esto resulta poco conveniente y a su vez, poco democrático. Es el Estado quien debe velar por satisfacer estos intereses. El Estado tiene los recursos y los conocimientos para llevar adelante estas funciones.

“Debería ser función del Estado crear las condiciones legales necesarias para incentivar o desalentar ciertas actividades empresarias de acuerdo a los valores, necesidades y políticas que les parezcan más convenientes para el bienestar general, cuidando de no afectar el correcto funcionamiento de las sociedades comerciales, ni de desbaratar el concepto de interés social vinculado al de los propios accionistas, ni de alterar el régimen de lealtades que la ley societaria impone entre administradores y accionistas.” (Duprat, 407)

Retomando la discusión respecto a si los administradores deberían tomar medidas que busquen favorecer los intereses de los Stakeholders, Duprat plantea el hecho de que las decisiones que se toman dentro de la Sociedad no son democráticas. No hay representantes de todos los grupos de interés para poder llevar adelante las mejores medidas para estos grupos. Las decisiones se toman en las Asambleas de accionistas y en las Asambleas de directorio. Naturalmente, los directores tomarán las decisiones que crean más beneficiosas para los accionistas. Esto se debe al principio de lealtad que existe de los directores para con los accionistas. Dicho principio de lealtad sostiene Duprat, es el que genera la confianza de los inversores en la Sociedad.

Michael Jensen escribe un paper en el que establece dos maneras de mirar el gobierno corporativo. Establece una mirada que lo que busca es la maximización de las utilidades y una teoría que busca el beneficio de los grupos de interés. Una primera aproximación del autor resulta atractiva para el análisis.

“To put the matter more concretely, whereas value maximization provides corporate managers with a single objective, stakeholder theory directs corporate managers to serve “many masters.” And, to paraphrase the old adage, when there are many masters, all end up being shortchanged.” (Jensen,3)

De la mano con lo que dice Friedman, cuando el ejecutivo corporativo es quien tiene que llevar adelante las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y buscar satisfacer los “beneficios comunes” de aquellos que no son los socios (su trabajo), esta labor resulta altamente ineficiente y en la mayoría de los casos termina en malos manejos corporativos.

Respecto a esta cuestión, Duprat plantea una situación similar:

“Esta tarea aparte de impracticable, altera el régimen de responsabilidad de los administradores, quienes pasarán a ser responsables ante todos y, a la vez, ante nadie.” (Duprat, 405)

Jensen plantea un importante problema. El inconveniente que tienen los administradores de la sociedad cuando en lugar de perseguirse un objetivo único, hay una pluralidad de objetivos. Cuando hay una multiplicidad de objetivos, esto resulta en confusión y una falta de propósito que ponen en el peor de los casos en riesgo la supervivencia de la compañía. Cuando se pone en riesgo la supervivencia de la empresa, entonces daría la sensación que la importancia de los intereses ajenos a los accionistas ---de maximizar las utilidades— deberían dejarse de lado.

A su vez, Jensen también establece que poner en cabeza de una entidad privada la corrección de las externalidades generadas en la comunidad por parte de la empresa no es una decisión que deba estar puesta en un individuo de estas características. Es el Estado el que está capacitado para definir que es bueno y que es malo para la comunidad. Una empresa privada carecería, en primer lugar, de fundamentos para establecer dichas prácticas.

Las empresas que tienen un enfoque que busca la satisfacción de los intereses de los stakeholders, en general estarán en desventaja frente a las empresas que tienen un objetivo único como lo es la maximización de las utilidades y eventualmente, fracasaran a la hora de competir entre sí. Resulta difícil establecer que objetivo es mejor que otro, que camino es mejor que otro y por lo tanto desde el directorio hacia abajo en la cadena de mando y funcionamiento de la empresa, la interrogante de que camino debe seguir la empresa se vuelve altamente compleja.

Entonces surge el interrogante: ¿Por qué los directorios eligen sostener posturas con enfoques en los grupos de interés en lugar de perseguir el objetivo único de los socios?

Una primera respuesta podría ser que los directores podrían usar la “excusa” de la multiplicidad de objetivos para poder perseguir objetivos diversos. De esa manera, al no ser claros los objetivos planteados, los directorios podrían no considerarse responsables si los resultados finales no son los esperados. Por lo tanto, el directorio podría comportarse de una manera egoísta frente a los socios, utilizando a la Responsabilidad Social Empresarial como una excusa por la falta de un “norte” que guie a los administradores de la Sociedad hacia el camino del éxito. De esa manera evaluar el rendimiento del directorio se vuelve una misión engorrosa ya que al no tener objetivos claros, tampoco se puede evaluar si se han logrado dichos objetivos.

A su vez, al sostener una política de Responsabilidad Social Empresarial, los objetivos y los caminos se vuelven difusos y requieren la discrecionalidad de los administradores para operar. Por lo tanto, el autor enfatiza que en algunos casos los administradores querrán aspirar a este tipo de teorías ya que les da un poder de maniobra para los asuntos de la empresa que es mayor a que si el objetivo fuese claro y conciso como lo es la maximización de las utilidades en donde el camino es más sencillo, más directo y menos confuso.

Jensen finalmente defiende la teoría de que la maximización del bienestar social se logra cuando la empresa intenta maximizar su propio valor.

“The short answer to the question is that 200 years’ worth of work in economics and finance indicate that social welfare is maximized when all firms in an economy attempt to maximize their own total firm value” (Jensen,15)

Jensen Cierra su paper haciendo una fuerte crítica al Stakeholder Theory, a esta idea de no priorizar la maximización de las utilidades como objeto de la sociedad. La teoría pone en manos de intereses particulares el manejo de la empresa. Les da a estos una legitimidad política para ser discrecionales a la hora de encarar el manejo empresarial. Si cuando se busca un avance en políticas de RSE, se distorsiona el objetivo y la meta a la que apunta la empresa, este manejo puede resultar altamente perjudicial para la compañía. A su vez, Jensen sostiene la preocupación de que los administradores utilicen estas herramientas para perseguir sus propios objetivos personales.



El valor intrínseco de la RSE

En el capítulo anterior se buscó una lógica detrás del choque que existe entre el interés social y la RSE, basado en esta idea del Stakeholder Theory vs Shareholder Theory como una ejemplificación de los conceptos que sostiene la Responsabilidad Social Empresarial.

Por otro lado, diversos autores entienden que la búsqueda de la maximización de las utilidades de una compañía sin una propuesta social significativa, lo único que hará será generar una merma en estas utilidades. Para lograr generar el rendimiento empresarial esperado, es necesario instalar propuestas de Responsabilidad Social Empresarial. De esa manera, los accionistas buscarán aplicar prácticas de RSE como una búsqueda de valor en lugar de verlo como un costo empresarial.

Jensen, sostiene que no se puede lograr una maximización de las utilidades si para ello, no solo se satisfacen los deseos pero también se solicita el apoyo de todos los

miembros que rodean a una empresa. Desde los consumidores, empleados, administradores, proveedores y hasta la comunidad en la que la empresa está situada.

“And can corporate managers succeed by simply holding up value maximization as the goal and ignoring their stakeholders? The answer to both is an emphatic no.” (JENSEN PAG 4)

Una compañía que es ajena a las necesidades que la rodean funcionará de una manera ineficiente. Quienes le dan valor a la empresa son todas las personas que la componen, y por lo tanto, son las necesidades de aquellos individuos los que la empresa deberá concentrarse en satisfacer.

“We must give people enough structure to understand what maximizing value means so that they can be guided by it and therefore have a chance to actually achieve it. They must be turned on by the vision or the strategy in the sense that it taps into some human desire or passion of their own” (Jensen, 19)

En la cita anterior, se puede ver la idea que quiere expresar Jensen. Al entender las necesidades de los grupos de interés y realmente hacer algo al respecto, la empresa puede comenzar a ver a aquellos miembros no como costos laborales necesarios, sino como un eslabón esencial en la cadena de valor.

Claro está, que no trabajará de la misma manera un empleado que no quiere estar allí y que su única razón para formar parte de la empresa es el sueldo que se le paga a fin de mes, que un empleado que ve a la empresa como una familia que se preocupa por él y que vela por sus intereses. En este caso, los dueños de la empresa podrían confiar en que este trabajador será leal y un trabajador esencial ya que no querrá perder su trabajo y mejor aún, tendrá un sentimiento de pertenencia para con la compañía.

Al lograr esto, lo que se busca es que al formar parte de la empresa, sea el propio empleado quien se vea atraído a la generación de valor para la compañía. Como expresa Jensen, una de las ventajas de llevar adelante satisfactoriamente el Stakeholder Theory, es que sea el empleado a quien le nazca trabajar para lograr los objetivos de la empresa. Inclusive, si el objetivo es la maximización de las utilidades. Objetivo que en ese caso compartirá con los accionistas.

Cumplir con los intereses de todos los grupos de interés es sin duda una tarea realmente complicada.

“Any theory of corporate decision-making must tell the decision-makers—in this case, managers and boards of directors—how to choose among multiple constituencies with competing and, in some cases, conflicting interests. Customers want low prices, high quality, and full service. Employees want high wages, high-quality working conditions, and fringe benefits, including vacations, medical benefits, and pensions. Suppliers of capital want low risk and high returns. Communities want high charitable contributions, social expenditures by companies to benefit the community at large, increased local investment, and stable employment. And so it goes with every conceivable constituency” (Jensen, 18)

Jensen da a entender que resulta complicado para una empresa satisfacer todas las necesidades de todos los Stakeholders. Sin embargo, al intentar hacerlo, es que la compañía podrá realmente exprimir al máximo el potencial de cada jugador que rodea a la empresa.

Siguiendo esta línea de pensamiento, resulta importante también para una empresa que las personas que la rodean entiendan la importancia de alcanzar los objetivos de la compañía. Esa parece ser la prioridad para los accionistas a la hora de decidir si implementar un programa de RSE o no. En el corto plazo casi indefectiblemente traiga consigo un gasto significativo. Costos que en el mundo empresarial pueden resultar familiares cada vez que lo que se busca es invertir. La RSE por lo tanto debería verse como una inversión a largo plazo. En el corto plazo resultará costoso pero con el tiempo la inversión generará (si se implementa correctamente) un valor agregado para la compañía que surge primordialmente de la cadena de valor que generan las personas que allí trabajan.

“I say “long-term” market value to recognize the possibility that financial markets, although forward looking, may not understand the full implications of a company’s policies until they begin to show up in cash flows over time. In such cases, management must communicate to investors the policies’ anticipated effect on value, and then wait for the market to catch up and recognize the real value of its decisions as reflected in increases in market share, customer and employee loyalty, and, finally, cash flows.” (Jensen, 19)

Jensen explica que una de las complicaciones que se encuentran a la hora de implementar políticas de este tipo es que el valor de mercado tarda en reconocer la inversión llevada adelante por la empresa. Lo que muchas veces encuentran los inversores son “gastos en prácticas de RSE” pero esos costos no se ven reflejados (en el corto plazo) en el valor de la empresa. Por lo tanto muchas veces los administradores y los propios accionistas se ven alejados de la idea de implementar políticas de Responsabilidad Social Empresarial por el miedo de que resulte en una especie de suicidio financiero. A esto, Jensen agrega que si bien lleva tiempo para que la inversión se vea reflejada en mayores ingresos, lealtad laboral o en una mayor participación del mercado, estas no deberían ser razones para no llevar adelante una práctica de RSE porque si se implementa de una manera correcta, los objetivos deberían llegar y se debería reflejar en los resultados de la empresa.

“Value creation does not mean responding to the day-to-day fluctuations in a firm’s value. The market is inevitably ignorant of many managerial actions and opportunities, at least in the short run. In those situations where the financial markets clearly do not have this private competitive information, directors and managers must resist the pressures of those markets while making every effort to communicate their expectations to investors.” (Jensen, 19)

El problema de la maximización de utilidades como único objetivo

La discusión planteada principalmente por Michael Jensen propone dos teorías. Stakeholder Theory y Value Maximization Theory. Se dice entonces que la discusión es Shareholders vs Stakeholders. Los accionistas querrán a toda costa maximizar las utilidades y hacen de eso su objetivo. En la teoría suena altamente oportuno. Si el deseo es ganar tanto dinero como sea posible entonces este debería ser el objetivo. Sin embargo, por más que este pueda ser un objetivo sensato, no dice nada respecto a cómo llegar a dicho objetivo. Uno puede plantear un objetivo pero la “hoja de ruta”, aquello que marca el camino a como se va a obtener ese objetivo, es lo que realmente importa. El enunciado de maximizar el valor no dice mucho sobre la visión o la estrategia para llegar allí. Tampoco les dice a los empleados o gerentes cómo encontrar o establecer iniciativas o emprendimientos que creen valor. Solamente les dirá como eventualmente se medirá el éxito de sus respectivas tareas.

Por lo tanto, volcar el camino de la empresa en un objetivo que resulta ideal pero sin demasiada información sobre cómo alcanzarlo, resulta también peligroso. Pareciera entonces que esta es una buena oportunidad para insertar en la ruta de la empresa los conceptos de la Responsabilidad Social Empresarial. Los fundamentos de la RSE tratan de maneras de cómo comportarse frente a distintas situaciones empresariales. Moralmente correctas, es una forma de definir las. Con un programa de RSE adecuado, todos los miembros de la compañía podrán ejercer sus funciones con una guía de cómo comportarse. Esto puede resultar menor pero no lo es. La manera en que las personas que trabajan en una empresa se desenvuelven dentro de la misma, es un fiel reflejo de lo que la compañía es y representa. Una simple mirada de esto podría ser la siguiente: Un jefe que trata mal a su empleado podrá verse reflejado en un maltrato por parte del empleado en un posible cliente. Este tipo de comportamientos son aquellos que la RSE intenta evitar. Cuando una compañía puede comportarse de manera correcta y uniforme, la imagen de la misma naturalmente mejora. Por ende, el Stakeholder Theory juega un rol importante si lo que se busca es que haya un trato cordial a todo aquel que forma parte de la empresa.

A esto, Jensen le da un enorme valor.

“We can learn from stakeholder theorists how to lead managers and participants in an organization to think more generally and creatively about how the organization’s policies treat all important constituencies of the firm. This includes not just the stockholders and financial markets, but employees, customers, suppliers, and the community in which the organization exists.” (Jensen, 22)

Jensen agrega que resulta imposible que una compañía logre crecer y crear valor en el largo plazo si no existe una buena relación entre la empresa y los grupos de interés.

“Indeed, it is a basic principle of enlightened value maximization that we cannot maximize the long-term market value of an organization if we ignore or mistreat any important constituency. We cannot create value without good relations with customers, employees, financial backers, suppliers, regulators, and communities.” (Jensen, 22)

Duprat entiende que las Sociedades comerciales no tienen la capacidad financiera ni tampoco fueron diseñadas para solucionar todos los problemas de la comunidad. Fueron fundadas con el objetivo de aglutinar capital, alocar de manera eficiente los recursos y en definitiva, generar dividendos para sus socios que son los principales

interesados en la Sociedad. Hasta allí, Duprat entiende que el único objetivo de una empresa es hacer tanto dinero como sea posible.

Sin embargo, Duprat señala que hay una ganancia para la empresa en la búsqueda de prácticas como lo es la Responsabilidad Social Empresarial. El autor establece que cuando uno implementa programas que mejoren el ambiente laboral, la situación de los trabajadores y el mejoramiento del medio ambiente, esto se verá reflejado en mejoras en lo que respecta al valor de la empresa. Entre las posibles mejoras se encuentra la imagen de la empresa, de sus productos, lograr la fidelidad de sus clientes, etc.

En un mundo como el de hoy, en donde las reseñas de los clientes están a un simple click, o a una publicación en internet, la imagen resulta fundamental. Una empresa que respeta su entorno, a las personas que la componen y a todos aquellos que las rodean, tiene un valor intrínseco que es la imagen que la comunidad tiene de la compañía. Esto puede no parecer demasiado importante en cuanto a lo positivo que significa que la empresa tenga una imagen respetable. Sin embargo, si uno lo considera al revés, podría ser devastador que la imagen y la reputación de la empresa se desplomaran.

Imagínese uno que la empresa es acusada por uno de sus empleados de ser una empresa que maltrata verbalmente a cada uno de sus trabajadores cuando comenten equivocaciones en su función. Y a partir de esto, los trabajadores se desarrollan en un ambiente hostil que les repercute negativamente en sus vidas. Sin lugar a dudas, en el momento en que esto sale a la luz, el valor de mercado de la empresa podría llegar a bajar producto de los problemas institucionales que este problema pudiese ocasionar.

Por el contrario, una empresa que respeta a cada uno de los miembros de los grupos de interés, tendrá sin lugar a dudas una consideración por parte de los consumidores a la hora de competir en el mercado y de los inversores a la hora de alocar recursos. Inclusive más aun, una empresa regional logrará la lealtad de sus consumidores si sabe que respetan a la comunidad que los rodea.

[Empresas Líder en RSE en el mundo y el impacto de sus variantes](#)

Uno de los activos más importantes que tienen las grandes empresas es su imagen, lo que son y lo que representan. La revista Forbes realizó en el año 2017 un ranking de

las empresas con mejores prácticas de RSE en el mundo. El ranking fue liderado por Lego Group, una de las empresas líder en juguetes para niños. Desde el análisis hecho por la propia empresa, entienden que el cuidado que deben tener con su principal Stakeholder, los niños, es esencial para que la empresa sea el éxito que es.

“Lego’s goal is to offer their main client and stakeholder, children, fun, engaging and high-quality of games to develop their skills. The interest and well-being of the children is their priority. Thus, as we have seen before, Lego meets the safety standards from design to manufacture, up to sale and use.”

“They want to inspire children to learn through play. Thanks to their Lego’s brick, children can develop intellectual skills and develop their state of mind. This is why they are counting on the responsible side by producing safe and high quality games, with security, hence their participation in the ten principles.”

A su vez, en la empresa entienden el mensaje que la RSE les genera como valor agregado. Los productos abarcan a los niños dada la edad, el género, la cultura y el origen étnico. La imagen de la compañía que esto refleja en el mundo es de un estándar y un avance social único.

“They have a slogan “Only the best is good enough”. Thus, they want to promote and show the world that they have a positive impact through their actions. This slogan is consistent with the perception that employees as well as stakeholders and customers have of the company”. (Forbes, 2017)

El segundo lugar del ranking se lo llevo la empresa de software Microsoft. Desde Forbes, se analizó que Microsoft se compromete a mejorar la educación como un problema humano global altamente relevante, y a diferencia de Apple opera como una plataforma de código abierto que fomenta la percepción de buena ciudadanía y buen gobierno.

Uno de los puntos más resonantes es la caída de Apple (competidora directa de Microsoft) del puesto 1 al puesto 3. El análisis que hace la revista de esta caída es realmente interesante. Los expertos analizan que la forma en que las personas evalúan a las empresas en general se ha vuelto mucho más crítica porque les resultan más familiares y a su vez, están más informadas.

El gran detonante de esta caída se encuentra en que la compañía no estaba dispuesta a desbloquear su iPhone para ayudar a la policía durante una investigación de tiroteo en el año 2016. Además, la empresa mantiene una plataforma cerrada, y muchos tienen dudas sobre su lugar de trabajo.

Sin lugar a dudas estos datos tienen un rol más que importante a la hora de analizar la importancia de buenas políticas de RSE. La caída de la imagen de una multinacional tan importante como es Apple debido a la desaprobada actuación en los eventos mencionados anteriormente juegan un papel vital dentro de las instituciones a la hora de evaluar la implementación de programas de Responsabilidad Social Empresarial.

A su vez, Forbes informó que las otras empresas cuyas imágenes se desplomaron en el año 2017 fueron la empresa japonesa Samsung y la alemana Volkswagen.

La caída de Samsung se debió a los problemas de combustión con su teléfono Galaxy S7 Note. A su vez, el vicepresidente Jay Y. Lee fue atrapado en un escándalo de sobornos.

Los problemas de imagen de Volkswagen se deben al inconveniente que la empresa arrastra desde 2015 cuando engañaron los exámenes de emisión de gases en uno de sus automóviles.

Los consumidores no se olvidan tan fácilmente de los problemas que la falta de responsabilidad social por parte de las empresas, genera. Es esencial que las empresas se desarrollen responsablemente con buenas prácticas sociales y buenos, honestos y respetables manejos de gobierno corporativo.

Con consumidores cada vez más informados y más críticos, el manejo de la imagen empresarial debería ser una de las prioridades de los administradores de las empresas. Ningún administrador o accionista de una empresa querrá ver la imagen desplomarse producto de malos manejos y malas políticas. Eventualmente, una mala imagen y un mal manejo, si se sostiene en el tiempo, traerá consigo una emigración por parte de los consumidores que elegirán productos similares, de compañías similares, pero que tengan dentro de su sistema, buenas políticas de RSE que logren que las empresas no solo generen ingresos importantes, sino que no lo hagan en detrimento de los grupos de interés que las rodean.

“La confianza de los clientes es difícil de ganar y fácil de perder. Cuando dejas que los clientes hagan de la compañía lo que es, te serán leales, pero solo hasta el momento en el que alguien más les ofrezca un mejor servicio. Sabemos que los clientes son perceptivos e inteligentes. Tenemos la firme convicción de que los clientes se darán cuenta cuando trabajamos duro para hacer lo correcto, y que al hacerlo una y otra vez nos ganaremos su confianza” Jeff Bezos (CEO Amazon) al congreso de los Estados Unidos.

Conclusión:

Resulta inevitable aceptar que la Responsabilidad Social Empresarial es un concepto que ha llegado para quedarse. El mundo entero ha tomado las ideas que refleja la RSE y las ha adoptado en la gran mayoría de las grandes empresas. Parece entonces extemporáneo debatir si la RSE debería adoptarse o no dentro de las empresas. Sin duda esa etapa ha sido superada y la discusión resulta en un cómo se llevan adelante las prácticas de RSE.

El objetivo debe ser lograr un equilibrio entre las dos grandes teorías que se han manejado a lo largo de este trabajo. La RSE no puede de ninguna manera representar un perjuicio para los accionistas de una compañía. No se pone en duda que los intereses de los Stakeholders son importantes, pero no puede ser una responsabilidad total de parte de las empresas las de satisfacer todos estos intereses. De ser así, se estaría vulnerando un interés fundamental, el de los accionistas. No habría lugar para esta discusión de no ser por los accionistas. No habría empresa si los accionistas no estuvieran dispuestos a tomar el riesgo natural que un nuevo negocio implica. Entonces no puede desecharse tan fácilmente la idea de que son los intereses de los

accionistas son los que la Sociedad debe priorizar. Resulta difícil imaginar una empresa en la que los intereses de individuos “ajenos” son protegidos, si esta protección deviene de un detrimento en los intereses de los accionistas.

La RSE fue descrita en el comienzo de este trabajo como una práctica que cumple el objetivo de mejorar la cadena de valor de la empresa producto de un funcionamiento más responsable. De esa manera, no habría lugar para admitir que una práctica de RSE está funcionando adecuadamente, si al final de la cadena y de la distribución de los dividendos, los accionistas no están logrando una mejora (o al menos no una pérdida sostenida) en sus ingresos. De lo contrario, sería cuestión de tiempo para que la empresa dejara de establecer estas prácticas o incluso peor, cesara de funcionar.

De ninguna manera podríamos afirmar que las empresas deberían comportarse como organizaciones completamente separadas de la comunidad y de los grupos de interés que la rodean. Sin embargo, tampoco puede esperarse que las empresas se asemejen con sus acciones al Estado. Si tuviéramos que marcar un límite en el accionar de la empresa, este sería en el detrimento de los accionistas. Porque son los accionistas quienes comienzan y sostienen a una empresa y al obviarse esto se vulnera uno de los derechos más importantes de nuestra Constitución, el derecho a la propiedad.

Bibliografía

- Ragazzi, Guillermo, *“La Responsabilidad Social Empresaria Llegó Para Quedarse”*, Ponencia presentada en el X Congreso Argentino de Derecho Societario, Córdoba, 2007
- Friedman, Milton, *“La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios”*, The New York Times Magazine, 1970
- Salvochea, Ramiro *“Mercados y buen gobierno corporativo La Revolución del “Corporate Governance”*, La Ley, Buenos Aires, 2016
- Halperin, Isaac *“Manual de Sociedades Anónimas”*, De Palma, Buenos Aires, 1965
- Duprat, Diego Arturo, *“La Responsabilidad Social de la Empresa y su Interrelación con la Maximización de la Riqueza de los Accionistas”*, Ponencia presentada en el X Congreso Argentino de Derecho Societario, Córdoba, 2007
- Blair, Margaret M., *“Ownership and Control. Rethinking Corporate Governance for the XXI Century”*, The Brookings Institution, Washington D.C, 1995
- Jensen, Michael, *“Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function”*, Journal of Applied Corporate Finance, Monitor Company, Boston, 2001
- Luna Viveros, Jennifer y Maigual, Jennifer *“Modelo de responsabilidad social para la empresa privada con ánimo de lucro”*, Bogotá, 2013
- ” Ignacio A. González García, Liliana V. López Mato, Roberto G. Sylvester *“RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA: Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento sistémico del “ciudadano empresa”. Normativas y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina*, 2010
- Strauss, Karsten *“The 10 Companies With The Best CSR Reputations In 2017”*

Alfaro, Jesús *“Interés social, cumplimiento normativo y responsabilidad social corporativa”* Almacén de derecho, 2016

Balonas, Daniel E. *“El Interés Social”* Ponencia presentada en el X Congreso Argentino de Derecho Societario, Córdoba, 2007

<https://www.acebrongroup.com/importancia-de-la-responsabilidad-social-corporativa/>

Medina Mora, José *“Los cuatro pilares de la Responsabilidad Social Empresarial”*, Charlas que transforman, Guadalajara, 2014

Lemaitre, Sophie *“Lego: Only The Best is good enough”*, European Framework for Social and Environmental Responsibility, 2016

Balbin, Sebastian *“Acción de responsabilidad contra el directorio”*, Ad-Hoc, 2006

Nazar, Nadina *“La Ley de Sociedades Comerciales y el interés social”*, Revista Argentina de Derecho Societario, 2012



Universidad de
San Andrés



Universidad de
San Andrés