

Una visión integral para la RSE

La RSE en perspectiva

Ideas para su diseño, implantación, desarrollo y evaluación

Víctor Guédez – Compilador

Comité Alianza Social VenAmCham / Fundación BBVA Banco Provincial

Caracas. 2014, 454 páginas.

Desde sus inicios la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha visto enfrentada a una gran dicotomía, por una parte observada como un buen negocio empresarial fundamentado en acciones instrumentales para la reputación y rentabilidad de las instituciones y por otra, percibida como un proceso complejo e idealizado que se ha caracterizado en la continua incorporación de modelos, estándares, variables e indicadores desde diferentes iniciativas a nivel mundial.

Derivaciones de la RSE que este texto invita a abordar desde una visión retrospectiva, a través de la compilación de cuarenta y nueve expertos que ofrecen sus reflexiones y enfoques personales sobre interrogantes claves como: ¿Cuáles son los fundamentos de la RSE? ¿Qué finalidades persigue? ¿Ante quién es responsable la empresa? ¿De qué es responsable? ¿Cómo podría diseñarse su adopción? ¿Cuáles son las exigencias para su implantación? ¿Qué aspectos pautan su desarrollo? ¿Cuáles son sus estrategias? ¿Cuál es la cobertura de su evaluación?, que resultan en cuarenta y cinco trabajos organizados en 4 capítulos principales que contemplan el diseño, la implantación, el desarrollo y la evaluación de la RSE, como temas centrales flanqueados por un primer capítulo sobre los significados y alcances de la responsabilidad de las empresas ante la sociedad y un capítulo final que, a razón de cierre, propone la perspectiva de una agenda ampliada de RSE en Venezuela.

CAPÍTULO I - PLANTEAMIENTO: desde el diseño hasta la evaluación, pasando por la implantación y desarrollo de la RSE.

El primer capítulo se fundamenta en el modelo Asterisco desarrollado por Víctor Guédez, con el cual pretende simplificar la comprensión y sintetizar la formulación de la RSE para cualquier institución. Modelo que se corresponde a cuatro ejes que se entrecruzan a la manera de un asterisco (*), en donde cada eje representa aspectos claves como son: el diseño (eje vertical), la implantación (eje horizontal), el desarrollo (eje diagonal ascendente) y la evaluación (eje diagonal descendente). Con este modelo no se busca establecer una guía de implantación, sino esbozar algunas pautas de orientación de forma esquematizada que permitan comprender a la RSE, en el entendido de que se comprende para operacionalizar, y se operacionaliza es para implantar, con la salvedad por parte de Guédez de que cada uno de estos cuatro ejes, concretados en el asterisco formulado, pueden ajustarse en función de los enfoques de cada interesado y de las circunstancias presente al momento de su operacionalización.

CAPÍTULO II – DISEÑO: desde el ante quién se es responsable hasta el de qué se es responsable, llegando hasta cómo comunicar lo que se hizo.

En el segundo capítulo se reúnen las reflexiones de 15 autores, y como punto de partida se presenta el trabajo de Antonio Vives sobre la responsabilidad de la empresa ante la sociedad y sus variantes, a través del cual Vives destaca que una empresa es responsable en la medida que está bien gestionada, por lo que en el futuro no será necesario hablar de prácticas responsables, sino que la responsabilidad o valor de una empresa ante la sociedad estará determinada por la buena o mala gestión, al entender que el desarrollo de los sistemas de información están permitiendo mejores conocimientos a los diferentes grupos de interés, forzando a las empresas a asumir sus responsabilidades. Le continúa Charo Méndez Rivas, quién cuestiona las finalidades sobre las que se orienta la RSE en Venezuela, y destaca que mientras en otros países responden a criterios de competitividad, en el país se caracterizan por el cumplimiento de obligaciones, reducción de riesgos, gestión de impactos, aceptación, sobrevivencia y reconocimiento. Que a pesar de sus contradicciones, lo relevante es que sus formas e impactos sociales se conviertan en referentes para la historia de la RSE en Venezuela. En este mismo orden de ideas, Yonaide Sánchez Ferrer desde un enfoque político de la responsabilidad social, establece que no hay empresas sanas en sociedades enfermas, ni empresas prósperas en sociedades

pobres. Es fundamental que las organizaciones venezolanas asuman, desde la RS, el compromiso político de promover los cambios que la sociedad venezolana está reclamando, que más allá de los discursos y prácticas deslegitimadoras que hoy enfrentan, se orienten a generar condiciones y oportunidades para fomentar democracia, justicia, equidad y ciudadanía.

Por otra parte, Jorge V. Villalobos G., desarrolla el tema de la responsabilidad social hoy, y destaca que se ha superado la otrora visión de la responsabilidad social de la empresa como moda pasajera, al constatarse que la RSE ni es moda ni es pasajera, sino que se ha configurado como una herramienta de cambio e innovación del modelo empresarial, que promueve la mejora continua en la gestión del negocio, generando valor agregado, económico y social a la empresa y a toda la sociedad. Mientras que María Fernanda Sánchez desde la exploración de la RSE y sus fundamentos, resalta que la RSE es un campo que se encuentra en constante desarrollo y cambio, por lo que la aproximación al tema debe hacerse desde distintos ángulos, no sólo desde el punto de vista teórico sino también práctico, por lo que las condiciones políticas, sociales, económicas y culturales de los países influirán en cómo las empresas enfocan, conciben y entienden la RSE; así como también estas concepciones se verán afectadas por el sector e industria al que pertenecen las empresas. De esta forma Cristina Calvo en referencia al camino ético de la Responsabilidad Social Empresarial, basada en la ética del bien común, se manifiesta como una exigencia a las empresas en poner en valor las riquezas intangibles necesarias para su continuidad como comunidad humana y desarrollar una perspectiva de colaboración, solidaridad y dignidad.

De la misma forma Mariana Iztúriz Boada, al destacar los diez desafíos clave sobre empresas y derechos humanos, establece que las organizaciones tienen ante sí un desafiante esquema de planificación, evaluación y cumplimiento de sus compromisos en pro de los derechos humanos, pero con creatividad, convicción y transparencia el balance podría ser sorprendentemente optimista. Mientras que Gustavo Yepes, desde la noción de la finalidad y orientación de la RSE, destaca que su aplicación debe hacer parte de la gestión empresarial, generando innovación y oportunidades en las plataformas estratégica, táctica y operativa de la organización, que permitan a las empresas integrar sus objetivos económicos y financieros a la búsqueda de soluciones sociales y ambientales, desde la perspectiva de abordar los propios impactos de su operación. Por su parte Victoria Bigio desde las variaciones del propósito de la RSE desde la resolución sociopolítica de la gobernabilidad, el desarrollo y la equidad, establece que las

metodologías de abordaje tradicionales de la RSE que producían resultados sociales al interior y exterior de la empresa ya no lucen suficientes, sino que a ello podrían agregársele herramientas para generar nuevas formas de relacionamiento. Es en ese nosotros, en ese espacio de convivencia societal, que la responsabilidad social ya no es solamente empresarial. Además de los empresarios y emprendedores, ahora incluiría también a otros actores: centros de conocimiento, gobiernos, líderes políticos, gestores públicos, sindicatos, gremios, comunas y comunidades.

En este orden de ideas, Ramón Sosa Mirabal al cuestionarse el por qué la Responsabilidad Social de la Empresa, concluye que es un recorrido que hay que exteriorizar en la necesidad de ser ante la comunidad en general un actor legítimo y comprometido tanto hacia adentro como hacia afuera, cuyo principal beneficio es afianzar los principios y valores de la empresa, dándole una marco de solidez a su actuación y construyendo su camino hacia la sostenibilidad. Por consiguiente Mariela Colmenares en su reflexión sobre la Responsabilidad y Transparencia, establece que ya no basta con intoxicar a las audiencias con publicidad, se debe ser consciente que el consumidor exige información para analizarla y comprobar que lo que la empresa comunica es confiable. De esta forma Dennys Montoto y Feliciano Reyna, al reflexionar sobre la RSE sin héroes epónimos sino ciudadanos, proponen que tanto en el ámbito de las organizaciones empresariales, como en el seno de cada empresa, más allá de la necesidad de respetar los derechos humanos como deber del ciudadano corporativo, se implementen programas de formación, difusión y promoción de los derechos humanos.

Y como cierre de este segundo capítulo Eloy Rodríguez Alfonsín en su análisis en cuanto a cómo aprender, evaluar y comunicar los resultados de la RS, destaca que se debe partir de 4 auto-cuestionamientos: por qué se quiere informar, qué se quiere informar, a quién se quiere informar y cómo se puede hacer, actividad que le permitirá a cualquier organización disfrutar de un proceso enriquecedor en su comunicación, el no hacerlo puede tener un efecto contrario, producto del desgaste y temor hacia una práctica que pasó de ser moda a una necesidad organizacional. De esta forma Raúl Maestres a plantear la realización plena del potencial humano como misión fundamental de la empresa emergente, destaca que cada día surgen nuevos focos de luz que indican la presencia activa de una ruta diferente en el mundo gerencial, que se erige, rompiendo los paradigmas autoritarios y deterministas del pasado e invita a aceptar el reto de convertirse en facilitadores de este proceso, asumiendo el honroso papel de coach para las nuevas generaciones de líderes que reclaman su espacio en el mundo. Reflexiones que

concluyen con el análisis que realiza Daniel Varnagy sobre el Buen Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social desde un enfoque tri-disciplinario, destacando que el Buen Gobierno Corporativo sienta las bases en elementos éticos, gerenciales y emocionales que posibilitan a las instituciones (públicas o privadas) la capacidad de llevar a cabo Responsabilidad Social Empresarial, entendida en cuanto a la sostenibilidad de la misma y por ende de las fuentes de trabajo que produzca, así como su impacto para la sociedad a la cual le sirve.

Capítulo III – IMPLANTACIÓN: Desde el insumo hasta el consumo, llegando hasta el desecho.

El tercer capítulo reúne los trabajos de 9 expertos, en primer lugar se encuentra la reflexión de Isabel Vidal sobre la gestión responsable por razones de negocio, destacando que un directivo de empresa cuando decide mejorar o cambiar su modelo de negocio, participar en nuevos mercados y/o evaluar la gestión de su cadena de valor, es con un doble objetivo incrementar ingresos y/o reducir costes internos a la empresa, lo que exige a las iniciativas de RSC estar ancladas a la estrategia del negocio, de lo contrario, se generan costes adicionales difíciles de justificar al accionista. En este sentido, Tomás Páez desde el enfoque de la Responsabilidad Social en la pequeña y mediana empresa, subraya que la responsabilidad social es una elección y una decisión autónoma, una elección que debe ser asumida de forma voluntaria, a través de la cual los empresarios se imponen la tarea de construir más humanidad, en la que asumen la importancia del otro y en la que logran entablar con los demás relaciones de carácter positivo, en donde la ética se perfila en la medida que el negocio se convierte realidad. Para Deisy Hernández Sánchez en su análisis de las relaciones con los grupos de Interés, resalta que una política estratégica e integral de Responsabilidad Social Empresarial comienza por una correcta identificación de los grupos de interés y el establecimiento de un diálogo fluido con ellos, a fin de favorecer una relación de mutua confianza que permita identificar necesidades y su anticipación, en la medida que estas relaciones son eficaces aumentan el capital de confianza mutua y garantizan, hasta donde esto es posible, su lealtad con la empresa.

En otro orden de ideas, Mireya Vargas en su reflexión sobre los negocios sustentables en contextos de conflicto y cambio, destaca que gestionar la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial desde un enfoque de creación de valor compartido supone un cambio de paradigma, las empresas rara vez abordan los problemas de la sociedad

desde la perspectiva del valor y se limitan a tratarlos como temas periféricos, mientras que desde la visión de la creación de valor desde las corporaciones ofrece la oportunidad de contribuir con la sostenibilidad y el progreso social de maneras rara vez igualadas por las organizaciones sectoriales y gubernamentales mejor intencionadas. Desde esta perspectiva, Rubén Darío Canelón Fernández en su reflexión sobre el tipo de alianzas que deben establecerse, destaca que las empresas deberían mirar, después de hacerlo hacia dentro, más allá de las fronteras de sus edificaciones e incorporar las legítimas preocupaciones de su prójimo a las legítimas preocupaciones del negocio como un todo, un claro ejemplo es que las empresas poseen ciertas capacidades generalmente vinculadas a temas de eficiencia y productividad mientras que las organizaciones sociales poseen otras capacidades, con las cuales las empresas se pueden complementar a la hora de mejorar la realidad social que se decida abordar, por lo que la clave está en la complementariedad.

En ese sentido Alicia Pimentel desde el análisis de los dominios y ámbitos de acción de la Responsabilidad Social Empresarial, establece que es necesario que existan emprendedores, hombres y mujeres que tengan ideas y se propongan desarrollarlas, asumiendo los riesgos que ello implica, al entender que las empresas son parte de una sociedad y su razón de ser fundamental es contribuir al desarrollo de su nación, ya que por su esencia son generadoras de empleo, de riqueza, de progreso, de conocimiento, de innovación, factores todos que contribuyen al crecimiento económico y social junto al Estado. Por otra parte, Alejandro Rivera Prato en su análisis de la Responsabilidad Social e Innovación como modelos antagónicamente complementarios, establece que todo negocio en marcha o nuevo emprendimiento debe revisar y alinear el pensamiento organizacional sobre aspectos clave como quiénes son los clientes, cuál es la propuesta de valor, cuáles son los canales, cómo la empresa entrega su propuesta de valor, cuál es la relación que quiero diseñar con los clientes, por dónde vendrán los ingresos del negocio, qué recursos requiero y las competencias que necesito, qué alianzas debo desarrollar y cómo es la estructura de costos y gastos, interrogantes que permiten desarrollar nuevos modelos de negocio, innovadores y con Responsabilidad Social Empresarial, no sólo porque contienen iniciativas de RSE en su relación con el cliente, sino que, al ser sustentables y evaluar todos los aspectos de un negocio, se puede hacer desde el diseño o el rediseño cambios con una mirada integral y que busque retribuir a los grupos de interés. Y como cierre, Mariely Ramos Piñero en su reflexión sobre la justicia y trabajo decente desde la perspectiva bioética en salud ocupacional, invita a repensar el valor de los valores, puesto que éstos se hacen presentes cuando se inculcan y se aprehenden, y

por lo tanto se necesita abrir un diálogo multidisciplinario y plural con los actores sociales, para clarificar la responsabilidad con respecto al trabajo decente como valor en pro del bien común, desde una concepción más justa.

Capítulo IV – DESARROLLO: desde la filantropía inteligente hasta la creación de valor compartido, pasando por los negocios inclusivos.

En el cuarto capítulo se reúnen las reflexiones de 13 autores, iniciado por Daniela Toro Carnevali quien plantea una hoja de ruta de la RSC y destaca que si una empresa es percibida como responsable, posee coherencia entre lo que dice que hace y su actuación real, y su responsabilidad empresarial es parte de su negocio, lo más seguro es que se le premie comprando sus productos o utilizando sus servicios, fidelizándose sus clientes y repitiendo en la compra, recomendando a otros u otras la empresa, esta es la verdadera relación entre RSE y el éxito empresarial. Mientras que Oscar Bastidas-Delgado en su análisis de las opciones estratégicas a la puesta en marcha de la Responsabilidad Social Organizacional (RSO), enfatiza que poner en marcha cualquier iniciativa de RSO implica que cuente con el espaldarazo político-institucional de la más alta instancia de la organización, para lo cual debe constituirse una unidad específica que la desarrolle y expanda hacia los procesos funcionales, permitiendo que la estrategia combine la mayor satisfacción de quienes la adelantan y de quienes reciben sus impactos, con la mayor permanencia posible en el tiempo para no generar frustraciones. En este mismo sentido Zaira Berti Ávila en su reflexión sobre las modalidades e instrumentos de la RSE, establece que los modos de la RSE usualmente se definen en función de las implicaciones que tiene para la empresa el control de gestión de la iniciativa a ejecutar, identificándose cuatro modalidades: ejecución directa, ejecución indirecta, ejecución a través de terceros y ejecución mediante alianzas, la escogencia de las modalidades dependerá del balance que se logre entre la disposición y la capacidad que tenga la empresa para emprender determinadas acciones. De igual forma Lorenzo Alfonzo en su estudio sobre las modalidades de RSE en Venezuela: cuatro empresas venezolanas y sus rutas de acción social empresarial, resalta que los principales obstáculos están del lado de las políticas públicas en materia de RSE, las cuales, en vez de satanizar la iniciativa privada por cuestiones de principio, deberían promover más alianzas entre el sector privado y el sector público para la solución de los problemas, ofreciendo incentivos a la generación de respuestas innovadoras y/o removiendo obstáculos que desaniman la iniciativa privada, por lo que el rediseño de las políticas es tan necesario como perentorio.

En otro orden de ideas, Henry Eliseo Sarmiento en su análisis sobre la eficacia e impacto de la formación en RSE, se fundamenta en el Diplomado de Gerencia Social y Gestión de la Empresa Ética y Socialmente Responsable de la Universidad Simón Bolívar, destacando que tiene como propósito general la formación y capacitación de un nuevo gerente, con competencias de liderazgo responsable, que además de los conocimientos, que usualmente maneja la gerencia tradicional, como las finanzas, mercadeo, tecnologías de producción, desarrolle también competencias genéricas en gerencia social; bajo las perspectiva empresarial, bajo el enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial. Del mismo modo María Claudia Romero Amaya en su reflexión sobre formar para ser socialmente responsables, matiza que las empresas y organizaciones pueden contribuir de manera importante a los procesos de formación, en primer lugar, estableciendo programas que apunten a ello, dirigidos a sus distintos grupos de interés; seguido con el desarrollo de campañas, dirigidas también a sus *stakeholders*, que motiven comportamientos socialmente responsables y en tercero, promoviendo al interior de su organización proyectos que vinculen tanto a accionistas como a colaboradores, y que apunten a comportamientos ambiental y socialmente responsables al interior de la empresa.

Por otra parte Thaís Bonsanto en su reflexión sobre el voluntariado corporativo, enfatiza que el camino del voluntariado corporativo tiene sus dificultades, es una tarea estratégica que puede tomar diferentes formas, desde la más básica, como determinar un número de horas anuales para que los empleados realicen una labor voluntaria en una organización sin fines de lucro de su preferencia, a establecer un programa formal de voluntariado donde la empresa planifique, coordine y ejecute las acciones sociales de sus empleados voluntarios, que sin duda significa una toma de conciencia de la empresa con respecto a cómo vincularse de manera simultánea con sus públicos internos y externos. No obstante Leonardo Carvajal en su análisis sobre la RSE en y hacia la educación, resalta que las empresas privadas podrían crear o fortalecer o reanimar experiencias y programas tales como: contribuciones a instituciones educativas privadas y oficiales destinadas a mejoras de la infraestructura y de los procesos educativos; promoción de proyectos para incrementar la calidad de la educación que se presta en diversos tipos de planteles y estimular la formación profesional de docentes en especialidades científicas y fondos para desarrollar múltiples proyectos de pasantías de estudiantes del bachillerato y del nivel superior en los espacios de trabajo de las propias empresas.

En este contexto Karina Zavarce en su análisis sobre RSE y cultura, resalta cuatro dimensiones en la aplicación de proyectos de desarrollo cultural comunitario (DCC) en el marco de la acción sociocultural, definidas las tres primeras como: social, cultural y educativa, las cuales se interrelacionan y que de forma transversal producen la cuarta: la dimensión artístico-comunitaria, por un lado, capacidades comunicativas y de resolución de conflictos, y por otro, la posibilidad de expresión individual que permite poner en valor las diferencias e individualidades, así como visiones plurales de una misma realidad. De igual forma Jorge Ruiz Carrillo en reflexión sobre la RSC desde la Multiculturalidad e interculturalidad, matiza que para ir hacia la renovación de pensamientos y actitudes en el campo de la RSC, sus prácticas deben mantener un contacto sostenido con la realidad, y estar orientadas a reconciliar los intereses de las partes involucradas y a respetar la diversidad cultural, la territorialidad y la sostenibilidad de los recursos naturales.

Del mismo modo Sonia de Paola de Gathmann en su análisis sobre la empresa responsable y sostenible, destaca que la responsabilidad de una organización con la sociedad, entendida según los parámetros del desarrollo sostenible, debe expresarse en sus planes de negocios, ya que es así como su mejor y mayor aporte se trasladará a su entorno, de esta forma, al conciliar los intereses más legítimos de la empresa, el valor para el accionista se convierte en un indicador de la creación de valor para la sociedad. En esta relación Oralyn Caldera en su reflexión sobre la gestión ambiental como pilar de la Responsabilidad Social y de la sustentabilidad, enfatiza que una empresa que gerencia la sostenibilidad incorpora los conceptos clave y las herramientas vinculadas a la RSE, en donde lo ambiental es una perspectiva, siendo particularmente importante cuando comienzan a considerarse aspectos como el valor de uso indirecto y el valor de no uso de ecosistemas complejos, posiciones éticas relativas al hombre y la naturaleza, el desarrollo en el largo plazo y el ambiente global. Y como cierre del capítulo María Soledad Tapia desde el análisis de la RSE en apoyo a la salud, alimentación y nutrición, destaca que las empresas deben colaborar con el sector público y conocer las políticas y regulaciones gubernamentales relacionadas con la RSE, y también deben aprovechar los programas gubernamentales existentes y armonizar sus esfuerzos de RSE con las estrategias del gobierno nacional y las prioridades locales, las cuales pueden ofrecer un área de oportunidad en beneficio de la salud de la sociedad.

CAPÍTULO V – EVALUACIÓN: desde lo que se dice que se hace hasta lo que se percibe que se hace, llegando a lo que se espera que se haga.

En este último capítulo central se congregan los trabajos de 7 expertos, encabezados por Rocío Guijarro S. y Xiomara Y. Zambrano quienes analizan la comunicación y empresarialidad socialmente responsable, destacando que en el sistema empresarial asociativo la buena comunicación y la educación en RSE es asunto clave, estratégico, con una población que quiere y necesita insertarse en el tema y hacerlo transversal al negocio, es por ello que se hace necesario dar a conocer lo que es un empresario, lo que hace, lo que arriesga, lo que beneficia a la sociedad, y cómo a través de su actividad productiva proporcionar bienes y servicios que enriquecen la vida humana, no sólo en el aspecto material sino también en el espiritual. En tal sentido Pablo Rincón Torres en su reflexión sobre la adhesión que existe entre la comunicación y la RSE, subraya que la comunicación y la RSE tienen un futuro prometedor, por medio de la estructura y la fortaleza de la primera, se puede potenciar aún más la segunda en su tarea no sólo de llegar a los grupos de interés, sino al gran público, que está ávido de recibir informaciones gratificantes, sobre todo en contextos tan complejos y difíciles como el de Venezuela, en consecuencia se requiere de comunicadores organizacionales y periodistas con una buena base de conocimiento de la RSE, para así poder penetrar en ella e incidir positivamente en los receptores. Del mismo modo Wilmer Solano en su análisis sobre la Transmedia como cultura pendiente, enfatiza que las organizaciones deben vencer la burocracia autoimpuesta o foránea, es necesario que organicen sus equipos de manera que todo funcione con inmediatez y profesionalismo, entendiendo que lo dinámico de la información va atropellando lo que en un momento es oportuno, desplazándolo por mera dinámica doméstica de los acontecimientos, es ya y ahora, no es para mañana o la semana próxima.

Por otra parte Isabel Lorenz en sus consideraciones sobre las mediciones de la RSE en tiempos de escepticismo, enfatiza que los estándares, normas y códigos de RSE constituyen una herramienta que ayuda a reconstruir la confianza entre sociedad-mercado-Estado y a alimentar el debate de las propuestas de políticas públicas de las empresas, si se vive en democracia, por lo que al estar Venezuela transitando momentos de graves dificultades, que ponen en peligro el carácter del Estado democrático y social de Derecho y de Justicia y del Estado Federal, el vencer este riesgo podrá ser sorteado si los ciudadanos, en modo particular, los responsables institucionales y políticos, establecen un

diálogo basado en la verdad, el reconocimiento mutuo, la búsqueda del bien común y el amor por la nación. En este contexto Perla Puterman en su análisis de la ISO 26000, expone que esta guía de responsabilidad social es una norma de orientación que no contiene requisitos, sino que ofrece lineamientos en forma de recomendaciones, propuestas, orientación y consejo que una organización puede seguir o no, es decir que la norma no es una camisa de fuerza, y la misma debería ser usada como una guía y adaptarla a cada tipo de organización de acuerdo a sus necesidades y características propias, ubicación, condiciones del entorno, característica de la mano de obra.

Del mismo modo Yanet Rodríguez en su reflexión sobre el paso de la RSE de la utopía a lo tangible y estandarizado, resalta que las normas tienen un valor añadido para la empresa, porque ofrecen un punto de partida para empezar a reflexionar sobre los temas sociales y medioambientales, que al mismo tiempo pueden orientar a la empresa en la medición de la información no financiera, la elaboración de una memoria de RSE y en el diálogo con los grupos de interés. Y como cierre, Carmen Elisa Hernández describe un caso de éxito de RSE, destacando que la legislación venezolana en materia de contrataciones públicas ofrece los mecanismos para disponer de recursos provenientes de la ejecución de los contratos adjudicados y pagados hacia las fundaciones, comunidades u organizaciones civiles sin fines de lucro para la ejecución de obras y servicios comunitarios, modalidad que permitió el desarrollo del proyecto de la Asociación Civil Club Deportivo, plan que ha rendido cuentas tanto a la administración municipal de los recursos direccionados hacia el proyecto, como a la comunidad que ha aportado esfuerzo y recursos en la ejecución de las obras, generando un historial de transparencia que les permitirá acceder a recursos adicionales de cualquier fuente que requieran, por lo caso como este son ejemplos de éxito que se obtienen cuando instituciones, comunidad y colaboradores se unen para obtener resultados que benefician a las comunidades y apuntan al crecimiento sano de una sociedad y hacia los valores del esfuerzo compartido.

CAPÍTULO VI – VISUALIZACIÓN: desde el diagnóstico hasta la agenda, pasando por las perspectivas de la RSE.

Y finalmente como capítulo que concluye e integra las apreciaciones desarrolladas, se presenta la reflexión que realiza Josefina Bruni Celli como perspectiva hacia una agenda ampliada de RSE en Venezuela, indicando que en países como Venezuela, sin la institucionalidad necesaria para un capitalismo sano, no basta con una responsabilidad empresarial pasiva, porque ello no asegura a la empresa la posibilidad de ser socialmente



eficaz (y por ende, de ganar legitimidad social), las empresas que se limitan a ese tipo de comportamiento responsable, son observadoras pasivas de las empresas que caen en el “comportamiento corrupto”, que al obtener mayor retorno económico que las de “conducta empresarialmente responsable”, generan incentivos colectivos a un deslizamiento generalizado de las empresas hacia el “comportamiento corrupto”, pero si las empresas y sus líderes asumen “comportamientos políticamente responsables”, se crean las condiciones para que todos los actores del sistema se aboquen en colectivo a construir esa mejor institucionalidad.

Como conclusión, la RSE tiene que ver, en parte, con crear una sociedad donde exista una relación virtuosa entre empresa y sociedad, una relación donde la empresa aporte, y donde la sociedad asegure las condiciones para que la empresa aporte. Esa relación virtuosa sólo se puede dar en un marco institucional transparente, con normas de buena calidad y libre de corrupción. El tránsito hacia una institucionalidad con esas características sólo se logrará si las empresas venezolanas asumen un comportamiento políticamente responsable.

Profesor Blas Fernández

Licenciado en Comunicación Social por la UCV. Magister en Comunicación Social, Mención Comunicación para el Desarrollo Social. Profesor de pregrado en al Universidad Central de Venezuela y del postgrado de la Universidad Católica Andrés Bello. Coordinador Académico del Programa de Postrgrado en Comunicación Social y Publicidad de la Universidad Católica Andrés Bello.