

*Argumentación sobre la Responsabilidad Social  
Empresaria bajo la óptica del Análisis Económico  
del Derecho Societario: una indagación sobre los  
orígenes, las posturas sobre el tema y la  
ambigüedad del concepto*

Miguel Gliksberg  
marzo de 2015

## ABSTRACT

Los debates en torno a la Responsabilidad Empresaria son álgidos. En gran parte, ello se debe a que se trata de un concepto difuso y ambiguo. Ello, ha conducido a discusiones actuales en Argentina que han llevado a formular posiciones ¿antagónicas? a la postura del Premio Nobel de 1978 Milton Friedman y a las posturas clásicas en favor del mercado. En 2009 la presidenta Cristina Kirchner reclamó mayor responsabilidad social ante industriales en Portugal, solicitó la "confluencia" entre el Estado y el mercado y agregó que "*La convergencia de la rentabilidad y la equidad es una buena ecuación para superar una etapa en la que todo estuvo dominado por la supremacía del mercado*", lo que abre el panorama para repensar la cuestión.

Por otra parte, debe destacarse que las discusiones sobre las “responsabilidades sociales de las empresas” son notables por su imprecisión y carencia de rigor y esencialmente responden a un problema de definición: ¿Qué significa que una empresa tenga responsabilidades? por un lado, y a un cuestionamiento ideológico por el otro.

En el presente trabajo se describe sucintamente el origen del concepto de Responsabilidad Social Empresaria, se lo caracteriza en un acercamiento a distintas definiciones otorgadas por distintos pensadores, se retorna al tratamiento dado por Friedman con especial atención a la relectura de su célebre ensayo de 1970 que realiza el Profesor Bour y finalmente se reserva un apartado para remitirnos a la visión de la Dra. Hers en torno al carácter interdisciplinario de la Responsabilidad Social Empresaria y la promoción de su generalización.

## **I. Dos visiones ¿contrapuestas? sobre la Responsabilidad Social Empresaria**

El Premio Nobel Milton Friedman fue categórico en 1970 al sentenciar: "*La Responsabilidad Social de las Empresas es maximizar sus beneficios*".

Más cerca en el tiempo, en 2009, la Presidenta de Argentina ha expresado en declaraciones en Lisboa ante empresarios: "*Empresarios, políticos y dirigentes tenemos la inmensa responsabilidad de hacernos cargo de que las equivocaciones no son solamente fríos números de un balance, sino que significa en la vida de millones de ser humanos tener una vida digna. La convergencia de la rentabilidad y la equidad es una buena ecuación para superar una etapa en la que todo estuvo dominado por la supremacía del mercado*".

Con estas mismas citas, el profesor Bour (2012) plantea la antinomia, por un lado la acción a través del Estado que condiciona las fuerzas del mercado y por el otro, el predominio de la lógica de mercado en el quehacer económico, según sus propios términos.

Estas dos afirmaciones respecto a la responsabilidad social de empresarios tienen dos componentes diferentes: un contenido valorativo ideológico y una interpretación económica del comportamiento de la sociedad. Las dos posiciones intentan reflejar la realidad. Una prioriza la acción del Estado y su capacidad como corrector de la ley de la jungla y el otro presenta la situación como resultado de la observación objetiva del comportamiento económico de la sociedad.

Tal como indica Bour (2012), estas citas son típicas de dos posturas diametralmente opuestas en cuanto al rol de las empresas en un sistema capitalista. Pero ¿es esto así efectivamente? ¿Debe aceptarse la existencia de una lógica que contradice al mercado, o de una lógica según la cual una empresa capitalista puede desentenderse de objetivos de la sociedad?

## II. Origen y Concepto de Responsabilidad Social Empresaria

### II.1. Origen

La función principal de las sociedades es la creación de valor para sus propietarios. En tal marco de ideas, señala Milton Friedman (1962) que la vital Responsabilidad Social de la empresa es la de maximizar la riqueza para el accionista cuando se encuadre dentro del marco legal a las que éstas se encuentran sujetas y sin ser objeto de una conducta fraudulenta. Ello, puesto que tal como lo señala la teoría económica, la obtención de beneficios económicos resulta la condición esencial para la supervivencia de la empresa.

Sin perjuicio de ello, el concepto de Responsabilidad Social Empresaria es uno difuso y debatido, incluso respecto a sus orígenes.

Para David Murillo (2007) la génesis de la responsabilidad social se remonta a los años cincuenta del siglo XX. Según argumenta, se identifican dos maneras distintas de entender el modelo de economía de mercado como las razones que han originado la preocupación por el comportamiento socialmente responsable de las empresas: *“Por un lado Estados Unidos con un sistema económico menos intervencionista pero donde la necesidad de dar unas pautas de conducta ética a las grandes empresas ya se hizo evidente y por el otro lado el bloque europeo con un modelo de interrelación entre empresa y sociedad más estrecho pero que también ha sufrido crisis importantes”*.

Sin embargo, Camacho (2005) ubica los inicios del concepto de responsabilidad social a comienzos del siglo XX aproximadamente por el año 1920 y explica que bajo este concepto *“se entendía como filantropía empresarial o como acción caritativa con un tono demasiado paternalista”* y destaca que ciertas prácticas como la caridad o la beneficencia no son negativas en sí mismas, pero que de alguna manera podrían prestarse para confusión de un comportamiento socialmente responsable basado solamente en este tipo de prácticas, como legitimadoras por otro lado de un ineficiente cumplimiento de las funciones esenciales de cada organización descritas en su misión institucional.

Finalmente, Stoner (1996) señala que más de un siglo ha transcurrido desde que Andrew Carnegie estableciera en 1899, en su libro “El evangelio de la riqueza” (The gospel of

wealth) lo que hoy se consideraría como uno de los primeros pasos del concepto de responsabilidad social, basado en los principios de caridad y custodia, desarrollando una marcada actividad benéfica de la empresa, lo que más tarde le otorgaría el reconocimiento internacional como uno de los filántropos más importantes del mundo.

## II.2. Concepto

Existen dos visiones alternativas para definir a la Responsabilidad Social Empresaria.

La primera, es aquella acuñada por Friedman y que adelantáramos en el primer apartado del presente trabajo, que asocia la Responsabilidad Social de las Empresas a la maximización de sus beneficios.

La segunda, es la que expone Frederik (1978) respecto a que la Responsabilidad Social Empresaria se refiere a la capacidad de una empresa de responder a las presiones sociales.

Pero resulta interesante a su vez, hacer un breve *racconto* de las distintas conceptualizaciones que se han hecho sobre la Responsabilidad Social Empresaria.

El concepto Responsabilidad Social Empresaria fue introducido a mediados del siglo XX por Bowen (1953) quien comenzó argumentando que centenares de grandes empresas eran centros vitales de poder y decisión, y que las acciones de estas empresas afectaban la vida de los ciudadanos en distintos aspectos. Se preguntó qué responsabilidades hacia la sociedad se podrían esperar que asuman los hombres de empresa en términos razonables y definió a la Responsabilidad Social Empresaria de la siguiente forma: “*Son obligaciones de los hombres de empresa seguir aquellas políticas, tomar aquellas decisiones, o seguir las líneas de acción que resulten deseables en función de objetivos y valores de nuestra sociedad*” (Bowen: 1953).

En esa línea, Bowen puso de resalto una encuesta de una revista en la que los editores pensaban que la Responsabilidad Social Empresaria también denominada conciencia social de los empresarios significaba que los ejecutivos eran responsables por las consecuencias de sus acciones dentro de una esfera más amplia que la abarcada por sus cuentas de pérdidas y ganancias. Luego, afirmó que la Responsabilidad Social Empresaria “*no constituye una panacea pero que es una verdad importante que debe guiar a las empresas en el futuro*”.

En otro artículo clásico, en 1973 Keith Davis relacionó a la Responsabilidad Social Empresaria con la consideración y respuesta de la empresa a cuestiones que van más allá de temas estrictamente económicos, técnicos o legales. Según este autor, la obligación de una empresa de evaluar en su proceso de decisión los efectos de sus decisiones sobre el sistema social externo de modo de lograr beneficios sociales además de las ganancias económicas tradicionales buscadas. Ello, significa que la responsabilidad social comienza cuando termina el derecho. Una empresa no actuaría en forma socialmente responsable si meramente se atuviera a lo que requiere el derecho, porque esto es lo que todo buen ciudadano haría. Una empresa que maximiza beneficios bajo las reglas de la economía clásica haría otro tanto. La responsabilidad social implica dar un paso más: asumir una obligación social más allá de lo requerido por el derecho.

En esta línea, la Dra. Hers (2013) expone: *“Si la exigencia excede la cobertura de riesgos imputables, la R.S.E. sería un costo tributario, sin embargo, la comunidad no indica aplicar de un determinado porcentaje de las ganancias a un tributo, o la inversión directa de dicho monto en objetivos de determinada naturaleza, sino que se requiere una actitud general de empatía con objetivos de bien común y una actuación filantrópica”*.

En tanto y desde una óptica distinta, argumenta el Profesor Bour (2012) que *“En resumen, una mejor sociedad produce un mejor clima de negocios. Pero si se lo analiza más de cerca, no es más que un argumento sofisticado de maximización de beneficios a largo plazo. Puede sonar extraño sugerir que invertir en programas sociales tenga como resultado normal mayores beneficios, pero éste es el resultado de operar dentro de una mejor comunidad y una mejor sociedad a consecuencia de estos programas. Los verdaderos ahorros de reducción de costos a largo plazo dependen de lograr cumplir con estos bienes sociales; luego, la empresa que no realiza una contribución (tal vez porque el gobierno está ausente) tendrá menos beneficios en el futuro”*. Y a riesgo de no haber sido lo suficientemente contundente, el Profesor Bour agrega: *“Como se ha visto, los únicos argumentos que respaldan la asunción de responsabilidades sociales por parte de una empresa son, o bien su maximización de beneficios a largo plazo, o bien el argumento de diversificación de riesgos”*.

En 1970, en el ya citado ensayo Friedman proclama la idea de la maximización de Beneficios. Es ésta la posición de Friedman, según la cual la función de una empresa es económica, y los valores económicos constituyen el único criterio que debe usarse para medir el éxito. Volveremos sobre el punto en el próximo apartado del presente trabajo.

Posteriormente, en 1972 hubo un debate importante sobre la Responsabilidad Social Empresaria, bajo el patrocinio del American Enterprise Institute. Manne y Wallich (1972) resumieron el debate en un libro en el que ofrecieron su propia definición del concepto.

Allí, expusieron que para que un gasto comercial o una actividad califique como una acción corporativa socialmente responsable (notar que se hizo un cambio en la denominación de la Responsabilidad Social Empresaria), debe ser tal que el ingreso marginal para la corporación sea inferior al ingreso marginal resultante de gastos alternativos, debe ser totalmente voluntario, y debe constituir un gasto corporativo más que una conducta de generosidad individual. El factor de voluntad ha sido puesto en primer plano por distintas definiciones modernas de la Responsabilidad Social Empresaria, pero ello también es harto difícil de juzgar: es imposible distinguir entre lo “puramente voluntario” y lo que responde a normas sociales (véase Elster, J. “Social Norms and Economic Theory”, *Journal of Economic Perspectives*, 1989).

A fines de la década de 1970, Carroll publicó un artículo que luego fue completado y repensado en 1991 en el que propuso una definición en cuatro partes de la Responsabilidad Social Empresaria (Carroll: 1979). Explicó, en primer término, que la empresa tiene una responsabilidad económica en cuanto a “(…) *la responsabilidad de producir bienes y servicios requeridos por la sociedad y venderlos a beneficio. Las demás funciones de la empresa son predicadas usando como base este supuesto fundamental. Es decir, así funciona un sistema capitalista usando al beneficio como herramienta de incentivo y de premio. La sociedad también espera que la empresa obedezca al derecho, es decir las reglas básicas del juego mediante las cuales funciona la empresa. Más allá del derecho, cabe mencionar a la responsabilidad ética (conducta y prácticas que van más allá de lo exigido por el derecho)*”. Por último, están las responsabilidades discrecionales, roles voluntarios asumidos por las empresas para los cuales la sociedad no facilita una expectativa clara, como lo hace en materia de responsabilidad ética. Y entonces se cuestiona qué dispara estos roles y arguye que son, eminentemente, dejados a elección de los ejecutivos y sociedades, pero demarca que existe la expectativa de que la empresa los asuma. Se trata de las normas sociales; la empresa se compromete a roles sociales no exigidos por el derecho ni esperados en sentido ético, pero que son crecientemente percibidos como estratégicos: p.ej. están las contribuciones filantrópicas (v. Hers: 2013), los programas internos para adictos a las drogas, el entrenamiento de desempleados, o la provisión de centros de cuidado materno-infantil para empleadas.

En la década de 1980 no hubo más caracterizaciones de la Responsabilidad Social Empresaria, aunque sí intentos de medición y de investigación (nótese la conexión con la propuesta en Hers: 2013), y marcos teóricos alternativos.

Por fin, en la década de 1990 hubo una transición a temas como la teoría de las partes interesadas en la empresa (stakeholder theory), la teoría de la ética comercial y la ciudadanía corporativa (v. Donaldson y Preston: 1995). Sobre el punto, es interesante la relectura efectuada por la Dra. Hers (2013) quien señala: *“La teoría ética que funda el modelo de los stakeholders, considera que la responsabilidad fiduciaria de los administradores societarios incluye la protección del interés de los socios (shareholders) y simultáneamente la de los intereses de aquellos que contratan con la compañía, llamados stakeholders. Se asume que el órgano societario no sólo “administra” la sociedad sino también un “haz” de relaciones jurídicas que incluye todos los negocios de la sociedad con terceros. La extensión del área de stakeholders incluida es el punto crucial”*.

Finalmente, resulta relevante destacar la investigación de Dahlsrud (2008) quien compara treinta y siete definiciones de la Responsabilidad Social Corporativa, respecto de cinco dimensiones específicas de análisis (stakeholders, social, medioambiental, económica y voluntaria) y concluye que la mayoría de las definiciones existentes son congruentes en un alto grado, pero que el problema que enfrentan dichos enunciados, se relaciona con las formas en las cuales este concepto es construido socialmente en contextos específicos, lo que se traduce en que las personas se refieren al concepto de responsabilidad social de manera diferente, para evitar compromisos productivos en su sector respectivo.

Además, muchos términos son utilizados como sinónimos que apuntan al análisis de aspectos propios de la relación entre la sociedad y los negocios, entre los que aparecen la responsabilidad social corporativa, la capacidad de respuesta social de los negocios, el rendimiento social de la empresas, la ética empresarial y de los negocios, terminología que apunta al análisis de la reputación corporativa relativa a aspectos tales como la identidad, la imagen, el prestigio, la buena voluntad entre otros.

### **II.3. Profundizando en la mirada de Milton Friedman**

Como preludeo al presente apartado, conviene recordar la férrea distinción que buscó establecer Friedman (1953) entre economía positiva y economía normativa. El Premio



Nobel hace un uso apropiado de estas categorías. En particular, el ensayo de Friedman de 1970 es considerado como un aporte al estudio de la economía desde un punto de vista normativo, es decir de cómo deberían conducirse las empresas dentro de un sistema capitalista. Tal como indica el Profesor Bour (2012) aún hay que aprender mucho de la principal proposición de Adam Smith *“It is not from the benevolence of the butcher, the brewer, or the baker that we expect our dinner, but from their regard to their own interest”*.

Hecha esta aclaración, y apuntando de lleno a la conceptualización efectuada por el Premio Nobel, resulta destacable poner de resalto en primer término que Friedman (1970) expone que las discusiones sobre las “responsabilidades sociales de las empresas” son imprecisas y carentes de rigor. Se cuestiona: ¿Qué significa que una “empresa” tenga responsabilidades? Y se responde inmediatamente que sólo las personas las tienen. Una sociedad es una persona artificial y en tal sentido sólo puede tener responsabilidades artificiales, pero de “las empresas” en conjunto no puede decirse que las tengan, aún en sentido impreciso.

Entonces, el primer paso para clarificar la doctrina de la responsabilidad social de las empresas, continúa Friedman, sería preguntarse precisamente qué es lo que esto significa. Presumiblemente, los individuos que deberían ser responsables son los hombres de negocio, es decir los propietarios individuales o los ejecutivos corporativos.

En esta línea, indica Friedman que en un sistema de propiedad privada de libre empresa, un ejecutivo corporativo es un empleado de los propietarios de la empresa. Tiene responsabilidad directa hacia sus empleadores. Esa responsabilidad consiste en manejar la empresa conforme a sus deseos, que serán en general ganar la mayor cantidad de dinero posible respetando las reglas básicas sociales, tanto las incorporadas en el derecho como en la ética.

Sin perjuicio de lo antedicho, en ciertos casos los empleadores podrían tener un objetivo distinto. Un grupo de personas podría fundar una sociedad para un fin caritativo como ser un hospital o una escuela. En estos casos, el administrador no tendría entre sus objetivos el de obtener un beneficio monetario sino cumplir con ciertos servicios.

El punto clave es que, teniendo en cuenta su capacidad como ejecutivo corporativo, ese administrador es el agente de los individuos propietarios de la corporación o que han establecido la institución caritativa, y que es responsable hacia ellos.

El ejecutivo corporativo también es una persona por derecho propio. En cuanto tal, puede tener otras responsabilidades que asuma en forma voluntaria (hacia su familia, su conciencia, sus sentimientos de caridad, su iglesia, los clubes de los que es miembro, su ciudad, su país). Puede sentirse impulsado por estas responsabilidades a dedicar parte de su ingreso a causas que considera valiosas, rechazar trabajar para ciertas corporaciones, y aún dejar su empleo, por ejemplo, para cumplir con sus responsabilidades.

En caso de que así fuera, podemos clasificar a algunas de estas responsabilidades como “responsabilidades sociales”. Sin embargo, el empresario está actuando como principal, no como agente: está gastando su propio dinero o tiempo o energía, no el dinero de sus empleadores o el tiempo y energía que fueron contratados para actuar a tal propósito. Y en realidad, las “responsabilidades sociales”, son responsabilidades sociales de individuos y no de las empresas.

En este punto y haciendo una lectura del ensayo de Friedman, el Profesor Bour (2012) señala enfáticamente que el hecho de que *“un ejecutivo tenga Responsabilidad Social como empresario debe querer decir que debe actuar de cierta manera no alineada con los intereses de sus empleadores. Por ejemplo, debe evitar aumentar el precio del producto a efectos de contribuir al objetivo social de impedir la inflación, aunque aumentarlo esté en interés de la empresa. O luchar contra la contaminación en desmedro de los intereses monetarios de la corporación. O contratar a desempleados cuando a la corporación le convendría mucho más contratar a gente capacitada...”*.

Esto implicaría que en cada uno de esos casos el ejecutivo corporativo estaría gastando el dinero de otros en pos de un interés social general. En la medida que sus acciones con vista a su “responsabilidad social” reducen los rendimientos de los accionistas, está gastando el dinero de ellos y en cambio, los accionistas, los consumidores, o los empleados podrían gastar de su propio peculio en una acción particular si así lo desearan. Remarca el Profesor Bour (2012) que *“El ejecutivo ejerce una Responsabilidad Social distinta, en lugar de cumplir como agente de los accionistas o de los consumidores o de los empleados, sólo si gasta la plata de modo distinto que lo que ellos hubieran deseado hacerlo”*. Friedman (1970) es claro en dicho aspecto al afirmar: *“Pero si actúa así, es como si estuviera imponiendo efectivamente impuestos, por una parte, y por la otra, decidiendo cómo debería ser gastada la recaudación”*.

#### **II.4. Visión del Profesor Bour en una Relectura al Paper de Friedman**

El profesor Bour (2012) realiza una lectura aguda del ensayo de 1970 del Premio Nobel Milton Friedman y demarca ciertas aristas nuevas al debate sobre la Responsabilidad Social Empresaria.

Expone Bour citando a Friedman- que el empresario cree estar defendiendo a las empresas libres cuando establece que a las mismas le interesa no solo perseguir beneficios sino promover fines sociales, pero lo que en realidad están defendiendo es puro socialismo. Los empresarios o ejecutivos corporativos son empleados de los propietarios de las empresas y les deben su responsabilidad a ellos. Deben en cuanto sea posible, dentro de las normas del derecho y la ética, generar las mayores ganancias. Las responsabilidades sociales en sí son del individuo y no de las empresas. El empresario puede elegir donar su propio dinero a una caridad, o realizar ciertas actividades en protección del medio ambiente, u otras. Pero en cuanto a la empresa en sí, debe actuar de la forma que es esperada, sino sería como si estuviera imponiendo impuestos a las empresas y decidiendo como gastar la recaudación. En los gobiernos democráticos existe un sistema de frenos y contrapesos, con lo cual, el poder legislativo decide los impuestos, el poder ejecutivo decide cómo gastar la recaudación, y el poder judicial vigila que esto sea realizado conforme las leyes. Sin embargo, ante esta situación el empresario cumpliría los tres roles. A su vez, estaría actuando como empleado público, aunque continúe trabajando en una empresa privada.

A su vez, el profesor Bour pone de resalto que Friedman argumenta que el pretexto de la responsabilidad social causa daños a los fundamentos de una sociedad libre. En un mercado libre basado en la propiedad privada todas las cooperaciones son de carácter voluntario, por lo tanto solo existen responsabilidades individuales. La tesis de la responsabilidad social solo difiere de la doctrina colectivista en que se persiguen los mismos fines colectivistas pero empleando otros medios.

Así pone énfasis en la idea de que Friedman cree que la única responsabilidad social que tienen las empresas es la de utilizar sus recursos y realizar sus actividades con el fin de generar los mayores rendimientos, siempre dentro de las normas legal y socialmente aceptadas.

Finalmente, el profesor Bour es contundente al cerrar su debate, al indicar que los riesgos de ceder a ideas como la Responsabilidad Social Empresaria son muy altos para una economía capitalista: *“puede perderse el anclaje principal sobre el que está estructurada y el único objetivo que a mi juicio debería orientar la actividad económica. El Estado también debe cumplir su rol. Cuando CFK nos habla de RSE, ¿cuál se supone que es la misión del Estado? ¿Suponemos que la asunción de RSEs en forma descoordinada por las empresas conducirá automáticamente al óptimo social? Como he dicho, entiendo que es mejor delegar en un gobierno su corrección, ya sea mediante precios sombra, impuestos correctivos u otros mecanismos. Resulta implausible que las decisiones descoordinadas produzcan resultados apropiados de políticas sobre, por ejemplo, el problema del calentamiento global, el empleo de la mano de obra o la congestión en las rutas de nuestro país. Diseñar estas políticas y generar una distribución equitativa de sus costos es de competencia del Estado, y exceden en mucho la órbita de acción de la actividad privada”*.

### **III. La ponencia de la Dra. Hers sobre Responsabilidad Social Empresaria**

En el marco del XII Congreso Argentino de Derecho Societario llevado a cabo en 2013, la Dra. Hers realizó una ponencia referida a la “Responsabilidad Social Empresaria: Legitimidad y Derecho de la Concurrencia”. Allí, señaló que el espacio que más adaptación necesita en la actualidad para el afianzamiento de los estándares de la Responsabilidad Social Empresaria, desde el derecho es la regulación de la concurrencia y el fortalecimiento de la legitimación de las organizaciones y sus normativas y comunicaciones.

En esa oportunidad, la Dra. Hers indicó que la sociedad presenta problemas de sustentabilidad nuevos y un registro más integral de los intereses legítimos a proteger incluidos en el bloque de los derechos humanos. En tal sentido, expuso que la comunidad (nótese que el termino comunidad está íntimamente ligado al derecho comunitario) reclama el deber del Estado de proteger contra abusos de derechos humanos, la responsabilidad corporativa de respetar los derechos humanos y un mayor acceso de las eventuales víctimas a remedios efectivos, judiciales y no judiciales.

En tal sentido, la Dra. Hers hace foco en la necesidad de operativizar ciertos derechos garantizados que muchas veces ciertos gobernantes parecen esquivar bajo el velo de los derechos programáticos y específicamente se centra en la necesidad de hacerlo en el marco de lo que Capella podría llamar el poder político privado (véase Los Ciudadanos Siervos).

Así, continúa la Dra. Hers, la Responsabilidad Social Empresaria surge como un concepto teórico de la disciplina de administración, procurando dar respuesta a exigencias éticas de las organizaciones de la comunidad. Indica entonces que *“la Responsabilidad Social Empresaria plantea una mejora de la transparencia empresarial, la disciplina del mercado, el medio ambiente, la calidad de vida de clientes y consumidores, el bienestar de los empleados y sus familiares, y la provisión de bienes públicos de la comunidad. La provisión para estos objetivos asignados a la empresa —desde el entorno— se realizaría, bien desviando recursos de la corporación privada o eligiendo estrategias rentables en el largo plazo, que las involucrara en proyectos con aspectos sociales”*.

Y en tal línea de argumentación, la Dra. Hers señala que existen dos ramas en la doctrina de la Responsabilidad Social Empresaria: la pro voluntaria (vinculada al marketing corporativo que encuentra una solución cuando la exigencia de inversión se recupera a través del marketing corporativo) y la otra pro regulatoria (designada como el ala política).

En otro apartado que es el punto que en este trabajo nos interesa, la Dra. Hers se cuestiona respecto a la recepción de la Responsabilidad Social Empresaria en nuestro Derecho. Entonces, argumenta que la comunidad concibe hoy a la Responsabilidad Social Empresaria como buena fe.

Es por ello que se pregunta cómo podría incorporársela a la normativa para fomentar con el soporte legal la ampliación de la actividad societaria, al desarrollo de objetivos de interés social de la comunidad que alberga a la empresa y expone que el sistema jurídico cuenta con una alternativa acotada de recursos para hacer promover la cooperación, facilitar la provisión de recursos a la comunidad y la distribución de riesgos: el derecho de responsabilidad, las cargas públicas y el derecho de propiedad.

Por otro lado, en cuanto a la conexión entre la Responsabilidad Social Empresaria y el Derecho Societario, la Dra. Hers indica que desde esta perspectiva, la Responsabilidad Social Empresaria “*es una filantropía con dinero ajeno, y una incitación al fraude (violación al deber fiduciario que los administradores tienen para con los dueños del capital), más propia de Robin Hood que de un administrador responsable*”. Allí hizo una conexión directa con el ya citado ensayo célebre de Friedman (1970) en el que el autor calificó a la Responsabilidad Social Empresaria como un robo.

En consecuencia, la Dra. Hers incorpora la idea de que el derecho societario facilita la incorporación de prácticas de Responsabilidad Social Empresaria cuando la normativa -regulatoria o jurisprudencial- considera la legitimación societaria. Así, entiende que el funcionamiento del régimen de responsabilidad societaria promueve la Responsabilidad Social Empresaria, por el efecto del precedente y a su vez se fomenta la incorporación de prácticas consistentes con la Responsabilidad Social Empresaria cuando se establecen cargas de información que faciliten la transparencia, como se promueve desde la normativa legal y la regulación administrativas.

Finalmente, la Dra. Hers concluye haciendo una interconexión entre la Responsabilidad Social Empresaria y el derecho de competencia. Dado que la Responsabilidad Social Empresaria surge para hacer la empresa sustentable, es decir que en su base está asociado a los intereses de ésta, debe estar íntimamente vinculada con el área del derecho que se involucra con los recursos que fortalecen la vigencia de la empresa en el mercado: el derecho de la competencia., aquel que protege la imagen empresarial, le otorga credibilidad a la misma, regula la publicidad y la lealtad en la competencia.

#### **IV. Conclusiones**

A lo largo del presente trabajo, hemos visto que el origen de la Responsabilidad Social Empresaria y la noción conceptual de la misma es difusa. Esta situación en muchas ocasiones es aprovechada por los críticos de la responsabilidad social, para señalar que se trata de un concepto ambiguo, sin nociones claras de cómo incorporarlo a la gestión organizacional y fundamentalmente, asociándolo con una moda de carácter pasajera, que no tiene mayor relevancia e impacto en el quehacer corporativo.

A la par de discutir los orígenes y conceptualizar a la Responsabilidad Social Empresaria, se ha prestado especial atención a la postura de Friedman (1970) que sostiene que existe una responsabilidad directa del ejecutivo hacia sus empleadores, que consiste en manejar la empresa conforme a sus deseos: ganar la mayor cantidad de dinero respetando las reglas básicas sociales, tanto las legales como las éticas.

Por su parte, nos hemos detenido en los argumentos del Profesor Bour (2012) sobre el tema, quien pone énfasis sobre la postura delineada por Friedman e incorpora a quien aduce fue el primero en referirse a la Responsabilidad Social Empresaria y padre de la economía clásica: Adam Smith. Entonces, con un tono notablemente desestimador de la promoción de la búsqueda de una Responsabilidad Social Empresaria filantrópica expone que el interés personal de Smith significa que una persona, o una empresa, deben preocuparse por su reputación de honestidad y buen trato, de pagar sus deudas y honrar sus compromisos, lo cual significa preocuparse por hacer hoy sacrificios, tal vez, para tener más beneficios mañana. También puede entenderse que tener buenas relaciones con los vecinos repercute en beneficios de la propia empresa.

Por otra parte, se ha incorporado la postura de la Dra. Hers (2013), quien sostiene que el efecto sinérgico de desarrollo de técnicas de *management* y presión social a través del impulso de las organizaciones se manifiesta en el uso de normas de calidad para medir el desempeño de Responsabilidad Social Empresaria. Y es allí en donde debe hacerse foco: en la conexión entre la Responsabilidad Social Empresaria y el derecho de la competencia.

Personalmente, creo que el aporte enriquecedor de Friedman es que las empresas tienen la responsabilidad de generar mayores ganancias pero a su vez, esa responsabilidad es hacia la sociedad, en el sentido de que generar la mayor cantidad de ganancias conlleva a beneficios para la economía en general. Sin perjuicio de ello, no veo negativo el hecho de que algunas empresas decidan realizar actividades con fines sociales, resultado de la decisión de los propietarios de las empresas.

Es claro que muchas veces las empresas realizan estas actividades porque prevén ciertos beneficios de los mismos, es decir, lo ven como una inversión. Por ejemplo, si mejoran la calidad de vida de la comunidad en la que se encuentran, tendrán empleados más saludables y más satisfechos; o si invierten en la educación de la comunidad, en un futuro

podrán contratar empleados mejor capacitados; o a veces incluso realizando donaciones a organizaciones benéficas, las empresas pueden lograr deducciones de sus impuestos, pero también resulta interesante hacer notar que todas estas actividades son válidas, ya que tanto la sociedad y las empresas se benefician, es decir que es una relación win-win. En sintonía con ello, creo que es más que importante hacer foco en lo indicado por la Dra. Hers respecto a la necesidad de cuantificar las ganancias otorgadas en razón de la Responsabilidad Social Empresaria y ligado a ello establecer un marco normativo garantizador de esas ganancias para los empresarios y para la comunidad, en un plano de los derechos operativos.



### **Bibliografía de consulta:**

BOUR, E. (2012). Derecho y Economía: Lecturas de Grandes Contribuciones.

BOUR, E. (2012). Responsabilidad Social de la Empresa – Análisis del Concepto, XLVII Reunión Anual, Asociación Argentina de Economía Política.

BOWEN, H (1953). Social Responsibilities of the Businessman, New York: Harper & Row.

CAMACHO, I.; FERNÁNDEZ, J. y MIRALLES, J. (2005). Ética de la empresa, 3ª edición Serie Ética de las profesiones Desclée & Unijes Bilbao. España.

Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance, Academy of Management. The Academy of Management Review.

CARROLL, A. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons.

DAHLSRUD, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions.

ETCHEVERRY, R. (2005). Corporate Social Responsibility, Penn State International Law Review, Vol. 23, N°3.

FREDERIK, W. (1978). From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought, Univ. of Pittsburgh.

FRIEDMAN, M. (1953). The Methodology of Positive Economics, Essays in Positive Economics.

FRIEDMAN, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits, The New York Times Magazine.

HERS, L. Responsabilidad Social Empresaria, ponencia 2013: “Centro para el estudio de la Gobernanca del Sector Público y del Sector Privado (CEGOPP ) UCEMA. Segundo Congreso Argentino de Gobernanca en las Organizaciones. Y “Responsabilidad Social Empresaria, Legitimidad y Derecho de la Concurrencia”. XII Congreso Argentino de Derecho Societario.

HERS, L. Ponencia 2013 “La Responsabilidad Social Empresaria”: “Una institución en el marco de la Gobernanca”, II Congreso de Gobernanca, Centro para el estudio de la Gobernanca del Sector Público y del Sector Privado (CEGOPP), UCEMA.

Howard R. Bowen, Social Responsibilities of the Businessman, 1953. New York: Harper & Row

MANNE, H. y WALLICH, H. (1972). The modern corporation and social responsibility. Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research.

MURILLO, D. (2007). La RSE. Por qué, cómo y hacia donde, Gedisa Editorial, España.