

Medir la responsabilidad social empresaria

Por Susy Inés Bello Knoll¹

Publicado en el Anuario 2011 Fonres RSE pág. 9.

Sócrates declaró que una vida sin reflexión no merecía ser vivida. Este filósofo griego impulsaba la evaluación constante y el esfuerzo de mejorar. Por ello es importante que periódicamente las empresas brinden un panorama de los esfuerzos realizados en el marco de la Responsabilidad Social Empresaria. Las empresas que desarrollaron programas de Responsabilidad Social Empresaria no han reducido su actividad a la dimensión económica maximizadora de beneficios donde se defienden las ganancias como fin último sino que han ido más allá y deben comunicarlo. Las empresas necesitan de la rentabilidad porque ésta posibilita su desarrollo y su permanencia pero además producen una aportación específica para las personas con que se vinculan interna y externamente y asimismo con el ambiente y la sociedad en general. Las personas no pueden ser utilizadas como medios y se debe reconocer en cada una su dignidad personal y su condición de ser único y distinto. El fin de la empresa, entonces, es el desarrollo y mejora armónica de cuantos se relacionan con ella y con la sociedad en su conjunto. Generalmente usamos el término de *stakeholders* cuando nos referimos a estos individuos porque fue utilizado en el año 1963 en un reporte de Robert Edward Freeman en el *Stanford Research Institute* como un neologismo derivado de la palabra *stockholder* que es accionista y fonéticamente se parece. Pero los *stakeholders* no son más que aquellos grupos afectados por la acción de la empresa y que crean

¹ Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Doctora en Derecho por la Universidad de Salamanca.

con ella una comunidad de intereses de alguna manera compartidos. Sus intereses son legítimos y merecen que se les preste atención.

Por ello cuando las empresas comienzan acciones de Responsabilidad Social Empresaria corresponde que informen sobre ellas para iniciar un círculo virtuoso de contagio, para renovar las energías y avanzar en ese camino, para poder estimar el impacto y las consecuencias de esas acciones profundizándolas o modificándolas si fuera necesario, y en fin, compartiendo lo ejecutado con toda la comunidad.

Los primeros informes suelen ser descriptivos y destacan aspectos cualitativos pero, con el paso del tiempo y la continuidad del compromiso asumido con las acciones de Responsabilidad Social Empresaria, la información se sistematiza, se incluyen los aspectos cuantitativos y aparecen los aspectos mixtos, tanto cualitativos como cuantitativos, y los reportes comienzan a ser comparables período tras período.

Desde la Universidad proponemos la constatación de la realidad de lo que la empresa desarrolla en relación a todos los grupos de interés porque lo que se constata en las acciones realizadas no puede ser sino como es. Somos conscientes que sólo se mide lo que se observa. Lo importante en esa observación es ponderar el grado de complejidad que supone una tarea de este tipo y ver el modo en que se quiere encarar la misma y el grado de profundidad que se pretende alcanzar.

Para medir corresponde establecer las distintas hipótesis a las que ha de aplicarse el parámetro y valorar los resultados. Los investigadores entendemos que sólo con la claridad y precisión de los indicadores se podrá tener una comprensión acabada del fenómeno de la Responsabilidad Social Empresaria e instamos su aplicación. Por ello, desde la investigación científica se trata de ayudar a crear sistemas multidisciplinares de información confiables, accesibles, sistemáticos, comparables, uniformes y claros que pueden además ser auditados.

Muchas empresas han asumido el desafío de exponer e informar las acciones desarrolladas en Responsabilidad Social Empresaria no sólo como un mero testimonio sino como el inicio de un camino que las llevará a la producción regular y sistemática de balances sociales de acceso a todo el público. La contabilidad social, como desde la investigación universitaria hemos dicho, intenta identificar, medir, evaluar, informar y monitorear los efectos que la organización está teniendo en toda la sociedad o en un grupo de interés específico que no es cubierto por los informes financieros de la empresa.