

¿Contribuyen las prácticas empresariales responsables a la reducción de la pobreza?

Do responsible business practices contribute to poverty reduction?

Yesenia Polanco Pantoja

Universidad Evangélica Nicaragüense Martin Luther King Jr
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Resumen

En la actualidad, las organizaciones son presionadas por diferentes tipos de públicos para mostrar responsabilidad en su actuar hacia la sociedad. La meta de la empresa debe ser conciliar su fin económico con elementos sociales y medioambientales con el propósito de evitar las desigualdades que la globalización está generando.

El presente trabajo muestra una revisión teórica que analiza la relación entre responsabilidad social empresarial (RSE) y pobreza. Ello se realiza con el fin de determinar si prácticas socialmente responsables pueden ser un medio para paliar la pobreza en América Latina. A lo largo del estudio se analiza la experiencia de éxito de cuatro empresas de la región.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, empresa, pobreza, desigualdad.

Abstract

Today organizations are pressured by different types of audiences to show responsibility in their actions towards society. The goal of the company must be an end to reconcile economic social and environmental elements in order to avoid inequalities that globalization is generating.

This paper presents a theoretical review that examines the relationship between corporate social responsibility (CSR) and poverty in order to determine whether socially responsible practices can be a means to alleviate poverty in Latin America. It analyzes the successful experience of four companies in the region.

Keywords: corporate social responsibility, business, poverty, inequality.

Introducción.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La literatura académica sobre RSE empieza a expandirse a partir de los años 1960-1970 (Carroll, 1999, p. 269). Según Garriga y Melé el inicio de la literatura moderna sobre esta temática a partir de la publicación del libro *Social Responsibilities of the Businessman* de Howard R. Bowen en el año 1953 (2004, p. 51). A partir de la obra de Bowen, comienza una primera etapa de proliferación de conceptualizaciones sobre la RSE (Carroll, 1999, p. 260).

Desde sus inicios, se han manejado diversos enfoques en cuanto a la RSE, pero es imposible negar que una de esas perspectivas se ha ido consolidando paulatinamente como paradigma dominante. Esta ha sido, particularmente ratificada desde mediados de la década de 1970. Se trata de la visión conocida como *paradigma liberal*, que pone el centro de su atención en los propietarios de la empresa y considera como objetivo central la maximización del valor generado para ellos (algo que suele traducirse en la práctica como maximización de las utilidades en el corto plazo).

Esta visión ha alcanzado su mayor popularidad en el mundo anglosajón, pero se ha convertido en parte de la cultura económica occidental a lo largo de las décadas de 1980 y 1990. Milton Friedman, es el principal abanderado de este paradigma, gracias a la posición formulada por vez primera en 1962 en un artículo titulado «La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios» (Friedman, 1970, pp. 22-124).

No obstante, la serie de transformaciones socio-económicas que se han venido intensificando desde comienzos de la década de 1990 (globalización,

aceleración tecnológica, acrecentamiento de la competencia, crecimiento de los beneficios y del poder de las grandes empresas) ha aumentado la respuesta social a este respecto. Los factores más destacables han ido mostrando que el paradigma liberal tiene una visión muy limitada y un enfoque individualista hacia la empresa. Ello ha promovido la paulatina aparición de un nuevo modelo, todavía insuficientemente definido y no poco heterogéneo, pero cada día más perceptible. Dicho modelo está caracterizado —frente al liberal— por dos aspectos que se retroalimentan: una mayor atención a los restantes colectivos que (además de los propietarios) resultan esenciales para la buena salud económica de la empresa y en paralelo, una mayor preocupación por la sostenibilidad económica a mediano y largo plazo.

Desde la década de 1980, autores como Freeman abogan por esta reconsideración de las preocupaciones centrales de la empresa, y es precisamente en el año 1984, que se formula la primera defensa coherente de esta perspectiva. El mantenimiento en el tiempo de los buenos resultados económicos depende de la calidad de la relación de la empresa con muchos sectores. Sin duda, ello incluye a los propietarios-accionistas, pero también los clientes, los proveedores, los empleados, los reguladores y los agentes creadores de opinión (analistas, expertos, medios de comunicación, etcétera), así como, y tanto más cuanto mayor es la dimensión y relevancia de la empresa, el entorno social en que se ubica y el conjunto de las sociedades en que opera. En esa medida, la empresa moderna no puede limitar su responsabilidad a la oferta de bienes y servicios, sino que debe ampliar sus objetivos tomando en cuenta al entorno natural y social en el que se desenvuelve y con el que se relaciona.

El escenario actual ha conducido a un replanteamiento en las relaciones entre la sociedad y la empresa.

Dentro de ese esquema, la meta de la empresa debe ser armonizar su fin económico con elementos sociales y medio ambientales con el propósito de evitar las discordancias que la globalización está generando. Las empresas son presionadas por los diferentes tipos de públicos para que muestren responsabilidad en su actuar hacia la sociedad y el medioambiente.

Es claramente visible la corriente de preocupación de diferentes sectores de la sociedad por incentivar en el ámbito empresarial la actuación responsable de la empresa. Por ello, los aspectos éticos, sociales y medioambientales se encuentran en la agenda de gobiernos e instituciones —tanto nacionales como internacionales— así como en el punto de mira de diversas organizaciones gubernamentales (ONG), grupos de consumidores, inversores, sindicatos y otros agentes sociales.

La RSE también conocida como responsabilidad social corporativa (RSC), es definida por Fernández como «un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medioambiente más limpio» (2009, p. 17).

La Comisión Europea (2001), en su libro verde, titulado *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, señala que la RSE es concebida como «la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medio-ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores». Más tarde en el año 2011, la comisión amplía el concepto y presenta una nueva definición de la RSE. A partir de

ello, esta noción se entiende como «la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad» (Comisión Europea, 2011). El respeto a la legislación y los convenios colectivos es un requisito previo para el cumplimiento de dicha responsabilidad. Con el fin de asumir la RSE de manera integral las empresas deben aplicar en colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos, y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y en su estrategia básica.

Otro concepto que se plantea es que la RSE se enfoca en objetivos comerciales y competitivos así como en cuestiones sociales y medio-ambientales. En ello cobra una especial relevancia la gestión excelente de los activos intangibles, como el capital intelectual, la reputación y la transparencia (Fernández, 2009, p. 18).

En Centroamérica se utiliza comúnmente la definición presentada por Forum Empresa¹ y el BID² que define la RSE como una nueva forma de hacer negocios, a partir de la cual la empresa gestiona sus operaciones de forma sustentable en cuanto a lo económico, social y ambiental. Dentro de este marco, reconoce los intereses de distintos públicos con los que se relaciona: los accionistas, los colaboradores, la comunidad, los proveedores, los clientes. A su vez, considera el medioambiente y a las generaciones futuras.

Para efectos del presente artículo se considera la RSE como la mayor conciencia de los directivos de la empresa por los efectos de su actuación y por los beneficios que trae consigo el comportamiento responsable hacia

¹ Es una red que articula y fortalece a las organizaciones empresariales nacionales y regionales comprometidas con la RSE.

² Se trata de un proyecto de fortalecimiento empresarial en alianza entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Organización de Estados Americanos (OEA).

los diversos colectivos con los que la empresa interactúa y con el medio ambiente. Respecto a ello debe destacarse que en la región latinoamericana la RSE aparece como un tema relativamente reciente y procedente de otros ámbitos geográficos (Estados Unidos y Europa), pero con proyección de posicionarse entre las prioridades del tejido productivo latinoamericano. Entre las organizaciones que han trabajado el tema a escala de Latinoamérica destaca la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal)³. Dicha institución considera a la RSE como un tema transversal, que permea todos los sectores del tejido social y que debe ser implementada con el objeto de construir sociedades más justas, estables y prósperas. En este sentido, en el año 2010, se inauguró la «Mesa de Diálogo sobre el rol de diferentes actores involucrados en la implementación de la RSE». Su objetivo es establecer una visión compartida de la RSE entre sus diferentes actores y plantear de manera conjunta los próximos pasos para su implementación en la región, usando como marco los procesos de alianzas público-privadas. Frente a ello, cabe anotar que la responsabilidad de impulsar el progreso económico y social no es una labor de un solo actor (Estado o empresa privada), sino que debe ser una tarea colectiva de toda la sociedad.

Además, destacan también en América Latina tres organizaciones que desarrollan el tema de RSE con cubrimiento regional: Fórum Empresa (organización

red de RSE de las Américas)⁴, la red Empresa⁵ y la Red Regional del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible o *World Business Council for Sustainable Development* (WBSCD). Es preciso señalar que 118 compañías de la región se han adherido a la iniciativa del Pacto Mundial (Global Compact) en América Latina. A nivel mundial, el total de empresas adherentes a la fecha en el mundo es de alrededor de 1100 (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2004, p. 85).

No obstante, aunque el tema de la responsabilidad empresarial es todavía novedoso y una consideración secundaria en los negocios de las empresas latinoamericanas, los términos RSE o RSC son cada vez más comunes entre los empresarios de la región.

Pese a ello se mantienen algunas iniciativas. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha patrocinado el estudio de la temática y promovido las reuniones de las Américas sobre el tema. La Conferencia Interamericana de RSE, realizada en Ciudad de Panamá en el año 2003, fue un espacio donde se compartieron experiencias de aplicación de principios de RSE con el propósito de divulgar el impacto positivo que esta tiene en la empresa, cómo la aplicación de la RSE incide en la competitividad, y por ende, en la cuenta de resultados.

En América Latina, hasta la fecha, seis empresas han publicado reportes de sostenibilidad siguiendo la GRI:

³ En esta línea la Cepal ha publicado la serie Medio Ambiente y Desarrollo No. 72 llamada «La Responsabilidad Social Corporativa en un marco de desarrollo sostenible» (LC/L.2004-P). Entre otros, se planteó como objetivo dar una visión amplia del concepto de RSE.

⁴ Es una red que articula y fortalece a las organizaciones empresariales nacionales y regionales comprometidas con la RSE y apoya el establecimiento de nuevas organizaciones afines en los países americanos que aún no cuentan con ellas.

⁵ La red Empresa es una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la responsabilidad social. Surgió a partir de una conferencia organizada en 1997 por *Business for Social Responsibility* (BSR) de San Francisco. Ello tuvo como fin convertirse en un vínculo o red virtual que conecta a las diferentes organizaciones que promueven la RSC en las Américas. Una de sus metas es tener una filial en cada país de las Américas. Hoy en día cuenta con doce miembros en once países y está en proceso de aumentar la red con organizaciones locales en Colombia, Costa Rica, Honduras, Nicaragua y Paraguay.

Natura en Brasil, Codelco en Chile y Grupo Nueva y sus empresas (Amanco, Ecos, Masisa y Terranova). Estos últimos cuatro reportes son los únicos que cuentan con verificación externa (de KPMG Sustainability, Holanda).

La investigación sobre el tema ha aumentado de forma interesante en los últimos años, especialmente, aquella orientada hacia estudios de caso. Algunos son realizados por organizaciones de la sociedad civil, —como la fundación ProHumana en Chile⁶—, universidades, y organizaciones sin fines de lucro apoyadas por las mismas empresas. También se han aplicado encuestas en varios países de la región para medir el interés en el tema por parte de los empresarios. Los gremios y cámaras industriales circulan cuestionarios al respecto en las reuniones anuales de sus miembros y en general el tema tiene buena acogida.

Sin embargo, en Latinoamérica el tema de la RSE todavía es desconocido por buena parte de la población, como ocurre en España⁷. Se presentan limitaciones, como la falta de una definición común sobre el concepto de RSE, en algunos casos, no existe una clasificación uniforme de lo que son micro, pequeñas y medianas empresas. Respecto a este punto, Vives, Corral e Isusi, revelan que una gran mayoría de pymes realizan acciones y actividades ligadas con la RSE a pesar de su desconocimiento formal del concepto (2005, p. 19)⁸.

1. RSE y pobreza

La nota característica que define la historia de Latinoamérica y el Caribe es la desigualdad que se considera como muy alta y persistente. Además, está acompañada de una baja movilidad social, ha llevado a la región a caer en un círculo de desigualdad difícil de combatir. Ello constituye una constante histórica a lo largo de distintos períodos de crecimiento y recesión, y ha trascendido diferentes regímenes políticos e intervenciones públicas.

Durante cuatro décadas, Latinoamérica ha punteado como una de las regiones más desiguales del mundo respecto a la distribución del ingreso. En primer término, los países de América Latina y el Caribe se encuentran entre los más dispares del mundo en lo referente al ingreso per cápita de los hogares: diez de los quince países más desiguales del mundo pertenecen a esta región.

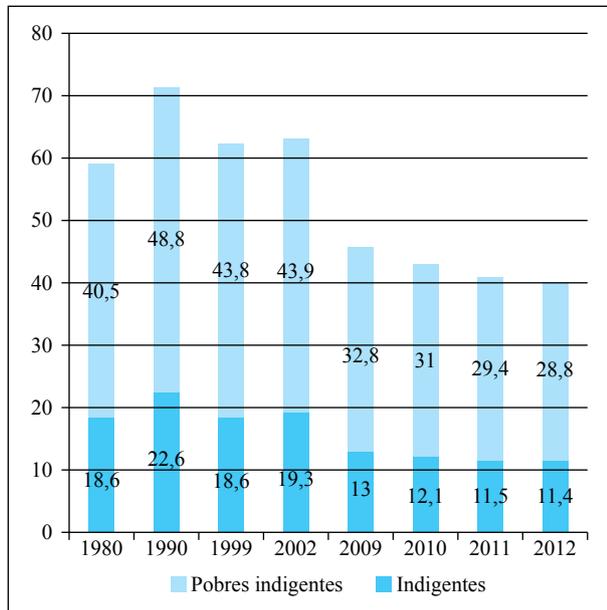
Según el informe *Panorama Social de América Latina 2012* de la Cepal, Latinoamérica finalizó el año con 167 millones de personas en situación de pobreza. Ello equivale a un millón de pobres menos que en 2011, es decir, un 28,8% de los habitantes de la región. Sin embargo, sigue siendo una cifra considerablemente alta que vislumbra un panorama gris para la mayoría de los habitantes.

⁶ Fundación Prohumana (s.f.) es una organización sin fines de lucro que desarrolla su trabajo en el área de la Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana.

⁷ El estudio «La opinión y valoración de los consumidores sobre la Responsabilidad Social de la Empresa en España» (2010), muestra que el 68,7% de los ciudadanos españoles manifiestan que no han oído hablar de la RSE.

⁸ El estudio «Responsabilidad social de la empresa en las PYMES de Latinoamérica» (2005) fue patrocinado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y en él se aborda la situación de la RSE en ocho países latinoamericanos; entre ellos: México, Chile, Argentina, Brasil, Colombia, El Salvador, Venezuela y Perú.

Gráfico 1. Evolución de la pobreza y de la indigencia en América Latina, 1980-2012



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2010), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países

En muchas de las ciudades de Latinoamérica son comunes el flagelo de la pobreza, pobreza extrema y exclusión social. En el caso específico de Nicaragua —el segundo país más pobre después de Haití— se estima que en el año 2011 la cantidad de pobres rondaba el 39,1% y la población en extrema pobreza era de 18,7% (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2011).

Frente a este panorama todos los actores sociales son responsables y están llamados a intentar encontrar soluciones viables. La magnitud de los problemas económicos y sociales que sufren los países latinoamericanos muestra la urgente necesidad de que las empresas se sumen en un esfuerzo conjunto que reúna a la sociedad civil y al Gobierno para coadyuvar a la solución de los mismos.

El alivio de la pobreza es uno de los objetivos más urgentes de todas las naciones; ello abarca a organizaciones internacionales, a organismos no gubernamentales, y a la comunidad local. Recientemente, la comunidad de negocios utiliza cada vez más el concepto de la RSE para establecer un marco para una mayor participación del sector privado en la mitigación de la pobreza. Sin embargo, hasta la fecha, ha habido una participación mínima de las empresas en el alivio de la pobreza, a pesar de que Blowfield y Frynas, mencionan que la reducción de la pobreza es tan importante como el crecimiento mismo de la organización (2005, pp. 499-513).

Por su parte el BID, considera que la RSE con el acompañamiento de gobiernos y organizaciones multilaterales es, por naturaleza, un desarrollo realizado por el sector privado. Ello se contrapone al Gobierno y a las comunidades de negocios que ven la RSE como un puente de conexión entre los negocios y el desarrollo; programas de responsabilidad social cada vez más se discuten en términos de su contribución al desarrollo. Sin embargo, las contribuciones empresariales a través de iniciativas sociales dirigidas a los más desfavorecidos o marginados siguen siendo mínimas.

A ello se debe sumar el hecho de que son pocos los estudios que relacionan la RSE y la pobreza. Además, los pocos que existen se centran en abordar el alivio de la pobreza a través de acciones de RSE por parte de las empresas multinacionales. La RSE tiene un gran potencial para hacer contribuciones positivas a las necesidades de las comunidades desfavorecidas o marginadas en los países en desarrollo. Por ello son muchas las teorías que sostienen el importante rol de los empresarios en el desarrollo económico local, puesto que sobre los hombros de la empresa descansan el crecimiento y desarrollo económico de una nación. Dentro de este esquema, la empresa es considerada

como la unidad económica fundamental en el sistema capitalista. La gran presencia de pequeñas empresas en las comunidades locales las convierte en un factor clave para el desarrollo y bienestar social de las mismas (Grayson, 2003).

Si bien es cierto que la presencia de la empresa privada es importante para traer desarrollo en las comunidades donde se inserta, esto no es suficiente para lograr una contribución eficaz para combatir la pobreza. Ello se debe a que para que se aprovechen los beneficios derivados de la presencia de este sector, es preciso que la empresa adopte un modelo de gestión basado en la RSE (Valor & Merino, 2007).

En cuanto a la relación entre RSE y pobreza, existen pocos estudios que miden el impacto de las iniciativas de RSE en el sur, especialmente su impacto en las

comunidades más desfavorecidas. No obstante, hoy en día, son muchos los organismos multilaterales que tienen como uno de sus objetivos la lucha contra la pobreza y, cada vez, son más los que incluyen la RSE como medio para alcanzar tal fin.

La Unión Europea, por su parte, ha ido incorporando en sus políticas la vinculación entre RSE y reducción de la pobreza (Valor & Hurtado, 2009, p. 80) En un primer momento, se planteó como un medio para lograr el pleno desarrollo del mercado interior y facilitar la ampliación hacia los países de Europa Central y Oriental (PECO). Solo será en los últimos años que se empieza a relacionar con la lucha contra la pobreza y se empieza a mantener relaciones comerciales o financieras o se conservan vínculos político-estratégicos (Valor & Hurtado, 2009, p. 39).

Tabla 1. La contribución de la empresa a la reducción de la pobreza

	Actividad empresarial básica	Acción social
Sostenibilidad ambiental	Ecoeficiencia	Programas ambientales en beneficio de la seguridad de los pobres
Paz y seguridad	Seguridad responsable Salud Igualdad de oportunidades y tolerancia religiosa	Contribución a la mejora de la seguridad alimentaria. Desarrollo del tejido empresarial Reconciliación con el ámbito laboral
Participación	Rendición de cuentas Relaciones laborales Marketing responsable Medidas anticorrupción	Derechos humanos y laborales Responsabilidad corporativa Gobernanza democrática
Equidad	Rendición de cuentas Abastecimiento responsable Salarios justos y pago de impuestos locales	Propiedad intelectual Política comercial
Oportunidad	Creación de puestos de trabajo y formación Productos asequibles Reclutamiento local Medidas anticorrupción	Educación Infraestructura Salud

Fuente: Forstater *et al.*, 2002, citado por Valor & Hurtado (2009, p. 48).

Es evidente que la RSE tiene un papel muy importante en la búsqueda de soluciones eficaces en la lucha contra la pobreza y la inequidad.

El grupo llamado *CSR Initiative de la Kennedy School of Government* (Universidad de Harvard), dirigido por Jane Nelson (Nelson, 2004; Nelson, 2006; Nelson y Prescott, 2003) estructura las vías de impacto de la empresa en la reducción de la pobreza en tres tipos (Valor & Hurtado, 2009, p. 68): actividades empresariales clave, filantropía y acción social, abogacía. Y dentro de este esquema plantea cinco espacios: a) ámbito de trabajo, b) mercado, c) cadena de valor, d) comunidad, e) marco geográfico (local, nacional e internacional).

Todas estas actuaciones con sentido de responsabilidad podrían tener incidencia directa en la reducción de los niveles de pobreza de los ciudadanos de los países latinoamericanos. Una de las formas en que las empresas pueden contribuir a las comunidades pobres es a través de los negocios inclusivos. Estos incluyen a personas de la zona, ya sea como productores o como consumidores. «Los negocios inclusivos además de ser negocios que proveen retornos de mercado a la inversión privada, brindan además respuestas para dos de los grandes retos de nuestros días: el combate a la pobreza y la preservación de los ecosistemas para las generaciones futuras» (Pérez, 2011, p. 67).

El desarrollo de negocios inclusivos con enfoque de sostenibilidad puede ser todo un reto y las empresas deben enfrentar una serie de barreras importantes, tales como: la falta de estructuras de mercado (buena infraestructura, disponibilidad de información y marcos regulatorios apropiados). Por ello, el proceso para hacer crecer un negocio de esta naturaleza puede consumir muchos recursos si es aunado al riesgo e incertidumbres. Sin embargo, pueden construir negocios exitosos en términos de retención de

colaboradores, mejor clima organizacional, buena reputación y buenas relaciones con el sector público nacional e instituciones comunitarias, apertura de nuevos canales de comercialización, nuevas fuentes de ingresos y utilidades y mayor capacidad para innovar

El problema de la pobreza requiere soluciones innovadoras. Es necesario un nuevo enfoque para ayudar a los que la padecen; un enfoque que permita asociarse con ellos para «innovar y lograr escenarios ganadores en los cuales los pobres estén activamente comprometidos y donde, al mismo tiempo, las compañías que les suministran productos y servicios sean rentables» (Prahalad, 2005, p. 6)

2. Casos concretos sobre cómo las prácticas socialmente responsables contribuyen a paliar la pobreza

A continuación se hará referencia a una serie de experiencias innovadoras en las que prácticas responsables por parte de las empresas y otros socios estratégicos (gobiernos y organismos no gubernamentales) están contribuyendo de forma efectiva a la reducción de la pobreza de la gente y de las comunidades en donde se encuentran insertas. Se iniciará abordando una experiencia de éxito en el continente africano; luego se analizará prácticas exitosas en Perú y Nicaragua.

2.1. Ethical Fashion en África

La iniciativa empresarial Ethical Fashion (iniciativa de la ONU para generar negocios responsables), conecta el negocio de la moda con los artesanos de África y Haití. El propósito es capacitar a los artesanos y personas marginadas para generar su propia fuente de empleo. Esta no es una institución de caridad; su objetivo general es capacitar a las mujeres para acceder a un salario digno que les permita mejorar las

condiciones de vida de sus familias y sus comunidades. La producción tiene un fuerte enfoque hacia la protección del medio ambiente y hasta la fecha aglutina a unos 7000 artesanos. Esta se ha convertido en una empresa global que trabaja con altos estándares en el mundo de la moda y que atiende clientes que se encuentran desde Roma, pasando por Río de Janeiro, hasta Tokio (International Trade Centre, 2013b).

La evaluación del impacto de esta iniciativa es vital y la realizan oficiales de campo de impacto social y observadores independientes. La metodología que utilizan se revisa anualmente con expertos locales e internacionales.

2.2. Amazon Health Products

Esta empresa peruana, fundada en el año 2008, se dedica a la elaboración de una variedad de productos naturales a base de sacha inchi (*Plukenetia volubilis* L.)⁹, tales como aceites, polvos, suplementos proteicos y nueces. La empresa ha tenido tanto éxito que actualmente exporta aproximadamente el 90% de su producción a Norteamérica y en menor medida a Europa y Asia.

Debido a la deforestación que afectaba a la Amazonía peruana, la empresa inició un proyecto de reforestación con el propósito de salvar el bosque y proteger los recursos naturales que estaban siendo afectados por el despale provocado por el incremento de la agricultura de subsistencia. Debido a la pobreza que se vive en las zonas más deprimidas de la selva peruana muchas veces los campesinos deforestan áreas de bosque para la siembra de maíz y otros cultivos que requieren gran cantidad de tierras.

Frente a esta problemática la empresa encontró una manera de brindar su aporte a la protección del medioambiente y a la vez contribuir a la generación de beneficios económicos para la comunidad. Esto fue posible gracias al establecimiento de acuerdos con las asociaciones de productores locales a quienes les compran la materia prima (semilla de sacha inchi) ofreciéndoles precios justos y una demanda constante durante el año.

La empresa apoya a los agricultores brindándoles capacitación y semillas para la siembra, entre otros. También ejecuta otras iniciativas importantes en beneficio de la comunidad que contribuyen al establecimiento de relaciones más sólidas a largo plazo con los agricultores y las autoridades locales. Un beneficio importante para las comunidades lo constituye el hecho de que Amazon Health Products genera empleo para más de mil familias que están empezando a construir sus casas de ladrillo y cemento con acceso a servicios básicos como agua y electricidad (International Trade Centre 2013c).

2.3. La empresa Art Atlas Perú

A partir del año 2000, Art Atlas Perú ha construido un modelo exitoso de negocio basado en el compromiso con el bienestar social. El negocio gira en torno a la elaboración de suéteres y chaquetas de punto de excelente calidad a base de fibras naturales como la lana de alpaca y algodón orgánico mezclada con variados tipos de telas. Su modelo de producción genera beneficios, a lo largo de la cadena de valor, para trabajadores, artesanos (85% de los cuales son mujeres), clientes y consumidores finales.

⁹ También llamado maní del monte, sacha maní, maní del inca o inka peanut.

En sus inicios solamente tenía dos colaboradores pero ha experimentado un crecimiento sostenido de tal forma que actualmente genera empleo que beneficia a más de quinientas familias que obtienen ingresos dignos gracias a esta iniciativa.

Por otra parte, a partir del 2003 crean la Fundación Art Atlas como una asociación sin fines de lucro que otorga un porcentaje de las ventas de la empresa a programas sociales dirigidos a familias en situación de pobreza.

Estos programas incluyen: capacitación técnica en el área textil en comunidades pobres, capital semilla a pequeños empresarios para iniciar su negocio, trabajo mano a mano con las comunidades para proteger a las alpacas, cuidado de la salud dirigido a mujeres y pequeños artesanos; entre otros (International Trade Centre, 2013a).

2.4. Una experiencia en las fincas cafetaleras de Nicaragua

Entre las familias nicaragüenses, es frecuente considerar que un niño o niña debe prepararse para la vida adulta mediante el trabajo. Estas creencias justifican la incorporación de las niñas y los niños a actividades laborales en edades tempranas. «Prepararse para la vida adulta implica que las niñas deben aprender a cocinar, lavar la ropa, lavar los trastes, lampacear..., y que los niños deben aprender las tareas del campo en las áreas rurales» (López 2011, p. 8).

Es común encontrar en las fincas productoras de café en el interior del país a niños desde edades muy tempranas trabajando junto a sus padres en los cortes de café. Debido a la pobreza de estas comunidades y a la falta de otras opciones laborales las familias deciden trabajar en las épocas de corte para conseguir dinero para paliar sus necesidades. Los niños deben abandonar la escuela durante esta época para acompañar a sus padres.

En Nicaragua, el Proyecto Entérate¹⁰, con socios locales como La Cuculmeca¹¹, Asociación Infantil Tuktan Sirpi, entre otros, desarrollan una interesante iniciativa llamada «puentes educativos». La Cuculmeca ha trabajado en 102 comunidades del departamento de Jinotega en conjunto con el Ministerio de Educación (MINED). Se trata de un lugar donde niños y niñas menores de catorce años realizan actividades lúdicas y motivadoras como juegos recreativos, talleres, dinámicas de grupos, entre otras. Estas se orientan a la estimulación de la creatividad, el logro de aprendizajes para la vida y a la sensibilización acerca de sus derechos y la defensa de los mismos junto a su familia, la escuela y la comunidad.

Este interesante proyecto no podría funcionar sin el apoyo decidido de grandes productores de café en los departamentos de Jinotega y Matagalpa, quienes organizan un sitio en su finca para que los hijos e hijas de los colaboradores reciban educación mientras sus padres trabajan. Los productores proporcionan el sitio para que funcione el proyecto y la alimentación de los niños.

¹⁰ El Proyecto Entérate (Educando niños trabajadores y erradicando actividades y trabajos explotadores) de la organización Institutos Americanos para las Investigaciones (AIR, por sus siglas en inglés) tiene como objetivo principal contribuir a prevenir y erradicar las peores formas de trabajo infantil en Nicaragua por medio de la educación (Proyecto Entérate, 2011).

¹¹ Es una asociación educativa que promueve el uso sostenible del medio ambiente y la participación de las comunidades en su propio desarrollo.

Tabla 2. Lista de productores de Matagalpa y Jinotega que han implementado los «puentes educativos»

NOMBRES	LUGAR	FINCAS
Marcos Chavarría	Reforma Arriba	Las Conchitas
Osman Gutiérrez	Santa Isabel	Santa Isabel
Isidro León York	La Paz del Tuma	La Colonia
José Armando Chávez	San Pedro de Buculmay	Hacienda Santa Maura
Ricardo Rosales	San Pedro de Buculmay	Jesús María
Roger Francisco Chávez	San Pedro de Buculmay	Hacienda Santa Gertrudis
José Mercedes Paiz	Reforma Arriba	La Libertad
Angelina López	Reforma Arriba	San José
Crisanto Blandón	Yunque 2	Los Jalacate
Duilio Baltodano	La virgen 1	Buenos Aires
Ángel Absalón Zeledón	La Vencedora	La Florida
Enrique Chávez	San Enrique	San Enrique
Fernando Chávez	El Palacio	El Palacio
Dania Baltodano	Las Cuchillas	Santa Rita
Eduardo Rizo	San José	San José
Eugenio López	Los Papales	Los Papales
Rafael Picado	Los gemelos	Mancotal
José Rizo	San Ramón	San Ramón
Ernesto Montenegro (administrador)	Potrerillos	Potrerillos
Martín Montero (administrador)	La Bastilla	La Bastilla

Fuente: La Cuculmeca, Jinotega (Polanco, 2011).

2.5. La empresa CISA Exportadora y sus «semillas digitales» en Nicaragua

En el año 2009, la empresa CISA Exportadora (de capital nacional)¹², Cisa Agro, la Universidad de Pensilvania, el Ministerio de Educación, padres de familia y las comunidades han trabajado en el Programa

«Semillas Digitales», que es un modelo integral de educación (Martínez, 2012). Este ha sido especialmente diseñado para mejorar la calidad de la educación en áreas rurales del país. Bajo este programa, se trabaja de forma paralela en mejorar la infraestructura escolar, las metodologías de aprendizaje y enseñanza, las habilidades en matemáticas, lectoescritura

¹² CISA es una de las principales empresas exportadoras de café de Nicaragua.

y análisis en los estudiantes. A la vez se incorpora tecnologías de la información al proceso educativo y se promueve el amplio involucramiento de los padres en la vida escolar de sus hijos.

Los programas de educación de CISA Exportadora benefician a más de 6000 estudiantes de las zonas cafetaleras pobres en Matagalpa, Jinotega, Nueva Segovia y Madriz. Entre 2009 y 2011, el programa alcanzó importantes metas académicas. Por ejemplo, en la escuela Buenos Aires, el rendimiento académico de los alumnos incrementó del 71% al 84%, y la matrícula subió en 29%, a raíz del programa.

Programas como este, y los puentes educativos mencionados anteriormente, han comenzado a marcar importantes diferencias en la vida de las familias pobres que habitan en la periferia de las grandes fincas cafetaleras del norte de Nicaragua. Además, se erigen como testimonio de que las acciones responsables por parte de las empresas pueden contribuir a mejorar la vida de la gente en el lugar donde se encuentran.

3. Conclusiones

Es muy pronto para determinar con precisión la relación entre RSE y reducción de la pobreza, puesto que existen pocos estudios que miden el impacto de las iniciativas de RSE, especialmente su incidencia en las comunidades más afectadas por este flagelo. La reducida bibliografía existente se ha enfocado en estudiar las prácticas de RSE de las grandes empresas multinacionales.

a) Por ahora, es de suma importancia que el tejido empresarial, el sector público y la sociedad en su conjunto conozcan las implicaciones de la RSE así

como los múltiples beneficios que puede traer su aplicación en la vida de las personas más desfavorecidas y en sus comunidades.

- b) Los negocios inclusivos deben apuntar a generar colaboración entre los pobres mismos, las organizaciones de la sociedad civil, el sector público y las empresas en la búsqueda de sinergias que logren soluciones puntuales a la pobreza. Trabajar con enfoque innovadores implicará la creación de nuevas oportunidades para los pobres al ofrecerles opciones y estimular su autoestima para que puedan ver más allá de su situación presente.
- c) El resultado esperado de la RSE es el aumento de la legitimidad social (reputación, licencia para operar) de la empresa. Ello facilita el acceso a nuevos mercados, a nuevos programas (alianzas público-privadas para el desarrollo, contratos de organismos internacionales, etcétera), mejora la ventaja competitiva y refuerza los recursos humanos (retención, motivación, etcétera). La RSE es un claro elemento de competitividad y de sostenibilidad. Los efectos indirectos de las prácticas de RSE pueden concretizarse en un aumento del interés que los consumidores e inversionistas prestan a las empresas, lo cual les permite incrementar su cuota de mercado.

Para concluir, la RSE contribuye de múltiples formas con resultados cualitativos y cuantitativos claramente visibles, pero su incidencia directa en la reducción de la pobreza todavía se encuentra en un estadio temprano. Ello se debe a lo novedoso del tema en algunos países latinoamericanos y a las pocas investigaciones desarrolladas hasta la fecha.

Referencias bibliográficas

- Blowfield, Michael & George Frynas (2005). Setting new agendas: Critical perspectives on corporate social responsibility in the developing world. *International Affairs*, 81(3), 499-513. http://www.chathamhouse.org/sites/default/files/public/International%20Affairs/Blanket%20File%20Import/inta_465.pdf. Fecha de consulta: 20 de julio de 2012.
- Carroll, Archie (1999). Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. <http://www.kulturstudier.no/files/PrestudyCompendiumCSRH09.pdf>. Fecha de consulta: 15 de enero de 2012.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2004). *Medio ambiente y desarrollo*, Serie 72. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2010). *Implicaciones de la política macroeconómica, los choques externos y los sistemas de protección social en la pobreza, la desigualdad y la vulnerabilidad en América Latina y el Caribe*. México D.F.: Naciones Unidas.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2013). *Panorama Social de América Latina 2012*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Comisión Europea, Libro Verde (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- Comisión Europea (2011). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las regiones. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. COM(2011) 681 final. Bruselas.
- Fernández, Ricardo (2009). *Responsabilidad Social Corporativa*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Friedman, Milton (1970). The social responsibility of business is to increase the profits. *The New York Times Magazine*. 13 de septiembre de 1970. <http://highered.mcgraw-hill.com/sites/dl/free/0073524697/910345/Appendices.pdf>. Fecha de consulta: 10 de enero de 2012.
- Fundación Prohumana (s.f.). Fundación Prohumana. Promoviendo la Responsabilidad Social Ciudadana. *Prohumana*. <http://www.prohumana.cl/> Fecha de consulta: 20 de abril de 2011.
- Garriga, Elisabeth & Doménech Melé (2004) Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1-2), 51-71. http://www.cs.unitn.it/~andreaus/bs1213/garriga_mel%C3%A9.pdf. Fecha de consulta: 25 de enero de 2012.
- Grayson, David (2003). Inspiration Successfully Engaging Europe's Smaller Business in Environmental and Social Issues. *Working Paper, the Copenhagen Centre*. http://www.upj.de/fileadmin/user_upload/MAIN-dateien/Aktuelles/Nachrichten/grayson_smethoughtpiece_2004.pdf. Fecha de consulta: 25 marzo de 2011.
- International Trade Centre (2013a). Art Atlas: A dream that came true. *International Trade Forum Magazine*. Ginebra. <http://www.tradeforum.org/article/Art-Atlas-A-dream-that-came-true/>. Fecha de consulta: 21 de abril de 2013.
- International Trade Centre (2013b). Ethical Fashion Initiative. *Intracen*. Ginebra: International Trade Center. <http://www.intracen.org/exporters/ethical-fashion/>. Fecha de consulta: 20 de abril de 2013.
- International Trade Centre (2013c). Seizing opportunity changing lives. *International Trade Forum Magazine*. Ginebra. <http://www.tradeforum.org/article/seizing-opportunity-changing-lives/>. Fecha de consulta: 20 de abril de 2013.
- López, Ricardo (2011). *Factores que favorecen el trabajo infantil*. Managua: Proyecto Entérate.
- Martínez, Luis (2012). Semillas digitales con buenos frutos. *Diario La Prensa*. Managua 18 de septiembre de 2012. <http://www.laprensa.com.ni/2012/09/18/departamentales/116709-semillas-digitales-buenos-frutos>. Fecha de consulta: 21 de abril de 2013.

- Nelson, Jane (2004). *The public role of private enterprise. Risks, opportunities, and new models of engagement*. Corporate Social Responsibility Initiative Working Paper N° 1. Cambridge, MA: John F. Kennedy School of Government, Harvard University.
- Nelson, Jane (2006). *Leveraging the development impact of business in the fight against global poverty*. Corporate Social Responsibility Initiative Working Paper N° 22. Cambridge, MA: John F. Kennedy School of Government, Harvard University.
- Nelson, Jane & D. Prescott (2003). *Business and the millennium development goals: A framework for action*. Nueva York y Londres: United Nations Development Programme e International Business Leaders Forum.
- Pérez, Felipe (2011). Una nueva visión empresarial para una mejor sociedad. *Incae Business Review*, 2(3). <http://www.revistaincae.com/edicion-impres/volumen-2/numero-3/34-una-nueva-vision-empresarial-para-una-mejor-sociedad.html>. Fecha de consulta: 21 de abril de 2013.
- Polanco, Yesenia (2011). *Proyecto Puentes Educativos*. Entrevista del día 28 de octubre a Christian Palacios de La Cuculmeca, Jinotega.
- Prahalad, C.K. (2005). *La oportunidad de negocios en la base de la pirámide: un modelo de negocio rentable que sirve a las comunidades más pobres*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Proyecto Entérate (2011). *La responsabilidad social corporativa y los riesgos del trabajo infantil en fincas cafetaleras seleccionadas en Nicaragua*. Managua: American Institutes for Research.
- Valor, Carmen & Inmaculada Hurtado (2009). *Las empresas españolas y la responsabilidad social corporativa*. Madrid: Colección Investigación y Debate Los libros de la Catarata.
- Valor, Carmen & Amparo Merino (2007). *Empresa y pobreza: El papel de la responsabilidad social corporativa*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid.
- Vives, Antonio, Antonio Corral & Igo Isuzi (2005). *Responsabilidad social de la empresa en las pymes de Latinoamérica*. Washington D.C.: BID.

Fecha de recepción: 22 de enero 2013

Fecha de aceptación: 3 de mayo de 2013

Correspondencia: cadministrativas@uenicmlk.edu.ni