Responsabilidad social empresarial: los inmigrantes, stakeholder de la empresa

Corporate social responsibility: migrants, stakeholder of the company

Luz Karime Ángel*
Leidy Catalina Duque Salazar**

* Abogada. Egresada de la Universidad de Roma La Sapienza. Especializada en Docencia Universitaria, Magister en Derecho Comercial Internacional y Doctora en Derecho. Correo eletrónico: langelguarnizo@hotmail.com.

** Abogada. Egresada de la Universidad La Gran Colombia. Magíster en Defensa de los Derechos Humanos y el DIH ante Organismos, Tribunales y Cortes Internacionales de la Universidad Santo Tomás y Máster en Derecho Matrimonial Canónico.Correo eletrónico: leidycatalina.duque@gmail.com

Fecha de recepción: octubre 23 de 2021
Fecha de aprobación: diciembre 1 de 2021
Para citar este artículo / To reference this article
Ángel. L,K. Duque, S. L, C(2021) Responsabilidad social empresarial: los inmigrantes, stakeholder de la empresa. *Inciso*, 23(2)

DOI: http://dx.doi.org/10.18634/incj.23v.2i.1147

Resumen

El presente documento tiene como propósito examinar el contexto de la responsabilidad social empresarial a partir de las iniciativas que pueden implementarse sobre la población inmigrante por medio de estrategias de inclusión como stakeholder. Así pues, luego de establecer algunas puntualizaciónes teóricas y conceptuales al rededor del concepto de responsabilidad social empresarial, como resultado se presentan una serie de alternativas generales para los retos de las empresas frente a la población vulnerable en un mundo globalizado. Utilizando una metodología cualitativa, se realiza el análisis de las fuentes bibliográficas prefiriendo la interpretación jurídica desde un punto de vista holístico frente a su incidencia en la sociedad. En desarrollo de los objetivos, en primer lugar, se indaga la responsabilidad de las empresas en un marco general, en segundo lugar se proponen algunas aproximaciones conceptuales de la responsabilidad social empresarial y finalmente se instaura una relación entre los conceptos de stakeholder e de inmigración, por medio del cual se demuestra que la población inmigrante siendo encuadrada como stakeholder, puede ser una estrategia para combatir la pobreza y las brechas sociales.

Palabras clave: Responsabilidad social, empresa, Inmigración, administración pública, Stakeholders.

Abstract

The purpose of this document is to examine the context of corporate social responsibility based on the initiatives that can be implemented on the immigrant population through inclusion strategies as a stakeholder. Thus, after establishing some theoretical and conceptual points around the concept of corporate social responsibility, as a result, a series of general alternatives are presented for the challenges faced by companies when dealing with vulnerable populations in a globalised world. Using a qualitative methodology, an analysis of the bibliographical sources is carried out, preferring the legal interpretation from a holistic point of view in relation to its impact on society. In the development of the objectives, firstly, corporate responsibility is investigated in a general framework, secondly, some conceptual approaches to corporate social responsibility are proposed and finally, a relationship is established between the concepts of stakeholder and immigration, through which it is demonstrated that the immigrant population, being framed as a stakeholder, can be a strategy for combating poverty and social gaps.

Keywords: corporate social responsibility: immigrants, company stakeholder.

Introducción

En el marco de la responsabilidad social empresarial se han dicho y estudiado muchas cosas, especialmente, bajo el interés de conciliar la brecha entre el comportamiento de las empresas con la sociedad especialmente vulnerable. No obstante, ha sido más limitado en el desarrollo científico sobre el rol de las empresas frente a la población involucrada en los procesos migratorios; sin embargo, en la dinámica actual se han buscado escenarios y alternativas de adecuación a los nuevos desafíos sociales y económicos.

Bajo este entendido, el escrito pretende brindar aproximaciones a este fenómeno, teniendo en cuenta, además, los retos del proceso de construcción de paz en Colombia que generan una mirada especial a la población inmigrante. De este modo, el artículo se encuentra divido en tres secciones: La primera, concentrada en la responsabilidad de las empresas en un marco general, precisando conceptos y teorías; la segunda, hace énfasis en la responsabilidad social empresarial - en adelante RSE -, explicando la forma en que esta debe entenderse y planteando los momentos en que una empresa es socialmente responsable; finalmente en la tercera se relacionan los stakeholder con la inmigración, y se plantean propuestas acordes con el marco jurídico colombiano.

Metodología

Para el desarrollo del presente artículo, fue necesario el uso de una metodología con enfoque cualitativo, en cuanto se pretendía hacer un estudio mirado a analizar los conceptos generales de responsabilidad social empresarial, y luego aplicarlos a una realidad colombiana como es la del fenómeno de los inmigrantes irregulares que se presenta con mayor intensidad en los territorios fronterizos.

En relación con las consideraciones anteriores, este enfoque proporciona herramientas para el estudio de una situación contextualizada en la responsabilidad social empresarial,

ISSN: 1794-1598

permitiendo seguidamente interpretar el fenómeno de la inmigración y proponer un nuevo planteamiento, el cual se concreta en la visión de admitir los inmigrantes irregulares como stakeholder de la empresa, teniendo como objeto principal la participación de las empresas desde la responsabilidad social empresarial y obteniendo como consecuencia un apoyo y ayuda por parte de este sector económico a los territorios en el manejo e inclusión social de los inmigrantes.

Desde el punto de vista del desarrollo de los objetivos específicos, se implementaron técnicas propias del enfoque cualitativo, como la recolección de bibliografía específica, la cual debe crear la base de conocimientos y el desarrollo de conceptos, para luego construir los soportes argumentativos de la propuesta basada principalmente en interpretaciones y conclusiones de los investigadores. Así mismo, se utilizaron técnicas de interpretación, con el fin de clasificar la información para construir un estudio flexible de la problemática propuesta y finalmente permitir el planteamiento de las conclusiones.

La responsabilidad de las empresas en un marco general

La empresa y la responsabilidad

La concepción de empresa determinada como la actividad económica organizada al servicio de un fin con carácter lucrativo, en el marco del intercambio de bienes y servicios, se cataloga como un actor importante en el escenario de las obligaciones jurídicas asumidas para el control de la sociedad. Los entes privados, con una personería jurídica propia, adquieren facultades y compromisos expresos en el concepto de responsabilidad.

Es así como la empresa, desde un marco conceptual, según Jorge Barrera Graf es el conjunto de personas y cosas organizadas por el titular con el fin de realizar una actividad onerosa, generalmente lucrativa de producción o de intercambio de bienes y servicios destinados al mercado (UNAM, 2008). Sin duda alguna, ese carácter lucrativo dispuesto en la actividad de intercambio, se presenta como un determinante de la responsabilidad que resalta las obligaciones jurídicas en todos sus ámbitos.

Dentro de las formas de explicar el concepto de responsabilidad, está la del modelo unitario, que es desarrollado principalmente por Hans Kelsen, quien expone la idea de la responsabilidad como reacción del ordenamiento jurídico ante la infracción de una norma por parte de un sujeto dentro de determinadas condiciones establecidas por el ordenamiento (Fernández, 2000).

De acuerdo con la naturaleza de la empresa, es claro que tienen como responsabilidad primaria generar ganancias, dando respuesta al ánimo de lucro en medio de las relaciones onerosas. Sin embargo, no es excluyente que en su quehacer puedan al mismo tiempo contribuir a los objetivos sociales y a la tutela del ambiente, integrando la responsabilidad social como inversión estratégica dentro de la propia propuesta comercial, es decir, en los instrumentos de gestión y en su operativización. Dentro de una empresa hay diversos elementos, entendidos como herramientas y personas que deben estar organizados. Este aspecto resulta fundamental, pues una empresa no es solo un conjunto de máquinas, mobiliario, dinero, trabajadores, sino que todo esto debe estar dirigido y organizado por una figura llamada empresario (UTI, 2008).

En consecuencia, la responsabilidad mayor se atribuye al empresario como representante de la empresa, quien es susceptible de ser evaluado en el cumplimiento de la responsabilidad en el marco de las obligaciones jurídicas. En este sentido, ha sido necesario crear instrumentos que se concentren en la medición del cumplimiento de las obligaciones, teniendo en cuenta que cada vez es más difuso medir el desempeño de una empresa desde el criterio social y ambiental, especialmente desde la extensión de la responsabilidad de las empresas atribuida también a la dimensión social.

De este modo, John Elkington diseñó un sistema nuevo para evaluar la sostenibilidad de una empresa y medir su desempeño, dentro de un marco contable, llamado Triple *Botton Line*, el cual va más allá de las medidas tradicionales de beneficios, rendimientos de inversión y valor para los accionistas, debido a que incluyó los factores ambiental y social (García, 2015). Este método de medición permite realizar un balance de ejercicio desde tres dimensiones "triple *botton line*", que es un indicador de la actuación de la empresa para medir no solo las ganancias o utilidades, sino también la base de contribución que la empresa aporta a la prosperidad económica, a la cualidad ambiental y al capital social en el lugar en que opera.

Por lo tanto, la evolución de las atribuciones de la responsabilidad de las empresas situadas en la RSE, pueden ser garantizadas desde esta forma de medición, proporcionando el cumplimiento de los elementos de la RSE, siendo conectados a la visión, valores corporativos, identidad y actividades de la propia empresa.

Pirámide de RSE según Carroll

La evolución de la responsabilidad para las empresas, trajo consigo un desarrollo más profundo de lo que involucra la responsabilidad social, pues se logró determinar que se presentaban distintas modalidades en la práctica que merecían ser estudiadas y representadas. En ese orden, surge la Teoría de la Pirámide, desarrollada por el Archie B. Carroll (1991), quien plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, vistas como una pirámide. Estas son: económicas, legales, éticas y filantrópicas.

Las responsabilidades económicas constituyen la base de la pirámide y son entendidas como la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean; como compensación por la entrega de estos bienes y servicios, la empresa debe obtener una ganancia aceptable en el proceso. De acuerdo con el libro Ética de negocios (2011), las responsabilidades económicas de una compañía incluyen tener beneficios para proporcionar un retorno de la inversión a los propietarios y accionistas, crear empleos en sus comunidades y contribuir con productos y servicios útiles a la sociedad. Parte de ser económicamente responsable incluye procesos de racionalización, para obtener las formas más eficientes de llevar un negocio e innovar con sus ofertas de producto y marketing para incrementar los beneficios.

Por su parte, las responsabilidades legales tienen que ver con el cumplimiento de la ley y de las regulaciones estatales, así como con las reglas básicas según las cuales deben operar los negocios. Por tal razón, las corporaciones deben asegurar que sus prácticas de negocios sean legales, pues obedecer las regulaciones ayuda a proteger a los consumidores que confían en que un negocio sea honrado sobre los productos que vende, y a los inversores que hacen frente a la pérdida de beneficios si una compañía es penalizada o cerrada por prácticas ilegales.

ISSN: 1794-1598

Mientras que las responsabilidades éticas se refieren a la obligación de hacer lo correcto, justo y razonable, así como de evitar o minimizar el daño a los grupos con los que se relaciona la empresa. Estas responsabilidades implican respetar aquellas actividades y prácticas que la sociedad espera, así como evitar las que sus miembros rechazan, aun cuando estas no se encuentren prohibidas por la ley. Se trata entonces de ir más allá de la prescripción de la ley, pues las responsabilidades éticas de una organización incluyen la gestión de desechos, reciclaje y consumo; que generalmente se regulan por el gobierno local o estatal, pero a menudo una compañía puede ir más allá de lo que requiere la ley, a través de las políticas institucionales que ayudan a sostener el entorno para futuras generaciones.

Otras responsabilidades éticas se evidencian en el uso de la publicidad, verbi gracia, no brindar la verdad a un cliente solo para hacer que compre, y en el mal tratamiento de los empleados. Una compañía puede proporcionar más que el salario mínimo y superar las precauciones de seguridad mínimas para los empleados; puede proporcionar excelentes beneficios, recursos de seguro y de inversión para crear un entorno laboral limpio y seguro, generando en los empleados sentido de pertenencia y gusto de trabajar.

Finalmente, las responsabilidades filantrópicas comprenden aquellas acciones corporativas que responden a las expectativas sociales sobre la buena ciudadanía corporativa. Estas acciones incluyen el involucramiento activo de las empresas en actividades o programas que promueven el bienestar social y mejoren la calidad de vida de la población. La diferencia entre las responsabilidades éticas y filantrópicas está en que las primeras surgen porque la empresa quiere cumplir con las normas éticas de la sociedad; mientras que las segundas no son una norma esperada en un sentido ético o moral, sino que representan más bien una actividad voluntaria de parte de las empresas, aun cuando siempre existe la expectativa social de que estas las sigan.

Los autores de Ética de negocios (2011) también sugieren que parte de la responsabilidad filantrópica que afrontan las corporaciones es promover el bien de los humanos y extender la buena voluntad. Un ejemplo de esto es la Fundación de Xerox "Programa de Adaptación de Regalos de Xerox", en la que esta adapta las contribuciones de sus empleados con instituciones de educación superior hasta US$1.000. De manera similar, la Fundación PepsiCo ha dado unos US$2 millones al Programa de Comida Mundial de EEUU, que ayuda a luchar contra el hambre en "comunidades vulnerables alrededor del globo" (Anaejionu, 2013).

Gracias al estudio de Carroll fue posible identificar estos estadios de responsabilidad social empresarial, donde a partir de una pirámide se determina el cumplimiento simultáneo de las responsabilidades económica, legal, ética y filantrópica, lo que debe llevar a la empresa a obtener ganancias, obedecer la ley, ser ética y comportarse como un buen ciudadano corporativo. En esa línea de ideas, se representa a continuación en la figura 1 la pirámide que explica la Teoría de Carroll, pues representa un valor especial en el surgimiento de la RSE:

Figura 1 Pirámide de Carroll. Do



Fuente: Contexto de evolución conceptual de la RSC en Colombia. Propuesta de un sistema econométrico de medición de índices de RSC en la PYMES colombianas, 2011, pág. 22.

En suma, la responsabilidad económica y la responsabilidad legal son típicas de la empresa que van en forma paralela y consecuentes, mientras que la ética representa una parte integrante de la responsabilidad empresarial relativa a satisfacer los fines sociales. Por su parte la filantrópica responde a una libre y voluntaria decisión de quien dirige la empresa sin ser estas actividades integrantes del bien llamado "core business" empresarial, que por su parte es la razón de ser de la compañía, aquello por lo cual se crea y en lo que se va a generar el máximo valor añadido. Así pues, si bien la filantropía no consiste en la razón de ser de la empresa, lo cierto es que empieza a cumplir un papel importante en el marco de la RS.

Aproximaciones conceptuales de la responsabilidad social empresarial

¿Qué es la responsabilidad social empresarial?

El concepto de responsabilidad social empresarial, conocida en el marco internacional como *Corporate Social Responsability*, es considerada un instrumento estratégico para realizar una sociedad más competitiva y socialmente cohesiva con el fin de reforzar un modelo social estatal. Cabe resaltar que el fortalecimiento del concepto en Europa se impone en el Consejo Europeo de Lisboa de marzo del año 2000, del cual nace la iniciativa para la creación del *Libro Verde* de la Comisión Europea, en donde se define la responsabilidad social empresarial como la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y ambientales de las empresas en las operaciones comerciales y en las relaciones con las partes interesadas (Danelli, 2011).

De este modo, el *Libro Verde* determina que la responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). Esta postura se adapta a los esfuerzos de la Unión Europea por impulsar sus valores acordes con el respeto de los derechos fundamentales, trayendo consigo

ISSN: 1794-1598

el ascenso en el reconocimiento de la responsabilidad social como parte importante de la identidad que debe ser manifestada a los trabajadores y, en general, a todos los interlocutores de la empresa, que pueden a su vez influir en su éxito.

Teniendo en cuenta este sobrevuelo, cabe revisar la generalidad del concepto que ha sido objeto de estudio en la evolución del Derecho Internacional Privado, a partir del fortalecimiento de las relaciones entre las empresas y la sociedad. Es así como, desde una visión amplia, la responsabilidad social empresarial: "[...] se refiere a las obligaciones de los empresarios para aplicar políticas, tomar decisiones o seguir las líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de nuestra sociedad" (Duque, Cardona y Rendón, 2013).

Desde esta perspectiva se entiende entonces el rol que debe cumplir el empresario que como sujeto activo en el marco de las relaciones jurídicas, adquiere igualmente unas responsabilidades determinadas en el servicio a la sociedad por encima de la maximización de los beneficios como único fin de la empresa.

Esta lectura implicó la presentación del Pacto Mundial de la ONU, en el año 2000, que se constituye como un llamado a las empresas en el ámbito mundial para que sus estrategias y operaciones confluyan con los 10 principios universales, específicamente en las áreas de derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción, con el fin de aportar al cumplimiento de los objetivos de la ONU. En esa línea de ideas, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas se presenta como una plataforma política y un marco práctico para las empresas comprometidas con la sostenibilidad y las prácticas empresariales responsables (Danelli, 2011). Esta iniciativa de liderazgo, que ha sido refrendada por directores generales, pretende armonizar en todo el mundo las operaciones y estrategias comerciales con diez principios universalmente aceptados en los ámbitos de los derechos humanos, los estándares laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción (ONU, 2000).

Es así como este llamado se convierte en una iniciativa voluntaria de responsabilidad social mundial, que se impone como un acierto en la ejecución del Modelo de Gestión de los Principios Laborales del Pacto Mundial de la ONU, reduciendo las brechas de la discriminación laboral y abriendo su cobertura a población especialmente vulnerable, como lo es la migrante.

En concordancia, se presenta la Comisión de las Comunidades Europeas (CCE, 2001) que dando cumplimiento al Pacto Global de la ONU, desarrolla el concepto de responsabilidad social empresarial a partir del cual se imprime la voluntad de las empresas a contribuir con el logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio. En esa medida, se pretende trascender de las obligaciones establecidas jurídicamente, al fortalecimiento del capital humano incluyendo el entorno y las relaciones sociales, obteniendo como resultado el aumento en la competitividad de las empresas (CCE, 2001).

En suma, la responsabilidad social empresarial como producto de las dinámicas de cooperación en las relaciones internacionales, ha reflejado en su concepto el interés por humanizar la materialización de la empresa, reconociendo un valor agregado a la dimensión humana que finalmente es la que sostiene las dinámicas económicas, siendo a su vez necesario el fortalecimiento de la relación empresa-medio ambiente.

¿Cómo debe entenderse la responsabilidad social empresarial?

Cabe destacar que el concepto tradicional de responsabilidad social empresarial ha dirigido su mirada al cumplimiento de las disposiciones jurídicas que implican unas obligaciones en las relaciones empresariales hacia los trabajadores y el medio ambiente. No obstante, en el marco de la evolución del concepto y su ejecución en la realidad, se establece que la RSE debe entenderse más allá del respeto de la prescripción de la ley, pues desarrollando el concepto en su globalidad, se trata de imprimir convicción en las prácticas de la empresa, que visibilicen resultados traducidos en beneficios y ventajas para la empresa y los que la integran.

Bajo este entendido, ¿quiénes son los sujetos que integran las empresas? ¿cuáles son esos actores que requieren mayor atención en el marco de la responsabilidad social empresarial? Estas preguntas evocan la trascendencia del concepto "*stakeholders*".

Si bien los *stakeholders* han sido objeto de múltiples acepciones, es posible recalcar que el término hace referencia a cualquier grupo o individuo identificable que pueda afectar el logro de los objetivos de una organización o que es afectado por el logro de los objetivos de una organización[1] (grupos de interés público, grupos de protesta, agencias gubernamentales, asociaciones de comercio, competidores, sindicatos, así como segmentos de clientes, accionistas y otros) (Rivera-Malaver, 2011). En consecuencia, la identificación de estos grupos en el cumplimiento de los objetivos de la empresa, conllevan a traer a colación la responsabilidad social empresarial como estrategia que logra coordinar los *stakeholders* con la materialización de los propósitos de las sociedades, implicando consigo la atención de las relaciones de la empresa con los propios interesados: proveedores, colaboradores, clientes, *partner*, comunidad e instituciones locales, para el caso que nos concierne los inmigrantes, realizando a favor de estas acciones concretas (Rovati, 2009). Para conseguir estos cometidos la responsabilidad social empresarial debe entenderse a partir del compromiso que cada empresa debe generar para la creación de una política empresarial que concilie los objetivos económicos con los sociales y ambientales en el territorio de su referencia con una óptica de sostenibilidad futura.

¿Cuándo una empresa es socialmente responsable?

Los elementos identificados en los anteriores apartados brindan una serie de herramientas que permiten determinar las características de una empresa socialmente responsable (Olmedo, 2006). En el contexto de la inmigración, los inmigrantes se ven sometidos a una serie de cambios que tienen que ir articulando debido a la inestabilidad en la que viven, el desarraigo sufrido y la vulnerabilidad constante de su situación.

Bajo este presupuesto, la responsabilidad social empresarial se encuentra involucrada en las estrategias asumidas ante el fenómeno de la inmigración, donde las empresas cumplen un rol determinante en la responsabilidad y la inclusión social y laboral. En consecuencia, se entiende que una empresa es socialmente responsable cuando, en primer lugar, invierte en el reclutamiento, en la formación y en la gestión de los recursos humanos en el respeto de los principios de la paridad de tratamiento y de la igualdad de oportunidades, entre los grupos sociales que impacta, y brindando oportunidades de desarrollo a poblaciones vulnerables como los inmigrantes.

1. Subrayado propio.

ISSN: 1794-1598

A su vez, se entiende socialmente responsable cuando limita en el grado más alto posible el impacto de las propias actividades en el ambiente, e invierte en tecnologías y procesos productivos ecosostenibles. De igual forma, cuando la empresa garantiza la integración y el respeto de las problemáticas sociales y ambientales, por ejemplo, en la búsqueda de proveedores y *partner*, contribuye al cumplimiento de la inclusión social. Además, si la empresa invierte los propios recursos en el mejoramiento y salvaguardia de la comunidad en que opera, dando prioridad a la población especialmente vulnerable, como lo es la inmigrante, es menester el fortalecimiento de los procesos socialmente responsables.

Por tanto, se puede preliminarmente concluir que la responsabilidad social empresarial se refiere a un "nuevo modo de actuar" de la empresa, comportándose éticamente, esto es respetando la sociedad de la cual esta misma hace parte. Al ser ejercida, la responsabilidad social empresarial modifica el papel social y ético de la empresa, según las necesidades y el contexto propio de cada empresa, y según los requerimientos de cada sociedad (Rovati, 2009).

Teniendo en cuenta la relación que se hace entre los *stakeholders* y los inmigrantes, la RSE brinda beneficios reales y tangibles para la empresa, que pueden medirse de diferentes maneras, basándose en información cuantitativa y cualitativa. Por lo tanto, entre ellos están la lealtad y menor rotación de los grupos de relación (*stakeholders*), el mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades, la contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común, el aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial, el acceso a capital al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo (Rovati, 2009).

Adicionalmente, los beneficios se reflejan en que las decisiones de negocio son mejor informadas, hay un aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros, se presenta el mejoramiento en el desempeño financiero donde se reducen costos operativos optimizando esfuerzos haciendo más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable, se da la mejora de la imagen corporativa por medio del fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas, se incrementan las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor, crece la productividad y la calidad, mejoran las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal, se reduce la supervisión regulatoria y se promueve más eficientemente el trabajo en equipo (Cajiga, 2012).

En suma, se concluye que el efecto de la responsabilidad social empresarial se traduce en beneficios para la empresa, aumentando la capacidad de competencia y el incremento financiero.

Stakeholder e inmigración

Inmigrantes Stakeholder

La analogía entre los *stakeholders* de la empresa con la población inmigrante, responde al propósito de este documento que es demostrar que los inmigrantes pueden ser encuadrados como *stakeholder* de las empresas, y que la responsabilidad social empresarial debe reconocerlos como grupos vulnerables de particular atención. Por tanto, es importante definir qué significa *stakeholder*; término que es la otra cara de *stockholder* o de *shareholder*, que

significan los socios o accionistas de las sociedades que conforman las empresas (Rovati, 2009).

En ese orden, los grupos de personas que importan a la empresa son aquellos que pueden pedir cuentas por las consecuencias de los actos empresariales, y esos son aquellos que de una u otra forma se ven afectados por las operaciones emprendidas; sin embargo, no existe un nombre en castellano que lo defina, ni en la literatura ni en el mundo empresarial, por lo que lo más conveniente es utilizar el término anglosajón, ya de amplio uso en la comunidad empresarial (Moreno, 2012). En suma, los *stakeholder* resultan ser grupos de personas que tienen un particular interés en la empresa o que se ven afectados por las operaciones que esta realiza. De esta forma, las personas sobre las cuales una empresa debe ser responsable y sobre las cuales debe basar su sostenibilidad, son y serán sus *stakeholders*.

Por lo tanto, generalmente una empresa responsable éticamente debe responder no solo a los propios socios o accionistas sino también debe ser responsable de los que no siendo socios tienen intereses entorno a esa actividad empresarial, es decir, sujetos que no tienen un título formal en la empresa, pero tienen intereses legítimos hacia la actividad de la misma en cuanto pueden ser tocados o alcanzados por esa actividad.

Aunque Edward Freeman no "inventó" el término *stakeholder*, cabe destacar que lo introdujo definitivamente en el lenguaje de la estrategia, de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa (Danelli, 2011). Esta teoría plantea los beneficios de involucrar a los *stakeholder* en las actividades de la empresa, a través del conocimiento de sus necesidades (IESE, 2009). Así, si una empresa logra poner de acuerdo con las dos partes *stakeholder* y *shareholder*, el éxito de la empresa es una certeza, porque estas buenas relaciones conllevan una buena práctica empresarial legitimada por los *stakeholder* obteniendo la llamada "licencia social para operar".

Este término comenzó a tener mucho auge en el año 1996 con el programa New Labor de Tony Blair, cuando en un discurso en Singapur proyectaba las características de una *stakeholder economy*, como parte de un *stakeholder society*. De ese modo, se consolida la idea de la articulación de la empresa con las necesidades de la sociedad. Recordando que una empresa ética va más allá del respeto al derecho y mira no solo a sus socios, sino también a todos sus *stakeholder*, cada categoría de stakeholder tiene intereses particulares que un gerente o administrador debe individuar y entender para desarrollar las soluciones necesarias de tipo *ad hoc* y así, satisfacer esos intereses (Rovati, 2009).

Los inmigrantes vistos como *stakeholder* e incluidos en los procesos de producción de la riqueza, por las empresas en los lugares donde estos se sitúan, desarrolla un concepto de responsabilidad social empresarial más amplio y efectivo, por cuanto en vez de concebirse como una acción de reparación es decir ex post, se convierte en una práctica natural de la actividad de empresa con visión integral y un enfoque inclusivo ex ante teniendo en cuenta al *stakeholder* desde el inicio hasta el final de las decisiones y estrategias, actuando con intervenciones orientadas al equilibrio social.

ISSN: 1794-1598

En relación con la integración de los inmigrantes, se supone, pues, facilitarles o, al menos, no dificultarles demasiado ese proceso. Y esto, en dos dimensiones: la personal y la social. La integración del migrante en la sociedad que lo acoge, o mejor, en todo el conjunto de comunidades en que se integra, es siempre y ante todo una tarea personal, que nunca resulta fácil, y que es, a menudo, traumática -pero necesaria. Afortunadamente, no es una lucha solitaria, porque el ser humano siempre forma parte de grupos, de sociedades, de comunidades (Argandoña, 2007). Es precisamente esa pertenencia a grupos y comunidades, la que involucra la importancia de los *stakeholder* como una salida a la situación del migrante, desde una perspectiva de inclusión social y laboral de la política integral de la empresa.

La santísima trinidad empresarial

Entonces en palabras de Freeman la actividad de empresa no puede concebirse como actividades separadas, es decir, negocios, ética y sociedad; sino que, por el contrario, deben constituir un conjunto a la base de toda actividad empresarial. Analógicamente podría definirse como la "Santísima Trinidad" empresarial.

La presentación de esta analogía no pretende ser comprendida como hereje, pues lo que se busca es rescatar el mensaje de la doctrina social de la iglesia en cuanto al rol que cumplen las empresas en la era mundial hacia la sociedad. De algún modo, el componente ético de la RSE puede resaltarse en la Encíclica "Caritas in Veritate" del año 2009, presidida por el papa Benedicto XVI. Con este referente, no se busca hacer énfasis en el componente religioso que, en últimas, no es el fin del documento, sino que se busca aterrizar en mejor forma el componente ético del cual se ha estado hablando en el transcurso del trabajo, demarcando el comportamiento que deben asumir las empresas frente a los retos de la realidad social mundial.

Así pues, cabe prestar especial atención al llamado de la iglesia que en líneas de la Encíclica manifiesta:

> [...] Senza verità, senza fiducia e amore per il vero, non c'è coscienza e responsabilità sociale, e l'agire sociale cade in balia di privati interessi e di logiche di potere, con effetti disgregatori sulla società, tanto più in una società in via di globalizzazione, in momenti difficili come quelli attuali. (Benedicto XVI, 2009)

El fragmento establece que, sin verdad, confianza y amor por la verdad, no hay conciencia y responsabilidad social, corriendo el riesgo de que la acción social caiga bajo la misericordia de los intereses privados y la lógica de poder, fenómeno que generará efectos perjudiciales para la sociedad, en medio de proceso de globalización que agudiza las problemáticas de la actualidad.

En el contexto de la inmigración, se fortalece el rol que deben asumir las empresas, soportándose además por este fragmento de la Encíclica:

> Junto a la empresa privada, orientada al beneficio, y los diferentes tipos de empresa pública, deben poderse establecer y desenvolver aquellas organizaciones productivas que persiguen fines mutualistas y sociales. De su recíproca interacción en el mercado se puede esperar una especie

> de combinación entre los comportamientos de empresa y, con ella, una atención más sensible a una civilización de la economía. En este caso, caridad en la verdad significa la necesidad de dar forma y organización a las iniciativas económicas que, sin renunciar al beneficio, quieren ir más allá de la lógica del intercambio de cosas equivalentes y del lucro como fin en sí mismo (Benedicto XVI, 2009).

Por las consideraciones anteriores, sobrepasar el objetivo de lucro por el bienestar social del entorno que en el marco de las actividades empresariales se ven afectadas, termina convirtiéndose en la materialización plena de la responsabilidad social empresarial que se destaca no solo como una predisposición jurídica que debe ser cumplida, sino como un factor de convicción de las empresas en su compromiso con los retos de justicia y equidad de oportunidades para el mundo, ya que las actividades empresariales aisladas y no responsables, pueden tener efectos destructivos sobre la sociedad.

Estrategias para la inclusión de los Stakeholder

Los inmigrantes como *stakeholder* es una propuesta que debe basarse especialmente en las siguientes categorías:

Primero, trabajar principalmente con la población vulnerable, clasificando los grupos dominantes que podrían participar en el diseño de estrategias, ya que son los que más podrían influir de forma positiva o negativa en la formulación e implementación de un proyecto de desarrollo rural con enfoque territorial, siendo posible fortalecer los saberes y conocimientos de la comunidad y afianzar su participación y contribución a la empresa.

Además, no se deben descuidar a los actores clasificados como *stakeholders* peligrosos, es decir, población vulnerable que no tiene algún ánimo de cooperación con las condiciones y beneficios propuestos por la empresa, debido a que cuentan con el atributo de poder, expresado en el uso de recursos simbólicos, pero no poseen la legitimidad para ejercer sus intereses, por ello, es necesario direccionar sus intereses y hacer uso de los recursos que poseen de manera amistosa y equilibrada.

Por su parte, es necesario contar con los actores clasificados como *stakeholders* discretos, que desde la población inmigrante poseen la legitimidad suficiente para direccionar el proceso , por lo tanto, permiten obtener una mayor credibilidad hacia el entorno que involucra a la empresa. El actor que fue clasificado como *stakeholder* dominante debe ser tenido en cuenta, ya que posee el poder necesario para hacer que el proceso resulte más atractivo en términos de beneficio social y económico, y tiene un mayor alcance sobre la población inmigrante bajo su perfil de liderazgo.

Finalmente, el actor ubicado en la casilla de stakeholder demandante, es necesario tenerlo en cuenta ya que tiene el conocimiento sobre las necesidades y potencialidades del territorio y ayudaría a que el proceso de implementación del proyecto fuera más efectivo. Es decir, se trata de la valoración del inmigrante que, por su permanencia en el territorio y su capacidad de relacionarse con el entorno, cuenta con los saberes necesarios para incidir de forma efectiva en el terreno.

ISSN: 1794-1598

Sin duda alguna, el diálogo resulta la herramienta más importante para lograr el acercamiento a la población inmigrante, buscando conseguir el reconocimiento en el comportamiento correctamente ético, haciendo uso a su vez, de los mecanismos alternativos de solución de conflictos y planteando estrategias de intervención social.

Un elemento importante para materializar las estrategias en este contexto es reconocer a la población y determinar las categorías a partir de su voluntad, características y herramientas de concertación con las empresas. Adicionalmente, el respaldo a las políticas públicas que buscan beneficiar las condiciones del territorio en el que se encuentra la población inmigrante, y las condiciones de su entorno para su relacionamiento en las esferas social, económica y laboral, responde al cumplimiento de la RSE.

Además, la información permanente hacia la comunidad, junto con el compromiso empresarial, acompañado del diseño integrado de propuestas pertinentes para la actividad empresarial, son escenarios que posibilitan la participación conjunta entre lo público y lo privado. Por tanto, las soluciones que se tomen deben balancear los intereses de los múltiples grupos de *stakeholder* focalizando la integración y la practicidad, logrando crear un valor a todos los *stakeholder* que convergen en los intereses de varios actores sociales.

Normas colombianas sobre RSE

Colombia cuenta en su ordenamiento jurídico con una gran variedad de normas de carácter internacional que permiten a los empresarios partir de un marco de referencia que cubre en parte las necesidades que en materia de responsabilidad social empresarial se han encontrado en el país.

El Icontec -como Organismo Nacional de Normalización- inició el proceso de creación del documento Guía Técnica de Responsabilidad Social – GTC 180. Este documento inició su consolidación en el año 2002, a partir de las manifestaciones de preocupación permanente por este tema, siendo desarrollado en cinco etapas. La GTC 180 fue ratificada por el Consejo Directivo de 2008-06-25, y es una guía sujeta a ser actualizada permanentemente con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias actuales. Así pues, conforme a está dispuesto en el documento, su objeto es:

> (...) a) establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión; b) involucrar a las partes interesadas (stakeholders) en una gestión socialmente responsable, y c) comunicar y evidenciar ese enfoque ante las partes interesadas (stakeholders). (Guía Técnica Colombiana CGT 180, 2008)

Para el año 2000 Colombia firmó el Pacto Mundial, en el cual el secretario general invitó a los dirigentes empresariales a sumarse a una iniciativa internacional en cuyo marco las empresas colaborarían con los organismos de las Naciones Unidas.

Finalmente, se aprobó la norma ISO 26000, cuya aplicación es de carácter voluntario y no exime a las organizaciones del cumplimiento de las disposiciones legales vigentes aplicables. ISO 26000 es una norma internacional ISO que ofrece guía en responsabilidad social. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como

privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más (ISO 26000 Responsabilidad Social, 2010).

Se expone este conglomerado normativo colombiano, con el fin de concebir las bases jurídicas que sobre la responsabilidad social empresarial se han implementado en el país, presentando la posibilidad de aplicar las estrategias de los *stakeholders* frente a la población inmigrante, asumiendo a su paso, los procesos migratorios que se han presentado históricamente con la permanencia de una serie de retos en el ámbito político, jurídico, económico y laboral. En ese sentido, se concibe lo expuesto en el documento como un posible puente en el proceso de construcción de paz, a partir del papel que deben cumplir las empresas en la realidad social colombiana.

El fenómeno de la inmigración en Colombia

Según la Organización de Naciones Unidas (ONU) para el año 2019 el número de migrantes a nivel mundial alcanzó la cifra de 272 millones de personas y el porcentaje de migrantes internacionales corresponde a un 3,5% de la población mundial (ONU, 2020). Este fenómeno se ha venido incrementando cada año, haciendo que los países receptores de migrantes tengan que desarrollar estrategias para vincularlos en su economía y en la sociedad. En esa línea, los estados, a través de políticas públicas, las empresas y las organizaciones no gubernamentales, han establecido programas para recibir a la población migrante buscando legalizar su estatus, promoviendo la inclusión laboral y el goce efectivo de sus derechos humanos.

Para ello es necesario una reorientación e innovación de las políticas públicas y empresariales del país receptor, planteando la pertinencia de los *stakeholder* en el marco de la comprensión de la inmigración y los retos que traza en los países receptores. Para la ONU, la migración puede favorecer, por un lado, al aumento de la tasa de crecimiento del PIB en los países de destino, y por el otro, al incremento de los salarios y a la expansión de los beneficios indirectos de las remesas en los países de origen. Algunos ejemplos de esta afirmación son casos de Asia y el Pacífico, donde los migrantes han contribuido hasta un 6% del PIB en Tailandia; o en Singapur, donde han contribuido hasta un 25% del impuesto sobre la renta en el 2015 (Shamsad, 2016).

La situación política, económica y social que se vive actualmente en Venezuela ha obligado a más de cuatro millones de sus habitantes a dejar sus hogares en búsqueda de un futuro más promisorio. La mayor carga de población migrante ha sido asumida por Colombia (ACNUR, 2020), poniendo en su horizonte un reto sin precedentes en la historia del país. La migración en el contexto nacional, debido a que frecuentemente quienes migran lo hacen de forma ilegal o irregular, resulta difícil recopilar datos socio-demográficos oficiales; a pesar de ello, según datos del DANE[2], obtenidos a través de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), para noviembre de 2019 se encontraban en el país 1.839.678 venezolanos, mientras que para ACNUR[3] la cifra para febrero del 2020 era de 1.825.687 venezolanos en Colombia. ACNUR estima que el 56.2% (1.026.314 personas) de estas personas se encuentra en el país de forma irregular, lo cual representa para este grupo poblacional una de las barreras más importantes

2. Departamento Administrativo Nacional de Estadística
3 Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados

ISSN: 1794-1598

a la hora de conseguir empleo formal (ACNUR, 2020); no obstante, a través de diferentes esfuerzos de política pública, Colombia ha logrado caracterizar gran parte de la población y generar permisos para su estadía temporal como lo es el Permiso Especial de Permanencia, lo que ha facilitado la vinculación de la población venezolana a las empresas.

Del estimado de venezolanos en Colombia, el 71,3 % se considera población en edad de trabajar (PET) y un 62,6 % hace parte de la población económicamente activa (PEA), es decir, personas que buscan trabajo o están trabajando. Los anteriores datos muestran que la población migrante en realidad representa una importante fuerza laboral y productiva. No obstante, hay que considerar las cualidades del talento humano que viene como consecuencia de la migración. El DANE estima que para el 2019 el 38,8 % de los venezolanos en el país era menor de 18 años, el 32,3% estaba en edades entre 18 y 29 años, el 27,7 % entre los 30 y 59 años, y un 1,3 % tenía 60 años o más (DANE, 2019). Así pues, las cifras denotan un potencial importante en el marco de la viabilidad de la inclusión laboral, desde una perspectiva de la RSE que articula la situación migratoria como un aspecto relevante en el fortalecimiento de las empresas desde la visión de incluir esta población dentro de los *stakeholder*.

Ahora bien, Colombia actualmente viene implementando el Estatuto Temporal de Protección Migrantes Venezolanos creado por el Decreto 216 de 2021, establecido bajo un régimen de protección temporal y definido en su artículo 3: "Como un mecanismo jurídico de protección temporal dirigido exclusivamente a la población migrante venezolana que cumpla con las características establecidas en el artículo 4 del mismo Decreto"[4], y que por medio del cual se busca generar el registro de información de esta población migrante y posteriormente otorgar un beneficio temporal de regularización a quienes cumplan con los requisitos establecidos en el artículo 12 del presente Decreto, sin perjuicio de la facultad discrecional que le asiste al Gobierno Nacional en materia de relaciones exteriores.

A través de este Estatuto, Colombia logrará un Registro Único de Migrantes, el cual podrá ser de ayuda, para que las empresas se integren al operado del Gobierno, encuadrando estos migrantes como *stakeholder*, de este modo, y bajo los principios de la RSE, crear ayudas reales a esta población, como la capacitación laboral, la inclusión en políticas laborativas de las empresas, mejorando de este modo el tejido social de los territorios donde operan las empresas, impulsando el propio desarrollo de la actividad empresarial y también participando en el crecimiento social, todo esto en razón a los beneficios de retorno que las empresas pueden obtener no solo desde el punto de vista de la responsabilidad social, sino también desde la economía empresarial.

---

4 1. Encontrarse en territorio colombiano de manera regular como titulares de un Permiso de Ingreso y Permanencia (PIP), Permiso Temporal de Permanencia (PTP) o de un Permiso Especial de Permanencia (PEP) vigente, cualquiera sea su fase de expedición, incluido el PEPFF. 2. Encontrarse en territorio colombiano de manera regular como titulares de un Salvoconducto SC-2 en el marco del trámite de una solicitud de reconocimiento de la condición de refugiado.3. Encontrarse en territorio colombiano de manera irregular a 31 de enero de 2021.4. Ingresar a territorio colombiano de manera regular a través del respectivo Puesto de Control Migratorio legalmente habilitado, cumpliendo con los requisitos establecidos en las normas migratorias, durante los primeros dos (2) años de vigencia del presente Estatuto.

Conclusiones

Se ha presentado una evolución significativa en el análisis del papel de la empresa ante el mundo y el proceso de globalización, pues en un principio, su rol se mantuvo aislado de la responsabilidad social y actualmente, los esfuerzos han sido grandes por difundir los nuevos retos de las empresas en este contexto.

La inmigración como un fenómeno que golpea de forma aparente a todos los países, ha sido un importante motor para plantear y replantear estrategias que involucran no solo el contexto político, sino también el económico y el laboral, dando paso a la participación de actores que se han catalogado como directamente responsables de problemáticas a nivel social y ambiental, como lo son las empresas.

La dinámica en la concepción de los *stakeholders*, se ha presentado a partir de las necesidades que han implicado adecuaciones políticas y jurídicas en el panorama nacional e internacional, siendo mandatorio en la actualidad, el cumplimiento de sus estrategias como comprobante de la aplicación de la responsabilidad social empresarial.

Este documento resulta como un insumo frente al estudio planteado, brindando la invitación a la academia a continuar con la propuesta de estrategias que permitan dar cumplimiento a la articulación de la empresa con la realidad social del mundo desde una voluntad en la responsabilidad y un sentido de justicia en su acción de empresa.

Referencias bibliográficas

Anaejionu, R. (20 de agosto de 2013). ¿Qué es la Responsabilidad Social Corporativa? La Voz.

Argandoña, A. (2007). La integración de los inmigrantes. Barcelona: Universidad de Navarra.

Benedicto XVI. (29 de 06 de 2009). vatican.va. Obtenido de vatican.va: http://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/encyclicals/documents/hf_ben-xvi_enc_20090629_caritas-in-veritate.html

Cajiga, J. (2012). El concepto de responsabilidad social empresarial. México: Cemefi.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas: COM.

Danelli, S. (2011). CSR e giovani: Modelli di inclusione delle nuove generazioni a confronto. Milano: Università degli Studi di Milano.

Duque, Cardona y Rendón. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Cuadernos de Administración, 196-206.

Fernández, A. (2000). El concepto de responsabilidad. México: UNAM.

García, M. (2015). La cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line. Revista de Contabilidad y Dirección, 65-77.

ISSN: 1794-1598

Guía Técnica Colombiana CGT 180, 180 (ICONTEC 25 de 06 de 2008).

IESE. (2009). La evolución del concepto stakeholders en los escritos de Ed Freeman. Barcelona: La Caixa Chair of Corporate Social Responsibility and Corporate Governance.

ISO 26000 Responsabilidad Social, 26000 (ISO 30 de 09 de 2010).

Molina M, V., Quesada R, J., & Ruiz G, I. (2011). Contexto de evolución conceptual de la RSC en Colombia. Propuesta de un sistema econométrico de medición de índices de RSC en la PYMES colombianas. Saber - Ciencia y Libertad, 6(2), 19-33.

Moreno, R. (2012). Los Stakeholders y la Responsabilidad Social Corporativa. Bogotá: Cumbria FSP.

Olmedo, I. (2006). Inmigración, el reto de la inserción laboral. Madrid: Cooperación Internacional ONG.

ONU. (2000). Civismo empresarial en la economía mundial. New York: The Global Compact.

Rivera-Malaver, H.-M. (2011). La organización: los stakeholders y la responsabilidad social. Bogotá: Universidad del Rosario.

Rovati, M. (2009). La Responsabilità Sociale d'Impresa: Problematiche ed opportunità. Pavia: Università degli Studi di Pavia.

Universidad Autónoma de México (UNAM). (2008). La empresa. Manual de Introducción al Derecho Mercantil, 99-107.

UTI. (2008). La empresa y su entorno. Bogotá: Empresa y Cultura Emprendedora.