

FRIEDMAN Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: CASO DE ESTUDIO ALPINA⁵²

Juan D. Bautista P.⁵³

Esteban T. Hernández⁵⁴

Juan E. Sánchez E.⁵⁵

Wilder Nocua T.⁵⁶

⁵² Este artículo fue resultado del curso “Ética” de la Universidad Autónoma de Manizales del segundo semestre del 2019. Profesor titular: Cristian David Rincón Orozco.

⁵³ Estudiante de Fisioterapia de sexto semestre de la Universidad Autónoma de Manizales. Correo: juand.bautistap@autonoma.edu.co

⁵⁴ Estudiante de Fisioterapia de sexto semestre de la Universidad Autónoma de Manizales. Correo: esteban.torresh@autonoma.edu.co

⁵⁵ Estudiante de Fisioterapia de sexto semestre de la Universidad Autónoma de Manizales. Correo: juane.sancheze@autonoma.edu.co

⁵⁶ Estudiante de Fisioterapia de sexto semestre de la Universidad Autónoma de Manizales. Correo: wilder.nocuat@autonoma.edu.co

Resumen.

En este documento se hace una revisión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Alpina desde la postura de Friedman. Para ello, primero se muestran los fundamentos de la RSE y del pensamiento de Friedman. Luego, se explica cómo Alpina aplica la RSE. Por último, se hace una breve reflexión al respecto.

Palabras clave.

RSE, Friedman, Alpina.

Abstract.

This paper analyses the Corporate Social Responsibility (CSR) of Alpina from Friedman's insight. For that, first, it shows fundamentals of CSR and Friedman's thought. After, it explains how Alpina applies CSR. At last, it reflects briefly about it.

Keywords.

CSR, Friedman, Alpina.

La Responsabilidad Social Empresarial y Milton Friedman.

Alrededor de los años 50's se empezó a debatir sobre la responsabilidad social empresarial (RSE), debido al rápido crecimiento económico en Estados Unidos y al auge de los problemas sociales graves como la pobreza (Rincón, 2017). Con el nacimiento de esta teoría, se pretendía que las empresas promovieran no solo sus beneficios, sino que también se empezaran a tomar en cuenta de alguna manera las problemáticas sociales que envolvían el entorno donde éstas se desarrollaban (Friedman, 1970).

En un principio la discusión sobre RSE se centró en tres puntos: “la no-reducción de la empresa a su función económica, la atención a todos los grupos incluidos en la actividad empresarial y la implicación de la empresa en la solución de los problemas sociales” (Lozano, 1999, p. 84). A partir de allí, se pueden tomar en cuenta dos corrientes: La primera fue planteada por Milton Friedman (1970); quien dice que la RSE está enfocada hacia las empresas que buscan un interés egoísta, y únicamente busca satisfacer los intereses de los accionistas y dueños del capital o los llamados “stockholders”. En la segunda, Edward Freeman, propone una teoría meramente normativa donde el enfoque de los beneficios conseguidos por la empresa no es enfocado simplemente a los stockholders, sino para todo aquel que tenga algún interés en la empresa o los llamados “stakeholders” (Rincón, 2017).

Para justificar la corriente planteada por Freeman; Evans y Freeman (1988) se apoyaron en el imperativo categórico de Kant diciendo que “cada stakeholder tiene derecho a ser tratado como un fin en sí mismo, y no como un medio para otro fin, y por tanto debe participar en determinar la dirección futura de la empresa en la cual participa” (p. 67). Sin embargo, esto tiene muchos problemas, incluso Friedman señala que en sí, una empresa no es un ser moral y esto nos lleva a que no podamos atribuirle responsabilidades; no obstante, la responsabilidad social recae sobre el empresario quien si es un ser moral y no en la empresa, por lo cual ninguno de los dos argumentos se pueden considerar válidos ya que el empresario tampoco es el responsable de esta, simplemente lo que hace es trabajar para ella, ¿entonces cómo pretendemos que de alguna u otra forma el empresario debe sacar dinero para responderle a la sociedad? El empresario no puede disponer de una parte del dinero que no es de él porque estaría estafando al dueño de la empresa y esto no tendría nada de moral; y por otra parte, si se le disminuyera el salario a los trabajadores por hacer esta obra social, tampoco estaría bien porque estaría siendo injusto con personas que no son responsables de lo que está pasando (Rincón, 2017).

Por lo anterior, podemos darnos cuenta que la RSE tiene muchos vacíos desde su planteamiento teórico, recalquemos que nació como una ideología netamente moral; es decir, los problemas sociales no son responsabilidad directa de las empresas y el hecho de que su economía pueda soportar una crisis no significa que estas son un villano que

no quiere ayudar a los indefensos, “nunca una emanación de justicia, sino codicia. Los que no poseen no tienen derecho moral sobre lo que poseen” (Nietzsche, 2012, p. 253).

Se tiene en cuenta que cada empresa nos presenta una oferta de diversos productos y bienes, y que estas empresas de alguna u otra forma cumple con funciones específicas. La sociedad sigue haciendo que estas sigan con sus funciones y que de alguna u otra manera todo funcione a su conveniencia; por lo tanto, podemos decir que las empresas pueden ser como Maquiavelo, que buscan beneficiarse y tener el poder, muchas veces dando soluciones a los mismos problemas que estos plantean. Actualmente el consejo que más se puede observar en el gremio empresarial y de emprendimiento es “busque una solución a un problema social y monetícelo, o simplemente cree un problema o una dependencia a algo y luego venda la solución” Barranca. De esta manera se trabaja el marketing, moviendo masas sin necesidad de mucho esfuerzo, la RSE es un gran antifaz que las empresas han utilizado y pueden utilizar para hacer crecer su utilidad o su empresa y poder llegar muchas veces a ese ambicioso objetivo de facturar y facturar.

La sociedad muchas veces quiere apoyar empresas locales para que la economía aumente en la zona específica, y se ve que estas mismas ayudan al país con RSE, creemos que estos hacen talleres y capacitaciones para las personas con un fin moral, un fin de ayudar; pero, nos estamos dando cuenta de que estos utilizan a estas personas como medios para ser cada vez más grandes y aumentar su productividad, su utilidad y entre otros. Es lógico, la sociedad solo ve el acto “moral” de la empresa al capacitar personas y ayudar a la economía del país, pero es como entrar directo al matadero, ellos capacitan estas personas para beneficiarse ellos de algún modo, puede ser aumentando su masa productora o que su personal sea altamente calificado, consiguiendo así que la organización obtenga más renombre (Rincón, Ospina & Carvajal, 2019).

Planteamiento del problema

En Alpina la responsabilidad social empresarial está inmersa a lo largo de toda su cadena de valor. Como parte de esto, tienen un gran compromiso con los actores de la cadena, empezando por sus proveedores de leche y fruta, con lo que buscan contribuir a su desarrollo y bienestar (Traslaviña, 2019).

3.800 ganaderos, de ellos 2.900 son pequeños y medianos, de los cuales se ven beneficiados por esta empresa. Capacitaciones en temas de productividad del hato, calidad de la leche y mayor productividad. Inclusión de campesinos, mujeres indígenas, madres cabeza de familia, trabajando con un proceso de proveeduría de la fruta. Talleres y capacitaciones en mayores prácticas como el buen cuidado, transporte y manufactura de la fruta (Traslaviña, 2019).

Teniendo en cuenta lo anterior, surge una gran controversia, siendo que la problemática aquí, es determinar si en realidad se trata de una responsabilidad social empresarial por parte de Alpina, o es meramente una estrategia por parte de la empresa.

Postura según Friedman.

Para Friedman, Alpina no está tomando una postura de responsabilidad social empresarial; él afirmarí que lo único que busca la empresa es mejorar sus ingresos y su imagen frente al público, contradiciendo la postura moral con la que fue planteada la RSE y en cambio, actuando con fines totalmente capitalistas. Cuando los intereses económicos entran en juego, ya la RSE deja de ser moral y pasa a ser un tema de marketing y de publicidad.

Reflexiones.

Estas acciones de Alpina como otras, son oportunidades propias de un RSE que deja de ser moral y que se convierte en un potenciador de beneficios para la empresa. Como vimos en el marco teórico, la responsabilidad social empresarial se planteó como algo moral, pero a día de hoy se emplea como algo "legal" o por algún tipo beneficio capitalista para la organización, por ejemplo temas de marketing; sin embargo el caso de Alpina es extraordinario, pensándolo desde la manera en como ellos incluyen a ganaderos y campesinos pequeños, madres cabeza de familia; etc, para que puedan sustentarse. Todo esto con un fin que más que económico, es moral, ayudando a la región no solo con puestos de trabajo, sino con capacitaciones y talleres que hacen ganar a la empresa con una mejor productividad, y también a todas estas personas que de alguna manera se están beneficiando de ésta iniciativa, sin dejar de lado el hecho de que impulsan al país en lo socioeconómico. Se resalta de alpina la iniciativa propia de ayudar al desarrollo del país, dando capacitaciones y trabajo a estas personas basada en una RSE.

Nuestra postura la basamos en una ideología utilitarista, donde solo importan las consecuencias que la empresa cauce con sus acciones y dejando a un lado las intenciones con las que se realicen. Por lo tanto, incluso si el único fin de Alpina es obtener un beneficio económico, no importa, siempre y cuando las regiones donde apliquen estas iniciativas se vean beneficiadas, y también el país por supuesto.

Conclusiones.

La Responsabilidad Social Empresarial es el antifaz de muchas empresas para aumentar su utilidad. Basados en la teoría de Friedman, se plantea que los intereses económicos entran a jugar con la moral y se convierte en temas de marketing y publicidad.

Se concluye que las empresas no son entes morales, y de esta forma, son los dueños quienes deben tener la RSE; sin embargo, ésta supuesta RSE se está “cumpliendo” por obligación a costa de donaciones y otras maneras de ingreso que nosotros como consumidores damos a las empresas, por lo que éstas no hacen un gasto adicional y la RSE como postura moral, no se cumple.

Alpina como otras empresas tanto locales como extranjeras buscan el refugio en la RSE, buscan capacitar altamente a personas que trabajan para ellos, para así poder obtener renombre y seguir siendo una empresa importante. Esto no quiere decir que esté mal, sino que la RSE está mal planteada; consideramos que mientras verdaderamente se beneficien comunidades con las acciones de la empresa, debería considerarse RSE, y los intereses iniciales de la organización pasan a un segundo plano, siendo así una ganar-ganar y no se tienen que imponer normas ni sanciones al respecto, aunque incentivar estas prácticas no estaría nada mal.

Referencias.

- Evans, W., & Freeman, E. (1988). *A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: A Kantian Capitalism*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Friedman, M. (1970). La responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios. *The New York Times Magazine*, pp. 1-8.
- Lozano, J. (1999). *Ética y empresa*. Madrid: Editorial Trotta.
- Nietzsche, F. (2012). *Humano, demasiado humano*. Madrid: Biblioteca EDAF.
- Rincón, C. (2017). Crítica a los fundamentos teóricos, filosóficos y éticos de la Responsabilidad Social Empresarial. *Universidad Nacional de Colombia*, pp. 42-49. Recuperado el 12 de noviembre del 2019 en <http://bdigital.unal.edu.co/71076/>
- Rincón, C., Ospina, C. & Carvajal, J. (2019). Crítica a la ética empresarial y a la Responsabilidad Social Empresarial desde Nietzsche. *Discusiones filosóficas*. 20(34). 147-163.
- Traslaviña, D., (2019). Colombia: Estas empresas que se comprometen por su Responsabilidad Social. *América Retail*. Recuperado el 13 de noviembre del 2019 en <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-estas-empresas-que-se-comprometen-por-su-responsabilidad-social/>