

MBA

Master of Business Administration



Promoción 2011

*Problemas que presentan las
empresas rusas para desarrollar las
prácticas de responsabilidad social
empresarial y propuestas de mejora*

Autora: **María Kirsánova**

Tutora: **Vanessa Welsh**

Ciudad Autónoma de Buenos Aires – Mayo de 2015



ESCUELA DE NEGOCIOS

UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a todos los que hicieron posible esta tesis...

A mi mamá, que siempre me ha brindado su apoyo en todos mis emprendimientos y aventuras. Sin ella hubiera sido imposible realizar la maestría.

A mis amigos del grupo 8, que me aceptaron y apoyaron en esta nueva experiencia, por todo el tiempo que pasamos y vamos a pasar juntos.

A la Universidad Torcuato di Tella y sus profesores, por ofrecer nuevos desafíos y conocimientos.

A Carlos Loisi, que siempre estuvo atento y me guió desde el inicio, desde el otro lado del mundo para que fuera posible realizar esta experiencia excepcional de un MBA con acento porteño.

A Sandra Vanessa Welsh, por aceptar acompañarme en esta última etapa de la maestría.

SÍNTESIS

La presente investigación se centra en analizar las prácticas de la responsabilidad social empresarial (RSE) de las empresas rusas en comparación con las empresas en países europeos. Específicamente se trata de demostrar que los informes de las compañías, las fuentes oficiales y los estudios existentes no reflejan la realidad y que hay una verdadera falta de preocupación por la RSE por parte de las empresas y de la sociedad. Las empresas medianas casi no implementan la RSE.

No hay una relación entre las prácticas efectivamente implementadas y los informes de las empresas debido a que estos informes tienen la finalidad de mantener una imagen mediática. Por ello se comparó lo que realmente hacen las principales empresas rusas en Rusia con sus otras sucursales fuera de Rusia, donde están fuera del alcance mediático.

La investigación se desarrolla en dos partes. La primera se focaliza en el estudio de los medios de comunicación rusos y europeos (periódicos, revistas y canales de televisión) con el fin de comparar cuánto espacio se le dedica y con qué frecuencia se habla de la RSE en los diferentes países.

La segunda parte consiste en analizar las prácticas de las principales empresas rusas en la implementación de la RSE en Rusia y en sus sucursales en el extranjero, especialmente en los países más pobres del mundo, cuyas comunidades locales necesitan imperiosamente que dichas empresas implementen la RSE.

Como resultado de la investigación se presentan soluciones que permiten mejorar la situación existente, influir en los cambios de mentalidad y contribuir a una mayor implementación de la RSE por parte de las empresas rusas.

En el trabajo se presentan diferentes etapas del desarrollo de la RSE en el mundo, su historia y sus características regionales, las particularidades de la RSE en Rusia y su creciente importancia en los últimos años.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, empresas rusas, multinacionales rusas, cobertura en los medios, problemas de la RSE

Оглавление

AGRADECIMIENTOS	1
SÍNTESIS	2
I. INTRODUCCIÓN	4
II. MARCO TEÓRICO	7
CAPÍTULO 1: La RSE y sus características	7
1.1. La responsabilidad social empresarial (RSE): Su definición y tipología.....	7
1.2 La historia de la RSE	12
1.3 Características regionales de la RSE (América, Europa, Asia).....	15
1.4 Polémica y problemas de la RSE	26
CAPÍTULO 2: La RSE en Rusia	27
2.1 La historia de la RSE en Rusia.....	27
2.2 La RSE durante el periodo soviético.....	30
2.3 La RSE a partir de los años noventa	31
2.4 Problemas y barreras de la RSE en Rusia	34
III METODOLOGÍA	38
CAPITULO 3: La cobertura en los medios: análisis comparativo de publicaciones sobre la RSE en los medios rusos y europeos	38
CAPITULO 4: Implementación de la RSE en las compañías rusas en el extranjero.....	42
CAPITULO 5: Resultados del análisis y posibles soluciones	53
CONCLUSIONES	57
Bibliografía	59

I. INTRODUCCIÓN

En Rusia la RSE se empezó a implementar mucho más tarde que en la mayoría de los países desarrollados (países europeos, Estados Unidos y Japón, entre otros), y hoy su nivel de desarrollo y su alcance sigue siendo menor. Esto se explica en parte por peculiaridades de la historia rusa, que en los años 90, después de un largo periodo soviético, conoció un periodo de transición y de “capitalismo salvaje”, como se suele decir en la literatura: los periodos de inflación, la crisis de 1998 y la salida posterior de esta crisis. Por eso, se puede decir que en Rusia la RSE recién se empezó a desarrollar a partir de los años 2004 y 2005, y fue introducida principalmente por grandes compañías multinacionales. En 2004 ninguna empresa rusa formaba parte del Dow Jones Sustainability Index (DJSI), el índice más reconocido mundialmente que mide los resultados de las compañías en el área de la RSE. Sin embargo, gracias a los últimos años de estabilidad y al crecimiento económico alcanzado, en la lista del DJSI del año 2013 estaban presentes treinta y dos compañías rusas¹.

Sin embargo, a pesar de la creciente importancia y la adopción de la RSE por parte de las compañías rusas, el presente trabajo trata de demostrar que su desarrollo y la preocupación de las empresas y la sociedad en general por los temas de la RSE todavía es mucho menor de lo que se presenta en los informes de las compañías, las fuentes oficiales y los estudios existentes. Aunque hoy, las empresas se encuentran en una situación cada vez más exigente debido a las condiciones que impone la globalización, por un lado, y al impacto negativo que producen esas empresas y las presiones de parte de la sociedad para reducir ese impacto, por otro. Por eso, cada vez es más importante que las empresas rusas implementen la RSE. Porque una empresa que no es responsable pierde su imagen frente a la sociedad, su atractivo como empleadora y su competitividad como actor tanto en el mercado local como global. Además, aumentan las regulaciones de parte de los gobiernos, la sociedad y las Organizaciones No Gubernamentales (ONG). En estas condiciones, la implementación de la RSE se vuelve casi obligatoria para la supervivencia de una empresa.

Entonces, las preguntas de investigación son las siguientes: ¿Cuáles son las características y el alcance de la implementación de la RSE en Rusia? ¿Qué tanto se preocupa la sociedad en

¹<http://www.sustainability-indices.com/>

comparación con los países europeos y cuánto espacio dedican los medios a estos temas? ¿Se preocupan realmente por estos temas las empresas rusas socialmente responsables? ¿Cuál es la dedicación de los mayores líderes de la RSE en Rusia en las sucursales que mantienen en los países del tercer mundo?

El objetivo general de la tesis es demostrar que a pesar del rápido desarrollo de la implementación de la RSE en las empresas rusas, están verdaderamente muy retrasadas si se comparan con las empresas europeas. Entender el problema y demostrar las diferencias existentes podría ayudar a resaltar las áreas que se necesita desarrollar y entender mejor qué se debería hacer para encontrar posibles soluciones.

Los objetivos específicos son:

- Analizar las diferencias en la cantidad de información en la prensa rusa y europea en cuanto a la RSE.
- Analizar las prácticas de la RSE que implementan las principales compañías rusas en sus sucursales en el extranjero, especialmente en los países en vías de desarrollo.

Justificación: Esto podría ayudar a mejorar la percepción que tiene la sociedad respecto de la RSE, comprender cuál es la real preocupación que tienen las principales empresas y sugerir posibles soluciones para mejorar la implementación de la RSE.

El desarrollo de la presente investigación se realizó en dos partes. En la primera parte se demuestra que los medios de comunicación rusos le dan una importancia mucho menor al tema de la RSE que la prensa europea. Con este fin, se comparó el contenido de unos veintiséis periódicos y revistas importantes de Rusia, Francia, Gran Bretaña y España desde 2005 hasta abril de 2013 para ver con qué frecuencia se habla de los temas relativos a la RSE. Se mencionan también algunos de los canales de televisión, pero sin que fuera posible realizar una comparación directa entre los diferentes países debido a las dificultades para encontrar la información relevante.

La segunda parte se centra en las actividades relativas a la RSE de las principales compañías rusas en el extranjero, especialmente en los países en vías de desarrollo, principalmente africanos y asiáticos. Para la realización del estudio se tomaron las ocho empresas multinacionales rusas

más importantes y que son líderes en la RSE en Rusia, y se trató de ver qué importancia le dan a la RSE esas mismas empresas en los otros países donde están presentes. Esto se hizo mediante entrevistas con sus empleados, la observación personal, la información presentada públicamente por estas compañías y la documentación obtenida en forma privada.

El trabajo empieza con la introducción y la definición de la RSE, las diferencias que existen en su interpretación y la definición más adoptada en Rusia. Luego se presenta la historia del desarrollo de la RSE en el mundo, las diferencias que existen entre diversos países y los países líderes. Se habla de la regulación existente, las iniciativas internacionales y los estándares adoptados. Hay que mencionar que la RSE sufre críticas con frecuencia y la implementación que realizan las empresas suele ser polémica. La segunda parte del trabajo está dedicada a la RSE en Rusia, empezando por su historia y las peculiaridades de su desarrollo y siguiendo por los problemas existentes, entre los que se encuentra el retraso de su desarrollo en comparación con los países europeos.

II. MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 1: La RSE y sus características

En este capítulo se explica el término de la responsabilidad social empresarial, sus características principales y sus diversas interpretaciones. Luego se habla de la historia de la RSE y de diferentes estándares reconocidos mundialmente, así como de numerosas iniciativas, convenios y acuerdos internacionales. Existen características regionales en los modelos de la RSE entre las cuales se puede destacar el modelo anglo-americano, el de Europa continental y el modelo asiático. Y finalmente se habla de problemas y polémicas relativos a la RSE.

1.1. La responsabilidad social empresarial (RSE): Su definición y tipología

La responsabilidad social empresarial (RSE), también llamada responsabilidad social corporativa (RSC), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y añadir un valor social². Hay una sutil diferencia de significado entre responsabilidad social corporativa (RSC) y responsabilidad social empresarial (RSE), en la medida en que distingue entre la empresa y la corporación, entendiendo que esta última incorpora a todas las organizaciones, empresariales o no, independientemente de su tamaño, aunque para muchos ambas expresiones significan lo mismo.

La diferencia entre RSE o RSC y responsabilidad social (RS) es unánimemente reconocida. La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones —públicas o privadas— y las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local o global. Es necesario decir que frecuentemente se abrevian indistintamente las tres para referirse a la responsabilidad social corporativa. En todo caso la RSE se aplica no solo a las compañías privadas. La responsabilidad social corporativa

²http://www.luisvivesces.org/actualidad/noticias/la_rsc_y_el_cuidado_y_la_proteccion_del_medio_ambiente_cad_a_vez_mas_integrados_en_las_estrategias_empresariales.html

(RSC) se ha ampliado para incorporar a las agencias gubernamentales y a otras organizaciones que tengan un claro interés en mostrar cómo realizan su trabajo³.

A pesar de las diferencias existentes entre RSE y RSC, el presente trabajo se desarrollará bajo el concepto de la RSE para referirnos a las empresas, pero haciendo una distinción con el concepto general de la RS.

El sistema de evaluación de desempeño conjunto de la organización en las áreas de la RSE se conoce como el triple resultado, y se llama así porque comprende los resultados económicos, sociales y medioambientales de las compañías⁴.

La responsabilidad social empresarial va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida para la responsabilidad ambiental.

Bajo este concepto de administración y de *management* se engloba un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental⁵.

La característica principal de la RSE es su carácter voluntario por parte de una empresa y no debe considerarse como parte de su actividad principal, sino como un valor añadido.

No hay una definición estricta universalmente reconocida para RSE, pero todas las definiciones tienen en común que la RSE es la responsabilidad de la empresa ante todos los individuos y las empresas con las cuales interactúa. Y es este elemento en común el que da origen a los siguientes tipos de RSE⁶:

- responsabilidad en las relaciones con las contrapartes, consumidores y clientes;
- responsabilidad ante los empleados, aseguramiento de la salud y seguridad del trabajo, respeto de los derechos humanos;

³<http://www.labioguia.com/%C2%BFrse-o-rsc>

⁴ La RSC y la triple cuenta de resultados. Estrategia Financiera. Nº 231, septiembre de 2006.

⁵<http://www.emprendexl.com/m/articulos/view/Responsabilidad-social-corporativa>

⁶<http://ekonomik.narod.ru/nbene/econom/feconom4.htm>

- responsabilidad medioambiental y uso razonable de los recursos naturales;
- responsabilidad ante la sociedad en general, en sus relaciones con las autoridades, el gobierno y las instituciones públicas para resolver problemas sociales.

Lo que no se puede considerar como RSE son aquellas obligaciones que una persona o empresa deben cumplir según la legislación vigente. Por supuesto, el cumplimiento de la ley forma parte del comportamiento ético de la empresa, pero no forma parte de la RSE.

En la definición de la responsabilidad social empresarial se suele mencionar con mucha frecuencia la pirámide de Carroll (1991), donde se presentan cuatro clases de responsabilidad social (Figura 1)⁷.



Figura 1. Pirámide de Carroll. Corporate Social Responsibility: A three-domain approach. Mark S. Schwartz and Archie B. Carroll

En la base de esta pirámide está la responsabilidad económica sobre la que se apoyan las demás responsabilidades. Para Carroll las bases de responsabilidad económica y legal son fundamentales y obligatorias para una empresa, mientras que la responsabilidad ética es algo que se espera de ella; la responsabilidad filantrópica tiene menor importancia que las otras tres, ya que no es una obligación o responsabilidad del negocio, sino algo deseado.

La responsabilidad económica se define por las funciones básicas de la compañía en el mercado como productora de bienes y servicios, lo que permite satisfacer las necesidades de los consumidores y obtener ganancias.

⁷ Corporate Social Responsibility: A three-domain approach. Mark S. Schwartz and Archie B. Carroll, Business Ethics Quarterly, Volume 13 (2003)

La responsabilidad legal implica el cumplimiento de las leyes y las normas según las cuales se deben realizar los negocios.

La responsabilidad ética a su vez exige a las empresas el cumplimiento de las expectativas de la sociedad. Se refiere 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. Esta responsabilidad implica respetar aquellas actividades y prácticas que la sociedad espera, así como evitar aquellas que sus miembros rechazan, aun cuando estas no se encuentren prohibidas por la ley.

La responsabilidad social o filantrópica comprende 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 promuevan el bienestar social y mejoren la calidad de vida de la población. La diferencia entre la responsabilidad ética y la responsabilidad filantrópica está en que la primera surge porque la empresa quiere cumplir con las normas éticas de la sociedad; mientras que la segunda no es una norma esperada en un sentido ético o moral, sino que representa más bien una actividad voluntaria de parte de las empresas, aun cuando siempre existe la expectativa social de que estas las sigan.

La filantropía en sí muchas veces se considera como la RSE, pero es solo una dimensión de la RSE, ya que la filantropía solo implica donar, es decir, la empresa no necesita implicarse en la elaboración de las políticas. Como dice Michael Porter, es solo el primer paso de la empresa hacia la RSE, que incluye la filantropía, pero también cumplir con los estándares (éticos y legales) de la comunidad, realizar las actividades de la ciudadanía corporativa y avanzar hacia la sustentabilidad⁸.

En resumen, la RSE es el compromiso empresarial de hacer una contribución voluntaria al desarrollo sustentable de la sociedad, incluso en las áreas social, económica y medioambiental, más allá de las leyes y la consideración económica.

⁸"The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy". Michael E. Porter and Mark R. Kramer
Harvard Business Review, December 2002

Últimamente el modelo de Carroll ha sido duramente criticado. Los críticos suponen que la responsabilidad ética es el elemento más importante de todos los niveles de la RSE. Además, Carroll no define claramente si la RSE debería ser obligatoria o voluntaria.

En la práctica rusa, no todos están de acuerdo a la hora de definir la RSE. Se suele recurrir con mayor frecuencia a la siguiente definición ofrecida por la Asociación de Empresarios de Rusia en 2003, que realiza amplias investigaciones en esta área: "... la contribución voluntaria en el desarrollo de las áreas sociales, económicas y medioambientales de la sociedad, ligada directamente a su actividad principal y que va más allá del cumplimiento de las leyes"⁹.

La Asociación de Empresarios de Rusia propone una definición amplia de la RSE a través de las funciones que deben cumplir las empresas y en qué deben basarse sus actividades. Según esa definición, una empresa responsable debe:

- crear puestos de trabajo atractivos, pagar los salarios "en blanco", invertir en el desarrollo de los recursos humanos¹⁰;
- producir bienes y servicios de calidad para los consumidores;
- cumplir con las leyes, pagar los impuestos, etcétera;
- hacer negocios de manera eficiente, creando valor para sus accionarios;
- establecer relaciones de confianza con sus contrapartes, proveedores y distribuidores;
- prevenir posibles aspectos negativos de su actividad (por ejemplo, en los temas medioambientales), cuidar el territorio en que se encuentra, contribuir al bienestar social y al desarrollo de la sociedad civil.

Por lo tanto, se dice que una compañía es socialmente responsable cuando obtiene ganancias y además cumple con las leyes, es ética y también es una ciudadana responsable. Esta es una de las definiciones más reconocidas en la práctica empresarial rusa. Como se puede ver, a diferencia de la primera definición, ella incluye la honestidad y el cumplimiento de las leyes, lo que

⁹Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. М., 2003 (*La responsabilidad social de las empresas: Agenda actual. Moscú, 2003*)

¹⁰En 2003, cuando fue elaborada esta definición, todavía era práctica común de las empresas declarar solo una parte del salario percibido por un empleado, el resto se entregaba en un "sobre". Con la inflación e inestabilidad de los años 90 y la crisis del 98, los salarios eran denominados y pagados con frecuencia en dólares. Hoy en día estas prácticas ya no se encuentran.

normalmente es obligatorio para toda la sociedad y no solo para las empresas socialmente responsables. Por eso, en el marco del presente trabajo voy a remitirme a la primera definición.

1.2 La historia de la RSE

Curiosamente, entre los expertos de la RSE todavía no existe un acuerdo común sobre sus orígenes y su historia, como tampoco hay una definición universalmente reconocida del término. Uno de los primeros casos en que se aplicaron los principios de la RSE fue el programa social de Henry Ford entre los años 1914 y 1920. El programa consistía en aumentar la remuneración de los empleados industriales a condición de que cumplieran con las normas específicas del trabajo y con las normas sociales. Por ejemplo, a los hombres casados se les aumentaba el sueldo solamente si vivían con sus familias y las cuidaban. En las empresas de Ford existían programas para la gente con capacidades diferentes, como también hospitales y escuelas para los empleados y sus familias.

Algunos autores afirman que la RSE existe desde el año 1919, el año de la fundación de la Organización Internacional del Trabajo, que más tarde se integró a la ONU. La principal misión de la organización era promover la justicia social y los derechos humanos y laborales reconocidos a nivel internacional. Otros hablan de los años 70. Otros opinan que el término aparece en el año 1992, cuando se realizó la Cumbre de la Tierra (Earth Summit).

Las tendencias más importantes del desarrollo de la RSE empiezan a manifestarse en los años 60 y 70 del siglo XX. En este momento surgen los movimientos sociales que critican las políticas de las empresas, comienza el rechazo de los consumidores a comprar ciertos productos y a usar los servicios de las compañías irresponsables, y crecen las asociaciones gremiales. Al mismo tiempo los países europeos y los EE.UU. endurecieron la legislación laboral y medioambiental. Pero todavía las prácticas de la RSE se limitaban a la filantropía corporativa, a programas sociales para los empleados de parte de las empresas y a las ayudas a los gobiernos locales. Estas funciones estaban todavía a cargo de los departamentos de relaciones públicas (como en la mayoría de los casos en la Rusia de hoy) y no existían políticas ni estándares comunes.

El verdadero interés por la RSE empieza a tener auge a partir de los años 90 con un ritmo muy rápido. Algunos expertos indican que el término RSE en su sentido contemporáneo apareció en

la Cumbre de Río de Janeiro en 1992, cuando las empresas multinacionales organizaron el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (World Business Council for Sustainable Development) y ofrecieron un programa de autorregulación para las empresas. A partir de entonces se empieza a hacer más popular la idea de que las compañías privadas deberían ofrecer las iniciativas para lograr las metas sociales, conocida como “ciudadanía corporativa” (corporate citizenship), el término que a menudo se usa para referirse a la RSE. Aparece entonces el término *stakeholders* (partes interesadas).

Siguiendo el ejemplo de Canadá y Estados Unidos, en 1995 se formó en Europa una red de RSE (la European Business Network – CSR Europe) que se encargó de la promoción de la RSE en el marco de la *business-to-business*.

La mayoría de las compañías importantes formaron sus políticas de RSE a principios del siglo XXI, y se incorporó la RSE a los cursos de escuelas de negocios como materia independiente.

Una de las etapas importantes de la formación de la RSE fue la Cumbre Europea de Lisboa en marzo de 2000. En 2011 la Comisión Europea publicó el *Libro verde sobre la RSE*, que trataba acerca de los métodos de desarrollo de la RSE en el territorio europeo.

Para medir la eficacia de las compañías en el área de la RSE y del desarrollo sustentable es entonces que surgen los índices Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y FTSE4Good.

El índice DJSI nació en 1999 para evaluar el desempeño de las compañías en el área del desarrollo sustentable. Con el tiempo se convirtió en la referencia principal de los inversores para medir la implementación de la RSE por parte de las empresas. La familia de los índices DJSI contiene el principal índice global, el DJSI World, acompañado de varios índices regionales: Europa, Nórdico, América del Norte y Asia Pacífico. El DJSI incluye también índices especiales según las industrias.

El índice FTSE4Good es una serie de índices de mercados de valores sobre inversiones éticas. Fue introducido en el año 2001 por el grupo FTSE y se basa en los criterios de la responsabilidad social empresarial. El índice mide los resultados de las compañías que cumplen con los requisitos de la responsabilidad social empresarial.

A partir de la década del 2000 la importancia de la RSE ha crecido en forma permanente. El Instituto Internacional del Desarrollo Sustentable¹¹ ha identificado los diez factores que más influyeron en el desarrollo de la RSE en los últimos años, los cuales son:

1. El desarrollo sustentable: Es el proceso que ha identificado problemas complejos de la sociedad y el uso incorrecto de los recursos naturales. Desde este punto de vista, la RSE se considera una solución potencial para resolver problemas vinculados al uso de los recursos.

2. Globalización: El desarrollo de los negocios a nivel global amplificó también los problemas sociales. La RSE juega un rol crucial para determinar el impacto que los negocios internacionales tienen sobre la mano de obra, las comunidades locales y sus economías.

3. Gobierno: Los gobiernos y los miembros de gobiernos como los de la Unión Europea han elaborado informes, guías, declaraciones y otros instrumentos para establecer buenas prácticas en los negocios. La RSE ofrece en este sentido los instrumentos reconocidos a nivel internacional sobre los derechos humanos, el medio ambiente y medidas contra la corrupción.

4. El impacto del sector corporativo: El comportamiento de las empresas ha sido un problema de interés común y mucho más sus influencias sobre los sistemas políticos, sociales y medioambientales.

5. Comunicaciones: Las tecnologías avanzadas como Internet o la telefonía móvil ofrecen más posibilidades de comunicación interna y externa para cualquier empresa. En el sentido de la RSE, las tecnologías modernas de comunicación facilitan el diálogo y la cooperación.

6. Capital financiero: Consumidores e inversores están cada vez más interesados en hacer negocios socialmente responsables. La RSE puede ayudar a agregar valor y a obtener una mejor respuesta de las partes interesadas en realizar negocios.

7. Ética: En la historia, muchas veces las compañías violaron las reglas de conducta al hacer negocios, lo que llevó a la pérdida de confianza. La adopción de la RSE puede mejorar las relaciones de la compañía con los grupos de interés, hacerla más transparente y llevarla a estándares éticos más elevados.

¹¹ Organización internacional con sedes en Canadá, Suiza, NY, China.

8. Consistencia y comunidad: Las compañías deben tener los mismos estándares elevados respecto al medio ambiente y respecto a lo social, sin importar el país donde operan. La RSE puede equilibrar este deseo.

9. Liderazgo: Últimamente se han reconocido las limitaciones de las iniciativas legales y gubernamentales para resolver con eficacia los problemas a los que la RSE se refiere. Por lo mismo, la RSE ofrece la posibilidad de actuar en las áreas que no están cubiertas por regulaciones.

10. Instrumentos de negocios: Las compañías han empezado a admitir que la adopción de los programas eficaces de la RSE puede reducir el riesgo de la derrota, aportar nuevas oportunidades e innovaciones, mejorar la reputación de la marca y hasta incrementar la productividad del trabajo¹².

1.3 Características regionales de la RSE (América, Europa, Asia)

Existen ciertas diferencias entre los modelos regionales de la RSE debido a la historia y a las diferencias culturales de los países. Por los rasgos generales se pueden destacar el modelo estadounidense-canadiense, el europeo (donde se destacan el modelo de la Europa continental y el modelo británico que se acerca más al modelo americano) y el asiático.

La economía de Estados Unidos se caracteriza por una intervención mínima del estado en la economía. Asimismo, tradicionalmente las empresas participan en el financiamiento de proyectos sociales creando fondos corporativos destinados a resolver problemas sociales, constituyéndose así en una de las herramientas principales de la política de RSE. Además existe un porcentaje muy alto de “consumidores éticos” que son muy exigentes en los temas de la RSE. Según el estudio de la consultora Cone/Roper, en Estados Unidos en 2011 el 78% de los consumidores estaban más motivados a comprar una mercadería cuando sabían qué parte de los ingresos iba para los fines caritativos; el 66% podría cambiar su marca habitual del producto por la marca de una compañía que tiene políticas de RSE¹³. Y por otro lado, si los productos de la

¹² http://managementgeneral.ro/pdf/1_2012_8.pdf

¹³ <http://www.rg.ru/2011/12/15/safonov.html> Российская газета (приложение «Компании года») (periódico Rossiyskaya Gazeta (suplemento “Compañías del año”)), 15 de diciembre de 2011 (n.º 282)

compañía no son seguros o de mala calidad, las consecuencias serían la ausencia de la demanda o hasta podrían provocar acciones judiciales.

Varias organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro, quienes representan los intereses de diversos grupos sociales, religiosos y públicos, ejercen mucha influencia sobre la RSE estadounidense. Sin embargo, en los últimos años el modelo estadounidense de la RSE está cambiando hacia una intervención más activa del estado en los asuntos sociales. Por ejemplo, a partir del año 2002 está vigente la Ley Sarbanes Oxley, que fue adoptada luego de numerosos escándalos corporativos en grandes corporaciones estadounidenses como Enron y World Com. Esta ley impone requisitos más estrictos a los informes financieros de las sociedades públicas, en particular exigiendo de ellas más responsabilidad social y transparencia, reforzando el control interno.

El modelo de RSE de la Europa continental se diferencia por la regulación estatal del área social. Por eso, este modelo está frecuentemente relacionado con las formas indirectas de RSE. Por ejemplo, en varios países europeos hay obras sociales obligatorias y cuidado de la salud de los empleados, regulación de jubilaciones, actividades medioambientales de las empresas y otros temas sociales. Es decir, el nivel básico de la RSE de las empresas europeas ya incluye una gran cantidad de iniciativas sociales.

A pesar de que hay ciertas diferencias en la implementación de las políticas de la RSE entre los diversos países europeos, igualmente tienen mucho en común. Los políticos europeos prestan mucha atención a la hora de apoyar iniciativas diferentes en el área de la RSE, incluso a nivel internacional. Según los expertos Europa avanzó más que Estados Unidos por el alcance y eficacia de la aplicación de la RSE. Hoy más de la mitad de los informes corporativos de la RSE mundiales los presentan las empresas europeas. Además, más de la mitad de las organizaciones que han firmado el Pacto Global de la ONU son europeas. Entre las más de 3.000 consultoras en el área de la RSE, el 37% están en la Unión Europea¹⁴.

¹⁴Остроухова В.А. “Влияние стратегии корпоративной социальной ответственности на деятельность зарубежных и российских компаний в современных условиях”, Moscú, 2012 (Ostroukhova V.A. “La influencia de la estrategia de la responsabilidad social empresarial en las actividades de las compañías rusas y extranjeras en el contexto contemporáneo”)

Hoy, gracias a la globalización y a las actividades de las empresas multinacionales, la RSE ha empezado a desarrollarse en los mercados asiáticos. Y su importancia sigue creciendo. Sin embargo, esta práctica todavía es una novedad para la mayoría de los países asiáticos. Las empresas asiáticas simplemente están copiando los modelos de la RSE de las compañías extranjeras, pero estos modelos se modifican según las diferencias culturales y la filosofía de cada país. No existe un modelo común regional asiático de la RSE, ya que hay mucha diversidad y los países tienen niveles de desarrollo diferentes entre sí. En muchos países los conceptos de la RSE todavía no están lo suficientemente adoptados (Japón, China, Singapur).

Japón es el país asiático en que la RSE está más desarrollada. El país está reconocido como uno de los líderes en la responsabilidad medioambiental y en la elaboración de informes de sostenibilidad. Las compañías japonesas están usando herramientas de la RSE parecidas a las europeas y americanas, y no solo declaran sus iniciativas de RSE sino que también han creado organismos de control para verificar el cumplimiento de esas iniciativas. El comportamiento socialmente responsable, el respeto a la gente y a la naturaleza son intrínsecos a la cultura japonesa así como el sentido de responsabilidad y la importancia de pertenecer a un grupo, características que tienen sus bases en el confucianismo. El modelo japonés de la RSE tiene mucho en común con el modelo de Corea del Sur debido a la proximidad geográfica, la historia, la religión y el intercambio cultural. Se caracterizan por la ausencia de instituciones corporativas fuertes en comparación con Europa, mayor intervención del estado y las relaciones público-privadas. En Japón y Corea del Sur las medidas más destacadas por parte del estado fueron el apoyo al empleo a largo plazo y la promoción de iniciativas sociales a nivel de las corporaciones, como becas académicas a los hijos de los empleados, programas educativos implementados en las compañías y servicios médicos, entre otras¹⁵.

El modelo chino se caracteriza también por el rol dominante del Estado, que está empeñado en promover las prácticas de la RSE en el área medioambiental y social frente a los crecientes riesgos sociales y problemas ecológicos. En 2006 el gobierno de China publicó recomendaciones para la redacción de informes sobre la RSE. El gobierno motiva a las empresas a implementar las estrategias de la RSE para mejorar la imagen de la marca, su reputación y la competitividad de

¹⁵ "Corporate Social Responsibility and Government in Western Europe and Northeast Asia from a National Governance Systems Perspective", Jeremy Moon, Nahee Kang and Jean Pascal Gond. International Centre for Corporate Social Responsibility Nottingham University Business School, 2010

los productos chinos. En particular, China quiere cambiar la percepción negativa de la noción “made in China”.

El modelo de la RSE en Singapur se está desarrollando bastante rápido, tomando como ejemplo principalmente el modelo anglo-americano, debido al idioma común. Los problemas de la RSE están resueltos entre el gobierno, las empresas y los sindicatos. En Singapur las compañías multinacionales que operan en el país han adoptado la RSE en mayor medida que las propias compañías nacionales.

Según el estudio de la compañía KPMG realizado en 2011, el porcentaje de las 250 compañías más importantes que presentan informes sobre la RSE creció de un 45% en 2002 a un 52% en 2005, 80% en 2007 y 95% en 2011. Asimismo, los líderes en la implementación de la RSE son compañías japonesas y británicas. (Ver Figura 2)¹⁶.

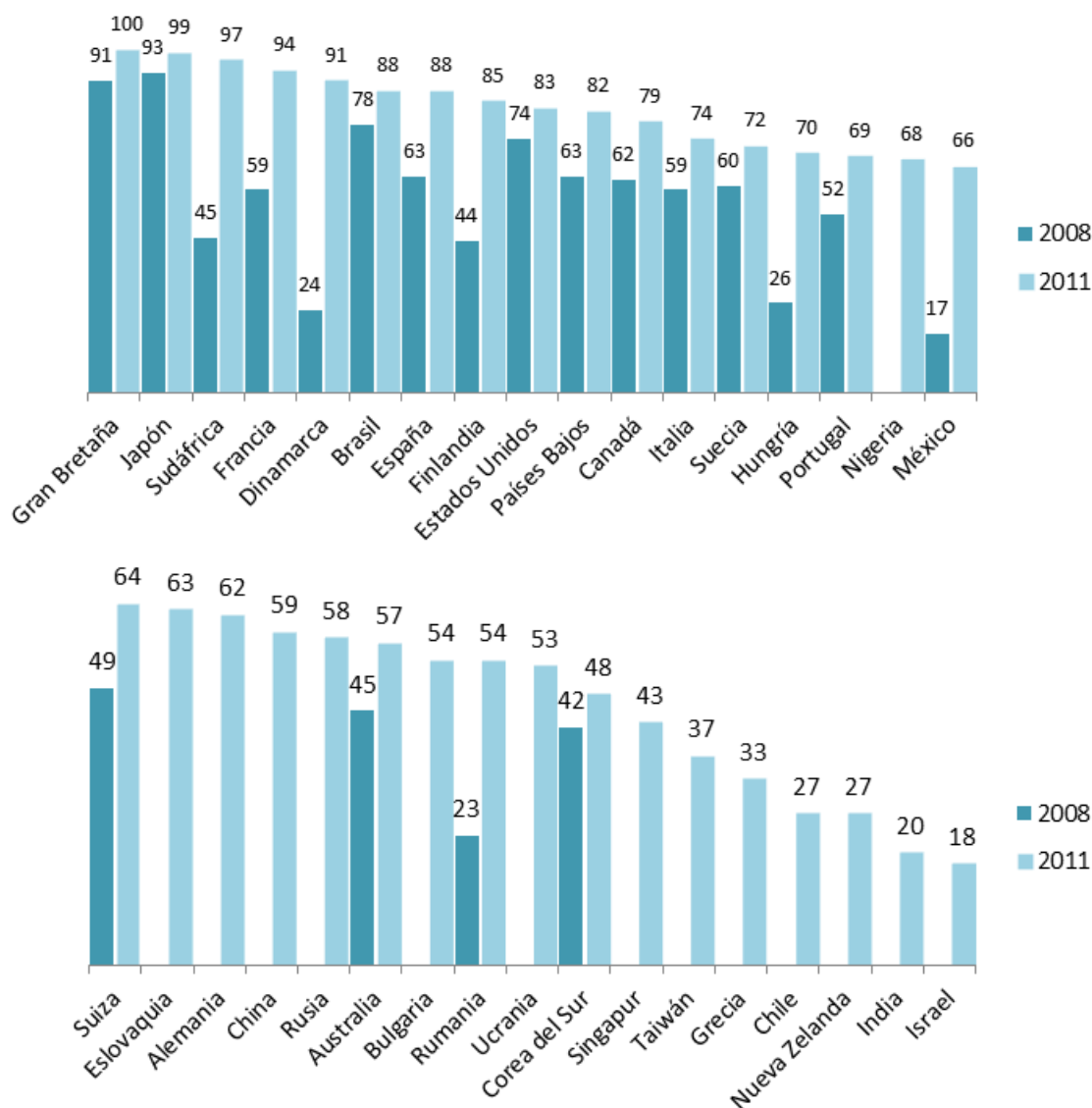
El mismo estudio muestra que mientras Europa era tradicionalmente el líder en la RSE (71%), en 2011 compañías de otros países empiezan a acercarse, como es el caso de compañías americanas, del Medio Oriente y de África. Los países escandinavos crecieron muy rápidamente en la aplicación de políticas de RSE, mientras que los países de Europa del Este como Rumania o Bulgaria casi no informan sus acciones o políticas de RSE; pareciera ser que aún no cumplen con los requisitos que implica ser socialmente responsable. En cuanto a América Central y del Sur, se puede observar que México dio un gran paso al subir del 17% en 2008 al 66% en 2011 de las compañías que presentaban informes sobre RSE. Por su parte Brasil es líder en informes sobre la RSE, con 88% de las compañías que informan de sus actividades. Para finalizar con la revisión del estudio llevado a cabo por KPMG, se observa que los países asiáticos todavía cuentan con menos de la mitad de las compañías que presentan sus datos sobre la RSE, con las excepciones de Japón (que como ya se mencionó es líder en la RSE) y China, que ya cuenta con el 60% de las compañías que informan sobre la RSE.

Y finalmente se encuentra Rusia, que está aumentando significativamente sus actividades de RSE en los últimos años: más de la mitad de sus compañías informan sobre la RSE (58%). Sin embargo, otros estudios, como el *ranking* sobre actividades de caridad elaborado por Charities

¹⁶KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting.
<http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/2011-survey.pdf>

Aid Foundation (CAF)¹⁷ en el 2013, colocan a Rusia en el puesto 126 entre 153 países, es decir, que aún hoy en día Rusia está detrás de la mayoría de los países en eficacia para resolver los problemas sociales.

Figura 2: Porcentaje de compañías que informan sus iniciativas de RSE en 2008 y 2011



Fuente: KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting, 2011

¹⁷ Charities Aid Foundation: World Giving Index 2013.
https://www.cafonline.org/pdf/CAF_WGI2014_Report_1555AWEBFinal.pdf

Tabla1: Principales países en el World Giving Index

Clasificación World Giving Index 2013	País	% Puntuación World Giving Index 2013
1	Myanmar	64
1	Estados Unidos	64
3	Canadá	60
4	Irlanda	60
5	Nueva Zelanda	58
6	Australia	56
7	Malasia	55
7	Gran Bretaña	55
9	Sri Lanka	54
10	Trinidad y Tabago	54
11	Bután	53
12	Países Bajos	53
13	Indonesia	51
14	Islandia	50
15	Kenia	49
16	Malta	49
17	Austria	48
18	Dinamarca	47
19	Irán	46
20	Jamaica	45
...
126	Bulgaria	19
126	Federación Rusa	19
128	China	18

Fuente: https://www.cafonline.org/pdf/CAF_WGI2014_Report_1555AWEBFinal.pdf

1.4 Regulación de la RSE

Por definición, la responsabilidad social empresarial es una actividad voluntaria por parte de la empresa y que va más allá del cumplimiento de las leyes. Si bien muchos expertos como Moon (2004) y Riess (2006) piensan que es necesario que el estado ejerza control sobre las prácticas de

la RSE, todavía no existe una legislación relativa a esa actividad. Aunque sí existen numerosas iniciativas, estándares, convenios y acuerdos internacionales sobre la RSE que, sin tener un carácter obligatorio, son reconocidos y adoptados por la comunidad. En este sentido el informe no financiero es uno de los instrumentos más usados en las actividades de las empresas en relación a la RSE. Sin embargo, este criterio no es universalmente reconocido y algunos creen que carece de precisión. Muchas empresas usan el informe no financiero en sus campañas RRPP solo para mejorar su imagen pública.

Entre las numerosas iniciativas internacionales y estándares (o normas) existentes de RSE se destacan las siguientes:

- Estándar Account Ability's AA1000;
- Informe en el área del desarrollo sustentable del príncipe de Gales (Gran Bretaña);
- la convención de la OCDE sobre la lucha contra la corrupción;
- la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative (ACCA));
- la Fair Labor Association, una organización para la protección de los derechos de los trabajadores; se trata de una iniciativa en la que intervienen diversas partes interesadas: escuelas técnicas, universidades, empresas socialmente responsables y organizaciones civiles;
- el balance del bien común de la Economía del Bien Común (Economy for the Common Good's Common Good Balance Sheet) que está apoyado por 1.660 empresas¹⁸;
- el estándar de Good Corporation elaborado junto con el Institute of Business Ethics en 2000;
- la norma Synergy Codethic 26000, Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social y Compromiso con la Sustentabilidad (Social Responsibility and Sustainability Commitment Management System (SRSCMS)). Está basada en la norma ISO 26000 y en la *Orientación sobre buenas prácticas para la*

¹⁸<http://economia-del-bien-comun.org/es/content/primeros-pasos>

presentación de información sobre la gobernanza de las empresas de la Naciones Unidas. Es aplicable a todo tipo de empresas;

- sistema de normas y de certificación Earthcheck que opera actualmente en setenta países;
- la norma SA8000 de Responsabilidad Social International (Social Accountability International's SA8000 standard);
- orientación de Standard Ethics Aei que existe desde 2002;
- la norma internacional de gestión ambiental ISO 14000;
- el Pacto Global de las Naciones Unidas lanzado en 1999. Requiere que las compañías informen sobre el progreso y la implementación de los diez principios universales del pacto como parte de sus informes de sustentabilidad. Actualmente cuenta con más de 10.000 participantes;
- el Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes de las Naciones Unidas (ISAR) provee la orientación técnica voluntaria sobre indicadores de eficiencia ecológica e informes sobre responsabilidad corporativa;
- el grupo FTSE publica el índice FTSE4Good Index, que evalúa el desempeño de las compañías en relación a la RSE.

Además de diversas normas internacionales existen normas nacionales y normas por industrias.

El año 2005 la Unión de Industriales y Empresarios de Rusia elaboró la “Carta Social del Empresariado Ruso” (que fue reconocida como el documento principal), y tres años después, los “Indicadores básicos del desempeño”. En 2008 adoptaron la nueva versión perfeccionada de la “carta”. En 2007 la Organización Rusa de la Calidad presentó la norma VOK-RSE 2007: “La responsabilidad social empresarial. Requerimientos”.

En la práctica rusa existen cuatro normas internacionales que se utilizan con mayor frecuencia, las cuales son:

- 1) Account Ability AA 1000;
- 2) GRI (Global Reporting Initiative);
- 3) ISO 26 000 (International Standards Organization);

4) Pacto Global de la ONU (UN Global Compact).

1) AccountAbility AA 1000: Una serie de normas elaboradas por el Instituto Británico de Responsabilidad Social y Ética destinadas a promover la calidad de los informes no financieros, la transparencia, la responsabilidad y la sustentabilidad del negocio por inserción máxima de los grupos de *stakeholders* y la influencia de sus opiniones en el análisis de las actividades de una compañía.

La serie de los estándares AA1000 incluye:

- la Norma de los Principios de la Responsabilidad **AA1000APS** (AA1000 Account Ability Principles Standard): constituye una base para detectar los problemas más importantes en el área del desarrollo sustentable y encontrar soluciones;
- la norma de la verificación de los reportes **AA1000AS** (AA1000 Assurance Standard) ofrece a las organizaciones de control una metodología para evaluar la conformidad con los principios básicos de la norma Account Ability;
- la norma de la interacción con los *stakeholders* (partes interesadas) **AA1000SES** (AA1000 Stakeholder Engagement Standard) ayuda a definir la organización del proceso de interacción con los *stakeholders* con el fin de llegar a los resultados pronosticables y sustentables para aumentar la eficiencia de los programas de la RSE.

En resumen, la serie de normas AA1000 se basa en tres principios básicos:

Inserción (Inclusivity): Participación de todos los grupos de interés en la búsqueda de las soluciones estratégicas para asegurar la sustentabilidad.

Importancia (Materiality): Define la importancia del problema para la empresa y sus *stakeholders*.

Respuesta (Responsiveness): Es generar acciones para responder a los problemas de los *stakeholders* que influyen en el desarrollo sustentable.

2) Guía GRI (Global Reporting Initiative): Es una de las normas más conocidas en el área de la responsabilidad social empresarial, elaborada por Global Reporting Initiative en el año 1997. Está destinada a ser usada como un sistema universalmente reconocido de informes no financieros relativos a los resultados económicos, ecológicos y sociales de la actividad de una compañía en el área del desarrollo sustentable. Dependiendo del nivel de aplicación de un informe se le otorga una calificación GRI (desde C hasta A). La guía contiene los principios y recomendaciones para organizar el proceso de informes, como los elementos estándares de los informes sobre la estrategia y las características de una organización, sus políticas de gestión y los indicadores de sus resultados económicos, ecológicos y sociales en el área del desarrollo sustentable. (Ver <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>).

Según la GRI, hoy de entre quinientas compañías globales, más del 80% usa la guía GRI para la redacción de informes.

3) ISO 26000: Esta norma fue elaborada por la Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés) y publicado en 2010. La norma está destinada no solo a ser usada por las empresas, sino también por las organizaciones de otros sectores como el gobierno y sociedades sin fines de lucro. Los propósitos de esta norma son:

- fomentar la contribución de una organización al desarrollo sustentable;
- aumentar el reconocimiento en el área de la RSE;
- complementarse con otras herramientas e iniciativas en el área de la RSE sin reemplazarlas.

Esta norma no sirve para los fines de certificación, su uso es voluntario y puede ser implementada en todo tipo de organizaciones.

4) Pacto Global de la ONU (UN Global Compact): Es una iniciativa de las Naciones Unidas para fomentar el uso de los diez principios de la RSE en las compañías de todos los países del mundo. La idea del Pacto Global de la ONU fue presentada por su Secretario General en el Foro Económico Mundial en Davos en 1999. Los diez principios del pacto son los siguientes:

Principio n.º 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.

Principio n.º 2: No ser cómplice de abusos de los derechos humanos.

Principio n.º 3: Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento de los derechos a la negociación colectiva.

Principio n.º 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio n.º 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio n.º 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Principio n.º 7: Las empresas deberán apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.

Principio n.º 8: Las empresas deben fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio n.º 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Principio n.º 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno¹⁹.

Los principios del Pacto Global son voluntarios y universales, es decir, para todo tipo de organización. Hoy es una de las iniciativas más importantes en el área de la RSE; en el 2011 incluía más de ocho mil participantes de 135 países del mundo.

¹⁹<http://www.pactoglobal.org.ar/content.asp?id=3>

A pesar del gran número de normas internacionales y rusas, no existe todavía un documento integral sobre la RSE a nivel global. Por eso, cada compañía toma sus propias decisiones sobre las políticas de la RSE y su estructura dependiendo de sus capacidades y de su voluntad. En la práctica rusa de los últimos dos o tres años se está reduciendo el número de informes basados en los estándares AA1000 y del Pacto Global, y se está usando más la guía GRI y la Carta Social del Empresariado Ruso.

1.4 Polémica y problemas de la RSE

No todos son partidarios de la RSE. Hay muchas críticas relacionadas con las empresas que practican la RSE acusándolas de ser hipócritas. Se les reprocha que los programas sociales los estén realizando principalmente compañías como British American Tobacco, una compañía tabacalera multinacional, o la compañía de energía BP (conocida por su publicidad medioambiental), que realizan los programas de la RSE para desviar la atención de la sociedad de los aspectos éticos de su principal actividad y mejorar su reputación. Dicen que una compañía cuya actividad principal daña la salud de las personas o el medio ambiente (producción de armas, de alcohol, de tabaco) nunca puede considerarse socialmente responsable, a pesar del volumen considerable de inversiones sociales en el desarrollo del personal, planes de salud y la propaganda de la vida saludable. Algunos expertos (como Unruh en 2012 y Midttun en 2008) califican a esas compañías de “socialmente reactivas” porque tienen la capacidad de adaptarse a las condiciones cambiantes de la sociedad. Así, por ejemplo, la compañía Royal Dutch Shell es muy conocida por sus amplias actividades sociales y medioambientales. Sin embargo, en 2013, Shell junto con Goldman Sachs recibieron el premio Public Eye Awards 2013 establecido por Greenpeace en Suiza y por la Asociación de la Declaración de Berna²⁰. El premio se otorga a las peores compañías en temas medioambientales y de responsabilidad social. Así, en opinión de los críticos la mayoría de los proyectos de la compañía Shell hacen daño al medio ambiente. A Goldman Sachs se le culpó de aprovecharse de las crisis financieras para ganar dinero, precisamente por su contribución al empeoramiento de la crisis en Grecia.

²⁰<http://www.publiceye.ch/en/vote/>

Los críticos de la RSE consideran que ella contradice la naturaleza y los objetivos del negocio, y hace daño por su intervención en el libre comercio.

Milton Friedman decía que el objetivo de una compañía consiste en maximizar las ganancias de los accionistas, por lo que las empresas deben ser responsables solo frente a los accionistas y no a la sociedad. El impacto social positivo es el resultado del crecimiento económico debido a la libertad empresarial. Los empresarios que defienden la RSE en realidad sirven a las fuerzas que deterioran las bases de la sociedad libre²¹. Friedman decía que solo los individuos con su propia voluntad y responsabilidad (y no las empresas que tienen responsabilidades frente a los accionistas) deberían ser socialmente responsables. Si la empresa dedica los fondos a la responsabilidad social, está gastando el dinero de “los demás”; eso reduce las ganancias de los accionistas y, en consecuencia, aumenta el precio de los productos a los consumidores, lo que a su vez reduce los salarios de los empleados. La lucha contra la pobreza, decía Friedman, es función del Estado y no de las empresas.

Los críticos de la posición de Friedman (la posición del “egoísmo razonable”) contestan con una opinión distinta diciendo que los gastos en programas sociales y las donaciones pueden reducir las ganancias inmediatas, pero a largo plazo están construyendo un ambiente socialmente responsable y, como consecuencia, asegurando ganancias crecientes. Los programas filantrópicos y patrocinados contribuyen a la reducción de la base de los impuestos y mejoran la imagen de la compañía, que es la motivación económica principal para que la compañía desarrolle la RSE.

CAPÍTULO 2: La RSE en Rusia

Este capítulo presenta la historia del desarrollo de la RSE en Rusia desde el periodo soviético hasta ahora, sus características principales, los problemas y barreras para su implementación en las empresas rusas.

2.1 La historia de la RSE en Rusia

El desarrollo de la RSE en Rusia tiene sus particularidades, ya que a diferencia de otros países, viene de una larga historia soviética con una economía centralizada donde todo era controlado

²¹The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. Milton Friedman, 1970

por el Estado. La economía de mercado no existía; tampoco las empresas privadas. Si bien existían formas de responsabilidad social en las compañías, no se puede hablar del término “responsabilidad empresarial”, ya que el mundo empresarial solo empezó a desarrollarse apenas hace veinte años y necesitó de un largo periodo de transición (periodo en el cual la responsabilidad social estaba lejos de las prioridades de las empresas privadas); tomó años para que sucediera la transformación del mundo de negocios en lo que conocemos hoy, con la aparición de las corporaciones y compañías multinacionales.

Por eso, se puede decir que la RSE en Rusia recién empezó a desarrollarse desde los años 2004 y 2006. Antes, existían algunas prácticas que no eran regulares y se limitaban a casos de beneficencia por parte de los directivos de las compañías. De hecho todavía cuando las empresas empiezan a implementar la RSE, lo que primero se crea es un fondo para beneficencia o programas caritativos. Al mismo tiempo existían algunas prácticas heredadas del sistema de ayuda social soviética que consistía en descuentos para programas sociales estatales.

Los medios de comunicación hablan muy poco del tema. Según el estudio de la compañía Philippe Morris (2003), el 48% de los encuestados nunca escuchó hablar de la RSE. En 2004 ninguna empresa rusa formaba parte del Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Sin embargo, en los últimos años se observa un aumento general del interés por la reestructuración de las actividades orientándolas hacia la RSE y hacia la adopción de programas sociales. En la lista del DJSI 2013 ya están presentes 32 compañías rusas contra 183 de Gran Bretaña, 82 de Francia, 64 de Alemania y 45 de Suecia.

La historia del desarrollo gradual de la RSE en Rusia se puede presentar en etapas empezando por el periodo de la perestroika²². Las mismas son:

1986: Las primeras sociedades cooperativas empezaron a dedicar una parte de las ganancias a fines benéficos.

1987: Se creó el primer Fondo Lenin para la Infancia, primer fondo a beneficencia que recibía las donaciones de la población.

²²Según la autora del libro «История доверия в недоверительные времена» (*Historia de confianza en tiempos poco confiables*)

1988: Se creó la primera organización independiente del fondo de discapacitados de la URSS.

1989: Se promulgó la primera ley sobre las entidades sin fines de lucro. Durante los años 1989 y 1990 el número de organizaciones sin fines de lucro en Rusia aumentó de cien a más de diez mil.

1989: El Fondo de Soros realiza su presentación en Rusia. En los años noventa también se presentaron en Rusia otros fondos para beneficencia por parte de extranjeros (el Fondo de Henry Ford, The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation, Charles Stewart Mott Foundation). En los años noventa, los años de la transición después del fin de la Unión Soviética, las asociaciones de discapacitados, veteranos, jubilados, madres solteras y familias numerosas formaban parte del 80% de todas las ONG. Los años noventa conocieron también el periodo de ayuda humanitaria por parte de los países del Oeste.

1998: La crisis financiera contribuyó a que las empresas empezaran a desarrollar la RSE. Empezaron a usar la palabra “eficacia”.

1999: Se lanzó el primer programa de becas “Novy Den” del banco Rosbank, financiado por los empresarios rusos en colaboración con la UNICEF. Vladimir Potanin fundó el primer fondo privado en Rusia, la Fundación Vladimir Potanin.

En la década del 2000 se crearon más de veinte fondos de beneficencia privados, que no reúnen los recursos recurriendo a terceros, sino que se nutren de las contribuciones de sus fundadores. El número de organizaciones sin fines de lucro creció hasta medio millón.

2001: Mijaíl Jodorkovsky creó la Open Russia Foundation, otro fondo privado “Dinastía”.

2004: El fondo CAF Rusia lanzó en el país el primer programa de donaciones privadas de los empleados de las empresas.

2005: Empieza a desarrollarse el voluntariado empresarial; se desarrolla el *marketing* social. Los fondos privados rusos financiaron becas, programas sociales, educativos y culturales por un total de sesenta millones de dólares.

2007: Fue promulgada la ley sobre el capital para fines específicos que permite por primera vez en la historia del país crear los fondos *endowment*²³.

Los empresarios rusos crearon casi treinta fondos privados, con una contribución anual de casi dos mil millones de dólares.

2.2 La RSE durante el periodo soviético

Como ya mencionamos, la responsabilidad social empresarial no puede considerarse como tal debido a las particularidades del sistema soviético y a la economía centralizada, donde todos los procesos eran controlados por el Estado. Si bien existía un amplio sistema y tradiciones en el área de la responsabilidad social por parte de las empresas, nunca eran autónomas por definición, ya que el financiamiento de los programas sociales provenía del presupuesto del Estado y no de las ganancias de las mismas empresas.

Durante décadas se fomentó el espíritu del socialismo, de la “economía moral”. Las empresas soviéticas debían orientarse hacia la esfera social, aunque eso fue sobre todo en los casos de las grandes empresas industriales y de las empresas de la industria militar, sector que era prioritario para el Estado. Por eso gozaban de grandes presupuestos y programas sociales para hacerlos más atractivos. Con frecuencia, sobre todo en las regiones alejadas del país, las ciudades se formaban alrededor de una sola empresa industrial que proveía toda la infraestructura, y se puede decir que era responsable no solo de sus empleados sino de toda la comunidad donde se instalaba. A veces toda la comunidad trabajaba para esa única empresa. Habitualmente los beneficios que recibían los empleados de una empresa eran viviendas, educación universitaria (hay que hacer notar que entonces la educación era gratuita, y el beneficio otorgado era la facilidad de ingreso en las universidades que tenían altas barreras de ingreso), escuelas para los niños, hospitales propios, balnearios, etc. Muchas veces la empresa devenía el centro de la vida social, sobre todo en las ciudades donde era el principal empleador.

²³ Una estructura financiera, fundada habitualmente por instituciones académicas, culturales, religiosas, etc., que tiene por objetivo generar beneficios sostenibles y comprometerse con desarrollos a largo plazo.

Sin embargo, como ya lo mencionamos, esas actividades no correspondían a una RSE propiamente tal, ya que casi no existía distinción entre los programas del gobierno y los programas particulares de las empresas.

2.3 La RSE a partir de los años noventa

Con las reformas económicas de los años noventa, el rol social de la empresa empezó a disminuir gradualmente debido a la reducción del financiamiento del Estado y a la transferencia de la responsabilidad social a las municipalidades. Como resultado, dos tercios de los objetivos sociales pasaron a formar parte de las municipalidades.

Al mismo tiempo que sucede la transición de la economía centralizada a la economía de mercado, la privatización de las empresas y la incorporación de las empresas extranjeras, aparece el concepto de RSE.

En el periodo posterior a la crisis financiera del 98 se empezó a estabilizar la infraestructura social. Las empresas comenzaron a sopesar los beneficios a largo plazo de la conservación de los programas sociales. Como resultado, se desaceleró el proceso de transferencia del área social a las municipalidades.

A principios del año 2000, las empresas empezaron a desarrollar las prácticas de la RSE conforme a los estándares internacionales. Y desde entonces el proceso va de acuerdo a las tendencias internacionales, aunque mucho más lento y casi sin abarcar todavía a las pequeñas y medianas empresas. Por lo general esas empresas solo se limitan a campañas locales caritativas y lo exhiben como la forma principal de su responsabilidad social.

Aparte de la baja participación de las pymes, este proceso no se está desarrollando en las grandes y medianas compañías estatales (o las compañías controladas principalmente por el Estado). Esto se explica en su mayor parte por la falta de transparencia en los negocios rusos. Según los datos de la compañía Standard & Poors, el nivel de transparencia de las compañías estatales en Rusia es mucho más bajo que el de las compañías privadas, aunque en teoría debería ser lo contrario. Paradójicamente, las empresas privadas sienten mucha presión de parte de las autoridades para emprender políticas sociales. Así, según el estudio de la Asociación de Emprendedores en 2012, el 79% de los encuestados decía que la presión por parte del gobierno era el estímulo principal

para el desarrollo de la RSE. La responsabilidad social todavía se considera como una obligación de las compañías para ejercer las funciones sociales y económicas propias de las prácticas realizadas durante el periodo soviético.

Según el registro nacional de la Unión Rusa de Industriales y Empresarios, durante los años 2000 a 2010 las compañías nacionales solo presentaron setenta informes en el área de la RSE. A pesar de que este proceso es mucho más lento comparado con otros países, la participación no deja de crecer. Durante el periodo 2008-2011 el número de compañías que presentó informes se duplicó. En el año 2013 había cincuenta compañías que publicaban informes anualmente. Son evidentemente las compañías más importantes. Las compañías medianas todavía casi no están desarrollando la RSE. Se amplió la participación de los sectores industriales. En 2007 compañías de siete industrias presentaron sus informes no financieros. En 2011 el número de industrias ya subió a trece. (Ver Tabla 2).

Tabla 2: Implementación de la RSE según sector

Industria	Cantidad de informes/ 1 de enero de 2012
Petróleo y gas	70
Electricidad	70
Financiera	45
Metalurgia	39
Industria química	17
Industria maderera	16
Telecomunicaciones	11
Industria alimenticia	10
Transporte	10
Administración de servicios comunales	8
Educación y salud	7
Otros	4
ONG	4
Producción de cemento	1

Fuente: Informe analítico de la Unión de Industriales y Empresarios, 2012

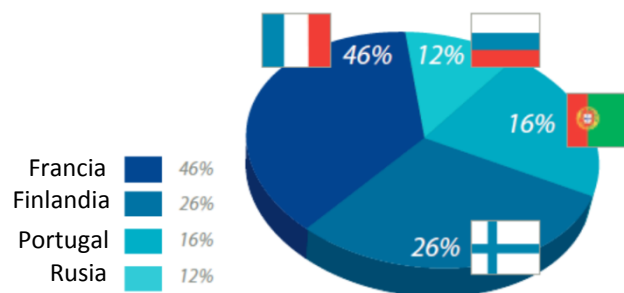
El sector petrolero muestra no solo la participación más importante sino también la mayor estabilidad, lo que significa que ninguna de las compañías petroleras que empezó a presentar informes no financieros ha dejado de hacerlo.

Los sectores financiero y de telecomunicaciones demuestran igualmente un alto nivel de actividad. Sin embargo, hay menos estabilidad y consistencia. Solo tres bancos que empezaron a presentar informes en 2005 y 2006 siguen presentando la información sobre sus actividades de RSE con regularidad.

La participación de las demás industrias es bastante limitada y no superan las tres o cuatro compañías por cada una. Las industrias maderera y forestal disminuyeron su participación.

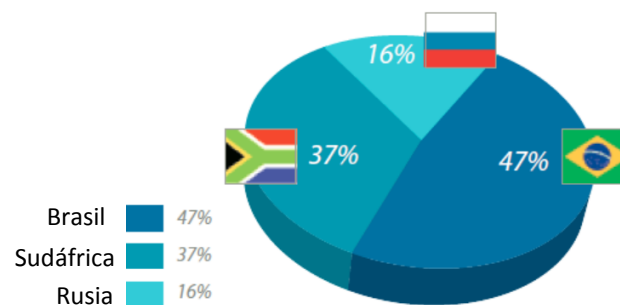
Al comparar a Rusia tanto con los países europeos como con los países BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) se puede ver que Rusia todavía está lejos de ser un líder en el desarrollo de la RSE (Gráficos 1 y 2).

Gráfico 1: Rusia comparada con los países europeos



Fuente: Informe analítico de la Unión de Industriales y Empresarios, 2012

Gráfico 2: Rusia comparada con otros países BRICS



Fuente: Informe analítico de la Unión de Industriales y Empresarios, 2012

Al mismo tiempo la actitud de las compañías está cambiando. Si al principio las compañías consideraban su implicancia en la RSE como una forma de relaciones públicas o reacción a alguna iniciativa del gobierno, de la sociedad o de la prensa, hoy está aumentando el número de compañías que está implementando las estrategias de desarrollo sustentable. Sin embargo, hasta ahora la mayoría de las empresas ignora los beneficios económicos del desarrollo sustentable. Según un estudio de la consultora BDO, la mayoría de las compañías rusas considera sus actividades en el área del desarrollo sustentable como un riesgo de gestión sin considerar eventuales beneficios económicos. Esto hace que se frene el desarrollo de la RSE.

Por ejemplo, todavía se puede notar la poca importancia que le dan las empresas al tema del cambio climático. Si en el mundo este tema es uno de los prioritarios, en Rusia se nota todavía un cierto descuido. Aquí otra vez se puede observar la influencia de la televisión: los canales centrales rusos le dan mucha menor importancia a este tema que los canales europeos o incluso los latinoamericanos.

A raíz de la crisis de 2009 diversos estudios demostraron que los gastos sociales de las compañías se redujeron a un tercio, incluso debido a un gasto más racional de los medios financieros. Según la encuesta del Foro Nacional de la RSE, el 90% de las compañías conservaron todos sus programas sociales pero cuidaron más los gastos y tomaron mayores medidas²⁴.

2.4 Problemas y barreras de la RSE en Rusia

Debido a su historia, mentalidad y hasta su posición geográfica, Rusia tiene sus particularidades en relación a la RSE que dificultan su desarrollo. Estas particularidades son las siguientes:

²⁴CSR Trend Review 2009. Foro Nacional de la CSR, 2009

La historia y la geografía del país: Rusia es un país con un gran territorio, lo que significa grandes distancias entre Siberia y el Lejano Oriente. El capital está concentrado en las regiones menos desarrolladas con condiciones climáticas difíciles. Las industrias desarrolladas que mantienen grandes inversiones son las del petróleo, el gas y el níquel. Asimismo en estas regiones existe lo que se ha dado en llamar “monociudades”, lo que significa que toda la infraestructura y la población dependen de una sola compañía. Esto hace que la estructura social sea deficiente.

La mentalidad de la sociedad y las tradiciones de la gestión corporativa: La sociedad tiene altas expectativas sociales pero baja actividad social; la población no está socialmente activa, no emprende las iniciativas necesarias que le permitan resolver sus problemas sociales porque está a la espera de que el gobierno y las empresas resuelvan todos los problemas sociales.

Las tradiciones soviéticas corporativas: Esto implica que existe un estrecho vínculo entre el empleado y su empresa debido a que la empresa desarrolla escuelas para los niños, hospitales, sanatorios, comercios, clubes, etc. Todos estos beneficios van acompañados de una baja remuneración. Los resultados del desarrollo laboral del empleado durante años se midieron en función de la lealtad al gobierno y a su ideología en lugar de la productividad del mismo.

La actitud negativa de parte de los medios hacia las iniciativas sociales de las empresas: Esto se ha debido a la ignorancia o sospechas de codicia hacia las empresas, actitud que está cambiando en los últimos años.

La situación social y política del país: Existe un alto nivel de pobreza en las regiones, con un gran número y diversidad de problemas sociales. No se sabe por dónde empezar.

Inexperiencia para resolver los problemas sociales relativamente nuevos, como las drogas, el sida, la gente sin hogar.

Presiones de las autoridades, quienes obligan a las compañías a dedicar los recursos financieros no para los programas de interés social y necesidades de la empresa, sino para las prioridades o simplemente antojos de las autoridades locales.

Una de las barreras más serias que dificulta la implementación de la RSE es la baja capitalización de la mayoría de las compañías rusas y su falta de recursos para la realización de

programas de RSE. Según diversas fuentes²⁵, más del 40% de todos los fondos que las empresas rusas dedican anualmente a la RSE proviene de las veinte corporaciones más grandes, que son tanto rusas como internacionales afincadas en Rusia, principalmente del sector minero. Las capacidades de las compañías del sector de consumo masivo o de servicios son mucho más reducidas. Sin embargo, los gastos financieros directos de una compañía destinados a los programas de RSE representan menos del 20% del total. El resto depende de la voluntad y el tiempo de los directores y el uso de otros recursos materiales de la compañía.

La baja reputación de las compañías rusas, la baja transparencia, el clima político que resulta en bajo nivel de confianza por parte de los inversores extranjeros: Según los datos de la consultora Ernst & Young, la reputación de la compañía asegura de un 30% a un 50% de rentabilidad. En la capitalización de la compañía el valor de la reputación en promedio es de un 20% a un 25%, y a veces alcanza el 85%. Sin embargo, según una encuesta realizada en 2006 entre directivos de las compañías rusas, solo una persona entre cinco piensa que las empresas rusas tienen una buena reputación en el país, y solo una entre diez piensa que las empresas rusas tienen una buena reputación fuera del país²⁶. En los últimos años la situación mejoró considerablemente, pero todavía en 2010 ninguna compañía rusa estaba en la lista global de las compañías con la mejor reputación según la revista Fortune.

También juega en contra la imagen negativa del país. La reputación de las empresas rusas en general todavía es mejor que la imagen política del país. Según los expertos extranjeros, las compañías rusas pierden más de diez mil millones de dólares de las inversiones directas debido a la baja reputación en los negocios.

Aparte de los problemas políticos en general, que afectan a una compañía, hay dos características principales que son importantes para los inversores:

- la apertura y la transparencia de la compañía;
- la reputación en el mercado como en la sociedad.

²⁵ “Европейская интеграция и развитие социальной ответственности государственного и корпоративного управления экономикой” (“La integración europea y el desarrollo de la responsabilidad social en dirección de negocios públicos y corporativos”) Aksionov V. A., Shakhov A. E., Moscú, 2012

²⁶Коляда Е. “Влияние репутации компании на привлечение инвестиций” // Управление компанией 2002 № 5 (12) (Colyada E. “La influencia de la reputación de una compañía en la atracción de inversiones” // Gestión Empresarial, 2002, № 5)

Estas dos características están muy ligadas entre sí y no pueden existir la una sin la otra; sin embargo, cada una puede ser considerada como una política separada de la compañía.

La apertura de la compañía desde el punto de vista del inversionista (lo que se corresponde con la transparencia de las finanzas y de su estrategia corporativa) en la actualidad aún es algo excepcional; pareciera ser una medida impuesta a las grandes compañías que se están abriendo al exterior y no debido a la voluntad de los directivos de la compañía. Por lo tanto, esta falta de motivación perjudica la imagen de las compañías y muestra grandes divergencias entre los datos presentados públicamente y la realidad. La mayoría de las compañías aún no cumple con los estándares internacionales requeridos por los inversores. La falta de confianza por parte de los inversores implica una reducción de las fuentes de financiamiento y de oportunidades del apalancamiento bancario. Los inversores tienen dificultades para entender cómo funciona la compañía. Las compañías rusas no siempre publican informes completos, y cuando publican, con frecuencia no reflejan la actualidad sino que, por el contrario, lo hacen con mucho atraso.

Uno de los problemas importantes de los negocios rusos son las conductas no éticas de los directivos de las empresas, la falta de transparencia y la reglamentación de las relaciones dentro de la compañía. Si bien la compañía presenta la información sobre ella al público, frecuentemente los directivos descuidan la ética de los negocios y en realidad lo que pasa es solo una simulación de transparencia. Entonces el impacto positivo de esta publicación se ve mitigada por una baja en la reputación y una falta de confianza por parte de los *stakeholders*.

III METODOLOGÍA

En este apartado se presenta una investigación sobre la implementación de la RSE por parte de las compañías rusas. Se busca demostrar que, tanto en la sociedad como en las empresas rusas, los temas de la responsabilidad social preocupan mucho menos en comparación con otros países del mundo, y todavía menos de lo que presentan las mismas compañías en sus informes. Específicamente, en este estudio se trata de demostrar la gran diferencia que existe con los países de Europa Occidental por medio del análisis de los medios de comunicación, por un lado, y a través del análisis de las actividades de las empresas rusas en sus filiales en el extranjero, por el otro. El tipo de investigación usada en este estudio es descriptiva y no experimental. Los instrumentos usados en el estudio fueron el análisis de los artículos publicados relativos a la RSE en los periódicos y revistas en cuatro países (Rusia, Francia, Gran Bretaña y España) y algunos canales de televisión, ya que muy pocos facilitan el acceso a sus archivos. Se analizaron las prácticas de la RSE de las compañías rusas en sus filiales en el extranjero utilizando los informes y otra información presentada por las mismas empresas, por medio de entrevistas con los empleados de algunas de las empresas analizadas y documentos internos de las compañías.

CAPITULO 3: La cobertura en los medios: análisis comparativo de publicaciones sobre la rse en los medios rusos y europeos

Los medios de comunicación merecen un estudio y una atención particular en relación a la cobertura que realizan sobre los temas de la responsabilidad social. Los medios de comunicación como la prensa escrita, la radio, la televisión e Internet influyen en la mentalidad y contribuyen en gran medida a las tendencias del desarrollo de la RSE. Dentro de estos medios están los periódicos y las revistas (y en el caso de Gran Bretaña y Rusia, los canales de televisión) para analizar el impacto que tienen esos medios en la RSE, el medio ambiente y el desarrollo sustentable comparando Rusia con Francia, Gran Bretaña y España, que pueden ser representativos de una gran parte de la Unión Europea por su tamaño, diversidad socioeconómica y cultural.

La Tabla 3 muestra los resultados en cuanto a la cantidad de artículos que mencionan al menos una vez la responsabilidad social de las empresas.

Durante la búsqueda de la información sobre el tema no se encontraron estudios similares, probablemente por las dificultades lingüísticas que se pueden presentar.

Para la presente investigación se dividió la búsqueda en dos periodos diferentes: el primero abarca desde 2010 hasta abril de 2013; y el segundo periodo va desde 2005 hasta abril de 2013. El estudio de un periodo de los últimos tres años puede representar resultados más completos y exactos para hacer una comparación, ya que, en primer lugar, hoy se habla mucho más de la RSE que hace diez años, lo que subraya mejor las diferencias entre los países; y en segundo lugar, la mayoría de los periódicos no guardan toda la información publicada en periodos muy anteriores, y las búsquedas para el año 2005 dan como resultado un número limitado de artículos. Por otro lado, un estudio del periodo que va del 2005 al 2013 puede dar una idea general sobre la evolución de la RSE.

Hay ciertas dificultades para comparar los programas de televisión en los diferentes países, ya que no todos los canales permiten búsquedas por el contenido de programas, y algunos, como los canales franceses France 24, Canal+ y TV5 no permiten el acceso al contenido de los programas, o solo un acceso muy limitado. Por lo contrario, la mayoría de los canales nacionales rusos permite la búsqueda por todo el contenido de los programas del historial a lo largo de varios años, al igual que la británica BBC. Esto dificulta la realización de una comparación basada solamente en los canales de televisión; de ahí la importancia de analizar también los principales periódicos nacionales de cada país.

Si tomamos juntos los canales de televisión y los principales periódicos rusos con cobertura nacional, se observa una tendencia muy clara: estricto control del Estado con una fuerte presión sobre los periodistas. Si bien existe un solo canal de televisión independiente, TV Rain, este no es de alcance nacional. La situación es un poco mejor si vemos lo que sucede con los periódicos, ya que existen algunos periódicos y revistas independientes, principalmente aquellos que circulan por Internet.

Otra tendencia interesante ligada al control del Estado es que los medios independientes hablan más de la responsabilidad social empresarial que los medios controlados. Por ejemplo, los sitios web de los principales canales de televisión federales como Canal 1, Canal Rusia (entre otros que

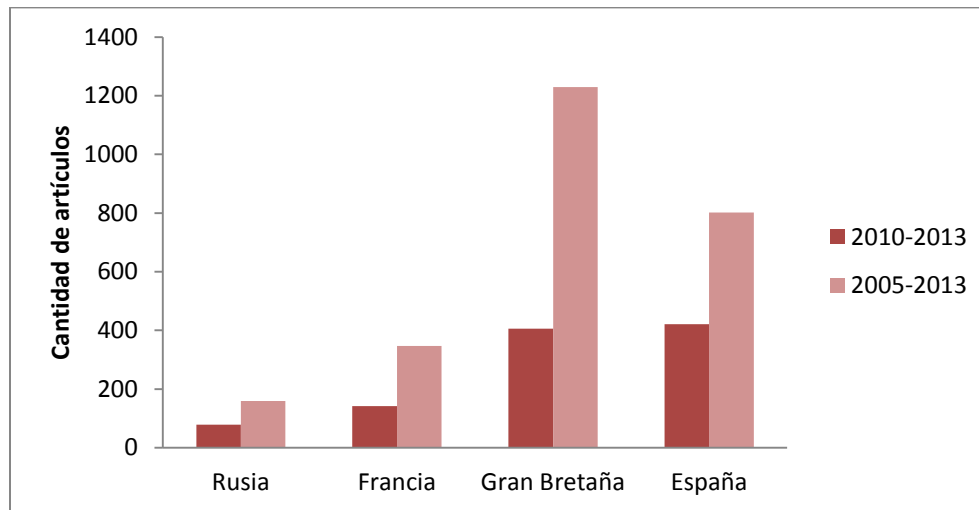
permiten búsqueda por todo el contenido de los programas) brindan escasos resultados relativos a la temática de la RSE. En la principal cadena nacional, ORT, por el periodo de tres años solo se pudo obtener algunas declaraciones del gobierno en relación a los problemas sociales y un par de menciones de problemas relacionados con el medio ambiente. Por otro lado, el único canal que le da real importancia a la RSE es el canal TV Rain. En su página principal se destacan las iniciativas relacionadas con la RSE, como programas de oportunidades laborales para la gente con capacidades diferentes, programas ecológicos y un proyecto común con la WWF. El problema es que este único canal socialmente responsable es también el único canal opositor al gobierno. Por este motivo no tiene cobertura nacional. Solo algunos servicios de televisión por cable e Internet lo incluyen en su oferta, de modo que este canal de televisión es muy poco conocido por la población.

Tabla 2: Cuadro comparativo entre Rusia, Francia, Gran Bretaña y España en cuanto a la cantidad de artículos que al menos mencionan una vez la RSE en los periódicos y revistas

País	Nombre del canal/periódico	2010-2013	2005-2013/o todo el periodo disponible
Rusia	Expert	3	5
	Argumenty y Facty Hay un espacio dedicado a la RSE, varias iniciativas	n/a	34
	Komsomolskaya Pravda	n/a	30
	El grupo Commersant agrupa los siguientes periódicos:	300	690
	- Vlast - Ъ - Dengi - Ogonek - Secret Firmy - Weekend - Autopilot - Nauka - Citizen K		

	Rossiyskaya Gazeta	26	57 (desde 2007)
	Moscovsky Komsomolets	315	365
	Izvestia	56	185
	Nezavisimaya Gazeta	-	3
	Trud	36	94
	Vedomosti	117	264
	Svobodnaya Pressa	17	17
	Promedio	79	159
Francia	Le Figaro	71	353
	Le Monde	239	483
	La Tribune	73	367 (desde 2008)
	L'Humanité	186	186
	Promedio	142	347
Gran Bretaña	BBC	90	571
	The Daily/Sunday Telegraph	124	700
	Financial Times	450	1600
	The Sunday Times	400	1400
	The Guardian	1074	2400
	The Independent	300	700
	Promedio	406	1 229
España	El País	430	1030
	ABC	480	1100
	La Razón	45	180
	La Vanguardia	900	1000
	Expansión	250	700
	Promedio	421	802

Grafico 3. El promedio de la cantidad de artículos que mencionan la RSE en Rusia y los países europeos



Lo que se puede observar claramente es que la prensa europea habla mucho más de la RSE que los periódicos rusos tanto hoy como en 2005. Por ejemplo, podemos comparar los 300 artículos desde el 2010 como el número más elevado en Kommersant, con los 1.074 artículos en The Guardian de Gran Bretaña o los 900 artículos en el periódico La Vanguardia de España. Aunque se puede notar que en Francia se habla relativamente menos de la RSE que en España y Gran Bretaña, este número es todavía mucho mayor que en Rusia.

Basándonos solamente en estos números, que reflejan la importancia que prestan los medios a la RSE, antes de estudiar otras fuentes de información y de análisis, ya podemos tener una idea acerca del desarrollo y del impacto de la RSE en un país.

CAPITULO 4: Implementación de la RSE en las compañías rusas en el extranjero

En los últimos años las compañías rusas empezaron a expandir sus actividades en los mercados extranjeros. Básicamente son las compañías importantes del sector minero (RUSAL, Gazprom, Alrosa) las que incursionan en el extranjero. En menor medida pero con una fuerte tendencia de crecimiento, también lo están haciendo las empresas de tecnología (Beeline, Kaspersky, Kiwi) al igual que las financieras (Gazprombank, Vneshtorgbank). Asimismo, también hay un número creciente de pequeñas y medianas empresas que salen a los mercados extranjeros, pero que no

forman parte de este estudio porque este tipo de empresas casi no implementan las políticas de RSE por carecer de recursos y motivaciones.

El número de empresas que están desarrollando sus actividades en el exterior aún es muy reducido, aunque se están expandiendo muy rápidamente. Debido al largo periodo del sistema soviético, solo en los últimos años las empresas han podido acumular la experiencia de negocios en las condiciones de libre mercado para poder expandirse.

Sin embargo, las actividades de las empresas rusas en el exterior representan un interés particular en el marco de este estudio porque, como ya se mencionó anteriormente, son las empresas que lideran la capitalización e implementación de las prácticas de RSE en Rusia. Estudiar los comportamientos de estas empresas en el exterior, sobre todo en los países pobres con verdadera necesidad de estas políticas (como los países africanos), lejos de los ojos de la prensa y la opinión pública nacional, puede ayudar a entender mejor la situación real.

Las principales empresas multinacionales rusas pertenecen al sector minero, por eso están invirtiendo mucho en el continente africano, rico en recursos naturales, pero también el continente que tiene más problemas, conflictos sociales y pobreza que cualquier otro a través de su historia, y es el foco de atención de las multinacionales, las organizaciones internacionales y las ONG para desarrollar diferentes iniciativas humanitarias y de RSE.

Antes de volver a las actividades de las empresas rusas, he aquí algunos ejemplos de empresas multinacionales.

A partir del 2001 la compañía Shell está combatiendo el problema del sida en el delta del Níger. En el marco del programa corporativo de RSE, en colaboración con varias ONG, Shell ayuda a los empleados, contratistas y a la población local en la prevención del contagio y en el tratamiento posterior. Las actividades relativas a esta iniciativa están organizadas tanto en las oficinas como en los sitios de producción para que todos los contratistas, empleados y miembros de sus familias puedan participar. Shell está financiando igualmente el tratamiento para los empleados y miembros de sus familias infectados con VIH. Asimismo, la compañía Anglo American ha sido la primera empresa en Sudáfrica en ofrecer programas para el tratamiento del VIH para los empleados enfermos y portadores del virus. Hoy Anglo American está realizando el programa de formación más grande del mundo, que incluye la detección y el tratamiento del VIH.

Otro proyecto de la fundación Shell es el desarrollo del Valle de Flores (Flower Valley) en Sudáfrica. Aquí la compañía fundó el Centro de Educación Primaria (Early Learning Centre) para ayudar a los niños de las comunidades locales y también para enseñar a los adultos habilidades nuevas.

A partir del 2004, la compañía Procter & Gamble lanzó un programa de purificación del agua potable, *The Children's Safe Drinking Water*, para prevenir la propagación del paludismo y otros riesgos asociados al agua contaminada en los países en vías de desarrollo.

La Fundación Bill y Melinda Gates está dedicando muchos recursos a salud y educación en las regiones menos favorecidas, como África²⁷, razón por la cual han sido galardonados con el Premio Príncipe de Asturias de Cooperación Internacional en el 2006.

Estos son algunos ejemplos de las diversas actividades que las empresas multinacionales y transnacionales están realizando en el continente africano.

Volviendo a las empresas rusas, hoy hay un número creciente de empresas que realizan negocios en los países en vías de desarrollo y entre ellas muchas son pymes. Sin embargo, solo las compañías importantes empiezan a prestar atención a los temas de la RSE. Pero cuando están alejadas de la casa matriz, la manera de conducir los negocios e implementar la RSE hace que existan bastantes diferencias polémicas. Entre las compañías rusas más conocidas que desarrollan sus actividades en los países de África y otros países en vía de desarrollo están:

RUSAL es la compañía de aluminio más grande del mundo. Está presente en diecinueve países, entre ellos dos países africanos: Guinea y Nigeria. Su volumen de ventas en 2013 fue de 9.800 millones de dólares²⁸.

GAZPPROMBANK pertenece al Gazprom Group. Es uno de los tres bancos más grandes de Rusia y está controlado por el gobierno ruso. A través de su compañía afiliada GPB Global Ressources está presente en Chad, Mali, Níger y Venezuela. Sus ganancias netas en 2013 fueron de mil millones de dólares²⁹.

²⁷Fundación Bill y Melinda Gates <http://www.gatesfoundation.org>

²⁸Sitio web de la compañía <http://rusal.ru/investors/kpi.aspx>

²⁹<http://www.gazprombank.ru/ir/finance/>

ALROSA es una de las más grandes del mundo por el volumen de extracción de diamantes en bruto. Su volumen de ventas fue de 4.300 millones de dólares en 2013³⁰. Está presente en Angola.

RENOVA es un *holding* ruso con especialización en altas tecnologías. Su volumen de ventas es de 2.700 millones de dólares. Dedicar muchos recursos a la RSE. Participó en la elaboración de la norma “Carta Social del Empresariado Ruso”, adhiere al Global Compact, etc. Tiene inversiones en el sector minero y proyectos de energía solar en Sudáfrica.

METROPOL es un *holding* de inversión especializado en el sector bursátil, gestión de activos financieros, consultoría, actividades bancarias, mineras, sector inmobiliario y turismo. Está presente en varios países. En África fundó el Mining Bank of Congo. Sus ingresos en 2013 fueron de 1.200 millones de dólares³¹.

LUKOIL es una compañía petrolera rusa. Es la segunda compañía más grande de Rusia (después del Gazprom) con un volumen de ventas de 139.170 millones de dólares en 2012. Está presente en Costa de Marfil y Gana.

VNESHTORGBANK es el segundo banco más grande en Rusia. Está presente en varios países. En el continente africano está en Angola. Su beneficio neto en 2013 fue de tres mil millones de dólares³².

VYMPELKOM es una compañía de telecomunicaciones. Está presente en Camboya, Laos y Vietnam. Sus ingresos en 2013 fueron de 22.500 millones de dólares³³.

QIWI es un proveedor de soluciones de pagos electrónicos. Tiene presencia en dieciocho países, incluso India y Malasia. Su volumen de ventas en 2013 fue de 356 millones de dólares.

La primera compañía que se analiza es RUSAL debido a su tamaño y su posición de liderazgo mundial. Y son precisamente estas dos características las que la hacen tener amplias actividades sociales. (Ver su página web: http://www.rusal.ru/en/development/social_investment/Default.aspx). En la mayoría de las

³⁰Wikipedia <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%9B%D0%A0%D0%9E%D0%A1%D0%90>

³¹<http://www.metropol.ru/about/index.wbp>

³²http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%BD%D0%BA_%D0%92%D0%A2%D0%91

³³<http://vimpelcom.com/Global/Files/Reports/2013%20annual%20report.pdf>

publicaciones y estudios nacionales sobre la RSE se cita como ejemplo de una compañía que invierte ampliamente y cumple con todas las normas internacionales. Está presente en dos países africanos, donde ha adquirido plantas y ejerce las actividades de la extracción de bauxita. Pero su dedicación a la RSE, tanto en África como en Rusia, es bastante polémica. Mientras una representante de la compañía cuenta con orgullo en el informe “De Rusia con amor. Contribución nacional en el contexto global de la RSE”³⁴ (*From Russia With Love. A national chapter on the global CSR agenda*) que en 2007 la compañía invirtió 11.300 millones de dólares en programas sociales en Nigeria y Guinea, la situación social con los empleados locales de la compañía en ese mismo año (2007) era bastante tensa, con muchos conflictos sociales agravados en las compañías subsidiarias en esos países. Por ejemplo, el 3 de junio seis empleados rusos de la compañía fueron secuestrados y retenidos en Nigeria. Además de las demandas clásicas de rescate, los secuestradores exigían mejorar las condiciones laborales en las plantas de la compañía y el pago de sueldos y subsidios sociales atrasados a los empleados³⁵.

En Guinea, donde la compañía adquirió la planta construida y gestionada por las compañías internacionales mineras en los años cincuenta, la situación no era tan dramática. Sin embargo, existían muchas tensiones sociales. En 2007 los empleados hicieron huelgas como consecuencia de las deficientes condiciones de infraestructura, como el estado de la carretera principal de la ciudad (la misma ciudad que fue fundada por la empresa). Muchos conflictos se producían también por la cultura y mentalidad corporativa. Por ejemplo, los ejecutivos locales estaban en posiciones desfavorables en comparación con los directores expatriados con respecto a la toma de decisiones, a pesar de que en muchos casos estos últimos los superaban en experiencia y años de antigüedad en la misma empresa. Aunque ocupaban puestos directivos, era más por las exigencias de la ley; en la práctica las decisiones las tomaban exclusivamente los expatriados y la casa matriz. Hubo varios conflictos sociales que desembocaron en 2007 en una causa judicial y la prisión para uno de los empleados expatriados³⁶.

Podemos esperar que desde entonces la situación mejore, ya que en 2013 la compañía anunció todavía más proyectos sociales a realizar; por ejemplo:

³⁴“De Rusia con amor. Contribución nacional en el contexto global de la RSE” The Economist Intelligence Unit, 2008

³⁵<http://www.kommersant.ru/doc/779499>

³⁶Fuente: empleados de la compañía y autoridades locales del país

- Realización de un programa educativo en 2011 y otorgamiento de becas a unos cien estudiantes guineos para estudiar en dos universidades rusas.
- Contribución financiera de tres mil millones de francos guineos (3.500.000.000 GNF) a la región de Kindia (Foto 1) destinados al desarrollo de la comunidad local. En la foto, el director de la compañía entrega un cheque al prefecto de Kindia. (Hay que hacer notar que Guinea ocupa la posición 164 en el ranking de corrupción de entre 178 países del mundo³⁷).



Foto 1. Ceremonia de entrega del cheque, 09/08/2012. Fuente: informes de la compañía

- Instalaciones eléctricas en la misma provincia de Kindia, un programa de prevención del cólera en sus empresas y las localidades donde operan, ayuda a las escuelas y renovación de la infraestructura deportiva, entre otras iniciativas.

Siguiendo con el análisis de las organizaciones mencionadas, está GAZPROMBANK, que desarrolla sus actividades en Chad, Mali, Níger y Venezuela. Según la información en su sitio web, realiza muy pocas acciones en estos países. En la Foto 2 se puede ver la construcción de una escuela realizada en Níger.



Foto 2. Escuela en Níger. Fuente: <http://www.gpb-gr.com/e/social/>

³⁷Transparency International. <http://cpi.transparency.org/cpi2012/results/>

Según uno de los responsables entrevistados de la compañía en Chad, la compañía no tiene programas sociales en este país. Lo único que existe es un programa de formación elaborado para los empleados del ministerio de minería, que aún no se ha implementado. Como dice el mismo representante, la compañía se ve “obligada” por el gobierno a implementar algún proyecto social cuando empieza a desarrollar sus actividades en el país.

Por otro lado, la empresa ALROSA estableció dos empresas de extracción de diamantes brutos en Angola en conjunto con los inversores locales y brasileños (los socios son una compañía nacional: ENDIAMA E.P. et Odebrecht Mining Services Inc. de Brasil, entre otros). Según la información en su sitio web, su política social consiste en: programas de jubilaciones, bonos a los empleados, programas de formación para los empleados y programas educativos para la población local, como la construcción de una escuela con capacidad para trescientos niños. La compañía ayuda también en la prevención de la malaria y otras enfermedades, y destinó unos 5.600 millones de dólares para estos fines. Asimismo hizo una contribución para la reconstrucción de la autopista nacional, invirtiendo 1.600 millones de dólares.

La compañía METROPOL está presente en el Congo, con su empresa Mining Bank of Congo. La compañía tiene amplios programas de actividad social y caritativa en Rusia. Sin embargo, después de haber realizado búsquedas con la finalidad de encontrar alguna información sobre programas de RSE en África, estas no fueron fructíferas. Uno de los responsables de la compañía en el Congo afirmó que la compañía no tiene políticas de RSE en ese país. Lo poco que hace la compañía en el plano social son préstamos sin intereses a los empleados del banco y subsidios a la federación local de karate.

RENOVA es un *holding* ruso muy importante y con amplias actividades en RSE en Rusia. Asimismo participó en la elaboración de la norma “Carta Social del Empresariado Ruso”. Está adherido al Pacto Global de la ONU. Tiene inversiones en el sector minero y proyectos en energía solar en Sudáfrica. Sin embargo, con toda la información detallada que la compañía presenta, no se pudo encontrar ningún dato sobre la RSE en este país.

Por su parte, la empresa LUKOIL está desarrollando un gran número de programas sociales y medioambientales tanto en Rusia como en los países en los cuales está presente. Estos programas son amplios y costosos. LUKOIL es una empresa que sirve de ejemplo para la literatura acerca

de la RSE. Sin embargo, sus programas sociales en el exterior están focalizados principalmente en los países de Europa del Este. A pesar de que la compañía está presente en Costa de Marfil y Gana, públicamente no se reporta ninguna actividad social.

VNESHTORGBANK es el segundo banco más grande de Rusia y en el continente Africano está presente en Angola (Foto 3). El banco dedica muchos recursos a la RSE en Rusia, lo que lo convierte en uno de los líderes de la RSE en el país. Pero tampoco se pudo encontrar información sobre sus actividades sociales en Angola.

VYMPELKOM es una compañía de telecomunicaciones. Junto con su competidor MTS, son las dos principales compañías de telefonía celular en Rusia. Desarrolla actividades en África en países como Argelia, Zimbabue y Burundi. Está también presente en Camboya, Bangladesh, Laos, Vietnam y Pakistán.

La compañía tiene varios programas sociales en Rusia y otros países, y publica regularmente reportes sobre la RSE. Un ejemplo interesante, que se pudo encontrar en la descripción de sus actividades sociales en Rusia, es aquel que constituye en un plan de telefonía celular para las personas con capacidades diferentes (en este caso con problemas de audición), que consiste en un precio más bajo de los sms y mms. Sin embargo, no es claro que esta acción pueda ser considerada como de RSE, ya que se trata de la actividad principal de la empresa y su empeño es atraer a los discapacitados como consumidores, aumentando las ganancias de la misma. Las compañías de telefonía móvil suelen ofrecer una variedad de planes según el estilo de vida de cada consumidor. Por ejemplo, los planes más comunes en Rusia son las llamadas sin cargo o a un precio bajo a dos miembros de la familia, llamadas más baratas a los países limítrofes para los que tienen familia en otro país, llamadas entrantes gratis con el abono mensual en el *roaming* internacional para los que viajan mucho, entre otros beneficios ofrecidos. Sin embargo, estos costos más bajos habitualmente se compensan con el precio más alto de otros servicios. En el caso del plan para los discapacitados, el costo de un minuto de llamada cuesta al menos dos veces más que cualquier otro plan de la misma empresa³⁸. Por eso, en mi opinión no sería



Foto 3. Sucursal de VTB en Angola. Fuente: www.vtb.ru

³⁸<http://mobile.beeline.ru/msk/tarifs/all/tarif.wbp?id=c7575af3-2ee4-40a6-80c3-874dbf8ef109>

correcto de parte de la empresa mencionar este servicio como uno de los programas de RSE, ya que de acuerdo a la definición que se menciona en el capítulo 2.1.1, el criterio principal de la RSE es su carácter voluntario de parte de una empresa y no debería ser parte de su actividad principal con fines de lucro.

Entre otros programas que menciona la empresa figuran algunos programas de ayuda para los niños enfermos y los huérfanos y otros programas caritativos. A pesar de ser una compañía líder en telefonía móvil (fundada en 1993), como también una de las pocas empresas rusas que cotiza en la bolsa de Nueva York, recién publicó su primer informe sobre RSE en el 2012³⁹. En este informe la compañía presenta varios programas en los países donde está operando, los que van desde la prevención de enfermedades en los países pobres y ayudas en educación hasta los programas medioambientales. Tiene, en conjunto con la UNESCO, un proyecto interesante, que ganó el premio GSMA Global Mobile Award en el 2013. Se trata de un programa educativo en Pakistán, que consiste en ofrecer facilidades de comunicación vía sms entre los profesores y los alumnos para mejorar la comunicación y el aprendizaje.

Y por último, tenemos a la empresa líder en el sistema de pagos electrónicos en Rusia, QIWI, que tiene presencia en dieciocho países, entre los que se encuentran India, Malasia, Brasil y Argentina. La red de terminales, que se encuentra en pleno crecimiento, está ubicada en quioscos y centros comerciales. Asimismo, acaba de iniciar un IPO (oferta pública de venta). Sin embargo, casi no implementa políticas de RSE en sus actividades en Rusia ni en el extranjero⁴⁰. En Rusia implementó un solo programa junto con un fondo de beneficencia destinado a la ayuda de niños enfermos, el “Linia Zhisni”. La iniciativa consiste en ayudar en la recolección de fondos financieros incluyendo en sus terminales de pago los datos del fondo para que la gente pueda hacer una donación fácilmente.



Los programas de RSE de las compañías mencionadas se pueden resumir en el siguiente cuadro:

³⁹Vimpelcom, Corporate Responsibility Report 2012,página 12

⁴⁰www.qiwi.ru, entrevista con un empleado de la compañía

Tabla 3: Cuadro comparativo de los programas de la RSE en Rusia y en el extranjero.

Compañía	Países en vías de desarrollo donde está presente	Programas de RSE en Rusia	Programas de RSE en otros países
RUSAL	Guinea Nigeria	Uno de los líderes de la RSE. Amplios programas en las áreas de salud y seguridad, medioambientales, comunidades locales. http://www.rusal.ru/en/development/	Inversiones en programas sociales en Nigeria y Guinea (11.300 millones de dólares en 2007), pero en el mismo periodo varios conflictos sociales. - Un programa educativo en 2011. - Ayuda financiera a autoridades locales en 2012.
GAZPROMBANK	Chad Mali Níger	Cerca de trescientos proyectos anualmente en las áreas de educación, artes, salud y deportes. http://www.gazprombank.ru/about/responsibility/	- Una escuela en Níger. - Programa de formación en el sector minero en Chad (no implementado).
ALROSA	Angola	Amplios programas en las áreas de educación, artes, salud, medio ambiente, de apoyo a comunidades locales, etc. Publica informes anuales.	- Programa de prevención de la malaria. - Construcción de una escuela para trescientas personas. - Inversión de 1.600 millones de dólares para reconstruir una autopista.
RENOVA	Sudáfrica	Participó en la elaboración de la norma "Carta Social del Empresariado Ruso". Adhiere al Pacto Global. Publica informes anuales de RSE.	N/A
METROPOL	Congo	Ciertos proyectos sociales como reconstrucción de iglesias y templos budistas en Rusia; fundación de una	- Préstamos a los empleados. - Subsidios a la federación

		federación de karate, una fundación para la preservación del lago Baikal. Creación de dos fondos de beneficencia en Rusia.	de karate.
LUKOIL	Costa de Marfil Gana	Amplios proyectos de RSE en las áreas principales. Uno de los líderes.	N/A
VNESHTORGBANK	Angola	Varios programas en las áreas de deporte, artes, salud y educación.	N/A
VYMPELKOM	Camboya Laos Vietnam Algeria Bangladesh	Amplios programas. Adhiere al Pacto Global de la ONU. En 2013 empieza a publicar informes anuales de sustentabilidad.	- Programas de prevención de enfermedades. - Programa educativo en Pakistán. - Servicios informativos vía sms para los agricultores de Bangladesh. - Participación voluntaria de los empleados para limpiar una playa de 3 km en 2013 en Bangladesh.
QIWI	India Malasia	Participa en el Programa “Linia Zhizni” – fondo de beneficencia.	N/A

Estos son ejemplos de las principales empresas rusas. Como se puede observar, debido a su posición y reputación estas compañías se ven obligadas a realizar amplias políticas sociales en el país, pero el desarrollo de estas políticas se vuelve más complicado en nuevos mercados. Lejos del alcance de la prensa local, en los países más pobres del mundo (que tienen muchas necesidades y donde la asistencia puede salvar vidas), la política de RSE de las empresas rusas es mucho más reducida (Gazprombank, Metropol), polémica (RUSAL) o inexistente (RENOVA, LUKOIL, VNESHTORGBANK, QIWI).

Una de las explicaciones principales de este fenómeno puede ser la mentalidad de la sociedad. En uno de los artículos del periódico ruso Philantrope se decía que el canal estadounidense Fox le reprochó a Rusia que no ayudaba a los africanos; que la contribución financiera del país fue cien veces menor que la de Japón a pesar de haber sufrido el terremoto de 2011 y 565 veces

menor que la de los Estados Unidos. Con estas estadísticas, el periódico realizó una encuesta en 2011 entre los empresarios de las grandes corporaciones y políticos famosos, y les formuló la siguiente pregunta: *¿Haría usted una donación para los países africanos (u otro país lejano) que sufren de hambre?* La opinión de la mayoría absoluta fue que no. El presidente de un banco contestó que Rusia tiene muchos problemas sociales que deberían ser la prioridad. Los políticos rusos tienen la misma opinión: creen que Rusia está más cerca del nivel de desarrollo de los países de África que de Estados Unidos o Japón, y dicen que se puede y tiene que ayudar a los demás después de haber resuelto sus propios problemas. Esa fue la posición de todos los entrevistados⁴¹.

CAPITULO 5: Resultados del análisis y posibles soluciones

Como se puede comprobar en el análisis de las compañías rusas, por una parte los temas de la RSE tienen muy poco espacio en los medios de comunicación comparado con otros países (en nuestro caso, cuatro países europeos), y por otra parte si bien las compañías más importantes del país tienen varias actividades dentro del país para cuidar su imagen, estas actividades se vuelven casi inexistentes en sus filiales extranjeras, específicamente en los países en vías de desarrollo donde hay todavía más necesidad de programas de RSE.

Asimismo, dentro de los principales canales de televisión rusos, el principal canal federal (el Canal 1, que permite buscar por todo el contenido de programas) no menciona nada sobre la RSE antes del año 2010, y desde el 2010 hasta el 2013 menciona solo unas cuatro o cinco iniciativas sociales del gobierno o programas ecológicos. En contraste, el más conocido canal británico (la BBC) tiene noventa publicaciones que mencionan la RSE entre 2010 y 2013 y 571 durante todo el periodo considerado (2005-2013). La prensa escrita muestra más interés por los temas de la RSE que la televisión, llegando a 690 artículos presentados por el grupo de periódicos Kommersant durante el periodo de ocho años. Sin embargo, en el promedio Rusia está mucho más atrasada al compararse con tres países europeos: Francia, Gran Bretaña y España.

⁴¹<http://philanthropy.ru/opinion/2011/08/19/6039/>

La segunda parte del estudio (análisis de las actividades de las compañías rusas dedicadas a la RSE) demuestra que las empresas más importantes del país, las cuales son consideradas líderes en la implementación de la RSE, no la están priorizando en sus filiales en los países más necesitados. Se han tomado las ocho empresas más importantes del país de los sectores de minería, financiero y de telecomunicaciones. De entre estas empresas, RUSAL, a pesar de anunciar costosos proyectos de RSE fuera del país, tiene varios conflictos sociales graves en dos países africanos. GAZPROMBANK tiene proyectos de RSE muy limitados en Chad, Mali, Níger y Venezuela, pero esto sucede solo cuando se ve “obligada” por un gobierno local a implementar algún programa en el área social. METROPOL ha anunciado amplios programas de RSE en Rusia, pero no tiene ningún proyecto social en el Congo. Las compañías RENOVA, LUKOIL, VNESHTORGBANK no presentan ningún dato sobre la RSE en los países donde están presentes: Costa de Marfil, Gana, Sudáfrica y Angola. De las ocho compañías analizadas solo cuatro presentan algunos programas en África o en países asiáticos. Sin embargo, las iniciativas de la RSE de estas compañías parecen muy reducidas o casi inexistentes, y solo una de las ocho compañías, ALROSA, presenta datos significativos de sus proyectos sociales en Angola.

Considerando que los medios de comunicación y las empresas le prestan tan poca atención a la RSE, la pregunta que conviene hacerse es: ¿Se puede hacer algo para mejorar la situación? Aquí se presentan algunas soluciones que pueden contribuir a la resolución del problema.

Aumentar la importancia de la RSE en la televisión y la prensa escrita. Una de las soluciones más importantes y básicas sería no solo obligar a las empresas a cuidar el medio ambiente y a pensar en sus empleados y en el desarrollo de políticas sociales, sino también a fomentar el desarrollo de la sensibilidad social en la mentalidad de la población rusa. Los medios tienen un gran poder para influir en la mentalidad de la sociedad, pero lamentablemente se observa (a través del estudio realizado en los canales de televisión) que estos no prestan la debida atención a los temas de la RSE. El único canal que le da real importancia es el canal TV Rain, que es también un canal de la oposición y es desconocido por la mayoría de la población.

Por su parte los periódicos hablan más que la televisión sobre la RSE, y en particular dos de ellos, Kommersant y Moscovsky Komsomolets, se acercan al nivel europeo. Pero los periódicos rusos

todavía hablan mucho menos del tema que los principales periódicos de Francia, Gran Bretaña y España.

Mejorar el clima de inversión. Otro problema importante que conoce el país es el clima de inversión deficiente como resultado de la existencia de problemas importantes (como la elevada corrupción, la alta influencia política en los negocios, la ineficiencia de los organismos legales y gubernamentales, entre otros), lo que incide en que haya todavía un bajo nivel de confianza por parte de los inversionistas. Según el estudio “Doing business 2012” realizado por el Banco Mundial, Rusia ocupa el lugar 120⁴² aunque haya mejorado en los últimos años. Un clima de inversión favorable va a contribuir al desarrollo económico de las regiones del país, va a nivelar las diferencias y va a mejorar la situación descrita tal como se pudo ver en el apartado del capítulo 2.2.3: concentración del capital en los sectores minero, petrolero y de gas, débil diversificación de las industrias y la existencia de monocidades, aislamiento de las regiones de la parte central del país. Cuando se habla de un clima de inversión favorable se trata generalmente de la confianza que tienen los inversores para el desarrollo de las actividades en el país, que se caracteriza por:

- barreras administrativas para entrar en el mercado;
- la estabilidad y la transparencia institucional;
- el estado de derecho (the rule of law), respeto y protección de los derechos humanos.

Rusia tiene todavía elevados riesgos no financieros que son muchos más altos que en los países desarrollados. Son los riesgos políticos, sociales y el alto nivel de corrupción; la ausencia de protección legislativa y práctica de los derechos de la propiedad y la concurrencia equitativa; los problemas relacionados con la democracia, la ausencia de una justicia independiente, la politización de los negocios y el respeto de los derechos humanos, que hoy es uno de los temas más importantes y polémicos en el país.

La transición a la democracia es de esperar que traiga mejoras en la situación económica general y en el desarrollo de la RSE en particular. Hoy ya se puede ver que los medios independientes le conceden mucha más importancia a la RSE que aquellos medios controlados por el gobierno (que son el 100% de los canales de televisión y la mayoría de los periódicos).

⁴²<http://espanol.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2012>

Aumentar la transparencia de las compañías y generar confianza. Además de las soluciones globales, como cambios políticos en el país para generar el clima democrático, una solución importante sería aumentar la transparencia a nivel empresarial. Hay métodos universalmente conocidos para lograr esto, como la adopción de los estándares internacionales (por ejemplo, GAAP, IAS, 20F). En otros casos una compañía puede mejorar su reputación por medio de la obtención de un *ranking* de una agencia internacional reconocida, como S&P o Moody's, ya que para lanzar un IPO en el mercado internacional la compañía debe obtener calificación crediticia, y eso es posible solo cuando los informes financieros de una compañía son transparentes y claros para los inversores.

Una de las herramientas para fomentar la transparencia de la estructura corporativa puede ser la implementación de un código corporativo. Los códigos corporativos son una práctica habitual de las empresas internacionales. Los códigos describen la estructura y la cultura de las relaciones corporativas, y pueden incluir las relaciones entre los accionarios, los principios de conducta de los negocios y la estructura directiva.

Entre otras soluciones comunes para el desarrollo de la RSE es muy importante el rol que puede cumplir el Estado en las siguientes formas: favorecer a las empresas responsables ofreciéndoles beneficios fiscales, desarrollar las relaciones público-privadas para el desarrollo de proyectos sociales, financiar el desarrollo de fondos de inversión socialmente responsables y ofrecer programas de formación de profesionales de la RSE.

CONCLUSIONES

La implementación de las prácticas de la RSE que realizan las empresas contemporáneas se vuelve imprescindible, y en el contexto de la globalización se está desarrollando con un ritmo creciente. Rusia todavía está atrasada en estas prácticas, las cuales a pesar de haber sufrido un rápido desarrollo aún no se han implementado a gran escala. Hoy la RSE en Rusia se implementa solo en las empresas nacionales importantes (principalmente del sector del petróleo, de la minería y del gas) y en las empresas multinacionales presentes en el país. Las empresas medianas y pequeñas todavía no dan importancia a la RSE y no adoptan estas prácticas en sus actividades. El atraso del país se explica sobre todo por su historia particular: el pasado soviético, un largo periodo de transición, las crisis económicas y la mentalidad de la sociedad.

Como vimos en el presente trabajo mediante dos investigaciones de medios de comunicación y mediante el estudio de las actividades de las compañías rusas en el extranjero, se pudo comprobar que estas están atrasadas en la implementación de las prácticas de RSE no solo al compararlas con las empresas europeas, sino que también las empresas rusas implementan todavía menos la RSE de lo que parece según diversos estudios existentes y según las mismas empresas. Lejos del alcance de la prensa nacional, la RSE de las principales empresas se ve mucho más reducida (Gazprombank, Metropol), polémica (RUSAL) o inexistente (RENOVA, LUKOIL, VNESHTORGBANK).

En el estudio de la prensa desde el 2005 se comprobó que los principales canales de televisión no mencionan el tema de la RSE aparte de los escasos reportajes sobre los temas medioambientales y las iniciativas sociales del gobierno. El único canal de televisión que le da real importancia a la RSE y la incluye en su política es un canal independiente que no está incluido en la oferta de la televisión federal. Comparados con la televisión, los periódicos y las revistas hablan muchos más del tema de la RSE, pero todavía menos que la prensa europea. Por ejemplo, el periódico ruso *Moscovsky Komsomolets*, que resultó ser líder en los temas de la RSE, publicó cerca de 365 artículos en los que se mencionaba la responsabilidad social de las empresas, mientras que el *The Guardian* británico publicó 2.400 artículos sobre la RSE durante el mismo periodo.

Entre las soluciones posibles para mejorar la situación y aumentar la aplicación de la RSE se destacan las siguientes: aumentar la importancia de la RSE en la prensa considerando que esta es una herramienta potente para cambiar la mentalidad de la sociedad; lograr mayor independencia de la prensa y un clima democrático en el país; mejorar el clima de inversión para conseguir un mayor desarrollo económico y así solucionar los problemas existentes que dificultan el desarrollo de la RSE; aumentar la transparencia de las compañías y generar confianza. Y finalmente es muy importante el rol que puede jugar el Estado al entregar a las empresas los incentivos necesarios que el sector privado por sí solo no puede lograr.

Bibliografía

- Ольга Алексеева, «История доверия в недоверительные времена», Эксмо 2008 (Olga Alekseeva, Historia de confianza en tiempos poco confiables, Exsmo, 2008)
- Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. , «Корпоративная социальная ответственность: мировая и отечественная практика», КСЭИ, 2012 (Zaretsky A.D., Ivanova T.E., “Responsabilidad social empresarial: mejores prácticas nacionales e internacionales”, KSEI, 2012)
- Валитов Ш.М. , Мальгин В.А., «Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность», 2009 (Valitov S.M., Malgin, V.A, “Colaboracion entre el estado y las empresas, nuevas formas y tendencias, la responsabilidad social”, 2009)
- А. Н. Аверин, «Социальная политика и социальная ответственность предприятия», Альфа-пресс, 2008 (Averin A.N., “Política social y responsabilidad social de una empresa”, Alpha-press, 2008)
- Виттенберг Е.Я., «Социальная ответственность бизнеса на постсоветском пространстве», 2011 (Vittenberg, E.Y. “Responsabilidad social empresarial en el espacio postsovietico”, 2011)
- Благов Ю.Е. , «Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции», 2011, Высшая школа менеджмента (Blagov Y.E. “Responsabilidad social empresarial: evolución del concepto”, Escuela superior de negocios, 2011).
- Коляда Е. “Влияние репутации компании на привлечение инвестиций” // Управление компанией 2002 № 5 (12) (Colyada E. “La influencia de la reputación de una compañía en la atracción de inversiones” // Gestión Empresarial, 2002, № 5)
- Остроухова В.А. “Влияние стратегии корпоративной социальной ответственности на деятельность зарубежных и российских компаний в современных условиях”, Мосцú, 2012 (OstroukhovaV. A. “La influencia de la estrategia de la responsabilidad social empresarial en las actividades de las compañías rusas y extranjeras en el contexto contemporáneo”)

- Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. Учебное пособие. Внешэкономбанк. Москва, 2011 (“Responsabilidad social empresarial. Nueva filosofia de negocios. Vnesheconombank. Moscú, 2011)
- Бизнес и общество, №1-2 (68-69)/2012 (“Empresa y Sociedad”, №1-2 (68-69)/2012)
- Развивая устойчивость. Опрос BDO: устойчивое развитие российских компаний. М.2012 (Desarrollando la sustentabilidad. Encuesta BDO: El desarrollo sustentable de las compañías rusas. Moscú, 2012)
- Prof. I.Y. Belyaeva, Prof. M.A. Eskindarov, corporate social responsibility. Management dimension, 2008
- Глебова И.С. Социальная ответственность бизнеса в России и за рубежом. Казань, 2008 (Glebova I. S. Responsabilidad social de las empresas en Rusia y en el extranjero. Kazan, 2008)
- Остапенко Г.Ф. Корпоративная социальная ответственность. Пермь, 2012 (Ostapenko G.F. “Responsabilidad social empresarial”. Perm, 2012)
- “Европейская Интеграция И Развитие Социальной Ответственности Государственного И Корпоративного Управления Экономикой”, Аксенов В.А., Шахов А.Е., Москва 2012 (Aksionov V. A., Shakhov A. E. “La integración europea y el desarrollo de la responsabilidad social en dirección de negocios públicos y corporativos”. Moscú, 2012)
- The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. Milton Friedman, The New York Times Magazine, September 13, 1970. Copyright @ 1970 by The New York Times Company
- Government as a Driver of Corporate Social Responsibility. Jeremy Moon. n.º 20-2004 ICCSR Research Paper Series.
- European Commission. Strategy for Sustainable Development, 2005. — <http://eur-lex.europa.eu>
- “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”. Michael E. Porter and Mark R. Kramer, Harvard Business Review, December 2002
- CSR Trendreview 2009. Foro Nacional de la CSR, 2009.

- Morrison-Paul Catherine J., Siegel Donald S. Corporate Social Responsibility and Economic Performance, Department of Economics, Rensselaer Polytechnic Institute, Working Papers in Economics, Number 0605, March 2006
- “Corporate Social Responsibility and Government in Western Europe and Northeast Asia from a National Governance Systems Perspective”, Jeremy Moon, Nahee Kang and Jean Pascal Gond. International Centre for Corporate Social Responsibility Nottingham University Business School, 2010
- Corporate Social Responsibility: A three-domain approach. Mark S. Schwartz and Archie B. Carroll, Business Ethics Quarterly, Volume 13 (2003)
- <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/mission-and-objectives/lang-es/index.htm>
- <http://www.accountability.org/standards/index.html>
- http://www.luisvivesces.org/actualidad/noticias/la_rsc_y_el_cuidado_y_la_proteccion_del_medio_ambiente_cada_vez_mas_integrados_en_las_estrategias_empresariales.html
- <http://www.labioguia.com/%C2%BFrse-o-rsc>
- <http://www.globalreporting.org>
- http://www.gorodfinansov.ru/co/kso.php?ELEMENT_ID=2087
- <http://www.csreurope.org>
- <http://www.sustainability-indexes.com/html/news/pressreleases.html>
- http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/greenpaper_en.pdf
- http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_index.htm
- <http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/index.htm>
- www.wikipedia.org
- <http://www.soc-otvet.ru/asi/siteabout>
- <http://www.csrjournal.com>
- <http://www.inside-pr.ru/social/socialprogram/1147-ksovrossii.html>
- http://www.ecorussia.info/ru/ecopedia/corporate_social_responsibility
- <http://eburg.mk.ru/article/2012/03/07/679444-severouralsk-ustal-ot-nespravedlivosti.html>
- <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/2009/03/30/230419>
- <http://www.emprendexl.com/m/articles/view/Responsabilidad-social-corporativa>
- <http://ekonomic.narod.ru/nbene/econom/feconom4.htm>

- <http://www.pactoglobal.org.ar/content.asp?id=3>
- <http://www.publiceye.ch/en/vote/>
- http://managementgeneral.ro/pdf/1_2012_8.pdf
- KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting.
<http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/2011-survey.pdf>
- Charities Aid Foundation: World Giving Index 2013.
https://www.cafonline.org/pdf/CAF_WGI2014_Report_1555AWEBFinal.pdf
- <http://economia-del-bien-comun.org/es/content/primeros-pasos>