



Nueva manera de hacer negocios en el siglo XXI

ALBA GORDILLO

Resumen

El rol que las empresas han venido desarrollando a través del tiempo se ha enfocado en la maximización de los beneficios económicos y se ha ido modificando por el movimiento de los consumidores y de la ciudadanía corporativa, exigiendo de las empresas asumir responsabilidad frente a los diferentes públicos que impacta día a día, obligando a colocar, en diversas agendas, el tema de la responsabilidad social empresarial, todavía más, debido a la inestabilidad económica que se observa a nivel mundial. Este artículo tiene como objetivo conocer, entender y estudiar la importancia y la evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, así como observar y reconocer la manera en que se han ido entrelazando, con él, nuevos conceptos dentro de los diferentes contextos

en los que se gesta. Entender tales conceptos, dimensionando la magnitud del tema, aportará para preparar una agenda de verdadero desarrollo sostenible, en procura de un mejor futuro para las generaciones venideras, siendo este el más importante promotor de capital social para el mundo y para América Latina.

Palabras clave

Ética, responsabilidad, sociedad, desarrollo, comunidad, grupos de interés, economía, agenda.

Abstract

The role that companies have been developing over time, has focused on maximizing economic benefits and has been modified by the movement of consumer and corporate citizenship, demanding of the company responsible for different audiences with which daily hits required to post in the different agendas the issue of corporate social responsibility, so that makes it necessary to study this issue due also to the economic instability that is observed worldwide. The aim of this article, you know, understand and consider the importance and evolution of the concept of Corporate Social Responsibility handy for doing business in this century. Furthermore, observe and recognize the way have been intertwined with the new concept within different contexts in which the quest to understand the magnitude of the subject dimensioning in order to prepare the agenda for true sustainable development, seeking a better future for future generations and this is, the promoter of social capital for the world and Latin America.

En América Latina, dentro del discurso empresarial, se repite que la RSE no es filantropía, y todavía existe un enfoque de buena conducta católica que demuestra la Responsabilidad Social en términos de benevolencia voluntaria y caritativa.

► El “caso AIG”, donde la mayor aseguradora de Estados Unidos recibió inmensos aportes estatales para solventar operaciones de alto riesgo, puso en la palestra el tema de la RSE en Norteamérica.

Key words

Ethics, responsibility, society, development, community, groups of interest, economy, calendar.

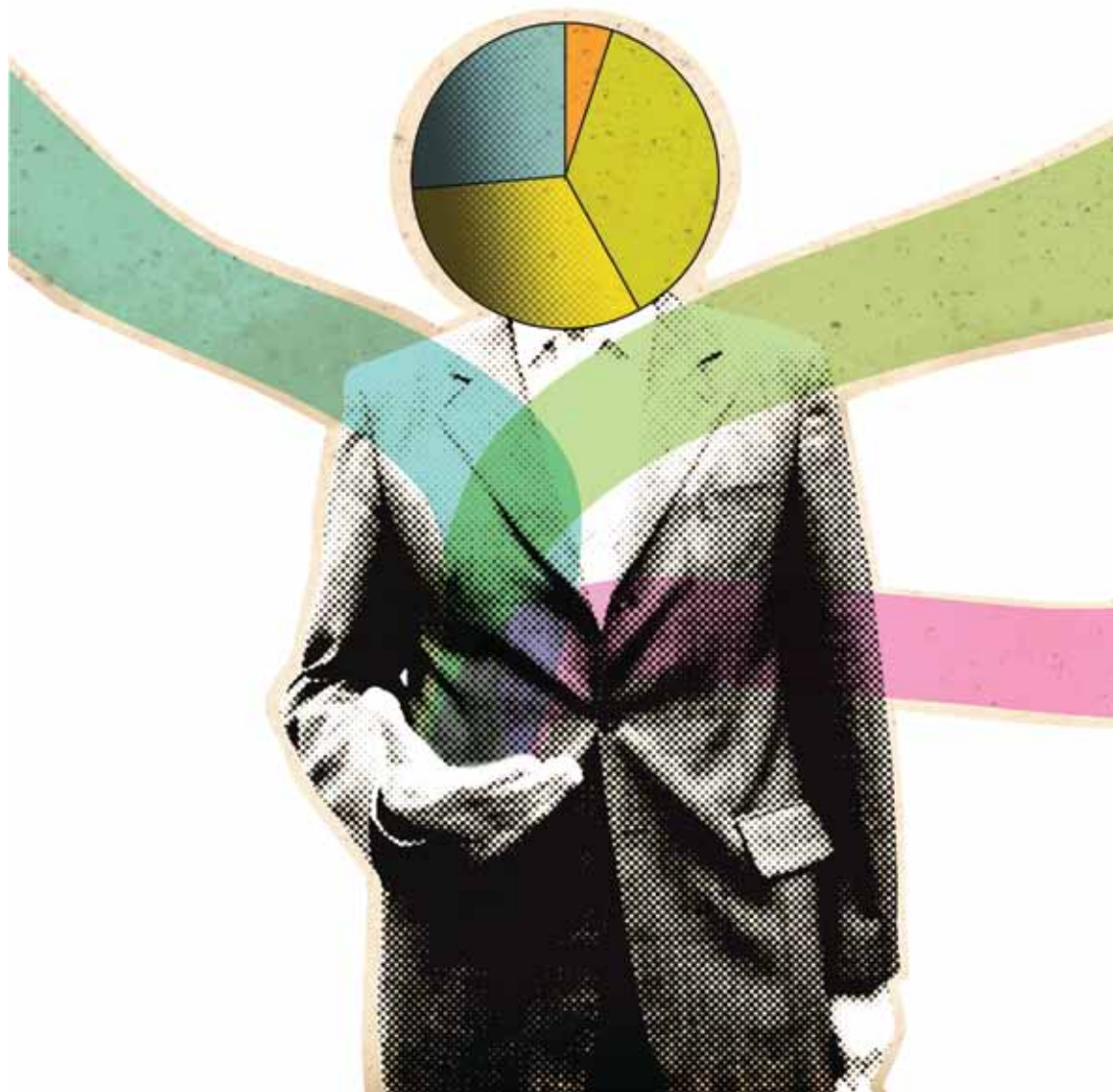
Introducción

El papel que las organizaciones desempeñan en la sociedad ha cambiado durante las últimas décadas. El planteamiento se ha enfocado en la generación de utilidades y en el logro de máximas rentabilidades, descuidando y tratando de manera tangencial al público interno y externo, omitiendo que es por, y



con él, que se logran los objetivos. Por esta razón, es pertinente reconocer la importancia y la trascendencia de un término que se ha venido acuñando en el medio empresarial y que es reconocido como Responsabilidad Social Empresarial, RSE. Este concepto, fragmentado, empieza a adoptarse y ser aceptado en la mayoría de instituciones de todo el mundo, para aumentar sus oportunidades comerciales y competitividad, situación que posteriormente se transfiere desde las empresas, beneficiando a la sociedad.

En pleno siglo XXI, con el desarrollo de las telecomunicaciones y el movimiento de los consumidores y la ciudadanía corporativa, un hecho de gran magnitud llama la atención pública a nivel mundial, tras estallar en Estados Unidos un escándalo:



el caso AIG, donde la mayor aseguradora del país recibe, por varios periodos, la cifra de 180.000 millones de dólares del presupuesto del Estado americano, provenientes de la emisión de bonos para salvarla de operaciones de alto riesgo en el contexto de la crisis económica mundial; a pesar de que sus ejecutivos quisieron demostrar que el deterioro de su actividad comercial fue por razones coyunturales económicas, esto no ha sido verificable totalmente. Así como esta, otras grandes empresas presentaron la misma situación de inestabilidad económica y emplearon los mismos mecanismos para ser salvaguardadas de la crisis económica mundial, ocasionando impactos adversos sobre la economía estadounidense y la economía mundial. Esta crisis económica obligó a colocar en el foco de la Agenda Pública el tema de la RSE, planteando la inquietud del papel que esta juega en la crisis, de cómo entender su concepto y de cómo integrarlo en las agendas empresariales y universitarias.

La respuesta a estas preguntas puede estar próxima, esbozando el concepto de RSE en un marco evolutivo a través del análisis histórico, permitiendo conocer el punto de vista de diferentes autores en distintos países, los cuales, de acuerdo con su contexto, resaltan la importancia de la RSE en diferentes ámbitos: económico, social y empresarial; asimismo, dan a conocer mecanismos que contribuyen a resolver los dilemas presentados dentro de los procesos de desarrollo socioeconómico y ambiental; finalmente, enfatizan la importancia del tema, reconociéndolo y aplicándolo dentro de los negocios de este nuevo siglo de “mal desarrollo”, que solo se basan en la cuantificación y el cálculo, considerando el bienestar humano en términos cuantitativos y monetarizados, sin que resulten visibles los problemas de las calidades de vida, y de la calidad misma de la vida, pero que se relaciona con la cuantificación, y que agrava y provoca cada día más las pobrezas –material y monetaria– para tantos excluidos, así como la pobreza del alma y de la psiquis de algunos otros (Morin, 2012, p. 1), dando prioridad a políticas económicas de equilibrio interno y externo de los países, con énfasis en los manejos monetarios y cambiarios, logrando altos niveles de competitividad y descuido de las políticas sociales y de impacto sobre el medio ambiente, contribuyendo a generar unas condiciones alarmantes en el crecimiento de la pobreza, la indigencia y el deterioro indiscriminado de los recursos

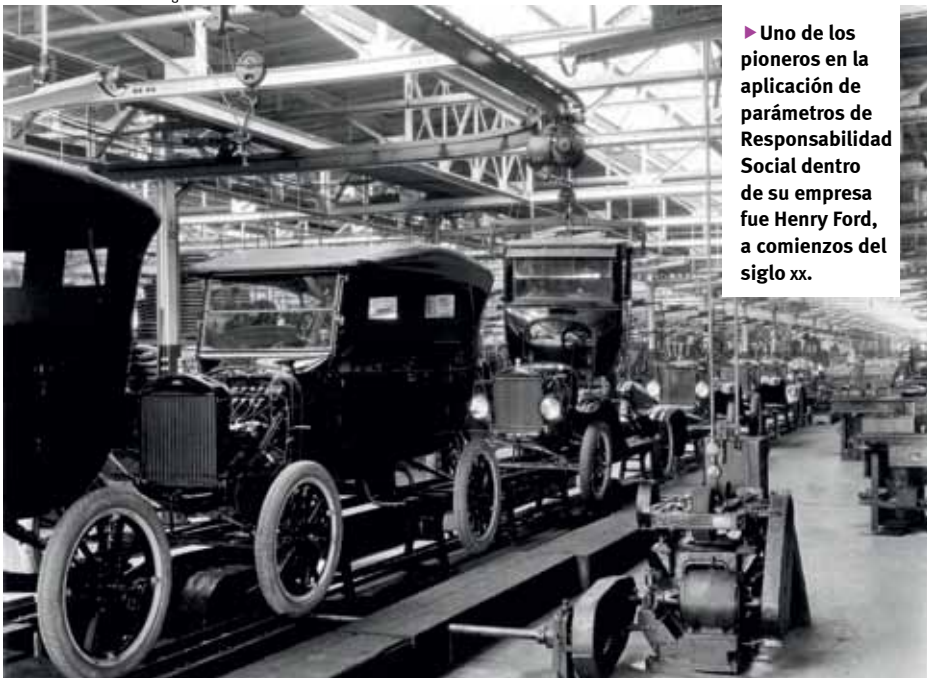
Para 1962, el
Movimiento de
Consumidores
alcanza legitimidad
institucional
como tal en EE.
UU., a partir de
la proclamación
de la Carta de
los Derechos del
Consumidor.

naturales, para así enfatizar en la importancia de la RSE al momento de elaborar agendas con un verdadero desarrollo sostenible, que garantice la viabilidad de la vida en el planeta como promotor de capital social para todo el mundo.

1. Inicios

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial es todavía confuso porque no todo el mundo lo interpreta del mismo modo. Jean-Pierre Segal lo describe del “modo como los Británicos tienden a percibir la RSE como una herramienta de competitividad y rentabilidad”. En Alemania, el enfoque está centrado en la comunidad y la ciudadanía corporativa, mientras que los franceses desconfían de ella y la perciben como una manipulación de la opinión pública. (Segal, 2004, citado en Wagenberg, 2006). Mientras en EE.UU., parece ser la buena reputación de la empresa el motor de la RSE. (Matten & Moon, 2004). Por su parte, en América Latina, dentro del discurso empresarial, se repite que la Responsabilidad Social no es filantropía, y todavía existe un enfoque de buena conducta católica que demuestra la Responsabilidad Social en términos de benevolencia voluntaria y caritativa, tal como la afirma la Comisión Económica para América

www.fordfoundation.org



► Uno de los pioneros en la aplicación de parámetros de Responsabilidad Social dentro de su empresa fue Henry Ford, a comienzos del siglo xx.

Latina y el Caribe, CEPAL: “El vínculo tradicionalmente reconocido como la primera relación entre la empresa y la sociedad es la filantropía” (Correa, Flynn & Amit, 2004).

Antecedentes

El concepto se plantea en el libro *La riqueza de las naciones* de Adam Smith y con las ideas del reformador francés Calvino, porque sus posiciones identifican “el ambiente empresarial con la maximización de beneficios” (Lodhi, 2006). También se observan incipientes prácticas de RSE cuando Joseph Rowntree (1836-1925) creó un fondo social con la riqueza obtenida por su industria de chocolates, y George Cadbury (1839-1922) afirmó que cuidar la salud de los empleados equivalía a cuidar la salud de la empresa. “Asimismo, se rememora que Henry Ford (1863-1947) expresó que la sostenibilidad de su negocio se derivaba de que cada uno de sus trabajadores pudiera adquirir uno de sus automóviles” (Redunirse, módulo 1).

Henry Gantt (1919) se interesó cada vez más en las vastas obligaciones de la administración para con la sociedad. En *La separación de rutas*, publicada en 1919, pedía el retorno a la filosofía del servicio público del negocio, de la que creía que se había separado la administración, un retorno que cobró fuerza en los años 1930, y que desde entonces, ha sido de gran influencia” (Merrill, 1995, p.110).

Por otro lado, Gilbreth (1924) muestra, en su planteamiento, la preocupación que debía tener la empresa por las actividades existentes en la comunidad, desde el punto de vista de la cooperación, debido a que funcionaban para esta tarea numerosos organismos filantrópicos de servicio social, los cuales se sentían satisfechos de cooperar, por lo que afirmaba que era un desperdicio instaurar cualquier actividad nueva en una fábrica si puede manejarse a través de la cooperación con alguna actividad exterior ya existente (Merrill, 1995, p. 231).

1. Primeros conceptos teóricos. Origen.

1920-1930. Caridad, actitud filantrópica

Por esta época se empiezan a desarrollar acciones inspiradas en la caridad y la beneficencia, con un tinte de altruismo individual relacionado con la filantropía, por lo que en la depresión económica el término se hace “caja de resonancia”. En 1923, Edward Bernays, padre de las

Relaciones Públicas, aporta como elementos a esta profesión la ética y la deontología profesional, como una parte integral en la búsqueda de la Responsabilidad Social; fue su principal propósito, logrando que su cliente actuara correctamente y que a su vez el público lo supiera. También Oliver Sheldon, en el mismo año, declara en forma estimulante y profética, la misión y la responsabilidad de la administración en el capítulo final de *The Philosophy of Management*, presentando normas mediante las cuales se regiría en el futuro la práctica administrativa (Merrill, 1995, pp. 252 y 261), enfocadas a los indicadores de RSE, denominados público interno y comunidad. Por otro lado, en 1929, Elton Mayo, dentro de su programa de la entrevista demostró con el experimento de Hawthorne que el ejercicio de la responsabilidad administrativa se logra cuando el administrador subordina sus ideas y opiniones.

Un actor importante de la RSE empieza a cobrar relevancia con el “movimiento de consumidores (en los países desarrollados, especialmente en el Reino Unido) término asociado al cuestionamiento de las condiciones laborales de los trabajadores, incidiendo en una irregular calidad de los productos ofrecidos a los consumidores y en los Estados Unidos, en los años 30 del siglo pasado, el movimiento se consolida con organizaciones de mayor peso y representatividad” (Vargas, 2006), alcanzando legitimidad institucional más adelante en EE. UU., a partir de la proclamación de la Carta de los Derechos del Consumidor.

1940-1945. Relación empresa-sociedad, generación de empleo, mejora en condiciones de trabajo

El desastre de la Segunda Guerra Mundial afianza el debate sobre las relaciones entre empresa y sociedad, razón por la cual la Organización Internacional del Trabajo, OIT, en la Declaración de Filadelfia, de 1944, define las obligaciones del sector privado de la economía, en relación con el progreso de la sociedad.

1950. Se empieza a legitimar el término de RSE – Prosperidad y confianza de la época


El hecho de que la OIT interviniera para mejorar las condiciones laborales es la base para contribuir, teóricamente, durante estos años, al concepto de responsabilidad social



empresarial, que va ligado al progreso e influencia de las compañías americanas en un contexto de prosperidad y optimismo. También, Howard R. Bowen publica un libro, en 1953, *Social Responsibilities of the Businessman*, donde menciona la relación de la acción del “directivo” en forma voluntaria –su conciencia y decisiones personales– con los valores sociales, motivando que este concepto trascienda más allá de los círculos empresariales y académicos.

1960. El poder social de las empresas

Este concepto se refiere a hacer que los recursos de la sociedad se usen para fines sociales, preocupándose por los impactos de sus actos dentro del sistema social.



En la década de los 90, el desempeño social de la empresa se asocia a la reputación, la ética y los derechos humanos; las condiciones laborales, el ambiente y la anticorrupción; la legitimidad, el impacto mundial y la globalidad.

Es K. Davis (1960) quien plantea que la RSE es un término aplicable a aquellas decisiones y acciones adoptadas por los empresarios debido a motivaciones que van más allá del interés económico o técnico. Formula “la ley de oro de la responsabilidad”, que afirma que la responsabilidad social de los empresarios debe ser acorde con el poder social de las empresas, tratando dentro de sus asuntos sus impactos a nivel local, internacional y transnacional para definir una nueva gerencia que exija cambios culturales.

Por su parte, W. C. Taylor (Citado por Frederick, 1960) plantea que los medios de producción deben ser utilizados de manera tal que fortalezcan el bienestar económico y social, y que los recursos económicos y humanos de la sociedad deben ser usados para fines sociales amplios y no restringidos a unos pocos, y que, por lo tanto, la empresa tiene la obligación de satisfacer las necesidades de la sociedad.

Para 1962, el Movimiento de Consumidores alcanza legitimidad institucional como tal en EE. UU., a partir de la proclamación de la Carta de los Derechos del Consumidor.

En 1966, David & Blomstrom hacen una aproximación al concepto de responsabilidad social,



diario.latercera.com

aplicado a la empresa, en donde afirman que “es el deber de toda persona de tener en cuenta el impacto de sus actos en todo el sistema social” (1966).

2. Formalización del concepto con restricciones desde el punto de vista económico

1970. Relación de la economía con el progreso social

Acuerdo entre el gobierno y la empresa para el progreso social. Regular la actividad económica y respetar la libre competencia. Grupos de interés, expectativa laboral y contribuciones.

En 1970, Milton Friedman desarrolla una tesis que había empezado en 1962 sobre el papel de las empresas, y define, en un artículo publicado en el *NEW YORK TIMES MAGAZINE*, que la RSE debe limitarse al cumplimiento de las leyes, así como a las regulaciones de la actividad económica y al respeto a las leyes de la libre competencia. Afirma que la empresa no es la responsable de resolver



► Milton Friedman expresó, en 1970, que la RSE debía limitarse al cumplimiento de las leyes, así como a las regulaciones de la actividad económica.

problemas sociales, debido a que su tarea es la de generar la maximización de los beneficios a los accionistas, respetando las leyes costumbres y principios éticos. Siguiendo esta línea, el economista T. Leavitt, que “pronosticaba la desaparición de los mandos intermedios con la llegada de las TIC, centralizando la información y la toma de decisiones en las posiciones directivas” menciona en un artículo de la HARVARD BUSINESS REVIEW que la única función de las empresas es la actividad económica, siendo su núcleo de pensamiento: “El negocio es el negocio”.

En 1971, se definen las condiciones para la Declaración del Comité para el Desarrollo Económico sobre la RSE, precisando un acuerdo entre las empresas y el gobierno para el progreso social, enriqueciendo la visión de la RSE, afirmando que es la sociedad quien le da a la empresa la posibilidad de operar, desarrollar y administrar sus relaciones con los diferentes grupos de interés o *stakeholders*, dando avances significativos en cuanto al consumidor y es cuando la Asamblea Constitutiva del Consejo de Europa aprueba la Carta Magna del Consumidor en 1972¹ –Incluye los derechos a la protección de la salud y la seguridad, derecho a la protección de los intereses económicos, derecho a la protección de los daños, derecho a la información y a la educación, derecho a la representación–.

1975. Se desplaza de una actitud adaptativa hacia otra proactiva

S. P. Sethi visualiza el proceso evolutivo del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, mostrando que ha sufrido un desplazamiento de una actitud adaptativa a una actitud proactiva, pasando por una posición intermedia de naturaleza reactiva. Dentro de la proyección proactiva, el autor recurre al término “responsividad” –en inglés *responsiveness*, que alude a respuesta–, esto viene a ser una

¹ En esta se incluyeron los derechos a la protección de la salud y seguridad; derecho a la protección de los intereses económicos, derecho a la protección de daños, derecho a la información y a la educación y derecho a la representación.

respuesta social y una fase más evolucionada de la respuesta de una empresa a las expectativas sociales (Araque & Montero, 2006).

1980. Superación del reduccionismo económico y de la regulación legal.

Oportunidad de negocio

(Redunirse, Módulo 1, Unidad 2). Principios de protección al consumidor. Temas importantes: Capital humano, capital social, reputación corporativa, consumidor. La ley es importante pero también limita, por tanto, se admite que donde termina la ley comienza la ética. Por otro lado, Peter Drucker define que la empresa debe convertir su RSE en una oportunidad de negocio destacando la evolución del concepto como “fronteras de la gerencia”, en donde la RSE se debe integrar al núcleo duro de la gerencia por medio de sus procesos organizativos integrados dentro de su estrategia, toma de decisiones y práctica empresarial, de forma que en la medida en que las empresas, como instituciones sociales, manejan sus relaciones de confianza entre todos los actores involucrados, con sus activos más importantes como son el capital humano, el capital social y la reputación corporativa, conviertan sus problemas sociales en oportunidades de negocios, en capacidades de producción, en trabajos bien remunerados y en riqueza.

3. Nuevos argumentos

1990. Se consolida el concepto de grupos de interés

El desempeño social de la empresa se asocia a la reputación, la ética y los derechos humanos; las condiciones laborales, el ambiente y la anti-corrupción, legitimidad, impacto global y globalidad. Archie B. Carroll (1991) jerarquiza las responsabilidades empresariales, aclarando que las responsabilidades voluntarias no son exigidas por las leyes sino que obedecen a un compromiso de ciudadanía y que, para que la RSE sea aceptada por una persona de negocios, con conciencia, debe recoger todas las responsabilidades empresariales; es decir, las económicas, jurídicas, éticas y filantrópicas.

Surge la necesidad de levantar indicadores, en el año 2006, que permitan medir, evaluar, mejorar y comunicar los impactos y resultados de las empresas, con el objetivo de determinar una norma que facilite la verificación de sus progresos.

4. Aportes recientes

Se legitima el concepto de grupos de interés. El desempeño social de la empresa se asocia a la reputación, la ética, los derechos humanos, las condiciones laborales, el ambiente y la anticorrupción. Capitalismo inclusivo.

1994. Charles Fombrunes

Consolida y divulga las conclusiones sobre la reputación de la empresa en el marco de sus vinculaciones con los grupos de interés, por lo que el FINANCIAL TIMES tomó la iniciativa de producir informes anuales sobre las empresas que tenían mejor reputación. Bernardo Kliksberg, pionero de la ética para el desarrollo, el capital social y la responsabilidad social empresarial, asocia la RSE en el marco de la recuperación expansiva y abarcadora de la conducta ética.

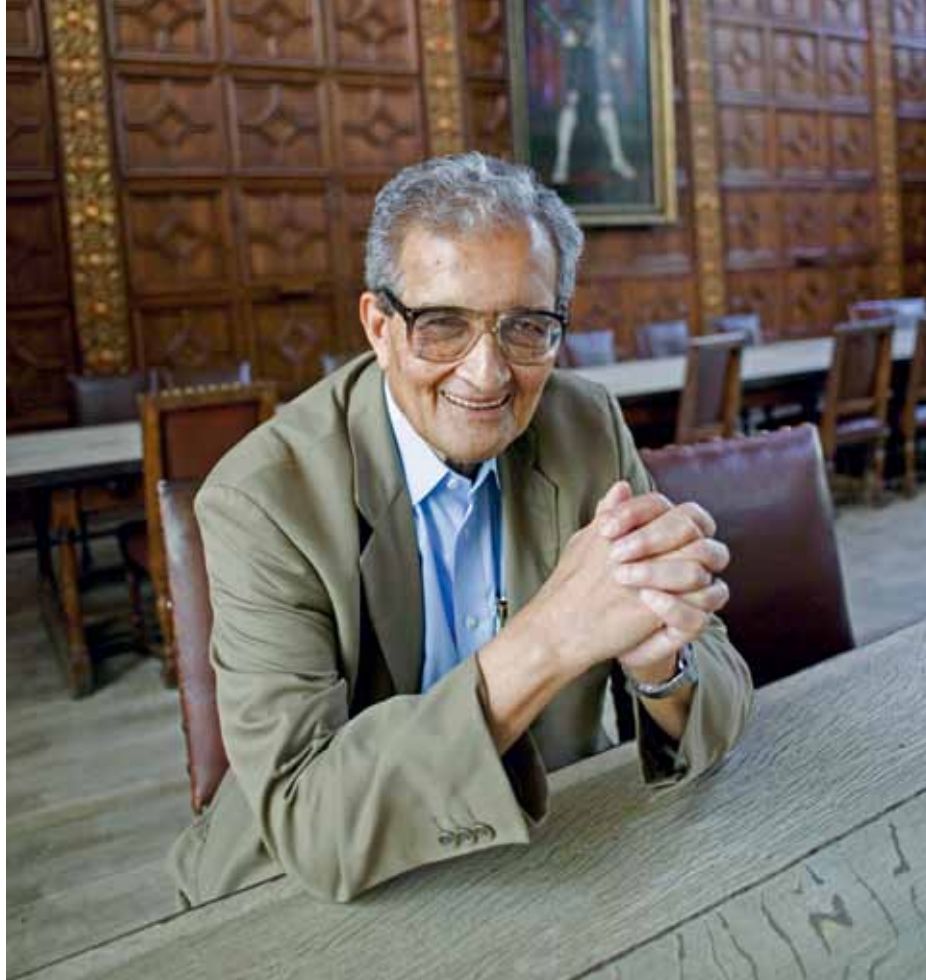
1998. España, Antonio Argandoña

Con su documento de investigación *Teoría de los stakeholders y el bien común* analiza y muestra la fundamentación de la teoría de R. E. Amartya Sen, economista que obtuvo el Premio Nobel de Economía ese año, por contribuir a la economía del bienestar; plantea restaurar una dimensión ética en la discusión de problemas económicos vitales, con un énfasis, dado en su interés particular por los miembros más pobres de la sociedad.

1999. Kofi Annan, pacto global²

Documento de compromiso de las empresas y demás organizaciones privadas de la sociedad a favor del ejercicio de la ciudadanía social. “Aprovechar la fuerza de la acción colectiva para fomentar la responsabilidad cívica de las empresas de modo que estas puedan contribuir a la solución de los retos que plantea la globalización” (Organización de Naciones Unidas). Esta iniciativa se integró con las exigencias dadas por los gobiernos

² En el corazón del Pacto están nueve principios universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales y el medio ambiente que las empresas deben adoptar. Para poner los principios en práctica, hay dos objetivos principales: a) Que el pacto y sus principios formen parte de la estrategia corporativa y de sus operaciones; b) que le posibilite la cooperación entre participantes para encontrar soluciones prácticas, mediante el diálogo, el aprendizaje y los proyectos conjuntos. El secretario general de la ONU instó a las empresas a que adopten un conjunto de valores fundamentales, que impliquen realizar cambios positivos en los sectores pertinentes a sus operaciones comerciales. Los principios son: a) Derechos humanos; b) Normas laborales; c) Medio ambiente; d) Lucha contra la corrupción.



es.paperblog.com

► El Premio Nobel de Economía, R.E. Amartya Sen, planteó a finales de la década de los 90 que era necesario restaurar una dimensión ética en la discusión de problemas económicos vitales.

respecto a los Objetivos del Milenio, para desarrollar una agenda enfocada en los derechos humanos, las condiciones laborales, el ambiente y la anticorrupción, referenciadas para alianzas trisectoriales entre los Estados, las empresas y las sociedades civiles de cada país.

2000. Adela Cortina, Ética en la economía

Opinión planteada en forma diferente para quienes son reticentes a admitir la ética en el mundo de la economía: “Lo ético es rentable, entre otras cosas, porque reduce costes de coordinación externos e internos en la empresa: posibilita la identificación con la corporación y una motivación eficiente”.

Paralelo a esto, se definen normas en el Global Compact con un instrumento de la Organización de Naciones Unidas, ONU, anunciado por el secretario general Kofi Annan en el Foro Económico Mundial de Davos, Suiza, con el fin de promover

el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global, apoyando y llevando a la práctica un conjunto de valores fundamentales basados en derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, que permita conciliar los intereses de las empresas con los valores y demandas de la sociedad civil.

2002. Libro de C. K. Prahalad:

***La oportunidad de negocios en la base de la Pirámide*³**

Respeto a los consumidores de la base de la pirámide como individuos. Plantean la idea de un “Capitalismo inclusivo” que consiste en producir y distribuir bienes adaptados a las culturas y posibilidades de los sectores menos favorecidos.

2006. Estándares y normas de la Responsabilidad Social Empresarial

Surge la necesidad de levantar indicadores que permitan medir, evaluar, mejorar y comunicar los impactos y resultados de las empresas, con el objetivo de determinar una norma que facilite la verificación de sus progresos.

Michael E. Porter y Mark R. Kramer, en *El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa*, un artículo publicado en la HARVARD BUSINESS REVIEW, en diciembre de 2006, relacionan el concepto de Responsabilidad Social con integración social cuando argumentan: “Los esfuerzos por encontrar valor compartido en las prácticas operativas y en las dimensiones sociales del contexto competitivo tienen el potencial no solo de fomentar el desarrollo económico y social, sino de cambiar la forma en que las empresas y la sociedad piensan mutuamente una acerca de la otra. Las ONG, los gobiernos y las empresas deben dejar de pensar en términos de Responsabilidad Social Corporativa y comenzar a pensar en términos de Integración Social Corporativa”.

³ El autor, en el prefacio afirma: “Debemos comenzar hablando de consumidores y mercados a los cuales se ha atendido de manera deficiente. El proceso debe empezar por el respeto a los consumidores de la base de la pirámide como individuos. El proceso de creación conjunta supone que los consumidores son agentes conjuntos de la solución de problemas igualmente importantes. La base de la Pirámide proporciona una oportunidad para acelerar el proceso de cambio en la relación tradicional entre la empresa y el consumidor. Debemos reconocer que la conversión de la base de la Pirámide en mercado activo, es en esencia, una actividad de desarrollo. No se trata de atender de manera más eficiente a un mercado ya existente. Se necesitan enfoques nuevos y creativos para transformar la pobreza en oportunidad para todos los interesados. Tal es el desafío”.

2010. Norma SO 26000, publicación

Se define como una norma que se logra luego del consenso entre 450 expertos de varios países, costumbres, profesiones, razas y géneros.

Con su aplicación, se logra tener una aplicación universal del concepto de responsabilidad social, entender que no es solo filantropía, que va más allá del cumplimiento de la ley y reconocer que para que una empresa sea socialmente responsable debe trabajar en pos de sus diferentes grupos de interés.

5. Agenda de desarrollo. Integración social.

Modelo de gestión de RSE

Integración Social

Para definir esta agenda es preciso redefinir las relaciones entre las empresas y la sociedad, en la globalización, con los nuevos desafíos sociopolíticos y financieros de una economía de mercado mundializada, enfocados en la complejidad del tejido de las organizaciones, para entender qué está pasando, quién es quién y qué cosa hace, conduciendo a la estandarización de las prácticas por un lado, y de transparencia por el otro.

También se debe reflexionar respecto a la ética que le corresponde a la RSE, puesto que no es una ética solitaria, en la que yo decido en mi fuero interno qué debo hacer y cómo debo hacerlo, sino que trata de una ética organizacional dialógica (OEA - BID, Modulo 2, 2008), basada en el trabajo en equipo, la escucha del otro, la negociación, la discrepancia, la voluntad de consenso, la búsqueda común de soluciones a través de la expresión de los mejores argumentos, para hacernos responsables del campo ecológico de nuestras acciones colectivas comunes, para pensar en el entorno y en la gestión de la organización, en donde primen los valores de excelencia –calidad– para con los productos o servicios prestados; de democracia –participación y transparencia– para asumir el compromiso con las partes interesadas; y de ecología –sostenibilidad global– para asumir la gestión responsable de los impactos a corto, mediano y largo plazo, aplicando una cultura organizacional en principios de la “ética de la responsabilidad y del diálogo para ser pilares de un compromiso organizacional a favor del Desarrollo Humano Sostenible” (OEA - BID, Modulo 2, 2008).

En el Foro Económico de Davos, año 2000, Kofi Annan abogó por crear una ciudadanía corporativa global, con valores basados en derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Fotografía: Creative Commons Atribusi-Berbagi Serupa 2.0 Generik

Modelo de gestión de RSE⁴

Desarrollado en el año 2002 por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile, con el apoyo del Centro para el Ciudadano Corporativo del Boston College, la Asociación Chilena de Seguridad y la Unión Social de Empresarios y Ejecutivos Cristianos como socios estratégicos. Está estructurado de acuerdo con los requisitos de las normas ISO9001 –sistema de gestión de calidad–, ISO 14000 –gestión medioambiental– y el modelo chileno de gestión de la excelencia. Busca facilitar la adopción de principios de RSE, como identificación, control y optimización del impacto económico, social y ambiental de las actividades, productos y servicios de una empresa sobre sus grupos de interés, analizando la cadena de valor e incorporando en ella buenas prácticas para obtener ventajas competitivas.

Retos para la empresa

Aplicando este modelo, las empresas tendrán mayores retos con nuevos y mejores productos que no causen daño dando mayor valor agregado a los usuarios y clientes, respeto por los valores sociales y la manipulación de la información, especialmente en poblaciones que no tienen poder de compra, nuevos medios y estructuras productivas que sean menos costosas y más limpias, mayor control y transparencia de la organización y la información, adquiriendo una cultura del reporte y un papel más destacado de la empresa en la sociedad debido a su liderazgo en la solución de problemas sociales, implementando diferentes normas técnicas, sellos y estándares que pretenden reforzar la calidad y la fiabilidad de los productos a costos razonables, salud y seguridad del uso de estos productos y la protección del medio ambiente.

⁴ http://www.vincular.org/index/baseo.php?id_secciones=8

Beneficios para la empresa

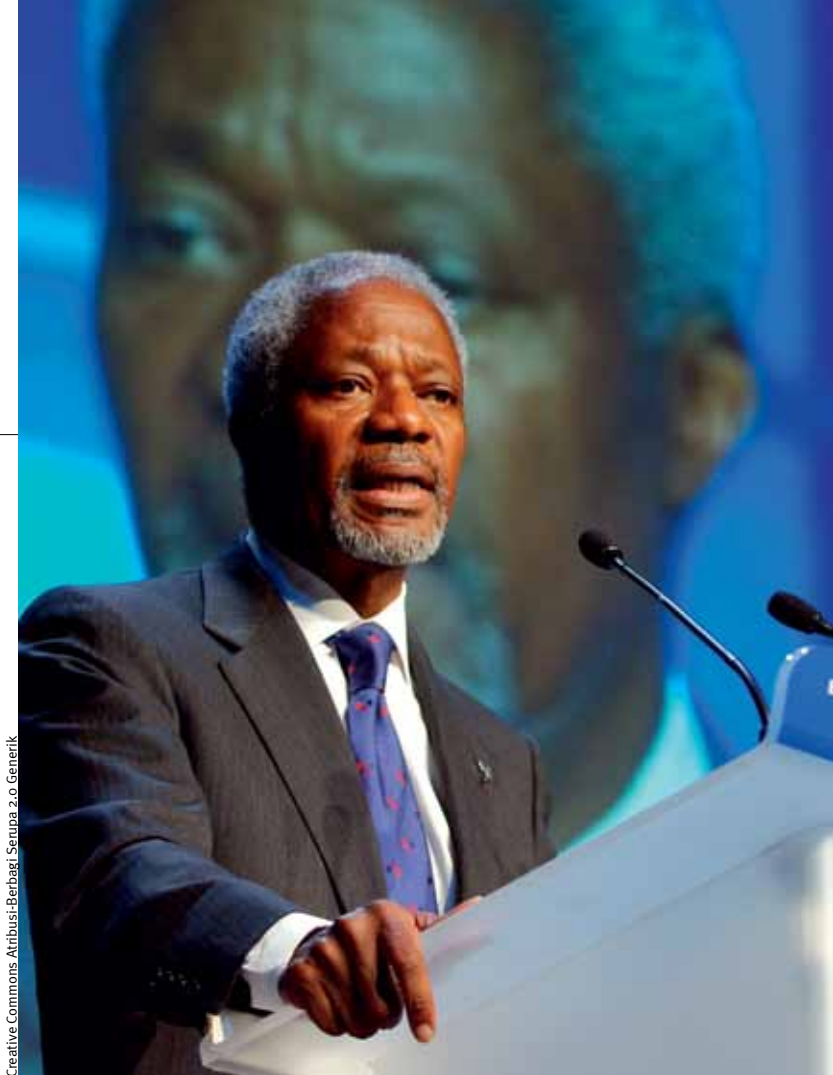
- Permite producir bienes y servicios con un mayor valor agregado.
- Reduce los niveles de contaminación de la empresa.
- Promueve una producción más limpia.
- Desarrolla y potencia su capital humano con mejores competencias laborales.
- Eleva la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.
- Aumenta la satisfacción de los clientes.
- Reduce los riesgos de operación.
- Mejora la reputación de la empresa.
- Añade diferenciación a las marcas y productos.
- Mejora las relaciones con los diferentes actores con lo que se relaciona la compañía.
- Disminuye los gastos que los excesivos controles generan.
- Aumenta la gobernabilidad de la empresa.
- Retroalimenta los sistemas de información.
- Promueve el desarrollo de la innovación y la generación de ventajas competitivas.
- Mejora el clima organizacional y logra mayor satisfacción de los empleados.

Agenda de desarrollo

El rol de la empresa pasó de una etapa narcisista a una filantrópica para transformarse en la empresa con alta responsabilidad social en donde los diferentes públicos le están solicitando políticas⁵ de personal que respeten sus derechos y favorezcan su desarrollo, transparencia y buen gobierno corporativo, juego limpio al consumidor, políticas activas de protec-

⁵ En esta se incluyeron los derechos a la protección de la salud y seguridad, derecho a la protección de los intereses económicos, derecho a la protección de daños, derecho a la información y a la educación, y derecho a la representación. Programa Formación de Formadores en RSE - Modulo 1, Unidad 2.

► En el Foro Económico de Davos, año 2000, Kofi Annan abogó por crear una ciudadanía corporativa global, con valores basados en derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.



ción al medio ambiente, integración a los grandes temas que hacen al bienestar común y la no práctica de un doble código de ética, son los temas que exige la sociedad de la empresa como la nueva manera de hacer negocios en el siglo XXI, ya que a más Responsabilidad Social Empresarial, más competitividad, lealtad de los consumidores, productividad laboral y confianza en los mercados (Kliksberg).

La Responsabilidad Social Empresarial es una exigencia ética de la sociedad y es el modo en el que la empresa puede reciclarse, implementándola como política corporativa central y no como estrategia de *marketing*, porque ya es hora de volver a examinar la triple rendición –económica, social y medioambiental– que se exige a las empresas en los balances para que, siendo voluntaria, se fundamente en la ética en donde dirija la economía y el comportamiento de sus actores, hacia una economía con rostro humano (Kliksberg).

ALBA GORDILLO es Administradora de Empresas, especialista en Comercio Internacional de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y especialista en Formación de Formadores en Responsabilidad Social-II, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, Argentina. En la actualidad, se desempeña como docente del programa de Administración de Empresas de la Tadeo. Correo electrónico de contacto: alba.gordillo@utadeo.edu.co

Referencias

- AECA (Julio 2007). Gobierno y responsabilidad social de la empresa. Madrid.
- ALTMAN, A. (2006). Recycle Bank. Times. Recuperado de: http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1921165_1921239,00.html).
- ARAQUE, R. & MONTERO, M. J. (2006). La responsabilidad social de la empresa a debate. Recuperado de: http://books.google.com.co/books?id=98I3l5RJJncC&pg=PA95&lpg=PA95&dq=EVOLUCION+DE+LA+RESPONSABILIDAD+SOCIAL+SEGUN+sethi+en+1975&source=bl&ots=lgfgRC8axo&sig=P3j1u26gKhd-2eLSfpkD_R6cTI8&hl=es&ei=FnrjSt-uH8KWtgeM9LQ7&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CAoQ6AEwAQ#v=onepage&q=&f=false
- ARGANDOÑA, A. (1998, enero). Teoría de los Stakeholders y el bien común. Documento de investigación 355. Barcelona: Universidad de Navarra.
- BOWEN, H. R. (1953). Social Responsibilities of the Businessman. New York: Harper and Row.
- CARROLL, A. (1991, julio – agosto). La pirámide de la Responsabilidad Social Empresarial: Hacia la moral gestión de los interesados de la organización. Business Horizons. Recuperado de: http://translate.google.com.co/translate?hl=es&sl=en&u=http://www-rohan.sdsu.edu/faculty/dunnweb/rprnts.pyramidofcsr.pdf&ei=F6TrSp2NOo2Xtgf1wuk-&sa=X&oi=translate&ct=result&resnum=2&ved=0CAoQ7gEwAQ&prev=/search%3Fq%3DArchie%2BB.%2BCarol%26hl%3Des%26rlz%3D1R2GGIT_es
- CONCILIO VATICANO II (1965 – 1966). Constitución Pastoral sobre la Iglesia en el mundo actual “*Gaudium et spes*”. Acta apostólica Sedis 58.
- CORREA, M. E.; FLYNN, S. & AMIT, A. (2004). *Responsabilidad Social en América Latina: Una visión empresarial*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL.
- CORTINA, A. (2000). *Ética de la empresa*. Madrid: Trotta.
- CORTINA, A. (2007). *Ética de la razón cordial*. Ediciones Oviedo.
- DAVIS, K. (1960, spring). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, 2, 70-76.

- DAVIS, K. & BLOMSTROM, R. (1966) *Business and its environment*. New York: McGraw Hill.
- FREDERICK, W. C., (1960). The growing concern over business responsibility. *California Management Review*, 2, 54-61.
- KLIKSBERG, B. *Una agenda renovada de RSE para América Latina en la era de la crisis*. Inédito.
- KLIKSBERG, B. (2002). *Hacia una economía con rostro humano*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- LODHI, A. (2006). El calvinismo islámico turco. *BBCmundo.com*. Recuperado de: http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/newsid_4801000/4801882.stm
- MATTEN, D. & MOON, J. (2004). A Conceptual Framework for Understanding CSR. En HABISCH, A.; SCHMIDPETER, R.; JONKER, J. & WEGNER, M. *Corporate Social Responsibility Across Europe: Discovering National Perspectives of Corporate Citizenship*. Berlin: Springer-Verlag. 335-355.
- MORIN, E. (2012). Estamos en un Titanic. Recuperado de: http://www.pensamientocomplejo.com.ar/docs/files/morin_estamos-en-un-titanic.pdf
- NACIONES UNIDAS. La responsabilidad cívica de las empresas en la Economía mundial. *United Nations Global Compact*. Recuperado de: http://www.unglobalcompact.org/docs/languages/spanish/sp_brochure090305.pdf
- NIETO, A. & FERNÁNDEZ, R. (2004, enero – marzo). Responsabilidad Social Corporativa: La última innovación. *Management Universia Business Review*. Madrid, España.
- OEA – BID (2008). *Cómo enseñar ética, capital social y desarrollo en la Universidad*.
- PATRÓN, P. & RIZO, C. (2010). Seminario de Responsabilidad Social. <http://www.slideshare.net/hugomc25/responsabilidad-social-empresarial-1>
- PORTER, M. & KRAMER, M. (2006, diciembre). Strategy and society: the link between competitive advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*. Publicado en el Informe 2007 Fundación Alternativas: Los nuevos desafíos de la RSC.
- REDUNIRSE. Programa de formación de formadores en Responsabilidad Social Empresarial.
- RESTREPO GONZÁLEZ, R. (2009). Pioneros de la responsabilidad.
- ROSELLÓ, J. (2008). Desarrollo Sostenible = RS + Eficiencia. Pensar de nuevo. Recuperado de: <http://pensardenuovo.org/responsabilidad-social-eficiencia-desarrollo-sostenible/>
- VARGAS, J. (2006). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los Consumidores. Santiago de Chile: Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL.
- VILLAFÑE, J. (2004). La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas. Madrid: Pirámide.
- WAGENBERG, A. (2006, enero – junio). La Narrativa de la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. Universidad del Bosque, Colombia, 1(2).