

IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL GREMIO
EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO SOCIAL

Angélica Carolina Cicery Serrano.

Universidad de la Sabana

Chía, Enero 2006.

Resumen

Este artículo tiene como premisa el dar a conocer la importancia del tema de responsabilidad social en las empresas, y debido a que el concepto se encuentra en la encrucijada de muchas definiciones y conceptos, se realizó una recapitulación de diversas fuentes bibliográficas con el ánimo de clarificar algunas nociones sobre el tema las cuales dieron paso a abordar un panorama en el que se promueve la responsabilidad social de las empresas como aspecto pionero en la promoción del desarrollo social, en tanto se hace una apertura investigativa orientada a trabajar con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, estamentos legales, compañías, empleados, ciudadanos y comunidades, sobre las inminentes estrategias para alcanzar que su significado sea legítimo e institucionalizado por el gremio empresarial.

Palabras Clave: Responsabilidad Social, Organizaciones, Ética, Comportamiento Organizacional, Balance Social.

Abstract

This article has as premise give to know the importance of the topic of social responsibility in the companies, and due to the fact that the concept is in the crossroads of many definitions and concepts, does realize a recapitulation of diverse bibliographical sources with the encourage to clarify some notions on the topic which gave happen to approach a panoramic in which the social responsibility of the companies is promoted as pioneering aspect in the promotion of the social development, while an opening is done investigative orientated to working with governmental and not governmental institutions, legal estates, companies, personnel, citizens and communities, on the imminent strategies to reach that his meaning is legitimate and become institutionalized for the managerial union.

Key Words: Social Responsibility, Organizations, Ethics, Organizational Behavior, Social Balance.

IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL GREMIO EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO SOCIAL

La evolución del concepto de Responsabilidad Social ha abierto camino para generar lo que hoy en día se conoce como Responsabilidad Social Empresarial, siendo la dimensión social la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad de la empresa privada. Razón a ello, se dará inicio al desarrollo de este artículo con una primera descripción de algunos conceptos interesantes para la articulación de la temática.

Si se hace una remisión de lo que responsabilidad significa, según el diccionario de estrategia empresarial; esta implica la cualidad o hecho de ser responsable, y responsable significa ser legal o éticamente capaz de rendir cuentas del cuidado o bienestar de otro; lo que implica la capacidad personal de rendir cuentas o la habilidad para actuar sin guía o autoridad superior. Ser la fuente o causa de algo. Capaz de tomar decisiones morales o racionales por sí mismo y por lo tanto puede responder por el comportamiento propio. Coronado, M., Fransico, J. (2002).

Por otra parte en el idioma inglés existen dos palabras distintas para aludir al concepto de responsabilidad. “Responsability, se refiere a aquello que por lo cual uno se siente internamente responsable, e involucra el juzgarse a sí mismo con relación a los propios ideales y conciencia. Acontability alude a la relación de cuentas que uno debe hacer ante otro, debido a una obligación o compromiso asumido”. (Schavarstein, L., 2003, p.48). En algunos casos corresponde a la aplicación de uno u otro término y otros son los casos en los que ambos términos son utilizados conjuntamente, entonces los dos conceptos se podrían empezar a percibir como responsabilidad interna o responsabilidad exigible, en ambas

siempre hay una relación con otro; pero en la primera, “la presencia de otro puede ser explícita o implícita, pasiva o activa y en el extremo el otro puede no darse cuenta del sentimiento. En la responsabilidad exigible, en cambio el otro está siempre presente de manera explícita y activa por que tiene el derecho y la autoridad para exigir el cumplimiento de los compromisos y obligaciones” (Schvarstein, L., 2003, p.49).

La palabra social por su parte se refiere en general a “cada una de las relaciones humanas, la de nuestra mutua interdependencia. Somos seres sociales, más allá de nuestra propia elección. Convergemos sin embargo en particularizar el término para aludir a una configuración específica de prácticas orientadas a promover la satisfacción de cierto tiempo de necesidades de los miembros de una comunidad, procurando su cohesión sobre la base de la vigencia del principio de solidaridad.” (Leon, M., 2001, p. 21).

A partir de las consideraciones anteriores se puede entonces establecer que en la responsabilidad de una organización privada se da una distinción entre el carácter obligatorio y el voluntario, este último entonces estaría orientado al concepto que Shavartein menciona como responsabilidad interna y el obligatorio, se podría relacionar con una responsabilidad exigible; así pues, esto da paso a tocar un tema latente dentro del desarrollo del tema de Responsabilidad Social; la ética y la moral dentro del ámbito empresarial, entonces, según lo expuesto en el foro realizado en por la Conferencia episcopal de Colombia, la Arquidiócesis de Bogotá y la Fundación Honrad Adenaur. Heinrich, M, P. (2003).

Las áreas de misión, visión y valores éticos se refieren a cómo una compañía integra un conjunto de principios para la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos.

La misión se refiere al propósito de la empresa o a su razón de ser, es decir, su razón fundamental para existir; es la expresión orientada a acciones de qué requiere la compañía y de cómo pretende realizarlas.

La visión está relacionada a un objetivo o ideal a largo plazo; es la concepción del último objetivo que una organización desea.

Los valores éticos se refieren a los ideales y creencias principales de una compañía; son principios intrínsecos que sirven como marco de referencia para las decisiones organizacionales. (p.20)

Con base en estos valores éticos, se pueden incluir entonces los términos de conducta ética y conducta moral, haciendo énfasis en que esta última “es el cumplimiento por parte de una organización de las normas obligatorias relacionadas con la responsabilidad social exigible, y por otra parte, la conducta ética es la voluntad de una organización para ir más allá de lo estrictamente exigible“. (Schvarstein, L., 2003, p.50).

A partir de las consideraciones anteriores, se puede entonces establecer que cuando se habla de responsabilidad social de una organización, se deberá hacer una distinción entre la responsabilidad interna y la exigible, esto indica que las organizaciones que cumplen con la normativa vigente son socialmente responsables por imposición lo cual no niega que también lo puedan ser por elección si van más allá de lo que la ley les exige. Pero ante esto, la sociedad enfrenta una controversia interesante en cuanto a que la vulneración de los derechos sociales que se alaban a las empresas también construye la imagen de respeto que se tenga por las mismas. Para entender esto, se puede tomar como ejemplo, la seguridad e higiene de los empleados de una organización, el cumplimiento de la ley es una obligación y no una opción dentro de un marco empresarial estable y sano; pero en el caso de que una empresa introduzca prácticas de seguridad e higiene que no solo beneficien a la empresa sino a las personas mismas sobre las que actúe y que exceda los requerimientos legales mínimos, se daría entonces, un ejercicio de responsabilidad social.

Entendido de otro modo, la responsabilidad social de una organización la compromete a cumplir con los estándares normativos propios a los cuales deben adecuarse las decisiones relativas a la cuestión social y económica, pero voluntariamente esta también puede instituir prácticas orientadas a la satisfacción de las necesidades sociales de los integrantes y de los miembros de la comunidad. Una organización de estas características cumple con la normativa vigente por que esta convencida de su valor y legitimidad, y es precisamente en virtud de tal convencimiento que opera más allá de la norma.

Hasta aquí se aludido a los términos de responsabilidad voluntaria y exigible como factores concernientes con la ética y la moral que dentro de una organización promueven el ejercicio de responsabilidad social; en tanto, esto da paso a hacer énfasis en la significación de este termino, para ello se citaran algunas perspectivas sobre el mismo, que abrirán un panorama del sentido e importancia que este tiene dentro de las empresas.

Dentro de los marcos de referencia sobre los cuales se discute la responsabilidad social de las empresas privadas, la tesis del modelo de Milton Friedman (1970) citado por Barrera, A., (1999), se resume de la siguiente manera: “ una sociedad libre, sólo hay una única responsabilidad social de los negocios: usar sus recursos e involucrarse en actividades diseñadas a aumentar sus ganancias, siempre y cuando se mantenga dentro de las reglas del juego, es decir, se mantenga en una competencia abierta y libre, sin decepción ni fraude” (p.10). Es importante resaltar de este postulado el hecho de que la empresa debe sujetarse a la ley y no, como se ha entendido en ocasiones, excluir esta regulación que es lo que le da cabida al orden de la sociedad y la aplicación de la mano invisible, la cual surgió como concepto frente a la preocupación del crecimiento económico y temas relacionados como la distribución, el valor, el comercio internacional, etc. Uno de los objetivos principales de la implementación de este concepto en la economía, fue la denuncia de las ideas mercantilistas restrictivas de la libre competencia. Para Adam Smith, citado por Instituto UNRISD (2001),

“Cada individuo está siempre esforzándose para encontrar la inversión más beneficiosa para cualquier capital que tenga. Al orientar esa actividad de modo que produzca un valor máximo, él busca sólo su propio beneficio, pero en este caso como en otros una mano invisible lo conduce a promover un objetivo que no entraba en sus propósitos. Al perseguir su propio interés frecuentemente fomentará el de la sociedad mucho más eficazmente que si de hecho intentase fomentarlo.” (p.46)

Partiendo de esta última citación, se aprecia que el Estado se abstenía de intervenir en la economía ya que se concebía que si los hombres actuaban libremente en la búsqueda de su propio interés, había una mano invisible que convertía sus esfuerzos en beneficios para todos.

Por lo antedicho, se podría afirmar que el modelo clásico asevera que las organizaciones privadas deben dedicarse a generar ganancias, dentro de los marcos legales, pero sin pretender asumir responsabilidades que no les corresponden; entonces el mercado se encargará de mantener el orden y equilibrio de la sociedad, donde la búsqueda de cada individuo por su bienestar llevará por sí sola al bienestar general; esto en otras palabras significa que la posición que Friedman citado por Luna, M. (2002) en su artículo, asume sobre el de responsabilidad social en las empresas es que “estas deben dedicarse a producir bienes y servicios con la mayor eficiencia y dejar la solución de los problemas sociales a los organismos gubernamentales”. (p. 3)

El modelo supone una economía que parte de la teoría macroeconómica, donde se asume una competencia perfecta, con información gratuita al alcance de los individuos que la necesitan y donde la incertidumbre en costos, y en general en todo el entorno, es prácticamente inexistente. No se contempla el hecho de que la ley es limitada y mucho menos fenómenos como la corrupción del gobierno, la burocracia que genera altos niveles de gasto público la desviación de dineros del Estado, etc. Dichas condiciones, especialmente en

países en desarrollo, son vitales para entender comportamientos empresariales específicos en estas economías.

La teoría macroeconómica, contiene en sí misma preceptos que van más allá de la simple idea de maximización de utilidades. Dentro de sus postulados incluye no sólo la posición económica, sino también propuestas de carácter social y ético que “vistas como un todo, pretenden acercarse a una teoría normativa de la sociedad más que una teoría descriptiva de las empresas” (Barrera, A., 1999, p. 16).

“El punto primordial de la teoría macroeconómica es la utilización eficiente de los recursos para maximizar la producción de bienes y servicios deseados”. (Garza, J., 2000, p. 286). A través de esta maximización se llega al equilibrio económico o punto óptimo, donde es imposible que los individuos encuentren una situación mejor. Por tanto, “una firma que busca minimizar sus costos y maximizar sus ganancias buscará usar los mejores recursos para producir los bienes más necesitados, generando no sólo las mayores utilidades para ella misma, sino los mayores beneficios para la sociedad”. (Barrera .A., 1999, P. 21).

Finalmente, aunque ha habido malas interpretaciones, el modelo de Friedman debe ser entendido con todas estas especificaciones y no aislado o por partes. Sin embargo, es fundamental reconocer que este planteamiento se queda en una visión algo corta y simplista de los seres humanos que buscan su propio bien y que unido al esfuerzo de otros alcanza el bien común. Adicionalmente, y el punto que hace tal vez más débil la teoría, es el negar esa motivación de los hombres para realizar sus metas personales, sacrificándolas por la búsqueda del bien común. “Ya que el planteamiento implica que las personas son tratadas como medios para lograr un fin y no como fines en sí mismos”. (Barrera .A., 1999, p. 18) En este sentido, la teoría es de carácter impersonal, ya que nadie actúa para si mismo, ni para alcanzar sus propias metas ni llenar sus expectativas personales, sino que vive siempre para el otro.

Así pues que la crítica deja abierto este cuestionamiento, restándole de esta forma fuerza a la validez del planteamiento, en cuanto al tema de responsabilidad social se refiere.

Otra visión de abordar lo que implica responsabilidad social es desde el concepto *Stakaholder*. Esta visión se define de un modo más amplio que el modelo clásico ya mencionado, entendiendo la responsabilidad social desde una perspectiva que sobrepasa los límites impuestos por los indicadores financieros y la maximización de utilidades “La responsabilidad social de los negocios abarca las expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento dado en el tiempo” Carroll (1979), citado por (Barrera .A., 1999. P. 24).

Según lo citado por Barrera, A. (1999) sobre el concepto de stakeholder:

Se refiere a las personas que tienen algún tipo de interés o se ven afectadas por las operaciones de las organizaciones y, por ende, deben ser tenidas en cuenta en el proceso de toma de decisiones, o en lo posible estar involucradas en éste. Dentro de estos grupos cabe mencionar a los empleados, los clientes, la comunidad, los competidores, los proveedores, el Estado; todos ellos presentes en las actividades cotidianas de la mayoría de empresas, en todas las economías.

La responsabilidad trasciende el hecho de generar utilidades, ya que, a través de un espacio adecuado, donde el diálogo cumple un papel primordial, tiene que lograrse el equilibrio en donde las ganancias se crean en beneficio de todos los involucrados y no a costa de unos cuantos de ellos y en favor de los otros. La organización debe ser capaz de encontrar el balance entre estos intereses; expresado por Carroll (1979), citado por (Barrera .A., 1999. P. 24).

Sí quiere tener un desempeño social exitoso Ejemplifica esta visión de los mediante una estructura que llamaba “pirámide responsabilidad social corporativa” donde se involucran

todos los niveles de responsabilidad social, en el que están incluidos todos los grupos de stakeholders.



Figura 1. Pirámide de Responsabilidad Social Corporativa

“Pirámide responsabilidad social corporativa”. (Carroll 1979)

La tesis, como se puede observar, no contradice el modelo de Friedman sobre la cual ya se había hecho acento, este planteamiento parte como primera medida de la responsabilidad económica, teniendo como justificación el hecho de que la empresa es la unidad económica básica de nuestra sociedad; produce bienes y servicios que la comunidad necesita y desea, con un determinado margen de utilidad. La empresa debe ante todo sobrevivir en el mercado, como ente económico que es, para poder cumplir con todas sus responsabilidades; sin una base financiera sana la sostenibilidad no es posible.

Sin embargo este modelo incluye otros aspectos. Los dos primeros niveles de la pirámide son las dos características esenciales para el desarrollo del libre mercado; y es sobre los dos niveles siguientes donde el modelo de “responsabilidad social corporativa” se extiende hacia una visión más amplia, para responder a un entorno más complejo y, sobre todo, a un papel más dinámico dentro de la sociedad. La responsabilidad ética, que es, de alguna manera, una extensión del concepto de las leyes. Las leyes surgen, generalmente, de la codificación de patrones éticos que la sociedad ya acepta como comunes; lo que hace el proceso legislativo es dar un carácter obligatorio exterior a la persona.

En el último nivel de la pirámide están las responsabilidades filantrópicas. “Estas responsabilidades se refieren al impacto de las organizaciones sobre las comunidades en que

trabajan, y la contribución que como “buen ciudadano” debe ejercerla empresa en ellas”.
(Barrera .A., 1999. P. 28)

Según lo expresado por Toro, L., Rey, G. (1996), en términos generales:

La filantropía empresarial ha sido excesivamente selectiva sólo ha apuntado hacia algunos renglones y sectores de la vida nacional. Ha sido inconexa puesto que no ha creado un auténtico tejido que coordine los esfuerzos y logre una potenciación de los recursos. Ha sido más bien esporádica. También ha sido una filantropía limitada al compromiso personal del gerente, del presidente de la junta directiva o de algún funcionario que esté encargado de los asuntos con la comunidad.

Por ello se han identificado dos principios que caracterizan la filantropía. El primero es que la práctica filantrópica es una toma de posición ética, donde la acción ciudadana personal o institucional se ejerce consciente y responsablemente para construir una sociedad mejor. El segundo es que la filantropía es inversión social, entendiendo que comprometer recursos en el desarrollo de las personas permite el mejoramiento de la sociedad como un todo al construir ellas una capacidad y autodeterminación. A su vez, esto conlleva múltiples beneficios que van desde la paz y convivencia social hasta el incremento de la productividad, pasando por el mejoramiento de las condiciones de vida de todos. (p. 31).

Relacionando lo aludido con los otros niveles de la pirámide propuesta por Carol1 (1991), la filantropía hasta el momento es considerada una actividad de carácter exclusivamente voluntario. A pesar de esto, y teniendo en cuenta la meta empresarial de una sostenibilidad a futuro, se puede pensar que el papel de la empresa en la comunidad es esencial. Por esto se puede insinuar que el papel de la filantropía debe ser rescatado, y tratado con un mayor nivel de compromiso, verlo más allá de un simple “adorno” dentro de la gestión empresarial. El

papel de la filantropía no puede desprenderse del concepto de responsabilidad social; el concepto debe cambiarse para que adquiriera un sentido más amplio, más integral y, sobre todo, se podría sugerir que este fuese replanteado de forma estratégica, con una mayor vinculación con la razón de ser de la empresa.

A continuación, se presentará una última perspectiva que dentro de este artículo se considera substancial acerca de responsabilidad social y que como se tenía estimado abrirá un horizonte a la importancia que esta temática tiene dentro de las empresas, esta visión se halla directamente relacionada con la asociación de las organizaciones actuales y los estatutos de los derechos humanos.

La relación entre el mundo empresarial y los derechos humanos como tales parece, a simple vista, una cuestión tangencial en el ámbito de la dirección de empresas. Hasta hace poco tiempo, y a juicio de la mayoría, los derechos humanos se hallaban en la esfera de los derechos y deberes de los estados y nunca en el área de lo privado. Pero, la concepción tradicional según la cual únicamente los estados y los individuos pueden ser responsables de abusos a los derechos humanos es puesta actualmente en entredicho de manera general por la sociedad, las instituciones y, en la última década, por los directivos. “Lo que hoy en día se plantea es un nuevo paradigma de empresa en el que el respeto a los estándares mínimos internacionales de derechos humanos pasa a ser una cuestión intrínseca al proceso de construcción de la empresa socialmente responsable”. (Garza, J. 2000, p. 375)

Según lo propuesto en el artículo Derechos humanos: “del porqué al Cómo”, (2005), se pueden identificar concretamente cuatro dinámicas clave que han contribuido a la presencia de La relación entre el mundo empresarial y los derechos humanos en las empresas y en los foros económicos de primer nivel:

En primer lugar, el controvertido proceso de globalización económica en un mundo de desigualdades que genera una internacionalización y deslocalización creciente de la

economía que fragmenta a su vez, los procesos productivos en países con niveles muy diferentes de protección de los derechos humanos. En segundo lugar, la sociedad-red que hace que la empresa no sólo sea un actor económico sino que sea comprendido como un actor social más que interactúa con los demás actores.

En tercer lugar, las tecnologías de la información y del conocimiento (TIC) sacan a la superficie el tema de manera acelerada y crean expectativas de más transparencia de la empresa en este tema a la vez que imprime velocidad y multiplica los contenidos y la información sobre estas cuestiones en una interacción local y global. Finalmente, la emergencia de una sociedad del riesgo hace que la reputación, *(no es solo que las empresas sepan gestionar crisis de reputación en los medios de comunicación sino que la empresa gane en ventaja comparativa por su expediente en derechos humanos)*, la imagen y la identidad de la empresa se vean afectadas por el juego de determinados valores en alza en una sociedad civil cada vez más informada y movilizada en torno a estos temas. (p.2).

De acuerdo con lo anterior, y ante este nuevo reto, las empresas se preguntan qué pautas generales se pueden establecer para la construcción de una responsabilidad en derechos humanos, siendo estos, estándares básicos con los cuales todos los seres humanos deben ser tratados sin discriminación de género, raza, edad, nacionalidad, religión o estatus socio-económico. Muchas de las declaraciones hechas en el Decreto Universal de Derechos Humanos concierne a los gobiernos, pero muchas otras son también relevantes para las empresas. “Estas incluyen: mano de obra infantil, trabajo forzado o efectuado por prisioneros, libertad de asociación, seguridad y salud.” (Toro, L., Rey, G. 1996, p. 26).

Los factores citados en el ya enunciado artículo (Derechos humanos: “del porqué al Cómo”., 2005), al parecer han incrementado significativamente la relación entre los negocios

y los derechos humanos en los últimos años. Esta relación según lo mencionado por Barrera .A., (1999), se puede observar en varias tendencias:

La proliferación de códigos de conducta en empresas que protegen los derechos humanos y laborales de los trabajadores y asociados, la inclusión de los derechos humanos en los principios generales de la empresa; la creciente atención que se otorga a las organizaciones de derechos humanos, consumidores y medios de comunicación con respecto al impacto de las empresas sobre los derechos humanos; las sanciones comerciales impuestas a las Naciones que no respetan los estándares internacionales; y las resoluciones de los accionistas llamando a las corporaciones a que aseguren acciones conducidas con los estándares establecidos internacionalmente.(p. 32).

Por otra parte, en cuanto al desarrollo de los valores éticos cimentados sobre las bases los derechos humanos, así que es de fundamental importancia determinar qué se debe entender por responsabilidad social y responsabilidad ética. Muchos consideran que son conceptos sinónimos. Sin embargo, aunque complementarios, se refieren a realidades diferentes, Una manera de distinguirlos es destacar que “hay una tendencia a pensar sobre la responsabilidad social en términos de organizaciones, y sobre la ética en términos de individuos; pero la forma más significativa de distinguir la ética empresarial de la responsabilidad social es en términos de las implicaciones de la sociedad como un todo. “La ética empresarial se refiere a la micro ética (decisiones de operaciones diarias con un impacto social limitado); la responsabilidad social se refiere a la macro ética (decisiones con amplias implicaciones para un gran segmento de la sociedad).”Sverdlik, (1991.) citado por (Garza, J. 2000, p. 380). Así pues, haciendo énfasis en estas últimas acciones y tendencias orientadas a relacionar el mundo empresarial y los derechos humanos; teniendo presente los factores concernientes con la ética y la moral que dentro de una organización promueven el ejercicio de responsabilidad social, mencionados al inicio de este documento; y retomando las visiones y

posturas mas mencionadas dentro del tema de responsabilidad social empresarial (RSE), se dará paso a conocer acerca de lo que el concepto de envuelve dentro de las organizaciones privadas.

En realidad, al parecer no existe una definición única o totalmente aceptada a nivel internacional de la responsabilidad social corporativa.

En el Proyecto CEPAL, Correa, E., Flynn, S., Amit, A, (2004) se citan algunas definiciones abordadas desde una perspectiva moderna del sector privado:

World Business Coandil for Sustainable Development (WBCSD), Suiza: “La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”. (P.14)

Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra: “La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.

Business for Social Responsibiity (BSR), Estados Unidos: “La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”. (P.15)

Estos axiomas sobre responsabilidad social de la empresa privada, de manera muy general, se refieren a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades, y el medio ambiente.

Pero hay otras definiciones que no coinciden con esta perspectiva, por ejemplo, sin ir muy lejos, la definición de Responsabilidad social empresarial que se encuentra en el diccionario de estrategia empresarial tiene dos acepciones: es la siguiente:

Deuda, obligación de reparar y satisfacer, por sí o por otro, a consecuencia de delito, de una culpa o de otra causa legal”; “cargo y obligación moral que resulta para uno del posible yerro en cosa o asunto determinado.

Por otro lado, la definición de Empresa tiene una aceptación útil para el presente análisis:

Cualquier asociación con fines productivos. Coronado, M., Fransico, J. (2002).

Se podría agregar que “La empresa es la célula fundamental de la vida económica. Es el motor que dinamiza las economías”. (CEPAL. 2004. p. 23)

Por consiguiente, basándose exclusivamente en estas dos últimas definiciones, podrían surgir varias observaciones:

La empresa es responsable por todo aquello donde haya una causa legal; entonces, es responsable ante sus dueños o accionistas, sus empleados, sus clientes, proveedores, el Estado y ante todos aquellos amparados por una causa legal. La empresa es responsable de cumplir con todas las disposiciones legales sean éstas laborales, económicas, fiscales, ambientales, o de otra naturaleza. El fin fundamental de la empresa es la producción.

Pero si se observa detenidamente esta inferencia hecha con relación a las anteriores definiciones extraídas del diccionario; en el concepto de responsabilidad social estaría incorporada la noción de obligación únicamente y se desconocería todo aquello que se hace voluntariamente lo cual sería un grave error.

Así que para enfocar una mejor visión de lo que responsabilidad social implica en el ámbito empresarial privado, se partirá de nuevo de que la razón principal, la función y la responsabilidad primaria, incuestionable de la empresa, consiste en obtener beneficios para

sus accionistas, puesto que la rentabilidad es condición imprescindible para cualquier otra actuación particular o social de la empresa. “Sin beneficios no hay empresa privada”. (Heinrich, M, P. 2003, p. 25).

Sin embargo, se debe reconocer que una empresa está inserta en un país, el cual le permite operar, le permite desarrollar sus productos y sus servicios, le permite ser parte de su gentilicio, por el tiempo y trayectoria que la empresa tenga. Por ello, “destinar parte de los recursos financieros para contribuir con el desarrollo social del país, es una responsabilidad que una empresa moderna, ágil, abierta, debe asumir.” (Heinrich, M, P. 2003, p. 26)

Como ya se había sugerido, en los últimos años ha cambiado la percepción del rol y la responsabilidad del Estado, de la sociedad civil y de las empresas. Las expectativas de la comunidad sobre el comportamiento social de las empresas están evolucionando aceleradamente sobre todo en cuanto a la asignación de un rol más protagónico y de responsabilidad social.

La cuestión de la responsabilidad social de la empresa se ha convertido paulatinamente en un tema Cotidiano. Hoy, la gente espera de las empresas algo más que la generación de empleo, de remuneraciones y de bienes y servicios. A la empresa se le atribuyen ahora responsabilidades que significan una nueva concepción de la propia empresa y de su lugar en la sociedad. Y a menudo se le valora más que todo por su capacidad de responder a ciertos imperativos sociales que la propia sociedad se ha planteado.

El reconocer la finalidad económica como fundamental responsabilidad social de la empresa no significa menospreciar o subvalorar la responsabilidad social amplia y genérica que al parecer la gente atribuye hoy a la empresa. Así que sería fundamental que las empresas sean aceptadas así y actuar en consecuencia.

Por tanto; Según Heinrich, M, P. (2003), conviene destacar que es persiguiendo los fines de rentabilidad que la empresa cumple una responsabilidad que redundará en múltiples y valiosísimos beneficios para la sociedad:

La creación de empleos y de remuneraciones laborales; el fomento de la inversión y la generación de utilidades a los inversionistas, muchas veces pequeños y medianos ahorristas titulares de acciones a quienes se ofrecen claras y seguras perspectivas de rentabilidad; la producción de los bienes y servicios que la sociedad demanda. Es decir, la satisfacción de algunas de las necesidades y deseos de la comunidad; el suministro a los gobiernos nacionales, regionales y locales y a través de múltiples formas de tributación; parte importante de los recursos para atender sus gastos y promover el bien común; la introducción de innovaciones y perfeccionamientos tecnológicos, organizativos, administrativos y comerciales en el proceso económico; la formación, mediante el adiestramiento, de recursos humanos calificados y competentes; y por último el beneficio directo de la colectividad a través de la acción filantrópica o caritativa voluntaria. (p. 28)

En resumen, si bien la responsabilidad social primaria de la empresa consiste en obtener beneficios para su propia supervivencia no es menos cierto que en la búsqueda de esa finalidad económica la empresa cumple otras múltiples e importantes responsabilidades sociales, no sólo en relación a quienes la interiorizan sino también con respecto a la comunidad en la cual actúa. De no ser así, y “sí la única función de la empresa fuera satisfacer demandas y ganar dinero por promoverlas e incrementarlas, todos los negocios, aun los ilícitos, serían válidos, simplemente por que son rentables.” (Garza, J., 2000, p.381)

En este sentido, de acuerdo con lo expuesto por Heinrich, M, P. (2003), entre los aspectos que suelen incluirse en la responsabilidad social de la empresa, según muchos lo entienden hoy, están:

Mejorar de la calidad de vida y protección del medio ambiente físico; oferta de oportunidades de empleo a grupos marginados (minorías raciales, lingüísticas, religiosas, en aquellos países donde existen), programas educativos y capacitación profesional que contribuyen a mejorar el entorno social; participación y colaboración en la solución de problemas locales en los lugares donde la empresa actúa (vivienda, escuelas, centros de cuidados infantiles, etc.); contribución a las áreas deprimidas o menos desarrolladas del país.(p. 32)

En definitiva, se trata de hacer de la empresa una organización más responsable, tanto con su propia gente como con la sociedad en general.

Por lo demás, “también es conocido el hecho de que para las empresas el cumplimiento de la responsabilidad social en su concepción ampliada, mejora sus negocios y su rendimiento”. (Gracia, E., 1982, 42).

Por ejemplo, por lo entendido hasta el momento, el hecho de existir gracias a su eficiencia y renta le posibilita a la empresa, contribuir como actor social responsable y solidario con la comunidad, en iniciativas para con el progreso y la calidad de vida de la comunidad, de obras sociales y otros instrumentos. Y esto, se puede considerar entonces como un aporte adicional a la estrategia y a la gestión de negocios.

Estos aspectos muestran claramente que “la RSE es una estrategia que facilita el aumento de la productividad de sus trabajadores y el desempeño de la empresa. Es un arma de competitividad empresarial”. (Correa, E., Flynn, S., Amit, A. 2004, p.52).

Seguido a esto, es imperativo que todos; empresarios, políticos, trabajadores, comunicadores y ciudadanos dirijan sus esfuerzos al empeño para que su país se proyecte desde ahora con toda la potencialidad de su riqueza natural, porque el compromiso social no recae únicamente sobre el Estado y las empresas, sino sobre todas las personas

pertenecientes a una sociedad. Así que “la creación y generación de recursos propiciará el bien común, el bien de todos los ciudadanos, abrirá fronteras nuevas al desarrollo y dará sentido de realidad a las esperanzas de los ciudadanos”. (Heinrich, M, P. 2003, p. 27)

”Bienestar para todos”. Este era el lema de Ludwig Erhard (1948) citado por Gracia, E. (1982); Ministro de Economía en el gabinete de Konrad Adenauer; según este autor, “Bienestar para todos” (P. 44) significa que todos los sectores de la sociedad toman parte de la repartición de la riqueza y aprovechan el desarrollo económico. “Esta es la expresión de la solidaridad, la cual se puede describir como la determinación firme y perseverante de empeñarse por el bien común; es decir, por el bien de todos y cada uno, para que todos sean verdaderamente responsables de todos.” (Gracia, E., 1982, p. 40).

Para dar al desarrollo, en el interior de los países, una significación más humana, cuya meta sea el garantizar el bienestar a todos los individuos de la sociedad, se hace inminente un replanteamiento de las funciones y responsabilidades a cargo de los actores involucrados (Estado, sociedad civil, sector privado) y una más estrecha cooperación entre ellos. Todos estos estamentos deben ser conscientes de su papel como protagonistas en el cambio social y actuar en pos de él. Esto significa asumir una actitud proactiva hacia los problemas que los afectan y los rodean; entendiendo que sólo la solución de ellos les permitirá sobrevivir al cambio y al desarrollo.

Como ya se había mencionado, “no es el Estado el único actor al cual le compete el bienestar social y el desarrollo de una cultura ciudadana, éstos deben ser intereses compartidos con la sociedad civil y dentro de ella muy especialmente el sector privado” (Toro, L., Rey, G., 1996, p. 131)

Por otra parte, si se hace un recorrido sectorial mas cercano, “La concepción de la RSC como parte de la gestión de negocios y dentro de un concepto integral es un tema con casi 10 años de presencia en Latino América.”(Correa, M., Flynn, S., Amit, A. 2004, p. 9).

Aunque todavía se nota la fuerte presencia de la filantropía, es sorprendente el interés y la cantidad de iniciativas, seminarios, organizaciones, trabajos universitarios, que aparecen en los dos últimos años en las regiones de América latina sobre el rol de la empresa en la sociedad.

Según el estudio elaborado por Correa, M., Flynn, S., Amit, A. (2004), con respecto a alguno de los estudios de (RSE) que realizaron en ciertas regiones de Latino América:

El país cuyo avance en el tema es el más destacado es Brasil, donde cerca de 500 empresas ofrecen reportes públicos siguiendo las líneas propuestas por el Instituto Ethos (llamados “balance social”), la Bolsa de Valores de San Paulo ha iniciado una clasificación de empresas similar al Dow Jones Sustainability Index, que refleja el compromiso con la RSC de empresas cuyas acciones son transadas en bolsa, y el tema de la RSC hace parte de la agenda pública del sector privado, la sociedad civil y el gobierno. Grandes empresas locales, como Natura, por ejemplo, no sólo publican reportes de sostenibilidad siguiendo las guías de la Global Reporting Initiative (GRI) sino que efectivamente han integrado la RSC como parte de su estrategia empresarial. (p. 13).

Desde su fundación en 1998 Ethos se ha desarrollado enfáticamente, sostiene tener 443 empresas asociadas de todo el país, “con ganancias totales que representan alrededor del 20% del PIB brasileño”. (Agüero, F. 2002, Mayo, p. 53).

Ethos es un instituto de naturaleza político-cultural. “Su objetivo es expandir su membresía y caminar en la dirección de una responsabilidad social cada vez mayor. Encuentra que su misión es más importante que su institucionalidad; busca más articular que

administrar e identificar una red de personas en la academia y en los medios de comunicación que puedan ayudar a promover la agenda de la RSE.” (Agüero, F. 2002, Mayo, p. 57).

Ethos busca estar siempre en la delantera, alerta a nuevas tendencias y articular estas tendencias con su creciente membresía.

Finalmente, los objetivos de Ethos respecto de las empresas la lleva a presentar a la empresa como el agente principal del cambio social, una perspectiva que ha sido tomada también por otros. “La organización empresarial ya se presenta como el actor social más poderoso de estos tiempo”. (Correa, M., Flynn, S., Amit, A., 2004, p. 34).

Con relación a este ejemplo, se puede pensar que el resultado de la Responsabilidad social de esta empresa y de todas aquellas que asuman e interioricen esta postura corporativa, podrían conducir y motivar a las demás empresas a efectuar una contribución central y duradera a la creación de una sociedad más honesta, decente y democrática.

Compilando lo aludido, la responsabilidad social de las empresas es entonces pieza fundamental del compromiso activo con la sociedad. También habría que resaltar que el rendimiento económico no debe ser más la única responsabilidad de un negocio; como tampoco el compromiso con la sociedad se limita al pago de impuestos y la generación de empleo. El sistema productivo de las empresas debe buscar ofrecer productos cada vez más adecuados a las necesidades de las mayorías sociales, y contribuir al mejoramiento del nivel de vida de todos los grupos, dentro de los cuales se incluyen accionistas, empleados, consumidores y la comunidad, entre otros.

De acuerdo con lo expresado por Heinrich, M, P. (2003) sobre el papel que juegue el sector privado y el correcto ejercicio de la responsabilidad social en Colombia:

Ambos aspectos se hacen vitales e imprescindibles y se constituyen en una esperanza para la solución al proceso de deslegitimización del Estado y sus instituciones, de su ausencia

en gran parte del país, y de su incapacidad para resolver adecuadamente las necesidades de la mayoría de su población. Si se quiere reparar la legitimidad del régimen, lograr una economía estable, tener una ley competitiva con un crecimiento adecuado, si se quiere un medio ambiente sano para vivir y un país en paz donde no existan los “abismos sociales”; el Estado, la sociedad civil y el sector privado deben actuar juntos, siendo conscientes de que todos son protagonistas del cambio social. (p.34).

Esta última anotación abre un nuevo panorama acerca de cual es estado actual del tema de la responsabilidad social en Colombia

“No puede haber una empresa sana en un ambiente social insano” (Barrera, A., 1999, p. 51).

La crisis que atravesó Colombia 10 años atrás y que aún se manifiesta durante el tiempo presente, ha hecho evidente la compleja relación entre lo político, lo económico y lo social para el bienestar de una nación. Lo social “se manifiesta en lo político específicamente en aquellas acciones tendientes a defender la democracia; en lo económico, se manifiesta como la capacidad de crear un entorno libre de pobreza, dentro de un sistema de libre mercado. A partir de lo económico, lo social implica el permitir el acceso de los más desprotegidos al consumo básico y la eficiencia en la utilización de recursos destinados a mejorar la calidad de vida de los más necesitados” Restrepo, (1994) citado por el Instituto UNRISD., 2001, p.76). Bajo este supuesto se puede afirmar que en Colombia la construcción de este entorno social está teniendo serias fallas. “A raíz de esto, en 1977, Fabricato y Enka de Colombia realizaron el primer balance social con el fin de medir su gestión social”. (Barrera, A., 1999. p. 49).

El tema cobró gran vigencia en el momento y tomando el modelo francés, la ANDI elabora en 1979 el primer modelo de balance social. Este ejemplo es revisado en 1985 por

esta misma entidad junto con la OIT, y se elabora finalmente el Manual de balance social para Colombia. El propósito de realizar el balance social fue modificar la tendencia que se había dado en el país, bajo la cual la responsabilidad social nacía por influencia de la legislación o a través de la presión sindical. “El balance social busca promover la idea de que las empresas que emprenden acciones socialmente responsables, de manera voluntaria, son las que tienen mejor proyección social.” (Gracia, E. , 1982, p. 55).

A partir de la iniciativa del balance social, se han desarrollado premios para las empresas que llevan a cabo proyectos sociales, se han conformado espacios para la discusión del tema, los diversos gremios han hecho públicos sus pronunciamientos con respecto a la función social y se ha impulsado la creación de fundaciones y acciones de beneficio social y comunitario. “Es de vital importancia de igual forma, el avance logrado con la Constitución del 91, en la cual se el derecho a la propiedad privada, pero recalando la importancia de que ésta esté al servicio de la sociedad”. (Gracia, E. , 1982, p. 70).

Pero, a pesar de los avances que se han visto en el desarrollo del tema todavía no existe un consenso acerca de la definición para el empresario colombiano de su responsabilidad social.

Por lo anterior y según lo expresado por Toro, L., Rey, G. (1996), con respecto a ala concepción de responsabilidad social:

Con frecuencia, han predominado las definiciones filantrópicas que no incorporan completamente la responsabilidad social dentro de la razón de ser de la empresa y de su supervivencia; este motivo separa la responsabilidad social de la estrategia de la organización, y le dan un carácter netamente voluntario. La responsabilidad social es principalmente inversión social que a su vez puede definirse como los recursos que la

empresa destina, mas allá de sus obligaciones legales, para mejorar, afectar o contribuir a solucionar los problemas sociales y económicos de la comunidad” (p.94).

Los planteamientos básicos del manual, demandan la finalidad económica de la empresa y su necesidad, ya que sin el manejo racional de la cuestión económica, el bienestar de la comunidad no es posible. Sin embargo, agrega la urgencia de realizar una evaluación también cualitativa, donde pueda apreciarse efectivamente el bienestar social y humano de los individuos afectados por la empresa.

Bajo este contexto define a la empresa como un “ente de naturaleza social que tiene una misión de servicio”. Asociación nacional de empresarios de Colombia (ANDI), (1992) citado por (Barrera, A., 1999, p. 52). Es decir que la organización no sólo debe buscar su objetivo económico, sino que tiene que buscarlo dentro de un contexto de desarrollo integral, un desarrollo conjunto entre hombre y empresa. En el punto de unión de estos dos elementos nace el concepto de responsabilidad social, definida como “la respuesta que la empresa debe dar a las expectativas y derechos generados en los sectores con los cuales ella tiene relación, en materia de desarrollo integral de sus trabajadores y en el aporte a la comunidad que le permitió crecer y desarrollarse” ANDI, (1985) citado por (Barrera, A.,1999, p. 55).

Esta definición reconoce que la empresa tiene una responsabilidad social de carácter interna y una de carácter externo. Internamente el principal afectado es el recurso humano, que cuenta con objetivos y expectativas similares o que se complementan con los de la organización. La responsabilidad externa repercute en todos aquellos otros aspectos con que se relaciona la empresa: clientes, proveedores, sociedad, etc., a los cuales la organización debe responder también.

De acuerdo con estos planteamientos, la ANDI promueve una ética empresarial, que refleje el compromiso del empresario con las necesidades sociales del momento. Sugiere un

mejor aprovechamiento del éxito de las organizaciones, su capacidad creativa y su desarrollo tecnológico, para la solución de los problemas que presenta la sociedad. El grado de compromiso de la empresa y el empresario implicará el desarrollo de una política social aceptada y aplicada voluntariamente

El balance social nace, entonces, para complementar el ejercicio de esta estrategia social. Su función es ser usado como un “instrumento para medir y valorar en forma clara y precisa los resultados de la aplicación de la política social de la empresa” ANDI, (1985), citado por (Barrera, A., 1999, p. 56).

La principal ventaja que trae la elaboración de este balance es el posibilitar el desarrollo de una política social voluntaria, que permita distribuir mejor los recursos y mejorar sus relaciones internas y externas.

Pero encontrada con esta posición se halla que Colombia muestra un rico y variado mundo de filantropía, con varios rasgos distintivos. Está organizado alrededor de fundaciones que generalmente están ligadas más o menos directamente a empresas familiares. Las fundaciones realizan sus propios programas de inversiones sociales y filantrópicas. “Operan separadamente con poca coordinación, convergiendo ocasionalmente en torno a programas específicos. No hay una organización o estructura central que las reúna. En términos de orientación, ellas contribuyen a objetivos políticos de mayor dimensión. Las bases de la filantropía que llevan a cabo las fundaciones disminuyen el énfasis sobre RSE, entendida ésta como la disposición de empresas individuales a asumir responsabilidad tanto dentro de la empresa como hacia la comunidad externa.” (Agüero, F., 2002, Mayo, p. 59).

Esto último da a entender que dentro del territorio colombiano hay una rica tradición de filantropía, ligada a factores religiosos y no existe una efectiva alineación que aporte

significativamente al crecimiento de los estamentos legales, de la comunidad y de la empresa misma.

Algo similar fue formulado en Agüero, F., (2002); sobre el tema de responsabilidad social en las empresas inmersas en el territorio colombiano:

El nuevo ímpetu para una filantropía basada en fundaciones ha estado inequívocamente ligada a la crisis política y económica de Colombia y, primordialmente, al notable deterioro de sus instituciones. La preocupación sobre el impacto que el debilitamiento de “la institucionalidad” tenía sobre las empresas llevó a las fundaciones a desear el fortalecimiento institucional de la vida nacional y política de Colombia.

Este involucramiento del sector privado está indudablemente conectado con el mayor espacio que este sector encuentra en Colombia, como resultado de la debilidad del estado. Esto ha dado lugar en Colombia al surgimiento de una cultura de desconfianza respecto del estado, particularmente en el seno del sector empresarial. El mayor involucramiento de este sector ha generado, sin embargo, un profundo e intenso sentimiento anti empresarial, nacido de la opinión de que se habría producido un aumento del enriquecimiento ilícito o ilegítimo. (p. 60).

Pero no todo el panorama es negativo, paralelamente la situación por la que atraviesa el país, conduce a las compañías y entidades gubernamentales a preocuparse de la responsabilidad social.

Así pues, Colombia muestra un número significativo de corporaciones que son financiadas principalmente por fundaciones del sector privado, que tienen una clara misión en áreas de interés público. “Una lista parcial de estas corporaciones incluye a: Corpoeducación, Corporación Excelencia en la Justicia, Transparencia por Colombia, Convertir, Corporación Calidad, Centro de Gestión Hospitalaria, Corporación Colombia Internacional, Fundación Ideas para la Paz, Estas corporaciones se orientan principalmente

hacia la formulación de políticas, evaluación o monitoreo, y mejoramiento” (Agüero, F., 2002, Mayo, p. 59).

Adicionalmente, en Colombia la Fundación Ford, la Fundación Corona y la Alianza de Fundaciones Empresariales y Empresas de Antioquia, Entre todos, desarrollaron durante tres años un programa de fortalecimiento en RSE que tuvo como objetivo promover el espíritu filantrópico y la RSE en Colombia. (Pagina Web, Fundación Corona, actualización Mayo 10 de 2005).

“La Fundación Corona representa el compromiso social de una familia y una organización empresarial y cumple con él, actuando como su conciencia social. Entiende su labor como la de apoyar programas y proyectos innovadores y de impacto, que contribuyan a construir una Colombia democrática, próspera y equitativa, a través del desarrollo institucional en las áreas de salud, educación, desarrollo empresarial y gestión local y comunitaria. Para ello apoya y financia iniciativas que, ejecutadas por entidades privadas o públicas, contribuyan a fortalecer la capacidad institucional del país en estos cuatro sectores sociales estratégicos” (Pagina Web, Fundación Corona, actualización Mayo 10 de 2005).

Según el artículo de Corona, acerca de la responsabilidad social de la empresa elementos teóricos y experiencias escrito por Gonzalez, J., Ospina, M., (2001); la Fundación Corona, a través de sus intervenciones, busca disminuir los niveles de inequidad y falta de oportunidades de la población más pobre del país. Para lograrlo considera que su mejor contribución es la de participar activamente en el desarrollo institucional de los sectores sociales, a través de tres estrategias:

La construcción de modelos de gestión que puedan ser aplicados a las organizaciones y colectivos sociales (escuelas, hospitales, microempresas, organizaciones comunitarias, etc).

La mejora del diseño y formulación de políticas públicas, a través de la generación de conocimiento sectorial especializado y facilitando el debate público del mismo.

La promoción de la participación ciudadana organizada y responsable en la solución de sus propios problemas, y en el seguimiento y control de los gobiernos locales. (p.85).

Con base en lo sugerido acerca de esta fundación Corona, se podría considerar su esfuerzo como una pertinente adopción institucional de la postura de responsabilidad social, puesto que la Fundación, buscando la equidad social, ha elegido centrar su acción en fortalecer las capacidades de las organizaciones comunitarias y estimular iniciativas ciudadanas que contribuyan a elevar la efectividad y responsabilidad de los gobiernos locales. Sin embargo, este y los demás anteriores ejemplos según lo enunciado por Agüero, F. (2002), ilustran algunos problemas asociados a las bases que sustentan la filantropía de las fundaciones en Colombia:

Uno es el que surge de su estrecha asociación con empresas controladas por familias las hacen responsables solamente frente a esas familias, o grupos cerrados, pero no frente a la sociedad. En tiempos de crisis económicas o financieras, las decisiones se adoptan de manera muy cercana a los intereses de los dueños, con poca atención a los intereses de los grupos que ya se han creado fuera de ellas. Otro problema es el de que las fundaciones compiten con las ONGs por fondos internacionales, para lo cual ellas están muy bien preparadas. Esto genera una preocupante tendencia de sustituir por fondos externos lo que podría haberse financiado por las propias fundaciones. Esto lleva a algunos a pensar que las fundaciones constituyen realmente un buen negocio, ya que sus fondos serán seguidos por fondos externos para proyectos que, en última instancia, los beneficiará a ellos mismos. Algunas ONGs se han vuelto suspicaces acerca de los motivos que tienen las fundaciones, especialmente aquellas localizadas regionalmente, debido a que pueden esconder intenciones de desarrollo empresarial detrás de acciones filantrópicas. (p. 77).

Retomando lo mencionado, la base de la filantropía de las fundaciones no ha sido equiparada por un énfasis en la responsabilidad individual de las empresas en su propia esfera de responsabilidad social. El resultado de esto es el fracaso de tentativas para lanzar la idea del balance social. Retomando el ya mencionado estudio de Agüero, F. (2002), nadie sabe del balance y ninguna empresa lo utiliza. Además, “algunos líderes de fundaciones lo criticaron porque lo encontraban inefectivo, dado que era excesivamente inclusivo: los indicadores de responsabilidad social eran sólo acciones que ya estaban obligadas por ley. En esta crítica, la responsabilidad social comienza donde terminan las obligaciones legales. Asimismo, la idea de calidad total en la administración, como parte de la responsabilidad social, no es algo que se refleje en el comportamiento real de las empresas”. (p.81)

Partiendo de este punto se podría generar el cuestionamiento sobre ¿cómo generar una filantropía o solidaridad transformadora en Colombia?. Una opción sería reconocer lo que está estipulado en el balance social propuesto por la ANDI y acoger sus estatutos así como adoptar las siguientes características que fueron propuestas por (Toro, I., Rey, G., (1996):

Unir los esfuerzos para buscar soluciones de beneficio común, considerando siempre que los responsables somos todos. (p.97).

Esto se refiere a efectuar una organización solidaria, con iniciativa y creatividad, para construir una sociedad integrada. Así, la unión de todos en organizaciones hace posible lo que aisladamente es casi imposible para los individuos.

La capacitación y formación de los dirigentes de la solidaridad es el primer paso para iniciar la nueva cultura

Es necesario organizar, motivar y capacitar las energías de la gente que participe en las organizaciones solidarias, con el fin de encontrar nuevos caminos para solucionar los problemas y los conflictos.

Es necesario desarrollar una administración eficaz que facilite y garantice el cumplimiento de los propósitos filantrópicos.

Vocación de servicio social + Concepción empresarial

= Empresa social privada (p. 98)

Pero en este punto es significativo hacer un alto para conocer lo que es ser una empresa social privada. Es a organización administrativa y eficiente servicio de la solidaridad humana y que pulsa a las personas para que puedan resolver por sí mismas sus problemas y se conviertan en un instrumento de bienestar comunitario.

Es imperativo distinguirse por el cumplimiento, la ética, los, la responsabilidad y el compromiso con quienes confían en ellas. Así es como se logra Credibilidad.

En un mundo en permanente y acelerado cambio, se hace obligatorio atender los cambios en las necesidades de las comunidades y actuar de acuerdo con ellos.

Asignar los recursos de manera preferencial hacia aquellas actividades de interés general que permitan satisfacer las necesidades básicas que los cambios requieran en materia de nutrición, salud, vivienda, educación, recreación, empleo, seguridad, etc.

Pasar de las buenas intenciones a las realizaciones, es decir, a la acción.

Entenderse en la era de las comunicaciones

Asumir que se pertenece al sector solidario, que con el gobierno y el sector privado se comparte de gran reto de desarrollo social armónico.

Sector solidario debe pasar de limosnear a vender. Deben empezar a manejar aspectos capitalistas como mercadeo, utilidades, ventas, investigación de mercadeo, gerencia, publicidad, comunicación, informática, inventarios de necesidades, plan estratégico... sólo por mencionar algunas de las actividades del sector privado y que ante los cambios de la

cultura solidaria considero que es necesario asimilar. Además, Las entidades sin ánimo de lucro, ahora sí pueden obtener excedentes para ellas. Lo que no pueden hacer es repartirlos entre sus miembros: deben utilizarlas para progresar, crecer, mejorar, etc.

Es necesario ser pro-activos en fórmulas para el gobierno y el Congreso y no sólo reactivos frente a la legislación pro movida por todos aquellos sectores del Estado que desconocen el trabajo del sector solidario por Colombia y en ocasiones hacen normas en contra de los intereses del sector. (p.99)

Finalizada esta recopilación de nociones, supuestos, teorías, creencias, afirmaciones, ejemplos y opiniones, se hará un intento por reconocer y abstraer lo que con base en lo antedicho se considera en este artículo más relevante y pertinente para consolidar la primera intención acerca de reconocer la importancia de la responsabilidad social en las empresas, lo que dará paso a proponer nuevas alternativas que puedan ser contempladas para que en un futuro este no sea un tema opcional dentro de la población empresarial mundial, sino que sea un tópico, entendido, adquirido, planeado y puesto en marcha como parte inherente a las políticas y metas institucionales de las corporaciones.

Así pues, como se desprende de lo asentado, amplio y complejo es el ámbito de las actuales responsabilidades que las empresas deben afrontar para acometer las tareas que las nuevas realidades les han asignado, especialmente en lo referente a la responsabilidad que las compañías deben afrontar para acometer las tareas que las nuevas realidades les han asignado, especialmente en lo relacionado a responsabilidad social.

“La visión de la empresa respecto a su filosofía, fines y políticas, en el marco de la sociedad ha ido transformándose en los últimos años”. (Luna, M., 2002, p. 12). Esta visión fue beneficiada con los aportes y experiencias relacionados con el tema de la RSE. Con ella está surgiendo con fuerza una concepción distinta de la empresa sobre lo que responsabilidad

social empresarial RSE involucra, que actúa como un solo cuerpo, tanto en la generación de riqueza como en el comportamiento ético y social. Entonces “la (RSE) se puede ver como un concepto que se está transformando, cada vez más, en un valor; en un activo que da valor a la empresa que lo posee”. (Luna, M., 2002, p. 13).

Sin embargo, aunque la acción socialmente responsable de la empresa y como ya se había dicho, el surgimiento de una fuerza en la concepción temática de RSE, tienen una cierta historia, aún están lejos de haberse generalizado en su totalidad. Incluso, en la gran mayoría de los casos, desglosando lo apreciado dentro de la ampliación acerca de la importancia de la responsabilidad social empresarial que se intentó ilustrar en este artículo, las empresas han carecido de políticas tanto implícitas como explícitas en la materia, y de objetivos, metas e indicadores de gestión claramente identificados. Si bien es cierto que “las actividades sociales se han extendido, ello ha estado ligado a la necesidad que tienen las empresas de cumplir con sus obligaciones legales. Sin embargo, son muchos los casos en los que hasta ahora la responsabilidad social de la empresa se refiere a un factor voluntario o por la adquisición de un beneficio directo para con la empresa”. (Gracia, E., 1982, p. 50).

Quizás la ausencia de una cultura en este sentido tenga que ver con el hecho de la inexistencia de una clara conciencia de que la inversión social, “así afecte los estados financieros en el corto plazo, redundará como lo prueban las experiencias conocidas en mayores utilidades en el largo plazo dado su impacto sobre la productividad y, lo que es más importante, en el establecimiento de un mejor ambiente para el desarrollo de las relaciones entre quienes participan del proyecto productivo”. (Garza, J., 2000, p. 369). Tal vez este hecho significativo no se haya destacado aún convenientemente.

En lo sucesivo, sería deseable que quienes ostentan ya una consciencia de la importancia de incursionar voluntariamente en las prácticas socialmente responsables, y que pueden exhibir resultados concretos, se preocupen por difundirlos al conjunto de la sociedad. Del

mismo modo, que el diseño de las políticas incluya la participación de los trabajadores, de que contribuya a la creación de una cultura de la cooperación y de trabajo en equipo. Si la ausencia generalizada de experiencias en este campo se explica por la inexistencia de una comunidad integrada y cohesionada, la realización de prácticas efectivas sin duda contribuirá a corregir esta omisión.

“En las condiciones actuales, el contorno y prolongación de la responsabilidad de la empresa es más ininteligible y exigente”. (Correa, E., Flynn, S., Amit, A., 2004, p. 46). Ello significa que hay que realizar un esfuerzo inmenso para comprenderlo y para adecuar las prácticas existentes a las nuevas realidades. También es el caso de los instrumentos concebidos para medir el alcance y la efectividad de la gestión social de las empresas. Es necesario iniciar la revisión del Balance Social de modo que puedan ser incluidos los indicadores y mejorados sustancialmente los criterios de evaluación de los impactos y la pertinencia de las acciones emprendidas.

Pero de todas las novedosas responsabilidades empresariales que se han señalado, tal vez la más compleja y rigurosa es la que tiene que ver con la dimensión política, “puesto que alude directamente a la capacidad de intervención de sus organizaciones en la definición de un proyecto de sociedad”. (Correa, E., Flynn, S., Amit, A. 2004, p. 48).

Esto no puede hacerse sólo sobre la base de redefinir las relaciones con el Estado, participando activamente en las decisiones públicas. Implica, también, asumir una actitud activa frente al cambio y la solución de los problemas del país.

Requiere muy seguramente la redefinición del papel de las corporaciones, la reconstrucción de su representatividad y legitimidad, su democratización. En general, exige realizar una labor más positiva, más abierta a la participación y a la concertación.

Es ya un imperativo impostergable que todos los empresarios, proveedores, empleados, ciudadanos, instituciones políticas, etc; sin excepción alguna, trabajen por crear una consciencia y unas prácticas de acción social y políticas responsables, y una cultura de las responsabilidades compartidas. De ello dependerá, en buena medida, el futuro de la Nación.

A partir de estas reflexiones, la pretensión final de este artículo, es dejar abierto un camino para que se de inicio a una investigación exhaustiva acerca de como lograr esos propósitos anteriormente mencionadas a fin de que en el gremio empresarial se consolide una visión mas objetiva acerca de la forma de instituir la noción de RSE como estrategia corporativa que promoverá un bienestar y desarrollo social. Puesto que el conflicto que encierra la negación de responsabilidad social empresarial en la comunidad, tiene razones de diversa índole y entonces se hace inminente la necesidad de analizarlo, así como la necesidad de que todos se hagan partícipes de la solución que se debe adoptar teniendo muy presente que las empresas pueden aportar mucho y buscar fórmulas de solución sin necesidad de dejárselas única y exclusivamente al sector político.

Referencias

Agüero, F. (2002, Mayo). La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Recuperado el 11 de Mayo de 2005, de <http://www.nebrija.com/responsabilidad-social/América-latina.htm>.

Barrera, A., (1999). *La responsabilidad social de la gerencia.* Bogotá: Serie empresa económica y sociedad

Coronado, M., Fransico, J. (2002). *Diccionario enciclopédico de estrategia empresarial.* Madrid: Díaz de Santos.

Correa, E., Flynn, S., Amit, A. (2004). *Responsabilidad social corporativa en América latina.* Santiago de Chile: CEPAL.

Empresa y derechos humanos. (2002). Derechos humanos: “del porqué al Cómo”. Recuperado el 12 de Mayo de 2005, de <http://www.pangea.org/unescopau/img/programas/derecho/boletin/empresa002.pdf>.

Fundación Corona, actualización (Mayo 10 de 2005). Pagina Web. Recuperado el 14 de Mayo de 2005 de <http://www.fundacioncorona.org.co/>.

Garza, J. (2000). *Administración contemporánea* (2ª ed.). México D. F: Mc WrawHill.

Gracia, E. (1982). *Responsabilidad social y balance social.* Madrid: MEPFRE.

González, J., Ospina, M., (2001). *Corona, responsabilidad social de la empresa elementos teóricos y experiencias.* Recuperado el 11 de mayo de 2005 de www.fundacioncorona.org.co/descargas/PDF_publicaciones/Responsabilidad/RSEMayorga.pdf

Heinrich, M, P. (2003). *Responsabilidad social del empresario*. Bogotá: Konrad Adenauer.

Instituto UNRISD. (2001). *La mano visible: asumir la responsabilidad por el desarrollo social*. Ginebra: UNRISD.

Leon, M., (2001). *Elementos de la psicología social*. México: Limusa-Noriega.

Llena, F. (2001). "La responsabilidad social de la empresa", [en línea] 5campus.com, Medio Ambiente. Recuperado 9 de Mayo de 2005 de <http://www.5campus.com/leccion/medio13>.

Luna, M. (2002) . Economía. El otro enfoque. Recuperado 9 de Mayo de 2005 de <http://www.icarodigital.com>.

Schvarstein, L. (2003). *La inteligencia social de las organizaciones*. Buenos Aires: Paidós SAICF

Toro, L., Rey G. (1996). *Empresa privada y responsabilidad social*. Bogotá: Fundación social.