CAPÍTULO X

RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO FACTOR MULTIDIMENSIONAL PARA CONCIENTIZAR A EMPRESARIOS SOBRE SU IMPORTANCIA E INFLUENCIA EN EMPRESA, GOBIERNO Y SOCIEDAD

Luis Guillermo Molero Suarez

Doctor en Ciencias Gerenciales. Compensar Unipanamericana Fundación Universitaria Panamericana. Grupo de Investigación en Ingeniería de Sistemas-GIIS. Correo electrónico: lmolero@unipanamericana.edu.co. Avenida (Calle) 32 No. 17-30, Teusaquillo, Bogotá, Colombia.

María Carolina Villarraga Galindo

Maestría en Administración de Negocios (MBA). Compensar Unipanamericana Fundación Universitaria Panamericana. Grupo de Investigación EGE. Correo electrónico: mcvillarragag@unipanamericana.edu.co. Avenida (Calle) 32 No. 17-30, Teusaquillo, Bogotá, Colombia.

Lisbeth Marina Molero Suárez

Doctor en Ciencias Gerenciales. Red Internacional de Desarrollo Fronterizo e Integración Latinoamericana (RINDEFIL). lisbethmolero@gmail.com. Av. 46ª con Calle 108 #108E-22. Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela.

Víctor Inciarte

Doctor en Ciencias Gerenciales. Red Internacional de Desarrollo Fronterizo e Integración Latinoamericana (RINDEFIL). drvictorinciarte@gmail.com. Av. 46ª con Calle 108 #108E-22. Maracaibo, Estado Zulia, Venezuela.

Arnold Steven Sosa Morales

Técnico Profesional en Procesos Empresariales. Compensar Unipanamericana Fundación Universitaria Panamericana, Grupo de Investigación EGE. Correo electrónico: assosa@unipanamericana.edu.co. Avenida (Calle) 32 No. 17-30, Teusaquillo, Bogotá, Colombia.

Resumen

El propósito de este capítulo es comprender la responsabilidad social como factor multidimensional, para concientizar a empresarios sobre su importancia e influencia en empresa, gobierno y sociedad. Para ello, se desarrolló un estudio bibliográfico con diseño documental, transeccional utilizando los autores principales; Savall (2003), Guedez (2006), Lario & Peñalver (2009) y Jaramillo (2011); se diseñó una matriz de análisis con las categorías, responsabilidad social y ambiente, dentro de los hallazgos se tiene que la responsabilidad es una oportunidad de promocionar competitivamente una organización a la vez que garantiza a los clientes internos y externos una repartición equitativa de sus

ingresos. A manera de conclusión sobre la responsabilidad social, se entiende que esta viene configurada como una cultura de gestión orientada a responder a los objetivos estratégicos determinados por la organización en sus vertientes económicas, social, corporativa y ambiental, que induce una acción ética y consciente, así como una cultura de respeto sobre las partes ya mencionadas, comprometida con el impulso del perfeccionamiento de sus talentos humanos, y el colectivo en general.

Palabras Clave: administración, ambiente, responsabilidad social.

SOCIAL RESPONSIBILITY AS A MULTIDIMENSIONAL FACTOR, TO AWAREN EMPLOYEES ABOUT THE IMPORTANCE AND INFLUENCE OF THE COMPANY, GOVERNMENT AND SOCIETY

Abstract

The purpose of this chapter is to understand social responsibility as a multidimensional factor, to raise awareness among entrepreneurs about its importance and influence in business, government and society. For this, a bibliographic study was developed with documentary transectional design using the main authors; Savall (2003), Guedez (2006), Lario & Peñalver (2009) and Jaramillo (2011); an analysis matrix is designed with the categories social responsibility and environment, within the findings it is that responsibility is an opportunity to competitively promote an organization while ensuring internal and external customers an equitable distribution of their income. As a conclusion about social responsibility, this figure as a management culture aimed at responding to the strategic objectives of the organization in its economic, social, corporate and environmental aspects, which stimulates ethical and conscious behavior, as well as a philosophy of respect for the aforementioned parties, committed to promoting the improvement of their human talents, and the collective in general.

Keywords: administration, environment, social responsibility.

Capítulo resultado de un proyecto de investigación culminado.

Introducción

El perfil estratégico que deriva desde los pilares más altos en las organizaciones en referencia a la responsabilidad social, envuelve las prácticas de la ética empresarial embebido en diversos componentes entre los que resaltan el respeto, la honestidad y la justicia, así como los juicios para optimizar escenarios que se exhiben en todos los niveles organizacionales.

Ante estas evidencias, se delinearán estrategias que derivan en un código de ética para definir diversos comportamientos, que mediante un conjunto de métodos, proporcionan la toma efectiva de disposiciones para dar solución a dilemas complejos en correspondencia con Pizzolante Negrón, (2008); asimismo, Cortina (2004), esboza que se hace notorio en la actualidad diversos elementos de globalización, por lo cual es perentorio debatir acerca de principios y ética globales, campo donde las organizaciones deben demandar un equilibrio entre lo económico y lo ético.

Como resultado, la ética empresarial como componente ineludible de la responsabilidad social, representa actualmente un activo importante en el ecosistema nivel empresarial, que aumenta considerablemente su atractivo en el mercado. Esta situación, plantea que es ineludible que las organizaciones deban centrarse en optimizar las condiciones de sus talentos humanos, como genuina acción ética, ya que a través de ellas responden de manera efectiva a su compromiso social, no solo se puede hablar de ética cuando se tratan temas de ambiente y de seguridad empresarial, es necesario, además, enfocarse en los beneficios que perciben las familias y el colectivo que hace vida en cada organización.

Como se puede inferir, es fundamental que los individuos se encuentren comprometidos con cada una de los objetivos establecidos por la empresa, lo que incluye, a aquellos que guardan correspondencia directa con la responsabilidad social, así cada uno desde sus puestos de trabajo podrá aportar sus esfuerzos para lograr con éxito el despliegue de las acciones para este fin, alcanzando un desempeño óptimo considerando los códigos de ética establecidos por las instituciones y los cuales garantizan un resultado enmarcado en el manejo de conflictos y aporte social.

Asimismo, para Serna (2008), el desarrollo evolutivo de las interacciones humanas conocida también como sociedad de la información y que se amalgama a través de la ética, está gobernada por el principio de transparencia, misma, que logrará un despliegue sólido dentro de los mercados con tendencia global, haciendo uso de compendios como la medida humana para forjar los pilares de los procesos y lógica empresariales, despliegue de conocimientos y lucidez organizacional.

Como resultado de estas evidencias, los elementos se hacen visibles, en todo el ecosistema empresarial que está conformado por todos los interesados, permitiendo detectar posibles desviaciones entre las cuales figuran estadísticas financieras, publicación de cuentas entre otros. Por consiguiente, la información contará con las propiedades de disponibilidad, de fácil entendimiento, de confiabilidad y de calidad. Esta situación, expone a la transparencia como un factor constante que obstaculiza el desarrollo de los objetos cardinales de la organización, sin embargo, es menester para los empresarios reunir la mayor transparencia posible.

De manera que, para poder comprender el objetivo de la investigación que consiste en comprender la responsabilidad social como factor multidimensional, para concientizar a empresarios sobre su importancia e influencia en empresa, gobierno y sociedad, este capítulo ofrece conceptualizar y contextualizarlo como modelo y mecanismo, de tal forma que en lo sucesivo se tenga claridad sobre la magnitud de lo que representa para el gerente, empresa, gobierno y sociedad.

Fundamentación teórica

La Responsabilidad Social.

Los escenarios contemporáneos, definen la responsabilidad social empresarial como un contexto cardinal en los espacios del oficio administrativo, ya que en los ecosistemas organizacionales la labor no solo envuelve la suma constante de capitales a través la prestación de servicios tangible o intangibles que sustenten las carestías colectivas, en contraste, esgrime una responsabilidad con el entorno subrayando los talentos humanos, el colectivo y su entorno.

Para Martínez, (2011), la responsabilidad social se define como:

Es el conjunto de acciones innovadoras de una organización, basadas en el cumplimiento de las leyes y en los valores éticos, para institucionalizar un gobierno corporativo transparente que integre en las actividades en curso de la organización, la generación de riqueza respetuosa de los derechos humanos con las responsabilidades de sus actividades sobre la sociedad y el medio ambiente. De todas estas acciones debe rendir cuenta a la sociedad. (p.5).

Por su parte, la Comisión Europea, acuña el término de responsabilidad social empresarial como la incorporación inequívoca de las organizaciones en el tema social y ambiental dentro de sus acciones comerciales y con respecto a sus interesados.

No obstante, esto envuelve la responsabilidad inherente a cada una de las organizaciones en lo concerniente a la administración de recursos, manejo del talento humano y producción entre otros, contribuyendo así al desarrollo sustentable y sostenible; por esto, la responsabilidad social se gesta sobre una visión que amalgama a cada proceso en las organizaciones.

Asimismo, comprende a todos los estamentos del Estado, desde lo social hasta lo político; en relación a estos las prácticas eficaces de la responsabilidad social empresarial conseguirán una proporción entre los elementos, ambientales, económicos y sociales, respondiendo a su vez, a las expectativas de los interesados.

En ese sentido, es menester que la administración en todas las organizaciones tenga conciencia del compromiso social en el cual se encuentran y no solo centrarse en el aspecto económico, por el contrario, acometer positivamente en igualdad los objetivos sociales y económicos internos y externos.

Con respecto a los propósitos sociales, estos refieren el compromiso con el colectivo y su entorno, en tanto que el interno, comprende el progreso por parte de los individuos que la integran, aplacando su calidad de vida y su desarrollo. Es por ello, que los objetivos económicos y sociales se deben manejar de manera integral, ya que uno tiene incidencia sobre el otro, en ese sentido, las organizaciones están en su derecho de capitalizar sus ganancias y al mismo tiempo, el deber de ser socialmente responsables generando beneficios a sus talentos humanos y al colectivo en general.

Resulta así mismo interesante destacar, que la ética representa un elemento dominante dentro de una administración responsable, misma que no solo deriva del entorno propio

de la empresa, sino también, representa un elemento que genera beneficios económicos y sociales que la hace consciente de su responsabilidad social, por lo que su productividad debe ir de la mano con acciones que promuevan el desarrollo social sostenible.

Es así como las organizaciones cuya función es favorecer el progreso económico sustentable del país mediante la producción de bienes y servicios, también hay que destacar que la misma tiene como responsabilidad con la sociedad favorecer el desarrollo sostenible del entorno en la cual hace vida.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Existen un sin número de vertientes que precisan a la responsabilidad social empresarial desde el espectro de las distintas actividades encaminadas a la contribución que las organizaciones a través de la ejecución de sus actividades económicas y productivas realizan aportes para el colectivo en el cual se desarrollan. Sin embargo, la responsabilidad social va más allá, radica en la capacidad de resolver y dar solución a las problemáticas colectivas no solo con el aporte monetario, si no también, de propiciar las condiciones óptimas de los trabajadores que hacen parte de la sociedad, así como proponer seriamente proyectos para solventar problemáticas en sus ambientes.

La Responsabilidad social corporativa también define muy claramente su carácter normativo, su apego al marco legal, contentivos en el camino hacia un desarrollo ecológico y socialmente apegado a la ley. Por su parte, La Comisión Europea desde su Libro Verde, fomenta un marco para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), el 18 de julio de 2001, definió la RSE como:

“un concepto a través del cual la empresa integra de forma voluntaria las dimensiones social y ambiental en sus operaciones de negocio y en sus relaciones con los grupos de interés.”

Se indica asimismo, que la responsabilidad social vincula a cada actividad desarrollada en la empresa de manera integral, ya que las mismas tienen una repercusión importante de carácter social y colectivo.

Por otra parte, la empresa que ocupa la responsabilidad social debe mantenerla a través de su desarrollo, sino incluso en su entorno y entre las empresas aliadas dándole importancia más allá de lo económico, considerándola un valor para la empresa, y no como pérdida de valor para los accionistas de la empresa. Todo lo contrario, esto logrará consolidarla en el tiempo y crear una cultura corporativa vinculante con la sociedad donde se identifiquen los productos y servicios ofrecidos con lo social y hasta lo cultural, tener raíces en la comunidad permite que la misma participe en el desarrollo manteniendo lealtad hacia la empresa y su actividad.

Es por ello, que la responsabilidad social se debe reflejar en cada aspecto que conforma la empresa no solo en lo económico, incluso, debe estar en su filosofía de gestión y ser protagonista en los objetivos gerenciales medulares para que la misma se pueda disgregar a cada área funcional de la misma.

Metodología

Para cumplir con el propósito planteado, se desarrolló un estudio bibliográfico con diseño documental, transeccional utilizando como categorías, Responsabilidad Social y Ambiente, a partir de allí realizar una vinculación teórica, que dio origen una matriz de análisis en donde emergieron las categorías que sirvieron para estructurar el análisis hermenéutico posterior para la definición de nuevas categorías que aseguraron la emergencia de constructos con los cuales incorporar innovaciones a las teorías existentes. (Tamayo y Tamayo, 2006).

Análisis de los resultados

Desde finales del siglo XX, las organizaciones han venido evolucionando para convertirse en un elemento de influencia y cambio social, las innovaciones o carestías producto de sus operaciones perturban significativamente a su entorno, sus empleados y trabajadores. Por lo cual, en los años sesenta se inician los diálogos acuñando el término de responsabilidad social como política organizacional.

Para comprender este término es importante definir el origen epistemológico y la naturaleza ética que compone la responsabilidad social, es decir, los aspectos esenciales que la certifican como la principal respuesta en asumir por la organización para sintonizarse con los requerimientos del entorno actual.

Esta situación la destaca Guédez (2006), al establecer que la responsabilidad social se encuentra en plena secuencia de conformación. Las referencias acerca de la Responsabilidad Social derivan desde el siglo XIX y giraban alrededor del Cooperativismo y el Asociacionismo que vislumbraban ajustar las directrices empresariales con los elementos sociales, apoyo a las comunidades y distribución de justicia.

De acuerdo con lo antes planteado, la responsabilidad social se circunscribe como el mejoramiento constante e intencional de las condiciones de una sociedad, en los espacios económicos y ambientales para de esta manera transformar la imagen y competitividad de las organizaciones a través de un valor agregado social de cara a su público.

Por consiguiente, la responsabilidad social se relaciona con la filosofía de gestión y los valores organizacionales. Bajo este enfoque, Lario & Peñalver (2009), afirman que:

La sociedad exige a las organizaciones compromisos sociales y medio ambientales que destacan el ámbito estrictamente económico. Esto estimula a que las organizaciones asuman este ideal de responsabilidades adoptando prácticas de responsabilidad social, dirigidas a satisfacer las expectativas de los distintos grupos de interés. (p. 157).

Para ello, es importante identificar de acuerdo a las dimensiones internas y externas de la responsabilidad social, las implicaciones medio ambientales que ejercen atribución desde los agronegocios. Por consiguiente, Fernández (2005), establece que la responsabilidad es un término en boga en las esferas empresariales, por ende, no existe una organización que no estudie en profundidad cuál es su responsabilidad social que permitan diseñar un plan de acción coherente con dicha responsabilidad

Si bien es cierto, se trata del modo de añadir valor a una organización mediante un estudio más pendiente de ciertos de los aspectos sociales y ambientales de las acciones organizacionales. La Responsabilidad Social concebida globalmente, convendrá perdurar integrada en todo el encadenamiento de valor para funcionar como factor importante, instrumento de servicio y control, que reconozca la articulación de la rentabilidad económica a la social. Gracias a esto, las sociedades reconocerán los derechos de los interesados y promoverán la consolidación de estrategias, en aras de causar la generación de riqueza, empleo e incrementar la competitividad en sus interesados.

Para ello, se toman como elementos, todas aquellas repercusiones que van entrelazadas con la ética y la axiología partiendo de que las organizaciones que son socialmente responsable son una organización ética. Al respecto Jaramillo (2011), afirma que en una organización socialmente responsable el compromiso adquirido por las empresas y sus gerentes contribuye al desarrollo económico sostenible de la región, de la mano de los empleados y sus familias, la comunidad y la sociedad civil, con el fin de mejorar su calidad de vida.

Es relevante al momento de plantear un proceso de servicio adecuado sobre la responsabilidad social organizacional, vislumbrar esta concepción en sus numerosas extensiones y requerimientos de manera de ubicar a la empresa como una sujeto comprometido con el trinomio económico, social y ambiental, ya que cada sociedad de conformidad con la actividad económica que desarrolla y la ubicación de sus infraestructuras, identificará quiénes son sus interesados. En otro respecto, De la Fuente (1988), “sintetiza los pilares de la responsabilidad social de la siguiente forma: asociados, clientes, proveedores, acreedores, competidores, empleados” (p. 12)

En otras palabras, la responsabilidad social se determina por su enfoque en dos dimensiones, la inicial es la dimensión interna afiliada al recurso humano que alcanza aspectos como capacidad y apreciación del trabajador, prácticas no prejuiciosas de sexo, raza, sida, habilidades de indagación; mayor armonía entre trabajo, familia, rastreo de incapacitados, enseñanza, derecho a incorporación, salud, seguridad en el lugar de trabajo, la tarea del golpe ambiental y de los recursos naturales renovables.

La otra dimensión, está asociada a la dimensión externa relacionada con las comunidades proveedores, socios, comunidades, consumidores, derechos humanos, problemas ecológicos y desarrollo sostenible. Al respecto, Ferrer (2013), deduce que:

La dimensión interna se refiere a las iniciativas sociales dirigidas a los trabajadores y a la producción, en términos de la gestión humana, seguridad y salud en el ámbito de trabajo, capacidad de adaptarse a cambios, así como la gestión ambiental y los recursos naturales. La dimensión externa se enfoca en los grupos de interés más allá de las fronteras de la empresa, de manera que incluye socios comerciales y proveedores, clientes, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. (p.391)

Conclusión

Actualmente el termino responsabilidad social es asumido por actores y sectores del contexto político internacional; son numerosas las organizaciones que se refieren a este término para razonar sobre lo que debe ser el desarrollo sostenible y sustentable de las

empresas y de cómo a través de esta logran consolidar su presencia en los mercados, mejorando la calidad de vida en su entorno. Ante estas evidencias, este tema se ha desarrollado dado la vinculación tan importante que refleja hacia lo externo y más allá de lo económico como es fundamental para alcanzar el desarrollo social sostenible, son innumerables las iniciativas globales propuestas en relación a la responsabilidad social empresarial, ya que su alcance va más allá de lo antes imaginado. Es por lo que existen más propuestas e investigaciones destinadas a realzar su importancia y de qué forma se puede establecer de manera normativa para regular su desarrollo.

Asimismo, las aproximaciones más recientes determinan que la responsabilidad social corporativa representa no solo una filosofía si no una gestión orientada a la consecución de objetivos organizacionales en todas sus dimensiones: la económicas, la corporativa, la social y la ambiental, de manera interna o externa; lo que implica una actuación consciente de respeto a la gente y al capital natural, comprometida con el desarrollo de sus colaboradores, las comunidades y el colectivo.

Finalmente, la responsabilidad social empresarial en los países de América Latina presentan distintas iniciativas, en base a la existencia de organizaciones y redes regionales, nacionales empresariales o no gubernamentales, tal es el caso de la responsabilidad social universitaria, que se involucran en la ejecución de las estrategias en el país y el desarrollo en los sectores productivos.

Es importante concluir diciendo que la humanidad requiere cada vez más de organizaciones que cumplan con sus deberes sociales y medioambientales, esto estimula que las organizaciones asuman sus responsabilidades y adopten experiencias de responsabilidad social, destinadas a cubrir las expectativas de sus interesados.

Referencias Bibliografía

- Cortina, A. (2004). *Una ética transnacional de la corresponsabilidad*. Ética y globalización. Cosmopolitismo, responsabilidad y diferencia en un mundo global, 15-32.
- De la Fuente, J. (1988). *La Función social del empresario*. Caracas, Venezuela: Centro de Divulgación del Conocimiento Económico -CEDICE-.
- Fernández, R. (2005). *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*. España: Editorial Internacional Thomson Ediciones.
- Ferrer, M. (12 de 2013). *La dimensión externa de la responsabilidad social empresarial de CANTV*. TeloS, 15(3), 388-399.
- Guédez, V. (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial, el aporte de la empresa al capital social*. Caracas, Venezuela: Planeta.
- Jaramillo, L. (2011). *La dimensión interna de la responsabilidad social*. Editorial Pensamiento y Gestión N° 31, 167-195.
- Lario, N. & Peñalver, A. (2009). *Responsabilidad social empresarial de las organizaciones de la economía social*. Valoración de la misma en las empresas de la región de

Murcia. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 143-161.

Martínez, H. (2011). *Responsabilidad social y ética empresarial*. Bogotá, D.C.

Martínez Ruiz, H. & Benítez Ontiveros, L. (2016). *Metodología de la Investigación social I*. Mexico: Cengage Learning Editores, S.A.

Pizzolante Negrón, I. (2008). *OAS More rights for more people*. Recuperado el 12 de 03 de 2019, de http://www.oas.org/es/sedi/ddes/GAdialogue/IIHemis/pres/Italo_Pizzolante_Negron_s.pdf

Savall, H. (2003). *Modelo de Gestión Socio-Económica y Responsabilidad Social de la Empresa*. Memorias del 1er Congreso Internacional de Análisis organizacional: los Dilemas de la Modernización, Homenaje a Jaques Girin. Iztapalapa, México.

Serna, H. (2008). *Gerencia Estratégica*. Bogotá, Colombia: 3R.

Tamayo y Tamayo, M. (2006). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.