

UDS

ANTOLOGÍA

Sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresarial

Licenciatura Administración de empresas

Octavo Cuatrimestre

Marco Estratégico de Referencia

ANTECEDENTES HISTORICOS

Nuestra Universidad tiene sus antecedentes de formación en el año de 1979 con el inicio de actividades de la normal de educadoras “Edgar Robledo Santiago”, que en su momento marcó un nuevo rumbo para la educación de Comitán y del estado de Chiapas. Nuestra escuela fue fundada por el Profesor de Primaria Manuel Albores Salazar con la idea de traer Educación a Comitán, ya que esto representaba una forma de apoyar a muchas familias de la región para que siguieran estudiando.

En el año 1984 inicia actividades el CBTiS Moctezuma Ilhuicamina, que fue el primer bachillerato tecnológico particular del estado de Chiapas, manteniendo con esto la visión en grande de traer Educación a nuestro municipio, esta institución fue creada para que la gente que trabajaba por la mañana tuviera la opción de estudiar por las tarde.

La Maestra Martha Ruth Alcázar Mellanes es la madre de los tres integrantes de la familia Albores Alcázar que se fueron integrando poco a poco a la escuela formada por su padre, el Profesor Manuel Albores Salazar; Víctor Manuel Albores Alcázar en septiembre de 1996 como chofer de transporte escolar, Karla Fabiola Albores Alcázar se integró como Profesora en 1998, Martha Patricia Albores Alcázar en el departamento de finanzas en 1999.

En el año 2002, Víctor Manuel Albores Alcázar formó el Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. para darle un nuevo rumbo y sentido empresarial al negocio familiar y en el año 2004 funda la Universidad Del Sureste.

La formación de nuestra Universidad se da principalmente porque en Comitán y en toda la región no existía una verdadera oferta Educativa, por lo que se veía urgente la creación de una institución de Educación superior, pero que estuviera a la altura de las exigencias de los jóvenes que tenían intención de seguir estudiando o de los profesionistas para seguir preparándose a través de estudios de posgrado.

Nuestra Universidad inició sus actividades el 18 de agosto del 2004 en las instalaciones de la 4ª avenida oriente sur no. 24, con la licenciatura en Puericultura, contando con dos grupos de cuarenta alumnos cada uno. En el año 2005 nos trasladamos a nuestras propias instalaciones en la carretera Comitán – Tzimol km. 57 donde actualmente se encuentra el campus Comitán y el Corporativo UDS, este último, es el encargado de estandarizar y controlar todos los procesos operativos y Educativos de los diferentes Campus, Sedes y Centros de Enlace Educativo, así como de crear los diferentes planes estratégicos de expansión de la marca a nivel nacional e internacional.

Nuestra Universidad inició sus actividades el 18 de agosto del 2004 en las instalaciones de la 4ª avenida oriente sur no. 24, con la licenciatura en Puericultura, contando con dos grupos de cuarenta alumnos cada uno. En el año 2005 nos trasladamos a nuestras propias instalaciones en la carretera Comitán – Tzimol km. 57 donde actualmente se encuentra el campus Comitán y el corporativo UDS, este último, es el encargado de estandarizar y controlar todos los procesos operativos y educativos de los diferentes campus, así como de crear los diferentes planes estratégicos de expansión de la marca.

MISIÓN

Satisfacer la necesidad de Educación que promueva el espíritu emprendedor, aplicando altos estándares de calidad Académica, que propicien el desarrollo de nuestros alumnos, Profesores, colaboradores y la sociedad, a través de la incorporación de tecnologías en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

VISIÓN

Ser la mejor oferta académica en cada región de influencia, y a través de nuestra Plataforma Virtual tener una cobertura Global, con un crecimiento sostenible y las ofertas académicas innovadoras con pertinencia para la sociedad.

VALORES

- Disciplina
- Honestidad
- Equidad
- Libertad

ESCUDO

El escudo de la UDS, está constituido por tres líneas curvas que nacen de izquierda a derecha formando los escalones al éxito. En la parte superior está situado un cuadro motivo de la abstracción de la forma de un libro abierto.

ESLOGAN

“Mi Universidad”

ALBORES

Es nuestra mascota, un Jaguar. Su piel es negra y se distingue por ser líder, trabaja en equipo y obtiene lo que desea. El ímpetu, extremo valor y fortaleza son los rasgos que distinguen.

Sustentabilidad y Responsabilidad Social Empresarial

Objetivo de la materia:

Tiene por objeto proporcionar al estudiante los conocimientos previos necesarios que le permitirán profundizar posteriormente en cualquiera de las dimensiones de la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial.

Unidad I

Introducción a la sustentabilidad.

- I.1. Concepto de sustentabilidad
- I.2. Concepto sustentabilidad empresarial
- I.3. Características de la organización del siglo XXI
- I.4. Necesidades de cambio de paradigma
- I.5. La responsabilidad social y la sustentabilidad en la empresa
- I.6. La responsabilidad social y la sustentabilidad en las Pyme
- I.7. Modelo Pentadimensional de Sustentabilidad empresarial (MOPSE)
- I.8. Construcción del modelo
- I.9. Dimensión de gestión global
- I.10. Dimensión de competitividad
- I.11. Definición de sostenibilidad
- I.12. Dimensiones de la sostenibilidad

Unidad 2

La RSE una nueva forma de gestión

- 2.1 Contexto, antecedentes, significado y justificación
- 2.2 Marco conceptual e institucional de la RSE

- 2.3 Ante quienes es responsable la empresa, los stakeholders
- 2.4 La responsabilidad de la alta dirección en la estrategia de RSE
- 2.5 Medición y gestión de la RSE: Principales herramientas
- 2.6 Marco teórico y conceptual
- 2.7 ¿Quiénes se involucran?
- 2.8 Impulsores y principios de la RSE
- 2.9 Antecedentes y evolución de la RSE
- 2.10 Fundamentos éticos y políticos
- 2.11 Estándares de desempeño de la corporación financiera internacional

Unidad 3

Responsabilidad en el trabajo con el medio ambiente

- 3.1 Responsabilidad en el trabajo con el medio ambiente
- 3.2 Exigencias morales para ejercer una profesión
- 3.3 Responsabilidad y empresa
- 3.4 Responsabilidad con el desarrollo sostenible y el medio ambiente
- 3.5 El desarrollo sostenible
- 3.6 Responsabilidad y bioeconomía
- 3.7 Biotecnología aplicada a los cultivos y a la vida animal
- 3.8 El compromiso ético y social del empresario
- 3.9 La ética y el sentido de la vida
- 3.10 La conciencia moral como órgano de sentido
- 3.11 Los valores
- 3.12 Los valores morales
- 3.13 Principios morales
- 3.14 Hábitos morales o virtudes
- 3.15 Responsabilidad empresarial

Unidad 4

Estrategias de negocios y responsabilidad empresarial

- 4.1 Análisis de las variables asociadas al fenómeno del emprendimiento y la RSE
- 4.2 Variables correlacionadas en el emprendimiento
- 4.3 Perspectivas
- 4.4 Responsabilidad empresarial
- 4.5 La dimensión integral de la responsabilidad social empresarial
- 4.6 Líneas estratégicas
- 4.7 La responsabilidad social empresarial es conveniente
- 4.8 Los grupos de interés
- 4.9 Repercusiones positivas de una responsabilidad social empresarial congruente
- 4.10 Importancia para el negocio
- 4.11 La responsabilidad social y la calidad de vida en la empresa

Unidad I

INTRODUCCIÓN A LA SUSTENTABILIDAD.

I.1. Concepto de Sustentabilidad.

El término “sustentabilidad” sufrió diferentes transformaciones a lo largo del tiempo hasta llegar al concepto moderno basado en el desarrollo de los sistemas socioecológicos para lograr una nueva configuración en las tres dimensiones centrales del desarrollo sustentable: la económica, la social y la ambiental.

En el año 1962 la bióloga Rachel Carson escribe el libro “Primavera Silenciosa” (Silent Spring). En aquel, se detalla un escenario de un futuro silencioso sin los cantos de los pájaros y con otras terribles consecuencias si se continuaba con el proceso degradativo producido por la contaminación ambiental. Especialmente en aquella época estaba en pleno uso el pesticida conocido como DDT, el cual hizo estragos sobre la población del ave emblemática de los Estados Unidos, el águila calva. El libro fue una revolución en sí misma. Pronto se unieron diferentes voces y se comenzaron a formar asociaciones defendiendo los derechos por un ambiente sano y limpio. Así nació el movimiento ambientalista moderno de los años 60. Este movimiento tuvo un éxito tan rotundo que el Congreso de los Estados Unidos establece en el año 1970 la primer agencia gubernamental dedicada exclusivamente al cuidado del medio ambiente, la EPA (Environmental Protection Agency). Un hito fundamental en la historia del ambientalismo fue la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Ambiente Humano que se dio lugar en Estocolmo, Suecia en el año 1972. Lo más significativo de esta conferencia fue el hecho de que se sembraron las semillas de aquello que más tarde se reconocería como sustentabilidad. Durante esa conferencia no sólo se habló de la protección del medioambiente sino de algo mucho más amplio: la búsqueda de relaciones comunes entre aspectos ambientales y temas económicos relacionados con el capital, el crecimiento y el empleo. Uno de los tantos resultados de esta conferencia fue el desarrollo del Programa Ambiental de las Naciones Unidas (UNEP, United Nations Environmental Programme) donde se estableció una misión que luego se convirtió en una definición.

Ya más cercano a nuestro tiempo podríamos decir que el comienzo de la importancia del termino sustentabilidad cobra vida a partir de dos eventos de suma importancia. En el año

1983 las Naciones Unidas crean la Comisión Mundial de Ambiente y Desarrollo (WCED, World Comisión of Environment and Development) presidida por Gro Harlem Brundtland, primer ministro de Noruega en aquel momento. Uno de los resultados más significativos que salieron de los informes emitidos por esta comisión fue la de identificar por primera vez la importancia de evaluar cualquier acción o iniciativa desde tres enfoques: el económico, el ambiental y el social. Más tarde en el año 1992 se celebra en Río de Janeiro el Earth Summit donde se consolida la acción de las Naciones Unidas en relación con los conceptos relacionados con el medioambiente y el desarrollo sustentable. De dicha conferencia se acuerdan 27 principios relacionados con la Sustentabilidad que se materializan en un programa mundial conocido como Agenda 21. Luego de estas acciones concretas comenzó a explotar una conciencia global acerca de la importancia de esta temática y así se crearon decenas de consejos consultivos, organismos, asociaciones e investigaciones relacionadas con la sustentabilidad. Esta breve introducción histórica, fomentado principalmente por la inquietud del ser humano por proteger su entorno, su futuro y por ende a sí mismo, permitió que la sustentabilidad este ya en boca de todos. Sin embargo esta palabra se transformó para muchos en lo que se conoce como un buzzword: una palabra de moda que se utiliza más para impresionar que para explicar. También es una palabra que tiene un profundo significado para un pequeño número de personas y también es una palabra que significa muchas cosas para diferentes personas. Pero empecemos por el principio ¿qué se entiende por un proceso sostenible? Podemos en principio acordar que un sistema o proceso como sostenible de la siguiente manera, “Un proceso es sostenible cuando ha desarrollado la capacidad para producir indefinidamente a un ritmo en el cual no agota los recursos que utiliza y que necesita para funcionar y no produce mas contaminantes de los que puede absorber su entorno.” Esta es una definición generalmente aceptada desde la Biología y la Ecología. Ahora, una palabra clave dentro de esta definición es la relacionada con el concepto de ritmo ó intensidad. Veamos por qué. Un indicador clave en cualquier proceso en vías de crecimiento (el aumento cuantitativo de sus componentes) es cuando se produce un fenómeno conocido como crecimiento exponencial. Esto es importante. Cuando las condiciones ambientales son óptimas e ideales (baja resistencia ambiental) el crecimiento de las poblaciones tenderá a ser exponencial. Este tipo de crecimiento tiene la característica de duplicarse en intervalos de tiempo regulares, llegando a un punto donde

el proceso no puede crecer más. Este momento se debe a que agotó todos los recursos que necesita para seguir creciendo, y por ende tiene una caída abrupta ó desplome. A este tipo de fenómeno se lo considera insostenible. “El desarrollo sustentable hace referencia a la capacidad que haya desarrollado el sistema humano para satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras.”

1.2 Concepto sustentabilidad empresarial

Sostenibilidad en las empresas

Durante las últimas décadas se ha puesto de manifiesto que necesitamos un nuevo modelo económico que garantice un equilibrio más justo a nivel social y que tenga un impacto limitado sobre el medioambiente. Con la vista puesta en ese objetivo, la sostenibilidad empresarial se está convirtiendo en una prioridad en muchos planes de negocio de pequeñas y grandes empresas.

La definición de sostenibilidad empresarial hace referencia a aquellas empresas que crean valor económico, social y medioambiental a medio y largo plazo para contribuir al bienestar de las comunidades donde operan y de las generaciones futuras. Las empresas con un desarrollo sostenible no buscan exclusivamente la rentabilidad, sino que también se preocupan por proteger el medioambiente y realizar un reparto más equitativo de los recursos y las ganancias.

En un mercado donde los consumidores valoran cada vez más las prácticas y el compromiso de las marcas, las empresas con un desarrollo sostenible tienen una ventaja competitiva. Contar con una estrategia de sostenibilidad en la empresa también mejora la imagen de marca, atrae a más inversores a la larga aumenta la productividad ya que genera un mayor compromiso de los empleados y reduce los costos con medidas de ahorro y reutilización.

3 Estrategias de sostenibilidad de una empresa y ejemplos

1. Aplicar la economía circular. Este modelo de desarrollo propone reducir la entrada de componentes y reutilizar los que ya se encuentran en el mercado para consumir menos recursos naturales y producir menos residuos. Es precisamente lo que ha hecho Everlane, la marca de moda que ha lanzado ReNew, una línea de ropa realizada con plástico reciclado.
2. Utilizar fuentes de energía renovable. Además de ahorrar los recursos energéticos, las empresas sostenibles del futuro deben obtener su energía de fuentes renovables. Lego, por ejemplo, no solo está reduciendo el embalaje de sus juguetes, sino que también se ha propuesto trabajar con energía 100 % renovable y espera alcanzar la neutralidad de carbono en 2022.
3. Apostar por el comercio justo. Una empresa sostenible también se preocupa por el crecimiento y el bienestar de las comunidades donde opera, ya sea pagando salarios justos o mejorando directamente sus condiciones de vida. Starbucks, por ejemplo, se comprometió a abastecerse de café de manera ética y transparente en 2008 y en la actualidad todo su café proviene del comercio justo, una práctica acreditada por terceros.

1.3 Características de la organización del siglo XXI.

Al inicio del siglo XXI el mundo de las empresas se vio influenciado e involucrado por diversas corrientes que demandan un comportamiento que apela a su “responsabilidad” como un importante actor de la sociedad. Todos hacen referencia a su Responsabilidad Social, a un mejor manejo medioambiental, a su rol más activo con relación a las

comunidades que se encuentran en su contexto y que son afectadas de un modo u otro por sus actividades.

Empresa conjunta, coproducción, co-working... son algunas de las características que las empresas modernas están aplicando en su modo de gestión, dejando atrás prácticas antiguas con el propósito de prosperar ante una agitación económica. El contexto mundial ha cambiado y a las organizaciones no les queda de otra que adaptarse o morir.

En el siglo XX, la empresa soñaba con la autosuficiencia, que produjera sola y se impusiera al cliente. En el siglo XXI, es todo lo contrario. Para prosperar, el negocio debe trabajar en conjunto.

El progreso invisible pero muy real en la gestión y la organización le permite al productor ordenar partes o tareas específicas al tiempo que limita el riesgo de retraso o mala calidad.

Los avances más visibles en la tecnología de la información permiten a las empresas detectar clientes y proveedores en el otro lado del mundo o, a veces, justo al lado de ellos, pero previamente ignorados.

Los grupos grandes buscan cada vez más fuera de sus paredes innovaciones que ya no pueden generar internamente. Para pasar del producto al servicio, del servicio a la solución, de la solución a la experiencia, el productor debe cada vez ampliar el alcance de sus socios.

La revolución va más allá al anular todas las oposiciones que cruzan las organizaciones: arriba y abajo, dentro y fuera, pagando y gratis, capital y trabajo.

Aumento del cobot

Anteriormente se temía que el robot reemplazara al hombre y lo expulsara del campo productivo. En las fábricas más modernas, hay muchas máquinas que trabajan solas, pero también hay cada vez más que trabajan con operadores.

Ahora se impulsa el «cobot»; es decir, un dispositivo robótico que manipula objetos en colaboración con un operador humano. En la fábrica, el cobot le da al trabajador más

fuerza y más precisión. También le permite trabajar en un ambiente hostil y no es peligroso para él, a diferencia de otras máquinas.

Mayor cooperación

En contacto con el cliente, las empresas compiten. Pero aguas arriba, pueden trabajar juntas, no para establecer precios, sino para desarrollar un nuevo proceso, construir una plataforma, establecer un software estándar libre de diseño. Incluso si eso significa pelear una feroz batalla en igualdad de condiciones. Es «cooperación».

Impulso a la co-construcción

Se trata de la acción pública o social. Una acción llevada a cabo durante mucho tiempo desde arriba, en un enfoque de «arriba hacia abajo», pero cada vez más a menudo construida con aquellos a los que apunta, en «abajo hacia arriba».

Es el reconocimiento de lo obvio. Por ejemplo, la educación no puede limitarse a la acción de un maestro sobre un alumno. Depende de la relación que se establezca entre el alumno (y sus padres) y el profesor. También es el reconocimiento de un mundo cambiante donde todos deben estar más involucrados.

Importancia del co-working

No hay forma de trabajar solo... incluso cuando trabajas solo. Los espacios de trabajo conjunto o co-working comenzaron a surgir para compartir lugar, recursos, durante unas horas, unos días o años. Se aportan ideas, redes y proyectos.

Un auge de la economía colaborativa

Colaboración significa trabajar o arar juntos. La economía colaborativa es una construcción permanente donde todos contribuyen, pequeños o grandes, pagados o gratuitos. Ya no hay individuos pasivos.

La tecnología de la información desempeña un papel esencial, ya que permite organizar la reunión entre la oferta y la demanda a un nivel infinitamente mejor que las organizaciones convencionales.

Mayor codeterminación (o cogestión)

La información circula cada vez más en la empresa, con jerarquías acortadas y cortocircuitos multiplicados en forma de redes sociales. Esta fluidez es preciosa, tanto para hacer que la empresa sea más ágil como para involucrar más a los empleados.

El objetivo es volver a colocar a los empleados en el centro de los procesos de toma de decisiones en la empresa.

El principio de cooperativa

La palabra refleja bien las utopías del siglo XIX y describe lo que está en juego hoy. Cooperar es trabajar juntos (sin el concepto de castigo, presente en la palabra «colaboración»).

El concepto implica un mayor intercambio que la cogestión: ya no se relaciona solo con la información y el poder, sino también con el capital. Las viejas cooperativas a menudo han resultado en una gobernanza densa, incluso ineficaz. Pero para trabajar realmente «todos juntos», su idea de compartir radicalmente tiene un futuro brillante.

1.4 Necesidades de cambio de paradigma.

Los problemas de un mundo globalizado se ven cada día más afectados por dificultades a escala nunca vista. Las crisis en diferentes ámbitos de países en casi todas las regiones del mundo hacen pensar que nos encontramos en el inicio de grandes cambios en nuestro planeta. Dado que las circunstancias afectan cada vez más a la humanidad en ámbitos nunca vistos.

La creciente percepción de los problemas ambientales y sociales por parte de ciudadanos y gobiernos, las mayores exigencias de las legislaciones, las iniciativas globales, regionales y locales de promoción de la responsabilidad corporativa, las exigencias en materia ambiental y social por parte de las fuentes de financiamiento, el rol más dinámico de ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil y las nuevas preferencias por parte de los consumidores, en especial de los que cuentan con alto poder adquisitivo (CEPAL, 2003)

han impulsado al sector empresarial, en las últimas dos décadas, a cambiar el foco de los esfuerzos que asumían como su responsabilidad social. Este cambio en el foco impulsó la creación del denominado “Pacto Global”, el cual compromete de manera directa primero a las grandes empresas, a colaborar con su acción directa a disminuir la pobreza en las sociedades donde ejercen sus actividades y tienen un ámbito importante de externalidades e impactos negativos. En cuanto al resto de las empresas, el Pacto reconoce que las PYME son igualmente importantes por los impactos que generan y los convoca a contribuir de igual manera.

A pesar de la relevancia y dinámica social que estas empresas tienen en la economía, éste es un campo de estudio poco conocido, poco estudiado y que posee una gran importancia para cualquier economía latinoamericana; motivo por el cual resulta relevante conocerlas y apoyarlas en su desarrollo profesional introduciendo en el centro de su modelo de negocios la sostenibilidad.

Los principales movimientos sociales a nivel mundial han aportado concepciones fundamentales para la democratización y la sustentabilidad de nuestras sociedades en el marco de la globalización económica neoliberal. Entre ellos, algunos como el movimiento de mujeres, indígenas y ecologistas se han destacado por sus aportes conceptuales en el ámbito de la equidad de género, la autodeterminación y la sustentabilidad que sin duda constituyen elementos claves para una potencial convergencia paradigmática hacia “otro mundo posible”.

Muchos actores de estos movimientos, aunque no la totalidad de ellos, han posicionado sus reivindicaciones y propuestas en el marco del desarrollo, la acción política y los proyectos de convivencia y de sociedad.

Específicamente entre el movimiento feminista y ecologista, y entre el movimiento indígena y ecologista, se percibe un gran potencial de articulación tanto en sus fundamentos conceptuales como programáticos; sin embargo, si bien se ha avanzado en el diálogo y convergencia entre ecologistas e indígenas en la región sudamericana, no se ha iniciado en la región aún un intercambio sistemático que permita evidenciar y articular el potencial de convergencia entre ecologistas y feministas. El hecho de que parte

importante de los actores del movimiento ecologista sean mujeres, esta identidad de género no asegura una convergencia de paradigmas ni una articulación en las estrategias.

El marco de la sustentabilidad contempla componentes de enorme potencial ético y político para el fortalecimiento y articulación de las agrupaciones ciudadanas, tales como: la concepción de las personas -tanto hombres como mujeres- como sujetos de derecho; la coherencia entre las concepciones de lo público y lo privado en un marco de “bien común”; la coherencia entre la equidad y la democracia en los ámbitos de la convivencia social, entre los géneros y las generaciones, entre las culturas y los territorios. También aporta con una nueva crítica al paradigma patriarcal, autoritario en lo político, dominante en las concepciones de desarrollo, y tecnocrático en la concepción de futuro.

La reflexión, diálogo y debate sobre los principios que deben orientar el desarrollo de sociedades sustentables, es una tarea prioritaria en el actual contexto de globalización económica neoliberal. La traducción de estos principios en códigos de conducta y prácticas de gestión, económica, social, ambiental y política para los actores públicos y privados, es la forma de operativizar la sustentabilidad. Dicha operativización requiere alianzas y articulaciones de los actores, para confrontar a los actores del mercado obsesionados con el logro del crecimiento sostenido del PIB mediante mecanismos de sobreexplotación del patrimonio natural y la persistente externalización de los costos sociales y ambientales. Enfrentar el desafío de cambiar el curso del modelo imperante requiere articulación y consensos ideológicos y programáticos entre los diversos movimientos sociales. Para ello necesitamos explicitar los marcos ético-políticos de dichos movimientos. El presente texto pretende, desde la perspectiva ecologista, explicitar los principios del paradigma de la sustentabilidad, e identificar complementareidades con la perspectiva de género. Al mismo tiempo, explicitar los desafíos pendientes entre ambas perspectivas para articular su acción social y política, y para generar procesos de construcción de paradigmas alternativos al modelo de desarrollo vigente.

1.5 La responsabilidad social y la sustentabilidad en la empresa

Tradicionalmente la responsabilidad corporativa se centraba en actividades caritativas o filantrópicas, que si bien premiaban a la compañía con una mejor imagen y reputación, no daban respuesta a las crecientes expectativas de una nueva sociedad (Samuelson, 1985), la cual comenzaba a premiar a los comportamientos corporativos deseables con acceso a mercados de alto poder adquisitivo o a sus cadenas de suministro, con el acceso a fuentes de financiamiento, la reducción de riesgos de imagen, reputación y operación, licencia para operar y con la preferencia por parte de los consumidores (Universidad Externado de Colombia - Red del Pacto Global Colombia, 2015), convirtiendo a la responsabilidad corporativa en un compromiso estratégico para contribuir de manera premeditada con el desarrollo sostenible y a desarrollar un negocio exitoso sin afectar a sus diferentes grupos de interés.

Estas presiones, tanto del mercado como del entorno y sus restricciones e incentivos, hicieron de la responsabilidad corporativa una importante herramienta de gestión que en los últimos años ha sido ampliamente extendida en el sector productivo, especialmente entre las grandes empresas, como lo muestra el estudio de KPMG en 2017, donde el 93% de las 100 empresas más grandes por ingresos en 49 países incluyen a la sostenibilidad corporativa como parte de su estrategia corporativa, en el caso de América Latina esta cifra se reduce a 81% (KPMG International Corporate, 2017).

Para el mundo de los negocios, la responsabilidad social empresarial (RSE) es un aspecto relativamente moderno, que surgió en el comienzo del proceso de la transformación digital.

No fue hasta la última década del pasado milenio que este concepto empezó a cobrar fuerza, incorporándose a la cultura organizacional de muchas compañías.

De acuerdo a Gestiopolis.com, un portal especializado en negocios, la llegada de la globalización, el desarrollo de la conciencia ecológica, las mayores exigencias de los usuarios y las nuevas tecnologías fueron algunos de los factores que incentivaron el auge de la RSE.

De esa manera llegamos a la realidad de hoy, en la que muchas organizaciones, de diferentes tamaños y sectores, se preocupan por ser una empresa socialmente responsable.

Si hablamos de la responsabilidad social es sí, podemos definirla como el compromiso y las obligaciones que asumen los miembros de una comunidad entre ellos y, también, ante el resto de la comunidad como conjunto.

Lógicamente, al trasladarlo al terreno empresarial, el significado es el mismo, simplemente que esta carga o compromiso es desempeñado, de manera voluntaria, por organizaciones corporativas.

De alguna manera, esto hace que las compañías vayan un paso más allá y no solo beneficien a su entorno a través de la generación puestos de empleo y la ampliación la oferta de productos y servicios.

Al tomar en cuenta la responsabilidad social empresarial, las organizaciones impactan de manera directa e inmediata la vida de los ciudadanos y las comunidades a través de programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y muchas otras causas sociales.

Además, la RSE también es una filosofía que se incorpora a la visión de negocios, basándola en el respeto, los valores éticos, el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad en general.

Al enfocarnos en la importancia de aplicar la responsabilidad social empresarial, tenemos que clasificar sus beneficios en dos grupos: los que favorecen de manera directa a las compañías y los que mejoran el entorno.

Recuerda que la RSE parte de la visión del negocio, lo que hace que forme parte de la cultura organizacional. De esa forma los trabajadores se desarrollan en un ambiente amigable y en el que trascienden los valores, la ética, el respeto y la tolerancia.

Todo esto contribuye con que el clima organizacional sea óptimo, generando empleados identificados con la empresa y comprometidos con sus proyectos y objetivos.

Otra de las características de una empresa socialmente responsable (ESR) es que es mucho menos propensa a enfrentar daños de imagen, críticas y desaprobación de los consumidores y mercados.

Asimismo, es muy poco probable que enfrente multas y otras sanciones gubernamentales debido al incumplimiento de determinadas normas o leyes.

A su vez, esto hace que resulte mucho menos riesgoso invertir capital en este tipo de organizaciones, pues tienen la potencialidad de perdurar en el tiempo y operar de forma estable.

1.6 La responsabilidad social y la sustentabilidad en las Pyme

La responsabilidad corporativa no ha tenido la misma acogida en el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas; de una muestra de 262 PYME en América Latina, solo el 66% incluyen la sostenibilidad en su estrategia central y de éstas solo el 19% utilizan mecanismos de rendición de cuentas (PwC, 2016), además, de acuerdo con el Pacto Global de las Naciones Unidas, en su informe de 2013, que aunque celebra el avance en la implementación de prácticas de sostenibilidad corporativa en pyme, considera que aún hay un largo camino por recorrer (Global Corporate Sustainability Report 2013, 2013), haciendo evidente las brechas asociadas a la sostenibilidad corporativa entre grandes compañías y PYME, poniendo en desventaja a estas últimas, debido a las exigencias del entorno y del mercado.

Las desventajas de las PYME en un entorno cada vez más exigente contrastan con la importancia estratégica que estas empresas tienen para el desarrollo de una nación y con la escasa información con la que de ellas se cuenta.

Dentro de las contribuciones de estas empresas se destaca su aporte al desarrollo económico y al crecimiento de las regiones, ya que promueven la equidad y el balance en el crecimiento de la distribución económica (Morsing & F, 2009), aunque existen limitaciones que impiden su expansión, tales como la informalidad, falta de acceso a las fuentes de financiamiento y tecnología (Cohen & Baralla, 2012), su aporte es significativo.

En el caso particular de América Latina y el Caribe, las PYME representan el 90% del total de las unidades productivas, generan una contribución media al PIB de aproximadamente 45% y en promedio generan el 75% del empleo total, a diferencia de las grandes empresas que no alcanzan a generar el 20% de los puestos de trabajo (Organización Internacional del Trabajo - OIT, 2015).

Pese a la importancia estratégica de las PYME, la información con la que se cuenta es escasa y en el caso de sus avances en torno a la sostenibilidad corporativa es mucho mayor: de los 53.415 artículos sobre sostenibilidad corporativa o responsabilidad social corporativa que se encuentran en bases de datos, como Proquest, Banco Interamericano de Desarrollo, Open Knowledge Repository, Blibat y Emerald Insight, solo 3.393 por ciento se refieren a empresas micro, pequeñas y medianas, y tan solo 47 hacen referencia a las PYME en la región latinoamericana.

El tema del desarrollo sostenible en los negocios ha tomado importancia últimamente en el contexto mundial. Actualmente muchos países están amparados a criterios comerciales relacionados con la sostenibilidad y las prácticas amigables con el ambiente. Esto implica que quienes fomenten y desarrollen dichas prácticas pueden lograr un trato preferencial, diferenciado, en el momento de hacer negocios. La sostenibilidad tiene como objetivo asegurar el éxito de los negocios en el largo plazo por medio de procesos de desarrollo económico, social y ambiental.

Respecto al tema del ambiente, se han hecho esfuerzos de nivel mundial por comprometer a los países y a sus empresas en proteger y realizar prácticas amigables con el ambiente. Dentro de estos esfuerzos destaca el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el cual propone tres principios fundamentales relacionados con la forma de hacer negocios, entre ellos: favorecer el cuidado del ambiente, adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental, y alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el ambiente. (Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 2007, p. 4).

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es catalogado como la mayor iniciativa de sostenibilidad empresarial en el nivel mundial, dado que ofrece a las empresas una plataforma integral que les permite alinear sus operaciones y cadenas de valor con

objetivos sociales y de sostenibilidad más amplios. La iniciativa cuenta con más de 8.000 participantes, 55% de ellos pymes. Colabora con organismos de las Naciones Unidas, como el Centro de Comercio Internacional y la Organización de la ONU para el Desarrollo Industrial (ONUDI), a fin de incorporar a las pymes en el mundo de la sostenibilidad.

Muchas de las iniciativas relacionadas con el desarrollo de las pymes, entre ellas el financiamiento, la capacitación y la mejora continua, dejan de lado el tema del desarrollo sostenible, a pesar de que este puede ser una de las claves para la auténtica competitividad y persistencia en el mercado. En relación con las iniciativas se ha avanzado considerablemente en materia de formación, asesoramiento e inyección de capital; pero no se ha priorizado en inculcar culturas empresariales arraigadas a una visión de desarrollo sostenible desde el principio, a fin de dar sostenibilidad en el largo plazo y dejar una estructura que pueda defenderse ante las exigencias mundiales marcadas por el tema de la globalización.

Bajo esa perspectiva, cabe mencionar que la sostenibilidad debe tratarse tanto en lo interno como en lo externo. Externamente le compete al gobierno velar por promocionar y desarrollar campañas de desarrollo sostenible; pero en lo interno se trata de un proceso de gestión empresarial que ha de entenderse como de responsabilidad social corporativa. No obstante, aún es frecuente encontrarse con empresas que se preocupan por la productividad, la calidad, la seguridad y el ambiente de forma aislada. (Fernández, 2006, p. 19). De este modo, es evidente que se necesita incentivar en las pymes la gestión práctica del desarrollo sostenible. Para ello se deben fortalecer los programas de atención, apoyo gubernamental e institucional y desarrollo de capacidades que mantengan la sostenibilidad en el largo plazo; pero, además, se deben promocionar acciones en lo interno de la empresa que fortalezcan dicho desarrollo.

Los resultados de las acciones que la empresa desarrolla responsablemente internamente tienen impacto directo en la sociedad, el ambiente y la economía; por tanto, tener conocimiento de dichas acciones y de su interacción con el entorno permite relacionar a la empresa con procesos sostenibles o no sostenibles.

1.7 Modelo pentadimensional de sustentabilidad empresarial (MOPSE).

La sustentabilidad empresarial es un paradigma que cada día cobra mayor interés en la teoría administrativa, un modelo de sustentabilidad empresarial, que surge de la necesidad percibida de generar modelos que favorezcan la permanencia de las pequeñas y medianas empresas en un contexto en el que alrededor del 65% mueren durante sus primeros dos años de operación. Dicho modelo consta de cinco diferentes dimensiones, las cuales se abordan desde un punto de vista teórico, y que al ser gestionadas de modo procesal brindan elementos que favorecen a la permanencia de la empresa en el mercado. Se presentan las dimensiones que lo conforman, los atributos teóricos y algunas de las implicaciones que este modelo tendría a nivel operativo.

La “sustentabilidad empresarial” es un nuevo paradigma en la gestión de las empresas. Es una alternativa al modelo de crecimiento tradicional y de maximización de la rentabilidad (Wilson, 2003). Algunas veces se utiliza este término en conjunto y como sinónimo de otros tales como desarrollo sustentable (DS) y responsabilidad social empresarial (RSE). Sin embargo, ninguno de estos dos conceptos define por sí sola a la sustentabilidad empresarial, sino que es la mezcla de ambos lo que logra formular una nueva tendencia en las empresas (Portales, Garcia-de-la-Torre, 2009). Esta convergencia se percibe en las definiciones que son aceptadas a nivel internacional de cada una de los conceptos y que se consolidaron con el paso del tiempo. Sin embargo siempre queda a discusión la posibilidad de otras definiciones en función del autor que las utilice, estova de la mano con la ambigüedad, que tanto uno como otro concepto han ido presentado (Ebner y Baumgartner, 2006). Con el paso del tiempo y la necesidad de que cada una de las empresas fuera integrando en su gestión, nuevos aspectos de la sociedad, surgen las características de una “empresa sustentable”: armonización, unión de objetivos sociales y medioambientales, gestión orientada a los requerimientos de los grupos de interés (Tschandl y Zingsheim, 2004). De este modo, se puede decir que la sustentabilidad empresarial alberga todos los aspectos de RSE y los objetivos que se tienen a nivel social y ambiental para la contribución que las empresas tienen al desarrollo sustentable. El objetivo de este artículo es presentar un modelo de gestión, a nivel teórico, en el cual se

incluya de forma articulada y sistemática las diferentes aportaciones teóricas que se han realizado en relación a los conceptos de RSE y DS enfocados a la empresa. Portales y García-de-la-Torre (2009). La formulación de este tipo de modelos de gestión que apunten a la generación de mecanismos que favorezcan a la permanencia de las empresas en el tiempo, es relevante en un contexto como el mexicano en el que cerca del 65% de las empresas desaparece en sus dos primeros años(Gómez, 2006:76).

Por estas razones, el propósito de este estudio es identificar la situación en términos de sostenibilidad corporativa en las micro, pequeñas y medianas empresas de la región de América Latina y el Caribe, bajo el Modelo Pentadimensional de Sustentabilidad Empresarial desarrollado por Portales et al. (2009) en el marco de la cátedra de Investigación, Humanismo y Gestión del Tecnológico de Monterrey, con los siguientes objetivos:

1. Identificar la capacidad de gestión y cumplimiento de las metas organizacionales.
2. Reconocer la capacidad para generar valor a clientes y/o consumidores.
3. Establecer el nivel de relacionamiento con los diferentes grupos de interés o Stakeholders.
4. Examinar los mecanismos para la gestión, identificación y mitigación de los impactos.
5. Conocer sobre las prácticas de transparencia en el manejo de la información y los esquemas de rendición de cuentas.

1.8 Construcción del modelo.

A continuación, se presenta un esquema de análisis, que parte de identificar las características que una empresa tiene que incorporar en su modelo de negocio para lograr un nivel óptimo de sustentabilidad.

Una gestión basada en la ética global, la consideración de las relaciones internas y externas, buscando que éstas sean benéficas para todos y que generen el menor impacto negativo en la comunidad global (Vallaey, 2008).

Al mismo tiempo, el esquema de análisis servirá de brújula en la definición de aquellas dimensiones que servirán para evaluar la sustentabilidad de las empresas mexicanas.

La literatura sobre sustentabilidad y responsabilidad social con antecedentes desde 1950, representa el soporte teórico del cual se derivan las cinco dimensiones, planteadas con el fin de desarrollar de modo sistémico, desde el interior de la empresa hacia el exterior de la misma.

Estas dimensiones, se incorporan desde la perspectiva de proceso, es decir desde la gestión de la empresa “definida como gestión global”, su competitividad, análisis de sus relaciones e impactos al interior y exterior, hasta la transparencia y rendición de cuentas que la empresa presenta diferentes grupos de interés. Pasa por la variable tiempo que marca la sustentabilidad empresarial esperada.

El modelo de desarrollo sostenible, definido a partir del concepto de sustentabilidad de los sistemas productivos, se centra en el objetivo de satisfacer las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para compensar las propias. En este sentido, la urgencia de transitar de un paradigma racional que privilegió durante décadas el control y uso eficiente de la naturaleza, hacia otro más congruente con el sentido de supervivencia y continuidad de la especie humana, obliga a replantear el papel educativo de los institutos y universidades, repensando la educación superior desde los planos conceptuales, metodológicos y de valores, buscando alcanzar una verdadera transformación cultural, que se signifique por trascender el habitual discurso ecologista oficial. Para ello es imperante establecer un sistema transversal de enseñanza y aprendizaje, que permita orientar las formas de actuación social (patrones de consumo, relaciones solidarias, valores universales, entre otros), abandonando el sistema lineal tradicional.

Modificar los patrones culturales, redundará en mayores beneficios a mediano y largo plazo, superando los programas activistas centrados en acciones sitiadas y por tanto descontextualizadas (sembrar un árbol, recoger basura, pintar letreros, repartir panfletos, entre otras). Bajo estos referentes es indispensable estructurar propuestas curriculares orientadas a responder a los diversos entornos ecológicos, políticos y sociales, no sólo económicos, en clara empatía con las necesidades específicas de los grupos ahí presentes. En este aspecto, se debe privilegiar la regionalización sobre la propia globalización, dando cabida a un enfoque centrado en los micro o subsistemas imperantes. Este planteamiento no significa retroceso, sino adecuación, ya que se trata de impulsar nuevas y renovadas formas de pensamiento; de aquí la importancia de promover en la formación científico-tecnológica propuestas holistas con enfoques constructivistas, particularmente en áreas como agronomía, biología y ecología, llevando a los estudiantes a definir problemas y soluciones dentro de determinados parámetros espacio-temporales.

1.9 Dimensión de gestión global

La sostenibilidad no se alcanza teniendo en cuenta un solo factor. Es necesario abordar el desarrollo sostenible teniendo en cuenta todas sus dimensiones y toda su complejidad. En una organización, no solamente un departamento será suficiente para alcanzar la sostenibilidad, sino que se requiere la colaboración de todas las partes que la integran. En este artículo vamos a ver las principales dimensiones del desarrollo sostenible y su importancia para la puesta en marcha de proyectos de energías renovables.

En la actualidad se han detallado un total de nueve dimensiones que son las que, conjuntamente, logran que una empresa pueda tener un crecimiento sostenible. Todas ellas están interrelacionadas y se complementan entre sí.

La dimensión sistémica: Trata de las relaciones que se establecen con otras empresas o instituciones. La visión del mundo interrelacionada entre todos sus elementos es clave para llegar a un desarrollo sostenible en el tiempo.

Dimensión global: Significa que cualquier programa de desarrollo sostenible debe entenderse desde la globalidad, ya que puede afectar a cualquier aspecto o elemento de la vida en comunidad.

Uno de los aspectos más importantes del esquema de análisis de las empresas sustentables es la Gestión Global, que, junto con un liderazgo significativo, es el elemento detonador de todo lo que suceda en la organización.

Este aspecto importante se vincula con el conocimiento del modelo de negocios que decidió tener la empresa (Martí, 2008), el cual será necesario esté sustentado en una ética de tercera generación (global) (Vallaey, 2008) donde no solo se consideren aspectos que beneficien a la empresa y sus grupos de interés más cercanos, sino que además se preocupe por los impactos que genera en el entorno, y busque través de la investigación y desarrollo, la innovación que va a minimizar sus impactos en el entorno, en caso de que estos fueran negativos.

Este tipo de ética se ha denominado como ética de tercera generación porque busca que las relaciones y el control de los impactos se den de una manera sistémica y global, es decir sin pensar únicamente en lo local sino en el mundo en general (Vallaey, 2008).

La ética de tercera generación recibe su nombre, porque se considera que existen tres tipos de ética: la personal, la social y la global. La personal, es la motivación de la acción, y se basa en el principio del bien y el mal, cuestiones de bondad” realizar acciones por hacer el bien”, pero esta visión está limitada únicamente a un ámbito personal y son acciones que en la mayoría de los casos involucra a los grupos más allegados.

En la ética social se realizan acciones por un sentido de justicia, la defensa de los derechos humanos, en donde todos tenemos derecho de tener las mismas oportunidades, está enfocada hacia las relaciones de índole social exclusivamente con los demás grupos de interés (Vallaey, 2008).

Finalmente la ética global o de tercera generación considera e incluye en su perspectiva, un aspecto de la realidad y su complejidad.

Donde se toman en cuenta las relaciones que existen de forma sistémica a nivel global, y no solamente se realizan las acciones por ser bueno o por justicia, sino que se es consciente del impacto que se realice en cualquier grupo afectan las acciones que la empresa realiza. Conocer e incorporar los requerimientos de los grupos de interés en el diseño de estrategias supone una mejor implementación de las mismas. El modelo de negocios que se propone aquí al estar permeado por una ética global, que suma los requerimientos de los grupos de interés garantiza ser un modelo sustentable.

I.10 Dimensión de competitividad

La segunda dimensión del modelo se centra en la competitividad, un concepto que no atañe exclusivamente a las naciones o a los sectores empresariales de modo aislado, sino más bien como un concepto activo donde ambos niveles se ven beneficiados con el crecimiento y la productividad del otro.

A nivel nacional “su principal meta es producir una alta y creciente calidad de vida para sus ciudadanos. La capacidad de conseguirlo depende no de la amorfa noción de competitividad sino de la productividad con la que se leen los recursos de la nación – trabajo y capital—”(Porter, 1990).

Es por esto que “la competitividad de un país es definida como la capacidad que tiene de crear valor agregado. y consecuentemente incrementar la riqueza nacional mediante la gestión de sus activos y procesos, su atractividad y agresividad, su globalidad y proximidad, y a través de la integración de esas interrelaciones en un modelo económico y social” (Internacional Institute for Management Development, 2009).

Por otro lado, para que la competitividad se logre, se requiere de su consideración en función de su capacidad de lograr y mantener una participación en la oferta de bienes y

servicios en un mercado determinado, por tanto es un concepto que cobra vida solo con referencia a un sector industrial en particular (Batres y García-Calderón, 2006).

Así pues, el país solo puede ser competitivo en un campo específico y no en su conjunto, pues el desarrollo se ejecuta mediante la fuerza creciente de las cadenas productivas y el vigor de la empresa que las constituye. Esto significa que “una política económica orientada al desarrollo es la que fomenta la competitividad de clase internacional en las cadenas productivas y sus empresas, en especial en los campos de enfoque en los que el crecimiento puede multiplicarse”. (Batres y García-Calderón, 2006).

De este modo es posible definir a la competitividad como la capacidad de aportar de forma permanente mayor valor a la economía con el fin de generar un bienestar tanto presente como futuro, a través del mejoramiento de los niveles y la calidad de vida, basados en la innovación y el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles que den un valor agregado a los productos y servicios generados por la empresa. Este concepto es concebido desde un enfoque sistémico de interdependencia y coherencia con la mejora de la productividad, protección del ecosistema.

1.11 Definición de sostenibilidad

La sostenibilidad se rige bajo el principio de asegurar las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras, siempre sin renunciar a la protección del medioambiente, el crecimiento económico y el desarrollo social. La emergencia climática nos obliga como consumidores a replantear los hábitos de vida y urge a empresas e instituciones a cambiar su propósito hacía una economía no lineal e inclusiva que tenga en cuenta lo social y lo ambiental.

A partir de la llamada primera Revolución Industrial, que tuvo lugar a mediados del siglo XVIII, se produjeron transformaciones extraordinarias y sin precedentes en los ámbitos social, tecnológico y económico, que marcaron indeleblemente la subsistencia del hombre.

Los ecosistemas de los que éste dependía comenzaron a ser explotados desmesuradamente, y la relación directa que guardaba el hombre con el campo, o el medio rural, se fue desvaneciendo gradualmente hasta que la ciudad se convirtió en el objetivo principal para buscar oportunidades. La persecución del crecimiento económico, la innovación tecnológica y la producción de novedosos materiales, que facilitaban la vida diaria de las personas, detonaron el crecimiento acelerado de la población y, con ello, la migración de miles de pobladores del campo hacia la ciudad, en donde rápidamente se concentraron los nuevos núcleos de trabajo. El modelo de desarrollo que entonces se suscitó, se sobreentendía por la explotación inmensurable de los recursos con fines únicamente de crecimiento económico.

La sostenibilidad se refiere a la característica del desarrollo que comprende la satisfacción de las necesidades de las generaciones actuales, sin comprometer la capacidad de la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras (Muiner, 2005).

Aunque desde la Antigüedad ha sido una idea conocida por numerosas comunidades indígenas del mundo, el concepto que hoy conocemos como sostenibilidad tiene relativamente poco tiempo de haber sido definido y establecido en las agendas del mundo, para la preservación del medio natural.

Surge a finales de la década de los ochentas, con el término en inglés sustainable development, el cual fue traducido en Europa como sostenible y en América Latina como sustentable. Sin embargo, aunque frecuentemente ambos conceptos son utilizados como sinónimos, los estudiosos del tema debaten sobre la diferencia entre un término y otro.

Jefe Seattle (1860) se convirtió en un modelo a seguir del movimiento ecologista, después de que el guionista Ted Perry lo pusiera en una de sus películas como un visionario ecologista que hablaba sobre el conocimiento de su gente sobre el funcionamiento de la naturaleza.

La Revolución Industrial trajo consigo una gran cantidad de inventos que dieron origen a las patentes. Quizás el más destacado fue la máquina de vapor, perfeccionada por el británico James Watt, cuya utilización inició siendo casi exclusiva para la explotación del carbón y que, más tarde, se propagó por el resto de Europa y Estados Unidos para la industria textil; siendo Inglaterra y Alemania los principales exponentes de la época. En pocos años, el uso de la máquina de vapor derivó en el diseño de otros motores de combustión interna que funcionaban mediante la quema de otros combustibles fósiles y derivados del petróleo.

La producción de alimentos para sostener a la superpoblación, que se multiplicaba vertiginosamente en aquel periodo, debía entonces acelerar su ritmo. Se dio inicio a la búsqueda de alternativas y medidas que permitieran que la producción de los campos de cultivo tuviera mayor rendimiento.

La industrialización y los avances tecnocientíficos, que se desarrollaron durante los siglos XVIII y XIX, facilitaron la vida de muchas personas y aseguraron la subsistencia de millones. Entre los inventos o patentes más importantes se encuentran: la máquina vapor de Watt (1769), el telar mecánico de E. Cartwright (1785), la prensa litográfica de Senefelder (1796), la pila eléctrica de Volta (1800), la locomotora de Stephenson (1814) y la turbina hidráulica de Fourneyron (1827).

I.12 Dimensiones de la sostenibilidad

Hasta ahora, el desarrollo y crecimiento económico se ha venido haciendo a costa de los recursos naturales y, en muchos países, por encima también del desarrollo social.

La pobreza, la falta de oportunidades educativas y la poca atención sanitaria que se ofrece a la población, son algunos de los problemas que se busca erradicar.

El desarrollo sostenible establece que el hombre debe actuar entendiendo que es parte de un sistema en el que cada uno de sus elementos (hombre, naturaleza y economía) tienen una función fundamental dentro del mismo. Es decir, que los factores económicos, sociales y ambientales deberán desarrollarse en paralelo y de manera integrada para que

pueda alcanzarse la sostenibilidad. El primero de ellos, enfocado en analizar la forma en que se establecen los costos de los bienes y de tomar las medidas necesarias para mejorar el crecimiento económico, a corto y a largo plazo; el segundo, referente a la distribución equitativa de los recursos para satisfacer las necesidades de la sociedad ahora y en un futuro; y el último, encargado de atender el manejo responsable de los recursos naturales.

La diferencia entre este modelo de desarrollo y otros, es que no sólo se trata de crecimiento y de un mercado como sistema aislado, sino que integra tanto límites naturales como las necesidades sociales, de tal forma que se genera un crecimiento racional, no desmesurado, utilizando únicamente los recursos que se necesitan para satisfacer necesidades.

De la articulación de estos tres factores se derivan las tres dimensiones de la sostenibilidad: lo equitativo, lo viable y lo soportable. Estas condiciones son definidas a partir de la correlación que existe entre los distintos factores, y resulta indispensable distinguirlas, a fin de entender si la actividad o estrategia de desarrollo es o no idónea para satisfacer las necesidades actuales, sin comprometer las posibilidades de futuras generaciones.

Con la crisis ambiental de las últimas décadas surge la imagen directriz del desarrollo sostenible o la sostenibilidad con sus dimensiones ecológica, económica y social. Desde el punto de vista ecológico algunas características y procesos son fundamentales para el análisis: la característica sistémica y la complejidad de los ecosistemas, el mito del equilibrio ecológico estable, las características de resiliencia e irreversibilidad, la sostenibilidad intrínseca de los ecosistemas, y el fenómeno de la concentración y dispersión regional y global de recursos y residuos. El paradigma de la sostenibilidad se puede agrupar en tres modelos de interpretación:

(1) bajo una visión analítica, (2) bajo una visión holística y (3) un modelo normativo. El primer acercamiento resulta del principio del manejo racional de los recursos con sus respectivos indicadores de causa-estado-efecto-reacción.

La visión holística, por la incertidumbre intrínseca de los ecosistemas, llega al principio de la precaución en el manejo de los recursos, definiendo indicadores como la capacidad de carga del sistema. El modelo normativo trata de definir objetivos e indicadores en una situación compleja a través de un proceso de consenso por parte de los afectados e

interesados. Es posible identificar senderos de la insostenibilidad y la sostenibilidad. Las ciencias proveen instrumentos de monitoreo, pero al final, por la normatividad del concepto, la sostenibilidad es un objetivo de políticas y cae dentro de una ética de responsabilidad.

El desarrollo de una sociedad en general puede ser conceptualizado como un proceso en el cual el conjunto de las opciones u oportunidades se incrementan para los individuos y la colectividad. El desarrollo sostenible busca, en el nombre de futuras generaciones, la compatibilidad ambiental y el desarrollo equitativo ante los procesos económicos globales. La tecnología es el medio de intervención del ser humano en los sistemas naturales y ambientales. El ser humano define los recursos en el proceso productivo y transforma con éste el paisaje. Los paisajes, en general agro-paisajes, reflejan la intervención humana en el pasado, tal como las actuales intervenciones van a reflejarse en el paisaje del futuro. Las intervenciones se ven influenciadas por la percepción cultural, ideas y preferencias de los actores actuales, quienes interactúan en estructuras sociales y las implementan afectando y transformando las condiciones ecológicas de un paisaje.

Antes de discutir las implicaciones de los distintos modelos de acercamiento a la sostenibilidad, sería necesario formular algunas ideas principales acerca de las leyes y procesos fundamentales que rigen los ecosistemas. Consideraremos el carácter sistémico del ambiente ecológico incluyendo las formas de vida como el ambiente físico. La teoría de sistema y de jerarquía permite un análisis más estructurado y la definición de algunos parámetros y reglas de sostenibilidad, que serán discutidas más adelante.

Unidad 2

La RSE una nueva forma de gestión

2.1 Contexto, antecedentes, significado y justificación de la RSE

Dentro del actual contexto globalizado mundial, las empresas han cobrado especial relevancia, no sólo económica sino también política, y se han convertido en actores protagónicos en el escenario mundial. Los grandes niveles de ventas y utilidades, la explotación y uso de los recursos naturales, el rol que juegan en sectores

estratégicos de la economía y la consiguiente influencia en el ámbito público; entre otros factores, denotan la relevancia que han adquirido.

Sin embargo, este escenario no ha estado exento de controversias, reclamos y exigencias, ya que la generación de riqueza que se logra a través de las organizaciones ha significado, por lo general, una mayor polarización y un aumento de la pobreza y de las desigualdades sociales. Por otro lado, también la conducta ética de las empresas ha sido puesta en entredicho por los escándalos contables, la corrupción y el cohecho, por la violación a los derechos humanos y laborales, así como por el deterioro y la contaminación ambiental (Greaves, 2006).

De aquí que diversos organismos inter- nacionales hayan propuesto lineamientos, normas o directrices para reg Dentro del actual contexto globalizado mundial, las empresas han cobrado es- pecial relevancia, no sólo económica sino también política, y se han convertido en actores protagónicos en el escenario mundial. Los grandes niveles de ventas y utilidades, la explotación y uso de los recursos naturales, el rol que juegan en sectores estratégicos de la economía y la consiguiente influencia en el ámbito público; entre otros factores, denotan la relevancia que han adquirido.

En este sentido, la nueva actitud de los grupos de interés frente a la actividad empresarial se tradujo en mayores exigencias para que las empresas operen según códigos y estándares de comportamiento responsable. Las empresas, por su parte, comenzaron a percatarse de que la puesta en marcha de políticas y acciones de Responsabilidad Social Corporativa constituye una fuente de beneficios en términos de reputación e imagen corporativa, la cual, a su vez reduce el riesgo de la oposición pública contra sus operaciones, ayuda a conservar a los clientes y facilita el ingreso a nuevos mercados con mayores exigencias (Correa , Flynn, & Amit, 2004).

Ante este escenario se hace importante ubicarse en el contexto de la evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial para entender e identificar qué sucede frente al tema en la actualidad.

Es probablemente Aristóteles el autor que con mayor intensidad ha destacado en las páginas de *La Política* que la participación en los asuntos públicos constituye un deber ético ineludible y un elemento integrante de nuestro desarrollo personal. En otras palabras, la contribución al bien común y a la construcción de una sociedad más cohesionada, justa y solidaria es una obligación moral para todas las personas y no sólo para aquellas que se ocupan profesionalmente de la gestión de los asuntos públicos.

En la medida en que las personas morales se encuentran integradas en último término por personas físicas o son dirigidas por éstas, parece razonable que también a las personas morales se extiendan las obligaciones éticas formuladas para los individuos. De hecho, la creciente importancia social adquirida por las organizaciones y corporaciones a lo largo del siglo XX ha provocado que se les atribuyan buena parte de los derechos y deberes de las personas físicas (Jauregui, Martínez-Pujalte, & Torme, 2011).

Para cumplir con este deber ético, en las empresas debe quedar bien claro que la ética es un tipo de saber de los que pretenden orientar la acción humana en el sentido racional, es decir, su objetivo es que obremos racionalmente.

La ética es esencialmente un saber para actuar de modo racional en el conjunto de la vida (Cortina, 1994).

A lo largo de la historia y aún hoy, se han presentado diversas fuentes de los criterios morales: la tradición, la religión y la ideología; entre otros. Desde un punto de vista particular, se puede afirmar que la fuente de los criterios morales habrá de buscarse en el uso propio de la razón, es decir, pensando en serio y con rigor es posible descubrir criterios y argumentos para orientar nuestras decisiones.

También de dicha afirmación se pueden extraer dos conclusiones muy importantes: La primera es que en cuestiones éticas, —no todo vale ni —cualquier argumento, idea u opinión serán correctos, habrán de pasar el examen de la razón. Como

afirma Scanlon (2003), citado por Raufflet, Lozano, Barrera, & García (2012), cuando se piensa que algo debe ser así, estamos asegurando que tenemos buenas razones y buenos argumentos para sostener que eso debe ser así.

La segunda conclusión es que la ética es subjetiva. Rigurosamente hablando, no es cierto. La ética es intersubjetiva, es decir, no es algo objetivo y externo a la persona. Tampoco es cierto que cada uno posea su ética; más bien, nuestros criterios y valores morales son aprendidos en cierto contexto y en relación con otras personas, por lo que aun cuando llegamos a interiorizarlos y asumirlos como propios, no son solo nuestros. Lo anterior significa que la ética no es relativa, que no da igual cualquier cosa, sino que hay criterios racionales y argumentos apropiados para dilucidar qué modo de actuación es más correcto que otro y los principios universales son los que nos ayudan a responder a dicha cuestión.

2.2 Marco conceptual e institucional de la RSE

Se ha consolidado en cuatro áreas el alcance de la RSE, no se considera un grupo adicional el campo legal, por cuanto está contenido en los diferentes puntos de los tres rubros señalados, así como ejemplo, el cumplimiento a las leyes que velan por el medio ambiente, la relación laboral, derechos del consumidor, tributación, entre otras:

Área Laboral: Esta área se enmarca en el cumplimiento de normas de acuerdo a códigos y principios conductuales de la Organización Internacional del Trabajo.

- a. Condiciones de empleo
- b. Relaciones laborales
- c. Seguridad y salud ocupacional

d. Códigos internos

e. Leyes Laborales

Área económica: Se relaciona en esta área todas las inversiones de la empresa, donde priven principios y criterios éticos, el pago de impuestos, manejo transparente de cuentas hacia los accionistas y grupos interesados como el fisco.

Área Social: Se incluye en esta área, acciones encaminadas al equilibrio que debe haber entre el beneficio de las empresas – económico, de ubicación, de explotación etc.-, en la comunidad donde opera, y la retribución respetuosa que ésta haga a tal comunidad, esto es en su medio ambiente, espacios sociales, valores de la comunidad, procurando impacto positivo en sus alrededores y sus pobladores.

Área Ambiental: Esta área se incluye, por la importancia del trabajo ético y respetuoso de las empresas hacia el medio ambiente.

A través de la expresión de las ideas e identificación de los elementos conceptuales de la RSC, se propone una definición precisa del concepto y se establece una clara diferenciación con otros términos relacionados con la RSC, frecuentemente utilizados de manera no apropiada, como, por ejemplo: acción social, reputación corporativa, ética empresarial, marketing con causa social, sostenibilidad, etc.

El Marco Conceptual define responsabilidad social corporativa por medio de tres párrafos: 17. RSC es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medioambiente, desde su compromiso social y su comportamiento responsable hacia las empresas y grupos sociales con quienes se interactúa.

18. La RSC centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente.

19. La RSC va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones

de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.”

2.3 Stakeholders

Existe una variedad muy grande de definiciones en la literatura sobre management acerca de quiénes son stakeholders. ¿Conocemos realmente sus orígenes? Se trata de un concepto utilizado desde hace mucho tiempo en la ley.

Un stakeholder era, originalmente, una persona que de manera temporal tenía el control de dinero y bienes, mientras se determinaba quién era su propietario legal. Un ejemplo de ello surge cuando dos personas apuestan cierta cantidad de dinero a la ocurrencia de cierto evento futuro y piden a un tercero que tenga el dinero apostado.

Es este tercero el que, dadas las condiciones de la apuesta, decide quién es el propietario del dinero. Otra aplicación se encuentra en las ciencias políticas. De acuerdo con Bleger (2004), en el contexto de las elecciones gubernamentales, el término stakeholders se refiere a cuerpos (organizados o no) de personas con un interés mutuo en relación con una organización de negocios.

Este interés puede estar legalmente constituido, como en el caso de accionistas y empleados, o puede derivarse de intereses identificados o derechos en relación con una organización o negocios.

Otros autores, como Andriof, Husted, Waaddock y Sutherland (2002), consideran que el pensamiento sobre stakeholders se encuentra en la economía, específicamente con Adam Smith, quien aplicó sus conocimientos a la explicación de un sistema unificado de vida económica. Smith argumentó que las sociedades funcionan mejor cuando los intereses económicos y éticos se unen.

Dicho argumento, presentado en *La teoría de los sentimientos morales* (1759) y en *La riqueza de las naciones* (1776), dio origen a la noción de que los intereses éticos y económicos compartían una relación simbiótica.

Dos siglos después Friedman (1962) diría que la búsqueda de la maximización de la riqueza de los accionistas es la razón de ser de las actividades empresariales (Freeman, Wicks y Parmar, 2004). Para Friedman (1962), la teoría de los stakeholders nace como una alternativa a la visión tradicional que ve en la búsqueda de la maximización de la riqueza de los accionistas la razón de ser de las actividades empresariales

Al explorar los orígenes del concepto en mención el campo gerencial, se encuentra que aquél fue utilizado por primera vez en 1962 cuando el Stanford Research Institute utilizó el término stakeholder en un memorando interno, al referirse a aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir (Freeman y Reed, 1983; Freeman, 1984).

A pesar de presentarse diferentes aproximaciones sobre el concepto de stakeholders, fue Freeman (1984) quien lo popularizó al establecer una relación entre teoría de stakeholders y planeación estratégica, señalando que la misión o propósito de la empresa debe considerar a los stakeholkders.

Para el autor en mención, stakeholder es cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa. Fue a partir de su propuesta que el pensamiento de los stakeholders comenzó a tener una dimensión en la vida organizacional; cierto número de escuelas se han fundamentado en su trabajo (Carroll, 1989; Brenner y Cochran, 1991; Hill y Jones, 1992).

Para Donaldson y Preston (1995), contemplar el comportamiento de las organizaciones bajo la perspectiva de la teoría de los stakeholders ha ayudado apreciablemente a entender, por ejemplo, el papel que deberían desempeñar los negocios en la sociedad. Para Jones (1995), por su parte, ha enriquecido la teoría organizacional, al introducir una visión menos restrictiva que la defendida por las tradicionales teorías económicas.

2.4 La responsabilidad de la alta dirección en la estrategia de RSE

Las Empresas, en general, deben comprender que las actividades de RSE deben ser más que acciones ocasionales e intuitivas, deben conformar parte de la estrategia empresarial y ser incluidas en sus planes de negocios. La importancia de la Dirección estratégica y Gestión de negocios de una empresa radica en su vinculación directa con los resultados empresariales a obtener, con una dirección de expansión y ámbito bien definidos, donde la promoción de la RSE, que forma parte de una integración voluntaria de cada empresa, requiera enfoques que concuerden con las respectivas necesidades y capacidades de las mismas y no afecten negativamente su viabilidad económica.

Las empresas modernas no sólo tratan de vender los mejores productos al mejor precio, sino que también transmiten a la sociedad una determinada manera de hacer una cultura y unos valores éticos. En la gestión moderna de la empresa —no todo vale, la coherencia y las convicciones tienen que formar parte del producto que se ofrece (Jáuregui, Martínez-Pujalte, & Torme, 2011).

El liderazgo de la alta dirección es uno de los componentes importantes del clima y cultura éticos pues el comportamiento de la gerencia es el factor más relevante para el desarrollo y mantenimiento de los dos; de ahí la importancia de que los gerentes comprendan y adopten el compromiso del comportamiento ético (Marín, 2006).

La salida final, en cualquiera de las empresas de gestión moderna, además de satisfacer las necesidades del consumidor tiene que haberse producido con criterios de protección medio ambiental, con trato justo a los trabajadores, sin incurrir en prácticas carentes de ética. Esos valores tienen que ir unidos también con una integración de la empresa con su entorno.

La empresa del siglo XXI debe tener una misión impregnada en valores que debe formar parte de la cultura de la organización y debe ser asumida por los directivos. No tendría ningún sentido que para ganar un concurso público se recurriera a prácticas corruptas o para ser proveedor de una empresa se intentara comprar al jefe de compras.

Las buenas prácticas son parte del producto que se ofrece y los trabajadores deben asumirla; por ello, la organización debe asegurar que los directivos las incorporen a su vida diaria (Jáuregui, Martínez-Pujalte, & Torme, 2011).

Es muy importante que los gerentes tengan muy claro qué es la RSE, cuál es la fundamentación y la evolución del concepto y, sobre todo, que es a través de las decisiones de la gerencia cómo se logra cumplir los objetivos sociales de la organización.

La ética empresarial. La idea de que las empresas deben tener principios— no es nueva en la teoría económica; en 1984, Robert Edward Freeman elaboró y profundizó el concepto de responsabilidad en la actividad económica. Creó un nuevo marco en el que la responsabilidad se mide en relación con las expectativas de todos aquellos que participan en las actividades de la compañía. Todos aquellos que se ven afectados por la empresa o la afectan, tienen algún tipo de participación en ella y se los debe tener en cuenta. Este postulado se aparta del criterio tradicional, ya que sostiene que las compañías necesitan algo más que capital para sobrevivir.

Necesitan establecer y mantener relaciones positivas con todos los interlocutores, y la novedad es que las empresas ya no pueden decidir con quiénes tratan. De acuerdo a Baltazar Caravedo, (1998), entendemos la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas. La responsabilidad social representa una nueva forma de gerencia. La emergencia de nuevas tendencias universales afecta la dinámica general de la sociedad y contribuye a redefinir el rol de sus actores e instituciones. En

otras palabras, es una perspectiva que no se limita a satisfacer al consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucra

2.5 Medición y gestión de la RSE: principales herramientas

A partir de la globalización, el sector productivo fue aumentando su visibilidad y su centralidad en las sociedades contemporáneas. En concordancia, las empresas comenzaron a recibir nuevas demandas de los ciudadanos que reclaman un mayor compromiso social. De ahí que, en la actualidad, es posible visualizar una creciente tendencia a que las compañías trasciendan su rol tradicional, plasmado en el contrato económico, para así incluir un compromiso con un contrato de carácter social.

Siguiendo este razonamiento, no sólo se fue consolidando un nuevo modelo organizacional que pretende considerar los impactos ocasionados por sus cadenas de valor, sino que también, en forma paulatina, las corporaciones fueron asumiendo ciertas responsabilidades en áreas y tareas que previamente eran exclusivas del Estado.

De tal modo, tanto la búsqueda de una articulación entre los diferentes grupos de interés, stakeholder, como el ideal de convertirse en buenos ciudadanos corporativos fueron convirtiéndose en preocupaciones significativas de dicho sector.

Asimismo, este tipo de gestión fue impulsado por fenómenos tales como: los alarmantes índices de contaminación ambiental, la presión ejercida por la sociedad civil y los organismos internacionales y la exposición de ciertas irregularidades a través de los medios de comunicación. Así pues, paralelamente al surgimiento de los nuevos roles de la empresa y de la sociedad civil, la importancia otorgada a la

información en general ha ido aumentando y, más particularmente, aquella referida al comportamiento corporativo.

La RSE señalara únicamente a las responsabilidades exigibles, sólo bastaría con ajustarse a las normas dictadas por el marco legal imperante y a los parámetros señalados por los organismos públicos encargados de la fiscalización y de la observancia de dichas reglas. Sin embargo, como este concepto también supone la responsabilidad no exigible, es preciso para su divulgación y fortalecimiento, la creación de otros dispositivos que promuevan la puesta en la práctica de políticas, programas y acciones que beneficien a la empresa y a la comunidad en su conjunto.

Asimismo, en tanto que la atención a determinadas problemáticas sociales puede llegar a exigir ciertos esfuerzos adicionales por parte de las empresas, es comprensible que en los últimos años hayan ido surgiendo variadas organizaciones que intentan generar y fomentar una cultura de la RSE mediante el desarrollo de lineamientos, indicadores y certificaciones. Estas herramientas permiten evaluar y medir los niveles de RSE alcanzados por las corporaciones y a la vez, colaborar con la difusión de la temática. Además, muestran el análisis creciente en torno a la nueva centralidad de las empresas como así también una preocupación significativa sobre la cuestión social, el desarrollo sustentable y la importancia del cuidado del medio ambiente.

En este contexto surgen dos tipos de instituciones que pueden ser claramente diferenciadas: las que dictan principios básicos y generales sobre el correcto desempeño de las compañías en su vinculación con la sociedad y el medio ambiente, y las que parten de esos principios o los complementan con otros y crean los procedimientos para la implementación y el reporte de resultados de las empresas (Sturzenegger 2003).

Dentro del primer grupo se perfilan como referentes OCDE y Global Compact. Por un lado, OCDE pretende ser una organización donde los gobiernos trabajen en forma conjunta para dar respuesta a los desafíos económicos, sociales y medio ambientales, producto de la interdependencia y la globalización. En este sentido, su misión es la de promover políticas de acuerdo con los siguientes objetivos: alcanzar no sólo el

crecimiento económico sostenible, sino también la estabilidad financiera y las posibilidades de progreso en el nivel de vida de los países miembros para contribuir al desarrollo económico mundial; apoyar la construcción de una economía mundial sana tanto en los países miembros como en aquellos que están en vías de desarrollo y favorecer al crecimiento del comercio mundial para que sea multilateral y no tenga un carácter discriminatorio.

En 1976 se dictaron las primeras líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales. Las cuales son recomendaciones dirigidas por los gobiernos las que indican principios y normas voluntarias para que la conducta empresarial sea coherente con el marco legal aplicable. Teniendo como finalidad la de asegurar que las compañías se desempeñen en armonía con las políticas públicas. Asimismo, sus lineamientos pretenden mejorar la relación entre los negocios y la sociedad a través de la definición de los derechos y responsabilidades que le corresponden a las empresas multinacionales.

2.6 Marco teórico y conceptual

La responsabilidad social empresarial (RSE) o responsabilidad social corporativa, como es citada en España, es un campo de estudio que en los últimos años se ha ido incorporando a la estrategia de las organizaciones. El objetivo del presente capítulo es ilustrar las bases teóricas de esta materia, lo cual permitirá comprender la relevancia suscitada en diversos campos, como el académico, el público y el empresarial. Se presenta un amplio marco conceptual, donde se evidencian las diversas definiciones existentes de la RSE, sus niveles, enfoques, principios y fundamentos que la rigen; posteriormente se desarrollan los antecedentes y su evolución.

Es necesario establecer un marco conceptual que permita tener los puntos de vista de diferentes autores respecto de la RSE, ya que por la ambigüedad del término se presta para variadas interpretaciones.

En la literatura actual, existen múltiples definiciones de RSE. En la tabla 4. 1, se presentan en orden cronológico algunas de ellas, la cual indica el autor o la entidad que la sustenta. Como síntesis de las definiciones presentadas, los autores concluyen en el presente documento que la RSE es el conjunto de actividades o acciones que una empresa realiza para responder a sus stakeholders y, a su vez, presentar resultados no solo en el ámbito económico o financiero, sino también en aspectos sociales y medioambientales. Sobre esta definición se desarrolló el marco teórico de la presente investigación.

A lo largo de la evolución de la RSE, se han desarrollado diferentes modelos, enfoques o arquetipos de esta disciplina, autores como Rodríguez Fernández (2007) y Donaldson y Preston (1995) han hecho ya una recopilación teórica en este aspecto. Para Rodríguez Fernández, los diversos enfoques se diferencian en dos aspectos: el primero de ellos, se refiere al paso de la empresa de un modelo monoagencia o financiero (valor accionarial) a un nuevo modelo multiagencia o pluralista (valor partenarial); en segunda instancia, se encuentra el nivel de diálogo que posee la empresa para con sus respectivos stakeholders, es decir, de un diálogo menos amplio a un diálogo amplio.

Los enfoques por él presentados son llamados, de acuerdo con su evolución, RSE convencional, RSE igual a valor accionarial, RSE estratégico-instrumental y RSE avanzada.

La RSE convencional se basa en el paternalismo existente en el siglo XIX y extendido hasta el siglo XX, el cual se caracteriza por aplicar una buena dosis de despotismo ilustrado al preocuparse por los intereses de los stakeholders no accionariales, tales como los empleados de la empresa y los menos favorecidos de la comunidad, realizando voluntariamente hacia ellos acciones sociales, filantrópicas y altruistas, pero sin darles un suficiente grado de participación e intervención en las decisiones de la organización.

Se considera a la RSE igual a valor accionarial cuando se identifica la responsabilidad social de la empresa con el incremento de los beneficios y la generación de valor económico para sus propietarios | la hipótesis del trade off que se desarrolla en esta tesis se soporta en este planteamiento.

2.7 ¿Quiénes se involucran?

En los apartados anteriores, se ha mencionado en repetidas ocasiones el término stakeholder. participante o implicado, como se emplea en español; por lo tanto, es importante profundizar un poco en su ilustración. Este término se utilizó por primera vez en un memorando interno del Instituto de Investigación de Stanford en 1963; fue utilizado haciendo mención a “esos grupos sin cuyo apoyo una organización dejaría de existir”, y se recomendaba a los directivos la tarea de comprender sus necesidades e intereses (Friedman y Miles, 2006, p. 4). En el ámbito empresarial, el término fue utilizado en los años treinta, cuando General Electric identificaba cuatro grupos de personas esenciales para el desarrollo de sus objetivos estratégicos: accionistas, empleados, clientes y público (Perdiguero, 2003).

A continuación, se presentará el desarrollo que ha tenido dicha definición y su respectiva clasificación.

Desde 1963 hasta 2003, Friedman y Miles (2006, pp. 5-8) han evidenciado 55 definiciones al respecto en 75 textos diferentes; la más popular es la que surge con la publicación del libro *Strategic management: a stakeholders approach*, de Edward R. Freeman en 1984, donde define al stakeholder como ‘un individuo o grupo que puede afectar o verse afectado por el logro de objetivos de una firma’, definición que él mismo modifica en 2004, señalando a los stakeholders como “los grupos que son vitales para la supervivencia y el éxito de la organización”.

Freeman y Liedtka (1991, p. 96) presentan a los stakeholders como una nueva proposición para abandonar el término de responsabilidad social de las empresas. Manifiestan que las empresas deben llegar a ser como conjuntos conectados de stakeholders, todos los cuales estén “juntos en esto”, es decir que exista una participación directa de todos en la toma de decisiones; entonces, la sociedad será capaz de vivir de una manera en la que no tendrá que repartirse el mundo en partes “económica, social, política y tecnológica”.

Sobre la clasificación de stakeholders, existen diversas propuestas. Navarro (2008, p. 75) establece que se pueden distinguir dos grandes grupos de stakeholders en función de la cercanía al núcleo de la empresa. Los internos, vinculados directamente a la empresa u organización, bien sea en calidad de accionistas, socios, directivos, sindicatos, trabajadores, socios estratégicos, etc.; los restantes grupos de interés no vinculados orgánicamente a la empresa, como autoridades, grupos de presión, ONG, competidores, consumidores, etc., estarían en el grupo de los stakeholders externos.

A su vez, IESE (2002, p. 9) clasifica los stakeholders en tres niveles: consustancial, contractual y contextual. Por stakeholders consustanciales se entiende a aquellos sin los cuales la propia existencia de la empresa es imposible; los stakeholders contractuales son aquellos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal, y los stakeholders contextuales son aquellos que desempeñan un papel fundamental en la consecución de la necesaria credibilidad de las empresas y, en último término, en la aceptación de sus actividades.

2.8 Impulsores y principios de la RSE

La Comisión de las Comunidades Europeas presentó en 2001 un documento denominado el Libro Verde, cuyo objeto fue un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional', en particular, sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación (Comisión Europea, 2001a).

El Libro Verde presenta algunos de los factores que impulsan el avance de la responsabilidad social en las empresas; estos factores son:

- 1) Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversores en el contexto de la mundialización y el cambio industrial a gran escala.
- 2) Los criterios sociales que influyen, cada vez más, en las decisiones de inversión de las personas o las instituciones tanto en calidad de consumidores como de inversores.
- 3) La preocupación, cada vez mayor, sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica.
- 4) La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación.

En el citado documento, la Comisión presenta cómo se debe abordar dicha responsabilidad en dos dimensiones: la interna y la externa. La dimensión interna se centra en aspectos como la gestión de los recursos humanos, la salud y seguridad en el lugar de trabajo, la adaptación al cambio, la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales. En la dimensión externa se encuentran las comunidades locales, los socios comerciales, proveedores y consumidores, lo relativo a los derechos humanos y los problemas ecológicos mundiales.

Al igual que la Comunidad Europea, que suscribió documentos específicos de la RSE, la Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés) ha elaborado la Guía ISO 26000 de responsabilidad social.

La ISO 26000 es para uso voluntario, y no es apropiada ni pretende servir para propósitos de certificación o uso regulatorio o contractual.

Entre los aspectos relevantes y novedosos de esta guía, se encuentran los principios fundamentales de la RSE y una guía sobre la implementación de prácticas de responsabilidad social. Los principios que presenta son rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a las partes interesadas, al principio de legalidad, a la normativa internacional de comportamiento y a los derechos humanos.

La rendición de cuentas se realiza en el momento en que una organización responde por los impactos de sus decisiones y actividades causados a la sociedad, la economía y el medio ambiente, al igual que las acciones tomadas para prevenir la repetición de aquellos

impactos negativos involuntarios e imprevistos. La transparencia consiste en la claridad, precisión y calidad de la información que genera la empresa en el momento de tomar las decisiones que impactan a la sociedad y el medio ambiente.

El comportamiento ético se refiere a que las organizaciones deben basar sus acciones sobre los valores de honestidad, equidad e integridad; estos valores implican la preocupación por el medio ambiente y un compromiso de tratar el efecto de sus actividades y decisiones en los intereses de las partes interesadas. El respeto a las partes interesadas se evidencia cuando una organización considera y responde a los intereses de dichas partes, sin importar el vínculo o influencia que estos tengan.

El respeto al principio de legalidad se reduce a reconocer la supremacía del derecho y, en particular, a la idea de que ningún individuo y organización está por encima de la ley y que los gobiernos también están sujetos a la ley. El respeto a la normativa internacional de comportamiento se hace efectivo cuando en el desarrollo de las actividades en el interior de un país, la organización no encuentra ningún tipo de leyes ni salvaguardas ambientales o sociales, por lo tanto, la organización como mínimo debe respetar la normativa internacional que exista para la situación en particular.

2.9 Antecedentes y evolución de la RSE

En el documento titulado Historia de la responsabilidad social corporativa y sostenibilidad, publicado en la página web del Centre for Business Relationships, Accountability, Sustainability and Society (s. f.) con sede en el Reino Unido, se establece que la historia de la RSE es tan vieja como la historia del negocio en sí mismo.

Presenta ejemplos tales como que las leyes para proteger los bosques se pueden remontar a unos 5000 años; se cita el caso de que en la antigua Mesopotamia, alrededor de 700 a. C., el rey Hammurabi introdujo un código en el cual los constructores, posaderos o agricultores serían condenados a muerte si su negligencia había causado la muerte de otros o grandes molestias a los ciudadanos locales. Igualmente, se ilustra

cómo, en la antigua Roma, los senadores se quejaban de la falta de empresas, para que estas pagaran los impuestos suficientes para financiar sus campañas militares.

Conforme con Rodríguez Fernández (2007, p. |7), con el advenimiento de la primera revolución industrial, segunda mitad del siglo XVIII y principios del siglo XIX, la difícil situación por la cual atravesaban los obreros suscitó acusaciones sobre el cinismo e inmoralidad de las empresas, tanto por parte del catolicismo social como por el socialismo. Debido a dicha presión, se da como respuesta el paternalismo material, político y moral a cargo de los empresarios-patronos, probablemente tanto por razones económicas o de calculada búsqueda de paz social como por compromisos éticos o religiosos.

Bry (2002, p. |4) define el paternalismo presentado en la segunda mitad del siglo XIX como la primera forma moderna de ética patronal, que se enfoca en hacer respetar las virtudes familiares, tanto en el interior como fuera de la empresa.

Establece tres formas de paternalismo: el paternalismo material, que se evidencia por diferentes instituciones sociales: guarderías infantiles, hospitales, escuelas, etc.; el paternalismo político que se caracteriza por un dominio del patrono a sus colaboradores, incluso de su familia, sobre la elección de los mandos políticos (alcalde, diputado); y el paternalismo moral, que se ejercita sobre el comportamiento del obrero en la empresa, pero también con su familia: la obligación de practicar una religión, de enviar a los niños a la escuela y de ser “un buen obrero”.

Continúa Bry enunciando que este paternalismo nace de una forma de organización económica patriarcal, donde el cabeza de familia es a la vez el padre y el dueño de los que trabajan bajo sus órdenes. Su objetivo está primero en asegurar la estabilidad de la mano de obra y de moralizar la clase obrera, luego en luchar contra la influencia del sindicalismo y del socialismo en los empleados intervención del Estado en la empresa.

Crane, Matten y Moon (2008, p. 2|) presentan tres visiones diferentes que posee la ciudadanía empresarial: la visión limitada, se refiere a lo expuesto por Carroll (1991), en la cual el término sigue siendo utilizado para identificar las responsabilidades filantrópicas

de la empresa, donde la empresa se compromete voluntariamente en la comunidad local a realizar donaciones de caridad. Visto de esta manera, es esencialmente un reetiquetado de la filantropía o la acción comunitaria. En la segunda visión, llamada como equivalente, quizá la más generalizada, ya que ve la ciudadanía empresarial como una fusión de conceptos junto con la RSE, la gestión de stakeholders o sostenibilidad empresarial, sin tratar de definir un nuevo papel para la empresa. Esto se evidencia en que muchos autores definen la ciudadanía empresarial como RSE.

La última visión presentada es denominada como extendida; en ella se presenta cómo la ciudadanía empresarial en algunos campos académicos tiene un amplio debate, los cuales realizan contribución es que intentan ampliar o enriquecer la comprensión actual de las relaciones empresa-sociedad, recurriendo a la teoría política y sugiriendo ampliar las responsabilidades de las empresas.

2.10 Fundamentos éticos y políticos

Aunque en los antecedentes presentados se puede evidenciar una gran variedad de argumentos éticos y político-sociales que fundamentan la RSE, es interesante presentar los argumentos más relevantes en cada caso.

Desde lo ético:

Aunque en los antecedentes presentados se puede evidenciar una gran variedad de argumentos éticos y político-sociales que fundamentan la RSE, es interesante presentar los argumentos más relevantes en cada caso.

Navarro (2008, p. 43) defiende que las empresas y las organizaciones sí tienen y aplican una determinada ética. La RSE se funda en la afirmación de que las empresas, en la medida en que actúan libre y voluntariamente y están integradas por la suma de diferentes personas que viven en una sociedad con una determinada conciencia, también tienen ética; y también pueden construir un carácter. Son, por lo tanto, responsables.

Si las empresas que dicen practicar la responsabilidad social empresarial no tienen un compromiso ético, se puede concluir que no es más que una simple estrategia de publicidad o, peor aún, están en una justificación de situaciones moralmente injustificables, ya que no son capaces de definir, en primer lugar, en qué consiste esta responsabilidad, cuáles son sus márgenes, y, en segundo lugar, cómo se puede medir y evaluar. No basta con decir que la empresa debe ser responsable, es necesario concretar esta responsabilidad, pues, es la reputación de la empresa lo que está en juego y, con ella, la confianza y el respaldo de los diferentes grupos de interés que la componen. Es en esta dirección donde la ética empresarial aporta su perspectiva propia, su contribución a la comprensión e implementación de la RSE, pues, la ética se refiere al carácter de la empresa y la RSE solo se convierte en un activo empresarial si es una parte importante de este carácter (ERSE, 2006, p. 15).

Garriga y Melé (2004, p. 60) presentan unos enfoques que se centran en los requisitos éticos que fundamentan la relación entre la empresa y la sociedad, y, a su vez, se basan en principios que expresan lo que hay que hacer o lo que se necesita para lograr una buena sociedad.

Estas teorías son: Teoría normativa de los stakeholders: considera deberes fiduciarios para con los stakeholders de la empresa. Su aplicación requiere el uso de alguna teoría moral (kantiana, el utilitarismo, las teorías de la justicia, etc.). Derechos universales: se basa en los derechos humanos, derechos laborales y el respeto por el medio ambiente. Desarrollo sostenible: dirigido a lograr el desarrollo humano teniendo en cuenta las generaciones presentes y futuras. El bien común: orientada hacia el bien común de la sociedad.

Desde lo político-social

Anteriormente se ilustraron los planteamientos de Bowen y Carroll quienes desarrollaron conceptos como actuación social de la empresa, responsabilidad social del hombre de negocios y receptividad o sensibilidad empresarial. Garriga y Melé (2004, p. 55) establecen que, si bien existe una variedad de enfoques que se centran en las interacciones y conexiones entre la empresa y la sociedad y sobre el poder y la posición de la empresa y su responsabilidad inherente, hay tres teorías principales que representan dicha postura: el constitucionalismo corporativo, la teoría de los contratos de integración social y la ciudadanía corporativa; de esta última ya se hizo referencia en los términos relacionados de la RSE.

Desde el constitucionalismo político

Conforme con Garriga y Melé (2004, p. 56), esta teoría recibe su nombre debido a que canaliza el poder de la organización para apoyar y proteger los intereses de otro tipo que están en contra del excesivo poder organizacional. Davis (1960, p. 7) establece que la responsabilidad va de la mano con el poder, haciendo alusión a que la empresa es una institución social que tiene poder, el cual debe ser usado de manera responsable, ya que las decisiones tomadas por los empresarios impactan a la empresa internamente al igual que la sociedad que la rodea.

Davis (1967, p. 48), en lo que llamó la ecuación de poder-responsabilidad, establece que la responsabilidad social de los empresarios deriva de la cantidad de poder social que ellos tienen, haciendo referencia a que muchos empresarios tienen un poder social, ya que el Gobierno pide sus consejos, y lo que estos dicen y hacen influyen en la comunidad; resalta que la idea de igualar responsabilidad y poder no es nueva, ya que esta se presenta desde las reglas de administración científica, que manifiestan que un gerente se hará responsable en la medida de la autoridad que posea, y viceversa Otro de los planteamientos expuestos por Davis (1967, p. 49) es la ley de hierro de responsabilidad, la cual se refiere a las consecuencias negativas por el no uso del poder. El que no usa su poder social con responsabilidad, lo perderá. Al final, los que no usan el poder de la manera que la

sociedad lo considere responsable tenderán a perder porque los demás grupos eventualmente pueden intervenir para asumir esas responsabilidades.

La teoría integradora del contrato social

por Rousseau, la cual da la solución al problema de encontrar una forma de asociación que defienda y proteja de toda fuerza común a la persona y a los bienes de cada asociado, y por virtud de la cual cada uno, uniéndose a todos, no obedezca sino a si mismo y quede tan libre como antes (1980, p. 42).

La visión de la sociedad mediante el contrato social supone que ella asume el control superior (el Estado) sobre los derechos y las libertades individuales con el fin de lograr objetivos colectivos. El anterior concepto, según Donaldson (1995), se puede trasladar al ámbito de los negocios, de forma que aplicado sería la justificación de la existencia de las empresas.

En este sentido, el contrato social debe existir entre las organizaciones (las empresas en el mundo de los negocios) y los individuos de la sociedad. Así la sociedad, como un conjunto de individuos, proporciona a las empresas el soporte legal y la autoridad para poseer y utilizar recursos naturales y para contratar empleados. En contraprestación, las empresas ofrecen productos, servicios y residuos al entorno general. De esta manera, la sociedad espera que los beneficios que recibe superen los costes que le ha supuesto el permitir la existencia de dichas entidades (Llena, 1999, p. 94).

2.11 Estándares de desempeño de la Corporación Financiera Internacional

El Marco de Sostenibilidad de la IFC expresa el compromiso estratégico de la Corporación hacia el desarrollo sostenible, y es parte integral del enfoque de la IFC para la gestión del riesgo. El Marco de Sostenibilidad comprende la Política y las Normas de Desempeño de la IFC sobre Sostenibilidad Ambiental y Social, y la Política sobre Acceso a la Información de la IFC. En la Política sobre Sostenibilidad Ambiental y Social se describen los compromisos, las funciones y las responsabilidades de la IFC en materia de sostenibilidad ambiental y social. La Política sobre Acceso a la Información de la IFC, por su parte, refleja el compromiso de la IFC hacia la transparencia y la gobernabilidad en sus operaciones, y describe las obligaciones institucionales de divulgación en relación con sus servicios de inversión y asesoramiento.

Las Normas de Desempeño están destinadas a los clientes, ofreciendo orientación para identificar riesgos e impactos con el objeto de ayudar a prevenir, mitigar y manejar los riesgos e impactos como forma de hacer negocios de manera sostenible, incluida la obligación del cliente de incluir a las partes interesadas y divulgar las actividades del proyecto. En el caso de sus inversiones directas (lo que incluye el financiamiento para proyectos y corporativo ofrecido a través de intermediarios financieros), la IFC exige que sus clientes apliquen las Normas de Desempeño para manejar los riesgos e impactos ambientales y sociales, a fin de mejorar las oportunidades de desarrollo. La IFC utiliza el Marco de Sostenibilidad junto con otras estrategias, políticas e iniciativas en la conducción de sus actividades comerciales, con el propósito de alcanzar sus objetivos de desarrollo generales. Las Normas de Desempeño también pueden ser aplicadas por otras instituciones financieras.

La Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés) es una institución afiliada del Grupo del Banco Mundial, conformada por 182 países miembros, que en forma

colectiva aprueban sus políticas e inversiones y cuya misión es fomentar la inversión sostenible del sector privado en los países en desarrollo, para así ayudar a reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida de la población.

Son un conjunto de normas y procedimientos elaborados para evitar, mitigar y reparar los riesgos e impactos sociales y ambientales negativos que podrían causar los inversores privados con sus proyectos. Estas normas deben ser aplicadas durante todo el ciclo de implementación de un proyecto, desde la preparación del sitio hasta el abandono.

Se trata de ocho Normas de Desempeño dentro de un Marco de Sostenibilidad, cada norma describe criterios esperados y requisitos específicos para lograr los objetivos establecidos.

En 2006 la IFC publicó los estándares de desempeño para la sostenibilidad social y ambiental; estos estándares reemplazaron las diez políticas de salvaguarda del Banco Mundial. Los estándares específicos de la IFC son:

- 1) Evaluación social y ambiental y sistema de gerencia;
- 2) El trabajo y las condiciones laborales;
- 3) Prevención y disminución de la contaminación;
- 4) Salud y seguridad de la comunidad;
- 5) Adquisición de tierras y reasentamiento involuntario;
- 6) Conservación de la biodiversidad y manejo sostenible de los recursos naturales;
- 7) Pueblos indígenas;
- 8) Herencia cultural.

Las anteriores normas de desempeño establecen las funciones y obligaciones de los clientes sobre la gestión de sus proyectos y los requisitos para recibir y conservar el apoyo de la IFC (2006).

El propósito de estos criterios y requisitos está orientado a la mitigación de riesgos con el fin de anticipar y evitar impactos negativos sobre las comunidades, el medio ambiente y los trabajadores, causados por actividades propias de un proyecto. Además, promueven la participación de los actores sociales y comunidades afectadas.

Buscan que se cumpla la legislación laboral nacional y promueve el trato justo, la no discriminación e igualdad de oportunidades laborales. También, evitar el desalojo forzoso o desplazamiento; proteger y conservar la biodiversidad y los servicios ecosistémicos. Adicionalmente, buscan asegurar el respeto los derechos individuales y colectivos de los pueblos indígenas afectados, así como proteger el patrimonio cultural de las comunidades afectadas.

Unidad 3

Responsabilidad en el trabajo con el medio ambiente.

3.1 Responsabilidad en el trabajo con el medio ambiente

Responsabilidad es responder adecuadamente a las obligaciones y expectativas de la vida. Responsabilidad significa hacer bien y a tiempo lo que sabemos que nos corresponde sin que nadie nos lo ordene asumiendo las consecuencias. El hombre al nacer trae consigo una serie de responsabilidades a las cuales hay que añadir aquellas que asume libremente. La responsabilidad nos compromete: A hacer lo que estamos comprometidos a hacer, sin que necesitemos ser vigilados.

A satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes. A trabajar a conciencia, observando lo que hacemos y buscando cómo hacerlo cada día mejor. A tomar la

iniciativa, proponiendo cómo hacer el trabajo mejor. A cumplir con los deberes más que a reclamar derechos. Ser responsable significa también el dar cuenta de las acciones realizadas. Uno tiene que responder ante la sociedad y ante su conciencia de lo que hizo o dejó de hacer en una determinada situación concreta. La Responsabilidad es una de las virtudes más importantes para todo empresario. Todo empresario debe estar animado de un espíritu de servicio a la sociedad. Y este servicio prestarlo con calidad.

Responsabilidad profesional Profesión

Es la actividad puesta de una manera estable y honrada al servicio de los demás y a beneficio propio, a impulso de la propia vocación y con la dignidad que comprende a una persona humana. Todo acto profesional es moral, porque las actividades humanas están reguladas por una norma moral. El sentido de la vida como responsabilidad por la promoción humana tiene como característica la productividad de crear por sí mismo. Un trabajo será mejor para nosotros en la medida no de que sea rutinario y bien remunerado, sino de que ofrezca mayores posibilidades para expresarnos de una manera personal.

El trabajo es algo más que un medio para ganarse la vida: es una ocasión para expresarse personalmente. “La vida no es algo, sino que es siempre, simplemente, la ocasión para algo” (Hebbel). Para sentirse realizado en la vida no importa en el fondo el tipo de profesión que se ejerza, sino el modo como se ejerce. Un profesional se realiza no simplemente por aplicar las reglas de su profesión, sino por la forma como realice una obra personal, por medio de actos personales. Una profesión suministra a la personalidad un marco de posibilidades, de ocasiones para hacer algo personal. “Lo que hace a la vida algo insustituible e irremplazable, algo único, algo que sólo se vive una vez, depende del hombre mismo, depende de quién lo haga y de cómo lo haga, no de lo que se haga” (V. Frankl).

El hombre actual debería renunciar al éxito material de una carrera brillante en la sociedad de consumo, para dedicarse a la actividad que esté de acuerdo con sus aptitudes y que pueda realizar mejor que nadie, con lo cual encuentra el sentido de su vida y su

realización interior. “El maestro en el arte de la vida no distingue mucho entre su trabajo y su juego, su trabajo y su ocio, su mente y su cuerpo, su educación y su recreación, su amor y su religión. Apenas distingue cuál es cuál. Simplemente percibe su visión de la excelencia en todo lo que hace, dejando que otros decidan si él está jugando o trabajando. A sus propios ojos, siempre está haciendo las dos cosas”.

Las profesiones que implican un mayor aporte de conocimiento están creando una nueva clase de trabajadores: el cognitariado. Cognitariado viene de la palabra latina “cognitio” que significa conocimiento. El cognitariado representa a los trabajadores que ejercitan su mente, cuya productividad se caracteriza por añadir valor a la información e interrelacionarla. En una economía intensiva en “inteligencia de obra”, el esfuerzo físico será cada vez menos requerido.

3.2 Exigencias morales para ejercer una profesión

- a) Ciencia profesional: el conjunto de conocimientos teóricos y prácticos que tienen relación con el ejercicio de la profesión.
- b) El continuo progreso científico exige del profesional una continua actualización a través de cursos, congresos y revistas.
- c) Habilidad profesional: aptitud para aplicar la ciencia adquirida a los casos particulares. La habilidad profesional se perfecciona con la práctica.
- d) Responsabilidad: el profesional es responsable ante su conciencia de todos sus actos profesionales, siempre y cuando no actúe por ignorancia invencible o bajo acción de factores que perturben gravemente sus decisiones.
- e) Obligación de reparar: el profesional tendrá que responder por los daños causados a sus clientes por intervenciones indebidas, consejos errados y obras mal ejecutadas y más si hay incumplimiento de un contrato.
- f) Subordinación de la profesión a la moral: lo cual obliga a abandonar las profesiones incompatibles con la moral y a no realizar actividades profesionales contrarias a la moral.

No se debe suponer que, si otros hacen trampas, yo también puedo hacerlo. No se puede olvidar el bien común. La pasión del dinero puede llevarnos a desconocer las obligaciones de la justicia y de la solidaridad.

Responsabilidad en el uso de la tecnociencia

El desarrollo científico y técnico del siglo XX fue impresionante: conocimiento y manipulación de la energía atómica, que han hecho posible la utilización de plantas de energía nuclear así como la fabricación de bombas atómicas; descubrimiento del ADN como estructura fundamental de las células vivientes y la ingeniería genética que permite cambiar su estructura; avances en microelectrónica que han permitido el desarrollo de la informática y las telecomunicaciones; mejor conocimiento de las estructuras de las personas y de la sociedad que han permitido nuevas formas de organización social; nuevas concepciones del desarrollo económico y de la administración que han facilitado el progreso y aumentado el nivel de vida de millones de personas; el avance en los medios de transporte que ha permitido al hombre ir hasta la Luna y establecer bases espaciales.

Estos ejemplos de lo que fue el desarrollo científico- técnico del siglo pasado nos permiten entrever que durante el siglo XXI y el tercer milenio los avances serán todavía más espectaculares: mejor conocimiento y manipulación del genoma humano, viajes a planetas lejanos, descubrimiento y utilización de nuevas formas de energía, mejor conocimiento de la psicología humana, nuevas formas de organización social, mejor aprovechamiento de los recursos económicos, protección efectiva de la biodiversidad y del medio ambiente.

presenta ambiguo. Por un lado ha permitido mejorar el nivel de vida de millones de seres humanos y ha abierto nuevos campos a la actividad del hombre pero, por otro lado, se presentan graves atentados contra la biodiversidad, el medio ambiente, la salud humana y los derechos de las personas actuales y de las generaciones futuras.

Del primitivo temor a la naturaleza estamos pasando al miedo a la destrucción del equilibrio natural causado por una técnica vacía de consideraciones morales. Por ejemplo, el descubrimiento y manipulación de la energía atómica suscita el temor de una hecatombe de la Tierra. La supervivencia de la vida en la tierra está en peligro. Se requiere asumir compromisos éticos: unir ciencia con conciencia.

3.3 Responsabilidad y empresa

La RSE consiste en un comportamiento que voluntariamente adoptan las empresas, que va más allá de sus obligaciones jurídicas, que contribuye al desarrollo económico de la comunidad y de la sociedad en general, mejorando la calidad de vida de las personas y sus familias, y que redundará a largo plazo en su propio interés.

La Responsabilidad Social Empresarial no es una moda, no es algo que pueda ser improvisado o añadido de manera opcional a la empresa, sino que se integra a la planeación estratégica de la misma. Es un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se instrumentan en toda la cadena de operaciones corporativas y en el proceso de toma de decisiones.

Es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente.

Las empresas por tanto, no solo desempeñan una función económica, sino además una función social y ambiental, que se valora en diversos aspectos tales como la calidad de vida laboral, el respeto y protección a los recursos ambientales, el beneficio a la comunidad, la comercialización y marketing responsables y la ética empresarial.

Productividad es la capacidad de usar racionalmente los recursos de todo tipo, para producir bienes y servicios que contribuyen a una vida digna para todos. La ética, como acto de elegir lo que conviene a la vida digna, se convierte en un criterio de valoración de lo que es deseable producir. La productividad debe ser económica (crecimiento

cuantitativo) y social (aumento en la organización y participación de todos). La productividad económica no tiene sentido cuando genera pobreza en determinados sectores de la población.

La empresa ha de tender a la realización de una política social interna, cuyo objetivo sea conseguir el respeto y la confianza recíproca entre todos los que participan en la producción. Los empresarios en sus inversiones han de favorecer el pleno empleo, para lo cual habrán de hacer uso, con conocimiento de causa, de los indicadores económicos de la coyuntura.

Participación de los trabajadores en la empresa El reconocimiento de la dignidad humana de los empleados exige la creación de cauces en la empresa, que permitan su participación activa creciente en la gestión de la misma. Para ejercer esta participación, los trabajadores deben recibir capacitación. La participación de los trabajadores en los beneficios de la empresa debe quedar establecida en los convenios de trabajo, para que se pueda exigir en justicia.

Calidad en el producto o servicio La ética nos pide buscar el punto óptimo de calidad y durabilidad que deben tener los productos para asegurar su producción industrial, cuidar de los recursos naturales y aumentarlos.

La ciencia y la tecnología nos permiten aumentar el número, tipo y calidad de bienes disponibles y planificar su obsolescencia operativa. La calidad y durabilidad de los productos son factores que contribuyen a asegurar la abundancia de los bienes necesarios para la vida digna para todos. La calidad productiva disminuye la contaminación del medio ambiente.

3.4 Responsabilidad con el desarrollo sostenible y el medio ambiente.

La responsabilidad social empresarial es probablemente un reto muy complejo que la gestión empresarial ha de enfrentar, el éxito en este caso radica en la habilidad para

prosperar, de una manera responsable, y en trabajar con otros actores sociales y económicos para lograr modificaciones en el sistema económico.

La Responsabilidad Social Empresarial, hoy en día, es un valor agregado y una ventaja competitiva para las empresas. Ya que se vuelven más atractivas para los clientes, para los empleados y para los inversionistas. También puede ser un recurso estratégico para la sobrevivencia de las organizaciones públicas y privadas, convirtiéndose en un beneficio social.

A grandes rasgos se:

Favorece la confianza, el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente la disposición hacia el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos de reclutamiento;

Beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes. Además, se mejora la imagen de la empresa, lo que contribuye a mantener la clientela y el acceso a nuevos mercados;

Incrementa el apoyo de la comunidad y de autoridades locales, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad;

Reduce, recicla y reutilizan muchos recursos, permitiéndose así el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos.

Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

Problemas ambientales del planeta. El planeta tierra está en peligro. Los bosques y las selvas se reducen aceleradamente, los suelos se erosionan mientras los desiertos crecen, la escasez de agua y alimentos se hacen evidentes y la atmósfera nos obliga a respirar veneno.

El llamado cambio climático es un fenómeno ambiental cuyos efectos principales son el calentamiento de la superficie terrestre y el aumento de las precipitaciones. El efecto invernadero es el resultado de la acumulación en la atmósfera de gases más pesados que

el aire. Estos, al llegar a las capas más bajas de la atmósfera, retienen el calor del sol y ocasionan desórdenes climáticos.

La temperatura terrestre está cambiando y el planeta se ha transformado. Actividades como la tala de bosques, la agricultura intensiva y la industria, han aumentado las concentraciones de los llamados gases de efecto invernadero, entre los que se encuentran el dióxido de carbono, el metano, el óxido nitroso y los clorofluorocarbonos, que producen veranos más calientes, inviernos menos fríos, deshielos de las capas glaciales e incremento en los niveles de las aguas oceánicas.

Se calcula que para la segunda década del siglo XXI la temperatura superficial de la tierra aumentará entre 1 y 4.5 grados centígrados. Países costeros como Bangladesh, Holanda, y Chile perderán parte de sus costas por las inundaciones. Así mismo, la humedad del suelo variará debido al cambio de los regímenes lluviosos, alterando notablemente la agricultura. También habrá una reducción de la capa de ozono. El ozono se encuentra en la estratosfera entre los 10 y 48 km. por encima de la superficie terrestre. Está formado por una serie de moléculas compuestas por tres átomos de oxígeno diferentes del que respiramos normalmente. Este gas protege a la Tierra de las peligrosas radiaciones ultravioletas del sol. Es una especie de escudo protector para la vida en la superficie del planeta.

Los últimos estudios sobre la capa de ozono revelan que el agujero en la Antártida alcanza el mismo tamaño de los Estados Unidos. Así mismo, se han disminuido cerca del 3% de las moléculas de ozono en Norteamérica y Europa.

3.5 El desarrollo sostenible

Es un concepto que parte de la idea de querer mejorar el modo en el que administramos los recursos naturales con los que contamos, para así reducir los efectos que esto pueda traer a generaciones futuras. No se trata solo de mejorar nuestros hábitos, sino de traer beneficios a la sociedad presente y futura, protegiendo los recursos naturales y el medio ambiente

Es importante diferenciar entre desarrollo tradicional y desarrollo sostenible, debido a que la conciencia ecológica es la que origina este segundo término; la palabra sustentable o sostenible se refiere a que es un método para realizar un proceso más viable y conveniente para la protección del medio ambiente y las generaciones futuras, en otras palabras, que produzca muchas más ventajas que desventajas en el impacto ambiental, en comparación con otros procesos.

Las empresas muestran responsabilidad social según su compromiso con la sostenibilidad del desarrollo. Las empresas son el gran motor del desarrollo económico, pero hay que ver si presentan estándares de calidad para satisfacer las necesidades humanas y si en el uso de la tecnociencia no están acabando con los recursos del medio ambiente, como el agua y el aire. La comunidad europea ha propuesto en su Libro Verde los principios que deben guiar la actividad de las empresas para que sea responsable del desarrollo sostenible. “Obra de tal manera que tu nivel de consumo pueda convertirse en máxima de conducta universal, por ser compatible con condiciones de vida dignas para el presente y para las futuras generaciones” (J. Ballesteros).

Responsabilidad por el planeta

La responsabilidad social empresarial es un llamado a sentirnos parte de la comunidad viviente que existe sobre el planeta tierra. El hombre debe velar para que el desarrollo humano no atropelle al medio ambiente. Su papel es el de ser un ángel guardián de la naturaleza y no su exterminador. La acción destructora del hombre sobre la naturaleza es como un cáncer.

Un cáncer que devora su medio ambiente. La ética busca humanizar al medio ambiente exterior, para hacer más visible el hábitat humano. La ética no solo debe tomar en serio al hombre en su dimensión biológica y sociocultural. Además debe profundizar en las obligaciones del hombre con todo ser viviente. Existe una fraternidad entre todos los seres con vida en el universo. No podemos olvidar que el hombre es el hermano responsable de la familia viviente.

La vida que considera la ética es no solamente la vida humana, sino la vida en el planeta Tierra. Por eso se pasa de un antropocentrismo a un biocentrismo. La vida debe ser

considerada desde la perspectiva de la tierra y dedicarnos a su supervivencia. La vida humana es tan solo la manifestación más perfecta de las formas de vida en la naturaleza. Sobre este punto las Naciones Unidas se ha expresado bellamente en su documento Carta de la Tierra.

La responsabilidad con la vida del planeta debe estar en la conciencia de toda persona que se proclame ciudadano de la tierra en el siglo XXI. Debemos desarrollar un espíritu verde de mística por la naturaleza. Tenemos que defender todo tipo de vida natural en la tierra y evitar que por intereses económicos se siga eliminando la biodiversidad. La supervivencia de la vida en la Tierra está en peligro. Se requiere asumir compromisos éticos: unir tecnociencia con conciencia.

3.6 Responsabilidad y bioeconomía

La bioeconomía tiene el fin de buscar alcanzar los objetivos que se conoce como desarrollo sustentable pero también contribuyendo al mejoramiento de las condiciones de vida de todas las especies. Esto se lograría a través de la innovación en los sectores primarios que generen más tecnologías y métodos eficientes para incrementar la productividad agrícola, forestal y acuícola sin amenazar la capacidad de carga del planeta ni su biodiversidad (Lewandowski, 2018). Siendo que esto representa desafíos mayores incluso que los experimentados con anterioridad, pues las variables relacionadas con la problemática, así como con la solución propuesta a través de la bioeconomía, están íntima y complejamente interconectadas incidiendo en diferentes perspectivas tanto sociales, económicos y ambientales (Aguilar et al. 2018).

La idea subyacente con la bioeconomía parte del supuesto de que esta visión coadyuva de manera estratégica y sistémica para poder así responder a las demandas sociales relativas a alimentos, ambiente, mitigación al cambio climático, promoción de la resiliencia y gestión sustentable de recursos vitales del planeta como la biodiversidad, los suelos fértiles, el agua limpia y suficiente (Global Bioeconomy Summit-GBS 2015a; Carvajal-Rodríguez et al. 2021).

Dada la complejidad de la problemática, así como de la solución propuesta de una premisa sine qua non implica el poder articular todos los sectores, pues todos estos son interdependientes entre sí, para, de esta manera, alcanzar la seguridad alimentaria, una mejor nutrición y salud pública, y procesos industriales más limpios y eficientes que contribuyan significativamente a la mitigación del cambio climático (Lokko, et al. 2018). Adicionalmente, se tiene como efecto el poder incluso generar fuentes de empleo tanto en zonas rurales como urbanas, así como la creación de mercados agrícolas diferentes a los de los alimentos y que se basen en la bioenergía y la valorización de productos, subproductos y residuos agrícolas y agroindustriales, lo que representaría una fuente de actividades y de ingresos alternativos propicios para las áreas rurales (McCormik y Kautto 2013).

Este acercamiento conceptual debe reconocer que no hay una sola concepción oficial de bioeconomía, sino que todos los esfuerzos que se enmarcan en lo anterior pueden considerarse como parte de este pensamiento siendo que el mismo se basa en la innovación y la sostenibilidad, así como el crecimiento de la economía y el empleo.

Ahora bien, tomando como referencia a Arenilla (2019) y Boscán de Pacheco (2019), es relevante considerar que, para su administración, las diversas organizaciones se apegan a uno o varios planteamientos teóricos (denominados teorías administrativas) cuya estructura se encuentra compuesta de premisas que, de forma histórica, han definido la pauta mediante la cual los dirigentes organizacionales planifican, organizan, dirigen y controlan los diversos procesos organizacionales, derivando en consecuencias tanto positivas como negativas para el medio ambiente, así como la adecuación de planteamientos propios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y, en consecuencia, de los fundamentos de la sustentabilidad en la bioeconomía.

Es por ello que, con base en el conocimiento del panorama medioambiental actual, así como el impacto de las diversas actividades organizacionales sobre los ecosistemas, el objetivo del presente artículo científico fue analizar y caracterizar los fundamentos de la sustentabilidad presentes en la bioeconomía y, a su vez, como dichas prácticas se relacionan con las teorías administrativas y, por lo tanto, dentro de la gestión organizacional, buscándose, asimismo, definir cada uno de los conceptos para establecer la relación/diferenciación entre los mismos.

El siglo XXI será el siglo de la bioeconomía. La biotecnología adquirirá un peso preponderante y la economía girará cada vez más alrededor de ella. En los años venideros no resolveremos problemas mediante ingeniería e informática sino mediante biología y partículas microscópicas. Actualmente, la limpieza de un derrame de petróleo requiere la utilización de maquinaria que también causa enorme daño a los ecosistemas marinos. En un futuro, se verterán al mar microorganismos con ingeniería genética para limpiar el derrame de manera invisible.

Hoy podemos encontrar en nuestros supermercados verduras, leche y carne modificadas genéticamente. Los temores inspirados por estos alimentos han llevado a una reflexión ética sobre su manejo responsable. Actualmente se está acabando de descifrar el código genético humano: los científicos están aprendiendo el lenguaje a través del cual Dios creó la vida. Esta afirmación suscita un interrogante moral. El descubrimiento del código genético humano va a impulsar la creación de compañías que apliquen este conocimiento en el campo de la medicina preventiva y en la prolongación de los años de vida para toda la población.

La economía del mundo cambiará. ¿Cómo será el sistema de pensiones para personas que vivirán más de cien años? ¿Cómo cambiarán las relaciones económicas familiares cuando los abuelos sean remplazados por los tatarabuelos? Y, desde la óptica utilitarista, las acciones más apetecidas en las bolsas del mundo serán las de las empresas dedicadas a la biotecnología.

En la bioeconomía se plantearán muchos interrogantes éticos. La clonación, las patentes genéticas y la identificación de las enfermedades hereditarias son solo algunas de las novedades que ya están creando polémica. Existirá también una gran tentación de husmear en los genomas de las personas. Los empleadores, las compañías de seguros y el Estado estarán muy interesados en conocer nuestra información genética. El poder creciente de las compañías de biotecnología plantea la necesidad de una ética que defienda a las personas. No se puede abandonar a intereses comerciales la investigación sobre el genoma del hombre, de los animales y de las plantas.

Por ejemplo, cobrar por difundir los datos del genoma es como imponer una tasa sobre la tabla periódica. Los abusos que se están presentando con la comercialización de productos transgénicos son una campanada de alerta.

3.7 Biotecnología aplicada a los cultivos y a la vida animal

En general, se entiende por biotecnología toda técnica que utiliza organismos vivos o sustancias obtenidas de esos organismos para crear o modificar un producto con fines prácticos (Recuadro 2). La biotecnología puede aplicarse a todo tipo de organismos, desde los virus y las bacterias a los animales y las plantas, y se está convirtiendo en un elemento importante de la medicina, la agricultura y la industria modernas. La biotecnología agrícola moderna comprende una variedad de instrumentos que emplean los científicos para comprender y manipular la estructura genética de organismos que han de ser utilizados en la producción o elaboración de productos agrícolas.

Algunas aplicaciones de la biotecnología, como la fermentación y el malteado, se han utilizado durante milenios. Otras son más recientes, pero están igualmente consolidadas. Por ejemplo, durante decenios se han utilizado microorganismos como fábricas vivas para la producción de antibióticos destinados a salvar vidas humanas, entre ellos la penicilina, obtenida a partir del hongo *Penicillium*, y la estreptomycinina, obtenida a partir de la bacteria *Streptomyces*. Los detergentes modernos se basan en enzimas producidas por medios biotecnológicos, la producción de queso de pasta dura se basa en gran medida en cuajo producido mediante levaduras biotecnológicas y la insulina humana para los diabéticos se produce actualmente gracias a la biotecnología.

La biotecnología se utiliza para resolver problemas en todos los aspectos de la producción y elaboración agrícolas, incluido el fitomejoramiento para elevar y estabilizar el rendimiento, mejorar la resistencia a plagas, animales y condiciones abióticas adversas como la sequía y el frío, y aumentar el contenido nutricional de los alimentos. Se utiliza con el fin de crear material de plantación de bajo costo y libre de enfermedades para cultivos como la yuca, el banano y las papas y está proporcionando nuevos instrumentos para el diagnóstico y tratamiento de enfermedades de las plantas y los animales y para la medición y conservación de los recursos genéticos. Se utiliza para acelerar los programas

de mejoramiento de plantas, ganado y peces y para ampliar la variedad de características que pueden tratarse. La biotecnología está cambiando los piensos y las prácticas de alimentación de los animales para mejorar la nutrición de éstos y reducir los desechos. La biotecnología se utiliza para diagnosticar enfermedades y producir vacunas contra enfermedades de los animales.

Es evidente que el concepto de biotecnología es más amplio que el de ingeniería genética. De hecho, algunos de los aspectos menos controvertidos de la biotecnología agrícola son en potencia los más importantes y beneficiosos para los pobres. La genómica, por ejemplo, está revolucionando nuestro conocimiento de la forma en que funcionan los genes, las células, los organismos y los ecosistemas, y está abriendo nuevos horizontes para la selección con ayuda de marcadores y la ordenación de los recursos genéticos. Al mismo tiempo, la ingeniería genética es un instrumento muy eficaz cuyo papel debería ser evaluado cuidadosamente. Si se quiere tomar decisiones sensatas sobre su utilización, es importante comprender en qué modo la biotecnología -y en particular la ingeniería genética- complementa y amplía otros métodos.

La biotecnología ha desarrollado alimentos alterados genéticamente. Por ejemplo, los científicos del sector han desarrollado una variedad de arroz genéticamente modificado, reforzado con beta caroteno que el cuerpo transforma en vitamina A y hierro, y están trabajando en otros cultivos enriquecidos. La biotecnología también puede contribuir a la productividad agrícola en lugares donde la escasez de alimentos se debe a la pérdida de cosechas causada por las plagas, la sequía, los terrenos no cultivables y los virus, las bacterias y los hongos que afectan los cultivos.

Las compañías privadas de biotecnología llevan a cabo la mayoría de la investigación más avanzada sobre cultivos modificados genéticamente.

Sus productos suelen ser demasiado caros para los granjeros pobres de los países en vías de desarrollo y la mayoría de esos productos ni siquiera llegarán a las zonas donde más se necesitan. Los alimentos modificados genéticamente ya forman parte de nuestra vida.

Actualmente se calcula que solo en los Estados Unidos se plantan más de 26 millones de hectáreas con este tipo de cultivos. El espíritu de la ética nos conduce a tener una actitud abierta y crítica al mismo tiempo frente a los transgénicos. Hay que propiciar el desarrollo de la ciencia y la tecnología, pero evitando los peligros que se puedan derivar. No se puede hablar de “derechos de los animales” pero sí de su valor como seres vivientes. Algunos grupos han introducido el problema de la experimentación con los animales.

Ciertamente no podemos hacer sufrir a los animales con ningún tipo de justificación. Pero el interés no se ha limitado a este punto, pues se extiende a otros ámbitos: cría en reclusión con fines comerciales, reclusión de animales domésticos, patentes de organismos vivos modificados en laboratorio y no existentes en la naturaleza con estas características.

Entre los aspectos principales a la hora de definir las diversas posturas están las consideraciones sobre el estatus de los animales, una posible jerarquización entre ellos y el sufrimiento que se les pueda infringir.

3.8 El compromiso ético y social del empresario

Ética y Moral

El término moral se refiere a un conjunto de principios, valores, patrones de conducta, prohibiciones e ideales de vida buena que conforman un sistema, propio de un colectivo humano concreto en un determinado momento histórico. Refleja una particular forma de vida de la mayoría de los miembros de una sociedad. La moral, como un determinado modelo ideal de buena conducta socialmente establecido, puede ser estudiada por las ciencias sociales, como la sociología y la antropología social.

También el término moral se utiliza para referirse al código de conducta que guía los actos de una persona concreta a lo largo de su vida; se trata de las convicciones y pautas de conducta que sirven de base para los juicios morales que cada cual hace sobre sí mismo y sobre los demás. Tales contenidos morales concretos, personalmente asumidos,

son una síntesis del patrimonio moral del grupo social al que uno pertenece y a la propia elaboración personal, condicionada a la situación socioeconómica, el temperamento y otras circunstancias.

Tanto la moral socialmente establecida como la moral personal constituyen lo que se denomina “moral vivida”, en contraposición con la “moral pensada” que está constituida por las doctrinas morales y por las teorías éticas. Las doctrinas morales (“moral católica”, “moral comunista”, “moral islámica”) tratan de sistematizar un conjunto concreto de principios, valores y normas, que han sido tomados de tradiciones ancestrales, confesiones religiosas y sistemas filosóficos. Las teorías éticas pretenden dar razón del hecho de la moralidad, es decir, del hecho de que los seres humanos se rigen por códigos morales.

Martínez Herrera, H. (2010).

La Ética reflexiona sobre la moral utilizando los métodos de análisis y explicación propios de la Filosofía. La Ética aclara los conceptos y trae los argumentos que permiten comprender la conducta moral de la persona humana. Gracias a esta reflexión, encontraremos sentido a lo que somos y hacemos, alcanzando así un mayor grado de libertad.

La Ética es un saber normativo que pretende orientar de una forma indirecta las acciones de los seres humanos. Mientras la moral es un saber que ofrece orientaciones concretas para la acción, la Ética reflexiona sobre los distintos modos de justificar racionalmente la vida moral, de modo que su manera de orientar la acción es indirecta: señala qué concepción moral es más razonable para orientar nuestro comportamiento. La Ética no tiene por qué tener una incidencia inmediata en la vida cotidiana, porque su objetivo último es el de esclarecer reflexivamente el campo de lo moral.

La ética es la ciencia que estudia de una manera reflexiva la conducta humana. Es una ciencia no teórica, que se traduce en actos concretos. Es una ciencia no estática sino dinámica y

constructiva del ser humano. La ética debe guiar el desarrollo de las personas y del colectivo social. Como hombres, hacemos nuestra vida y nos conducimos, no arbitraria y caprichosamente, sino conforme a determinadas formas de conducta. Con razón, Teilhard de Chardin llama a esta ciencia “una energética humana, la técnica y la ingeniería de las energías espirituales del mundo”.

Frecuentemente se utiliza la palabra “ética” como sinónimo de lo que hemos denominado “la moral”. La palabra “ética” procede del griego ethos, que significa “lugar en donde vivimos”, pero posteriormente pasó a significar “el carácter”, el “modo de ser” que una persona o grupo va adquiriendo a lo largo de su vida. Por su parte, el término “moral” procede del latín “mos, moris”, que originariamente significaba “costumbre”, pero que luego pasó a significar también “carácter” o “modo de ser”. De este modo, en su origen etimológico los conceptos “ética” y “moral” vienen a significar todo aquello que se refiere al carácter adquirido como resultado de poner en práctica unos hábitos considerados buenos.

La Ética, como Filosofía moral, no se identifica con ningún código moral determinado. La Ética no puede ser neutral ante todo sistema moral. Los métodos argumentativos y críticos y los objetivos propios de la Ética la comprometen con ciertos valores y la obligan a denunciar a algunos códigos morales como incorrectos o hasta “inhumanos”, al tiempo que otros pueden ser recomendados por ella en la medida que los encuentre “razonables”.

3.9 La ética y el sentido de la vida

Se entiende por ética los valores morales que orientan una vida que vale la pena. Ética es saber vivir con calidad humana. Saber vivir con dignidad es un equilibrio, es la sabiduría. Esta sabiduría es necesaria para obtener la felicidad. La ética nos permite estar en la mejor forma de eficiencia vital, para enfrentar con agallas los retos de la vida. Lo contrario a moral no es solamente inmoralidad sino también desmoralización. Cuando una persona basa su vida en valores morales se siente en su quicio vital que es todo lo contrario a estar desquiciada.

El hombre busca comprender qué hace en la vida y qué razones existen para seguir viviendo. El sentido de la vida es la respuesta a estas inquietudes. La respuesta a lo que es el hombre hay que descubrirla. Por eso debemos buscar la verdad sobre lo que es el hombre. El hombre puede buscar la verdad sobre sí y el mundo que lo rodea gracias a que tiene una razón. A diferencia de los animales, el hombre es capaz de reflexionar y de saber de su vida y de su muerte. El sentido de la vida se encuentra, pero también hay que aceptarlo. La aceptación del sentido de la vida es libre. Tal es el caso de la búsqueda y aceptación del sentido de la profesión que uno ha escogido.

El verdadero triunfador en la vida es el que ha encontrado el propósito de su vida y emprende el camino que señala. El verdaderamente fracasado en la vida es el que no ha logrado realizar el sentido de su vida. La ética es un propósito activo de excelencia en la vida. Es la voluntad de ser fiel al ideal de ser humano que ha construido como proyecto de ser. Para ser ético lo imprescindible es tener alta la moral. Tener alta la moral es creer en lo posible y no solo en lo racional, abriéndonos a un futuro más humano al tiempo que superamos las programaciones cosificadoras.

La moral desarrolla la imaginación por la afirmación de lo posible. Quien no tenga la moral alta ha perdido toda disposición moral. El ideal ético es lo que nuestra voluntad se propone llegar a ser. El ideal ético articula todo lo que vale para cada uno, es lo que nos

da la fuerza de la esperanza y la alegría. Para ser moral se necesita tener vida interior reflexiva, tomar una distancia de perspectiva que nos permita trascender la superficialidad y las satisfacciones inmediatas para elegir lo que realiza nuestro ideal de ser humano.

Así como hay enfermos en su parte biológica o en su parte psíquica, hay enfermos del sentido de la vida: no saben qué es lo que deben realizar como personas humanas. La violencia, el sexo y la droga son la señal de la alienación y desesperación de una sociedad que carece de sentido. La pérdida del sentido de la vida y el consumismo están íntimamente relacionados. Cuando la competencia se convierte en un fin, se llega a un “sin sentido” de la vida. La sociedad de consumo impulsa a comprar bienes que elevan la calidad del nivel de vida. Esta lucha por adquirir niveles superiores de vida y consumo es lo que orienta la existencia. Este consumo de cosas como horizonte vital convierte los medios en fin. Consumir es destruir, es convertir la destrucción en objetivo de la existencia. La Organización Mundial de la Salud estima que anualmente se suicidan en el mundo un millón de personas.

Hay que interpretar la exigencia inherente a cada una de las situaciones particulares. Hallar el sentido de una situación existencial es entenderla y orientarnos hacia un comportamiento adecuado a la situación. La situación me interroga con exigencias y respondo con un sentido de responsabilidad a sus exigencias.

3.10 La conciencia moral como órgano de sentido

Para encontrar el sentido de la vida, el hombre es guiado por su conciencia. La conciencia es un “órgano de sentido” que nos permite descubrir ese único sentido que se esconde detrás de cada situación. La conciencia puede también inducir al hombre a error. Hasta su último suspiro el hombre no sabe si realmente ha realizado el sentido de su vida, o si por el contrario ha sido víctima de un engaño. Ha podido sufrir una “ilusión” de sentido. Conciencia en sentido psicológico es el conocimiento inmediato que el hombre tiene de

la realidad de sus propias acciones. Porque el hombre está dotado de conciencia sabe que está en el aquí y en el ahora y se pregunta por el sentido de su existencia. Somos espíritu, porque somos conciencia de nosotros mismos.

Conciencia moral es la conciencia en cuanto establece una valoración de la conducta humana y dice lo que se debe hacer o evitar, según los valores interiorizados y las normas aceptadas por la persona. La conciencia moral aprueba o desaprueba nuestros actos. La conciencia cumple el papel de norma interior, pues establece para mí la moralidad de mis actos: establece la vigencia y aplicabilidad de una norma exterior o de un valor objetivo en relación con una situación personal concreta. La conciencia obliga y compromete a la persona en relación con aquella conducta que aparezca como debida. Por eso, tiene un carácter inviolable.

La conciencia moral o capacidad de discernir entre el bien y el mal aparece con el uso de razón. Pero la valoración moral en el hombre es una actitud dinámica con capacidad de un mayor desarrollo. El contacto con la cultura y con los valores que recibe de su medio ambiente, van formando la conciencia moral de la persona a lo largo de su existencia. En el hogar es donde se fundamenta la formación de la conciencia.

Se contribuye a ello no solo haciendo reflexionar a la persona sobre los valores morales, sino dándole ejemplo de su aplicación. Es importante que haya adecuación entre lo que dicen y lo que hacen los padres para que impacte en la conciencia del hijo. El medio ambiente en que crece el niño, especialmente el del colegio, influye en la formación de la conciencia moral. Si en su ambiente se considera la discriminación racial como un valor, es difícil que el niño haga un discernimiento de la maldad de esta conducta.

Es importante para formar la conciencia que la persona pueda conocer claramente los principios morales que rigen el comportamiento y aprender a tomar decisiones aplicando los principios a los casos concretos.

La capacidad de los hombres para conocer y cumplir el deber moral varía conforme sea el grado de inteligencia, temperamento y educación.

Veamos algunos tipos de conciencia:

- La verdadera, que juzga de acuerdo con los valores éticos y siente la satisfacción de haberlos aplicado o el remordimiento de haberlos violado.
- La errónea, que juzga con falsos valores. La dudosa, que no tiene claro lo que es bueno o es malo en cada caso.
- La insegura, que en unos casos juzga moralmente y en otros semejantes lo hace incorrectamente.

Hay obligación de seguir el dictamen de la conciencia, aunque sea erróneo. La conciencia no es autónoma en sus dictámenes. Debe tomar en consideración las normas morales universales. Nunca se debe ceder a presiones que van en contra de los principios y valores de la propia conciencia. La obligación de obedecer a la conciencia se refiere a lo que con certeza nos dice que debemos hacer o evitar. Pero con frecuencia surgen dudas tanto en relación de la interpretación del principio moral como de su aplicación.

En caso de duda teórica o práctica hay que clarificar las cosas. Nunca se debe obrar cuando hay duda de la licitud moral de determinada conducta, pues conscientemente se pondría en peligro la persona de cometer una falta moral. Sólo obrará rectamente si reflexionando encuentra motivos razonables para hacerlo.

3.11 Los valores

Los valores morales son aquellos que permiten construir relaciones dignas con los demás seres humanos, con el mundo de las cosas, con lo espiritual y con nosotros mismos. El valor moral como concepto o sustantivo es la abstracción de una relación de sentido con diversas personas o cosas. Por ejemplo, el amor es la relación de sentido con mis padres, cónyuge, familiares, amigos, cuya esencia es el respeto y el cuidado.

Los valores éticos son significaciones que posee la conducta humana. Dicha significación se refiere al grado en que se expresa el redimensionamiento humano en cada momento histórico o circunstancia particular. Toda persona es capaz de encontrar fines llenos de sentido para orientar sus vidas. Los valores son universales de sentido ligados a la condición humana. Los valores son guías de conducta que dan sentido a la vida hacia la

autorrealización y redimensionamiento humano. En la medida que la personalidad se regula de modo consciente, se va estructurando una jerarquía de valores, que varía en las distintas etapas del desarrollo.

Los valores son las cualidades que tienen los seres -personas o cosas- para establecer relaciones de sentido con la realización humana. Las relaciones de sentido pueden ser positivas o negativas si realizan o frustran al ser humano. La relación de sentido es toda referencia entre un ser y un campo de realización humana. Los valores nos ofrecen posibilidades de auténtico desarrollo humano.

Los valores son cualidades que nos permiten humanizar el mundo. Los valores, como la solidaridad o la honestidad, valen realmente porque nos permiten acondicionar el mundo para que podamos vivir en él plenamente como personas. Los valores valen porque ponen en condiciones el mundo para que lo habiten seres humanos. Un mundo injusto, violento o mentiroso no reúne las condiciones mínimas de habitabilidad. Los valores son cualidades reales de las personas y de las sociedades.

El valor no es un objeto sino una cualidad de la persona (una persona solidaria) o de una sociedad (una sociedad respetuosa) que le da dignidad. Los valores son cualidades dotadas de contenido, independientes tanto de nuestros estados de ánimo subjetivos como de las cosas que son denominadas “bienes”, precisamente porque son portadoras de tales cualidades, las cuales precisan de un sujeto dotado de intuición emocional que las capte. No es, pues, el sujeto el que crea el valor presente en un objeto.

La importancia de cada valor depende de su relación con la vida. Lo valioso para el hombre es aquello que le ayuda a ser, a preservar su vida, que le confirma y despliega su capacidad racional, que le permite convivir en paz con los demás hombres y que aumenta su capacidad libre de acción.

Los valores morales, como la justicia y la verdad, poseen la característica de ser obligatorios para el hombre. Los valores morales dependen de la libertad humana, de tal modo que realizarlos está en nuestras manos. Precisamente porque dependen de la

libertad humana, los adjetivos calificativos que se construyen partiendo de valores morales no pueden atribuirse ni a los animales, ni a las plantas ni a los objetos inanimados.

Una vida humana sin esos valores está falta de humanidad, por eso los universalizamos. Es decir, estamos dispuestos a defender que cualquier persona debería intentar realizarlos. Responsabilidad es responder a los llamados de los valores que piden ser realizados. Valores y responsabilidad muestran el carácter relacional, dialógico de la ética. Los valores son exigencias de realización y la responsabilidad es la respuesta libre del hombre para realizarlos. Valor y deber están relacionados, pues la captación de un valor no realizado se acompaña del deber de realizarlo.

El principio moral es un imperativo que prescribe determinado tipo de actuaciones teniendo en cuenta la realización de un valor moral en una esfera determinada. Exige cultivar una predisposición a tomar decisiones ajustadas a ese valor hasta que se convierte en un hábito virtuoso. Un principio moral es una idea regulativa que sirve de guía para la acción dándonos orientación en nuestra actuación cotidiana. Un principio moral es como una brújula que no nos dice cuál es el camino a seguir concretamente, sino que siempre indica un punto invariable para orientarnos. Gracias al principio moral tenemos un punto de referencia desde el cual analizar la situación, y así decidir racionalmente nuestros problemas prácticos. Es necesario conocer los principios morales que rigen el comportamiento y aprender a aplicarlos.

3.12 Los valores morales

Los valores morales son aquellos que permiten construir relaciones dignas con los demás seres humanos, con el mundo de las cosas, con lo espiritual y con nosotros mismos. El valor moral como concepto o sustantivo es la abstracción de una relación de sentido con diversas personas o cosas. Por ejemplo, el amor es la relación de sentido con mis padres, cónyuge, familiares, amigos, cuya esencia es el respeto y el cuidado.

Los valores éticos son significaciones que posee la conducta humana. Dicha significación se refiere al grado en que se expresa el redimensionamiento humano en cada momento histórico o circunstancia particular.

Toda persona es capaz de encontrar fines llenos de sentido para orientar sus vidas. Los valores son universales de sentido ligados a la condición humana. Los valores son guías de conducta que dan sentido a la vida hacia la autorrealización y redimensionamiento humano. En la medida que la personalidad se regula de modo consciente, se va estructurando una jerarquía de valores, que varía en las distintas etapas del desarrollo.

Los valores son las cualidades que tienen los seres -personas o cosas- para establecer relaciones de sentido con la realización humana. Las relaciones de sentido pueden ser positivas o negativas si realizan o frustran al ser humano. La relación de sentido es toda referencia entre un ser y un campo de realización humana. Los valores nos ofrecen posibilidades de auténtico desarrollo humano.

Los valores son cualidades que nos permiten humanizar el mundo. Los valores, como la solidaridad o la honestidad, valen realmente porque nos permiten acondicionar el mundo para que podamos vivir en él plenamente como personas. Los valores valen porque ponen en condiciones el mundo para que lo habiten seres humanos. Un mundo injusto, violento o mentiroso no reúne las condiciones mínimas de habitabilidad. Los valores son cualidades reales de las personas y de las sociedades. El valor no es un objeto sino una cualidad de la persona (una persona solidaria) o de una sociedad (una sociedad respetuosa) que le da dignidad. Los valores son cualidades dotadas de contenido, independientes tanto de nuestros estados de ánimo subjetivos como de las cosas que son denominadas “bienes”, precisamente porque son portadoras de tales cualidades, las cuales precisan de un sujeto dotado de intuición emocional que las capte. No es, pues, el sujeto el que crea el valor presente en un objeto.

La importancia de cada valor depende de su relación con la vida. Lo valioso para el hombre es aquello que le ayuda a ser, a preservar su vida, que le confirma y despliega su

capacidad racional, que le permite convivir en paz con los demás hombres y que aumenta su capacidad libre de acción.

Los valores morales, como la justicia y la verdad, poseen la característica de ser obligatorios para el hombre. Los valores morales dependen de la libertad humana, de tal modo que realizarlos está en nuestras manos. Precisamente porque dependen de la libertad humana, los adjetivos calificativos que se construyen partiendo de valores morales no pueden atribuirse ni a los animales, ni a las plantas ni a los objetos inanimados. Una vida humana sin esos valores está falta de humanidad, por eso los universalizamos. Es decir, estamos dispuestos a defender que cualquier persona debería intentar realizarlos.

Responsabilidad es responder a los llamados de los valores que piden ser realizados. Valores y responsabilidad muestran el carácter relacional, dialógico de la ética. Los valores son exigencias de realización y la responsabilidad es la respuesta libre del hombre para realizarlos. Valor y deber están relacionados, pues la captación de un valor no realizado se acompaña del deber de realizarlo.

3.13 Principios morales

A lo largo de la historia de la humanidad, particularmente hasta el siglo pasado, la naturaleza se consideraba como perpetua e inquebrantable, que si bien conllevaba cambios, invariablemente fue siempre autosuficiente para recobrase sin conflictos, inclusive de las embestidas del ser humano. Sin embargo, este enfoque se ha alterado absolutamente con el accionar de los avances tecnocientíficos derivados de la ciencia moderna, y esencialmente durante el siglo XX. Por esta razón, el ser humano se ha convertido, ostensiblemente, en una amenaza para la prolongación de la vida en el planeta, debido a que no sólo cambia y manipula la naturaleza, sino que además atenta contra su propia existencia.

Lo anterior nos lleva a considerar que se ha suscitado una transformación del pensar y accionar del ser humano; por este motivo, hoy en día, las cuestiones éticas y sus valores immanentes se han constituido en el centro de la política y gestión del desarrollo sustentable. Particularmente, porque el desarrollo sustentable se ha orientado a la búsqueda de una comunidad más solidaria y responsable con el entorno, de tal manera que se considera como “la inmejorable forma para prolongar y propiciar las condiciones que faciliten la subsistencia de nuestra sociedad”

La ética como ciencia y filosofía de los aspectos de carácter moral, desde la perspectiva de Sanz Ferramola y Medina, se constituye en un área del conocimiento que aplica esencialmente a tópicos controvertidos, asiduos disensos y consensos sociales.

La ética, en este marco de referencia, asevera que recurre a la interdisciplinaridad para lograr una lógica desde cada punto de vista, para hallar así un característico orden que conduzca a preceptos comunes. Por esta razón, en cuanto a las acciones llevadas a cabo por el ser humano, sean de orden individual o colectivo, la ética se torna indispensable, ya que las acciones conllevan consecuencias de manera directa o indirecta a otras personas, cercanas o distantes; por ende, comprende una significativa complejidad que se instituye como un dilema, debido a lo diverso de la cultura social en que se puede desenvolver este acto, pero particularmente por los deberes que se construyen y proyectan hacia las generaciones venideras.

En el marco de las declaraciones de desarrollo sustentable, Zahedi y Gudynas¹⁴ indican que la Declaración de Estocolmo, resultante de la reunión que sobre Medio Ambiente Humano se desarrolló en 1972, no toca expresamente la ética, pero sí aseveran que en la declaración se vislumbra un cambio en la forma de juzgar y se advierte una evaluación distinta, que irrumpe particularmente sin restricciones temporales, y considera claramente el porvenir, en que se observa un cambio en la forma de valorar. El aspecto se mantuvo en todas las otras declaraciones emanadas de Río de Janeiro en 1992; Johannesburgo en 2002, hasta llegar a la reunión de Río +20, en Brasil 2012.

Por ende, la ética, tanto explícita como implícitamente, ha intervenido en forma relevante en los debates internacionales con respecto a los aspectos que atañen al desarrollo sustentable, y consecuentemente ha conducido una profusa actividad en la elaboración,

revisión y aprobación de pautas, como reglas y principios éticos con el objeto de proteger a las personas, para evitar conflictos y disputas, en nuestra sociedad.

El principio moral es un imperativo que prescribe determinado tipo de actuaciones teniendo en cuenta la realización de un valor moral en una esfera determinada. Exige cultivar una predisposición a tomar decisiones ajustadas a ese valor hasta que se convierte en un hábito virtuoso. Un principio moral es una idea regulativa que sirve de guía para la acción dándonos orientación en nuestra actuación cotidiana. Un principio moral es como una brújula que no nos dice cuál es el camino a seguir concretamente, sino que siempre indica un punto invariable para orientarnos. Gracias al principio moral tenemos un punto de referencia desde el cual analizar la situación, y así decidir racionalmente nuestros problemas prácticos. Es necesario conocer los principios morales que rigen el comportamiento y aprender a aplicarlos.

La normatividad moral parte del principio “haz el bien y evita el mal”, se desglosa en los diez mandamientos y en normas concretas. Las normas morales son claras, pero tienen una formulación negativa, se fijan en los actos sin considerar situación. Los valores morales expresan en forma positiva lo que el hombre debe realizar. Las normas tratan de proteger los valores.

3.14 Hábitos morales o virtudes

Pese a los esfuerzos por conservar los recursos naturales no se ha podido frenar el deterioro ambiental, debido, posiblemente, a que no logramos tener conciencia y actitud de respeto hacia la naturaleza.

La enseñanza de valores ambientales desde la infancia es una forma de generar cambios de visión y de apreciación de la naturaleza.

La crisis ambiental del presente se caracteriza por la aparición de fenómenos de escala mundial como el cambio climático, efecto invernadero, adelgazamiento de la capa de ozono y pérdida de biodiversidad, y otros más focalizados como degradación de tierras, agotamiento de las aguas subterráneas, deforestación y desertificación, aparición de plagas por ciertas prácticas agropecuarias, contaminación de mares y ríos y el agotamiento de los recursos pesqueros (Demo et al., 1999; Mejía, 2006). Aunque es ampliamente conocido que la extinción de los seres vivos es un proceso natural, en la actualidad está ocurriendo a una tasa inusual, en múltiples especies, como consecuencia de las actividades de los seres humanos (Stuart et al., 2000).

Desde las últimas décadas estos fenómenos han adquirido gran importancia en las agendas de todas las naciones y organismos internacionales, incluyendo las de los científicos, quienes advierten que el deterioro ambiental pone en riesgo la supervivencia de innumerables especies, incluyendo la humana (Kinne, 1997; Stuart et al., 2000; Tillman, 2000).

Pese a los esfuerzos de conservación no se han logrado disminuir los problemas ambientales; por ello este tema ha adquirido relevancia, tanto por parte de estudiosos como de ciudadanos, coincidiendo en que es imperativo tomar conciencia de esta problemática ambiental (Kinne, 1997). Para alcanzar esta conciencia ecológica es importante que los gobiernos locales se involucren, y los programas de educación básica estén definidos con base en las prioridades, las características particulares y la identidad cultural de la región (Agnieszka et al., 2005).

Así, han venido surgiendo algunas perspectivas teóricas que pretenden influir en las acciones de todos los gobiernos; destaca la visión del desarrollo sostenible, que se propone como objetivo básico disminuir el impacto ambiental negativo y promover el bienestar del ser humano. En el Quinto Programa de Acción Medioambiental de la Comisión Económica Europea (CEE) se retoma el concepto de desarrollo sostenible, el cual se encuentra en el Informe Brundtland (1988), y se le define como el que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Bermejo, 1995).

Sin embargo, es inevitable agregar nuevos temas de debate, como la presencia de una "crisis en la civilización", donde se incluye una crisis ecológica con efectos a escala

planetaria, que debería hacernos repensar y reflexionar críticamente, cambiar nuestra actitud y generar un pensamiento distinto en la humanidad, reconociendo una conciencia de especie con una identidad más allá de la raza, nacionalidad, clase económica–social, religión, cultura e ideología, para enfrentar el grave deterioro ambiental mundial

La virtud es una inclinación interiorizada para realizar un valor. La virtud es la capacidad que permite a la persona incorporar lo valioso. En el fondo es disposición a realizar un valor. Las virtudes son propensiones a actuar según los valores y principios correspondientes. Las virtudes son las formas de comportamiento más eficaces para conseguir lo que se considera valioso. Virtud proviene etimológicamente de vir, fuerza, arrojo viril, vigor. “Virtus” significaba para los romanos fuerza, capacidad, potencia. Las virtudes son formas de conducta que hacen viable la realización de nuestro ideal ético. De fuerza se deriva esfuerzo, el empeño constante y libre para vivir con dignidad. Con la virtud el hombre adquiere fuerza o temple para realizarse como hombre.

Un hábito es una disposición habitual de la personalidad entera, que tiende a hacerla obrar de una manera determinada frente a ciertas situaciones. De los hábitos dependen las reacciones del individuo frente a la vida. Los hábitos son la fuente de los actos recurrentes. Los hábitos morales se originan por el sistema de valores personales y por la aplicación práctica de los mismos a las situaciones de la vida. Los hábitos morales reciben una gran influencia de la educación recibida en el hogar y en las instituciones educativas, de los medios de comunicación y de las costumbres sociales. Los hábitos morales se denominan virtudes y requieren el compromiso constante de practicarlas.

La virtud es un estado de carácter que habilita a la persona a obrar excelentemente. Las virtudes son cualidades que nos impulsan a la excelencia en determinados campos. Por ejemplo, la responsabilidad impulsa la creatividad e iniciativa de la libertad en el campo económico. Virtud es habilidad, saber hacer. La virtud es potencialidad de la acción.

3.15 Responsabilidad empresarial

Tradicionalmente la gestión en las organizaciones solo consideraba que la única responsabilidad social de las empresas era la generación de utilidades (Friedman, 1968; Mejía y Newman, 2011), ya que todo esfuerzo adicional significaba un sacrificio que afecta el valor de la compañía, debido a que se consideraba como un gasto innecesario e irracional, dejando una clara evidencia que el único grupo de interés eran los accionistas o dueños de la compañía. Pero en la actualidad, dicha mirada de las empresas ha ido cambiando profundamente.

La responsabilidad social es un tema abordado por diferentes autores, entre los que destacan; Peña y Serra (2012); Aguilera y Puerto (2012); Avendaño (2013; Duque et al., (2013); Fernández (2009); ISO/WD (2010); Medina y Severino (2014), entre otros, los cuales hacen una relación entre las diversas responsabilidades que tienen las empresas, con la creación de valor y la sostenibilidad de una ventaja corporativa, la cual requiere de una ventaja competitiva, tal como lo expone Collis y Montgomery (2007) y como éstas responden a los grupos de interés, dando lugar a la viabilidad de las compañías.

De acuerdo a Carroll (1979: 2010) y Duque et al. (2013), entre otros, las responsabilidades que poseen las organizaciones son producto de la concienciación colectiva, el aumento desenfrenado de las tecnologías, y las demandas de consumidores más informados y exigentes. Lo anterior, sumado a un contrato implícito que existe en las diversas relaciones que se generan entre las organizaciones y los grupos estratégicos, ha ocasionado que las compañías deban dar cuenta de sus actividades a la sociedad en general, lo cual lleva a una actividad integral, incluyendo acciones altruistas o filantrópicas (Viteri y Jácome, 2011). Porter & Kramer (2006); Wheelen et al. (2007); Cancino y Morales (2008); Avendaño (2013); Medina y Severino (2014) y Duque et al (2013) se refieren a las responsabilidades empresariales como conductores de un recurso intangible que puede ser creado por las diferentes interacciones que tiene la organización con sus grupos de interés y la comunidad en general, en relación a las variables: económica, legal, ética y filantrópica, las cuales no se contradicen entre ellas, sino más bien están ligadas de manera integral.

Ámbitos de responsabilidades empresariales

La responsabilidad económica, se centra en la capacidad de la empresa para generar valor económico, mediante el desarrollo de sus negocios, los cuales deben responder acertadamente a los requerimientos del mercado, con productos o servicios de calidad y el uso responsable de los recursos. La responsabilidad legal, implica que la empresa debe cumplir cabalmente y de forma transparente, con toda y cada una de las normas legales que directa o indirectamente le afecten, cuidando la rectitud de su Cumplimiento.

La responsabilidad ética, es la comprensión de la entidad como un organismo moral (Cortina, 2003), es decir, que a partir de las acciones empresariales también se puede conseguir el bien común, como también, la necesidad de alinear los objetivos empresariales con el bienestar de todas las partes que dan forma a la actividad empresarial y; reconocer el efecto de sus acciones en su entorno.

En definitiva, comprender que sus decisiones y acciones deben apuntar hacia una sociedad más justa y equitativa (Arredondo et al. 2014). La responsabilidad Filantrópica. Las empresas por el sólo hecho de existir, deben generar acuerdos de trabajo en conjunto con organizaciones comunitarias, con el objetivo de entregar soluciones a problemáticas que aquejan a una sociedad.

Unidad 4 Estrategias de negocios y responsabilidad social empresarial

4.1 Análisis de las variables asociadas al fenómeno del emprendimiento y la RSE .

El desarrollo sostenible (DS) ha surgido como un concepto influyente pero controvertido (Hall et al., 2010). Cada vez somos más conscientes de que necesitamos cambiar la manera de consumir recursos y producir energía, si queremos mitigar problemas como el cambio climático o el deterioro del medio ambiente. En esta línea, cobra importancia el emprendimiento vinculado con la protección del medio ambiente. Utilizando como base la definición de emprendimiento de Shane y Venkataraman (2000), Dean y McMullen (2007, p. 9) definen el emprendimiento medioambiental.

como “el proceso de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades económicas que están presentes en los fallos de mercado ambientalmente relevantes”, así como el emprendimiento sostenible como “el proceso de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades económicas presentes en los fallos de mercado que deterioran la sostenibilidad, incluyendo los ambientalmente relevantes”.

Este emprendimiento ambiental está más cerca de la dimensión ambiental de la RSC que la visión puramente ética o altruista de la responsabilidad que consiste en la demostración de creatividad responsable alcanzada mediante un desarrollo igualitario y viable, mediante la integración de los recursos humanos y naturales en los negocios (Spence et al., 2011). Los emprendedores sostenibles pueden actuar como catalizadores en la transición de la economía actual a la economía sostenible, ocupando el lugar de los negocios y el gobierno al proporcionar bienes sociales y ambientales de importancia crítica (Iyigün, 2015).

El desarrollo sostenible implica que se deben utilizar recursos renovables siempre que sea posible y que los recursos no renovables deben ser usados de forma frugal para que sea viable su utilización para las generaciones futuras (Hall et al., 2010). La investigación en el campo del emprendimiento y el entorno natural ha utilizado principalmente un punto de vista económico para explicar la aparición de oportunidades de emprendimiento (Anderson y Huggins, 2008; Larson, 2000). Aunque esta base teórica proporciona un buen marco para el emprendimiento desde el punto de vista económico, da poca información sobre el impacto que el contexto tiene en la decisión de aprovechar una oportunidad de emprendimiento por parte de un emprendedor medioambiental (Meek et al., 2010).

El fenómeno de la formación de empresas ha sido una inquietud histórica del individuo, cuyo comportamiento psicosocial se orienta necesariamente al logro de la solvencia de sus necesidades más apremiantes, dentro de las que se encuentra la dimensión económica. El término entrepreneurship (emprededurismo o emprendimiento en español como derivación del término) proviene del francés entrepreneur, y se asocia a los individuos con una capacidad permanente de asumir riesgos en la creación de un proyecto, está relacionado íntimamente con las competencias y valores, precisa de un fuerte componente innovativo y cubre determinadas necesidades existentes en el entorno de origen fisiológico, conductual, económico, social, entre otras (Ketchen, 2007; Gómez – Villanueva, 2010b; Núñez-Ramírez, 2014; Brinks, 2015; Gezer, 2015).

La literatura especializada concuerda en que los primeros acercamientos formales al apartado se remontan al año 1755 a través del mercantilista Richard Castillón, quien fundamenta los cimientos de lo que llegaría a ser una teoría organizacional en pleno desarrollo (Chung y Gibbons, 1997; Miles & Covin, 2002; Schildt et al, 2005; McGrath et al, 2006; Dushnitsky & Lenox, 2006; Planellas, 2006; Teng, 2007; Bieto, 2007; Ratten, 2011; Sanchis-Palacio, 2015).

En sus trabajos pioneros, acuña el término emprendedor como “aquel que compra a un precio determinado y vende a un precio incierto, asumiendo el riesgo de la operación”. Comienza así la era del desarrollo conceptual de un fenómeno que ha sufrido variaciones estructurales en su concepción práctica y la contextualización a los diversos entornos, aunque teóricamente sigue una línea similar a sus orígenes. El siguiente artículo, presenta un acercamiento teórico al desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva académica de las variables que integran el fenómeno.

Un análisis detallado del componente conceptual del emprendimiento (Venkataraman, 2000; McMullen & Shepherd, 2006; Kai-Ping, 2014; Yenyurt & Henke, 2014; Gezer, 2015) valida la inclusión de variables como la propensión al riesgo, la innovación permanente, los rasgos psicológicos propios (aptitudes emprendedoras), el contexto en que se desarrollen los emprendimientos, la capacidad de generación de valor y aprovechamiento óptimo de las oportunidades como ejes funcionales de la formación de empresas.

4.2 Variables correlacionadas en el emprendimiento

Se muestran las variables que según el criterio especializado de los expertos se asocian directamente al objeto de estudio.

Además, la realización de un análisis de correlación entre cada una de dichas variables, haciendo uso del paquete estadístico SPSS para ciencias sociales, permite establecer una serie de relaciones que caracterizan los emprendimientos de éxito.

El análisis presenta una significativa relación entre un conjunto de variables asociadas al fenómeno del emprendimiento; las cuales se detallan a continuación. La innovación se relaciona directamente con la propensión al riesgo y la autonomía (con valores de 0.343 y 0.297) en ese orden de importancia, por lo que, considerando a la variable innovación como capacidad dinámica, son necesarias una adecuada propensión al riesgo y tener aptitudes autónomas innatas.

La propensión al riesgo se relaciona directamente con la capacidad de adaptación al cambio del individuo, con una correlación de Pearson ascendente a 0,403. En este caso, la capacidad de adaptación al cambio tiene una influencia significativa en el nivel de riesgo que es capaz de asumir el emprendedor.

La eficiencia empresarial tiene relación directa y positiva con la competitividad ($P = 0.228$), lo que confirma la idea de que a mayores niveles de competitividad se asocian mayores niveles de eficiencia empresarial de los emprendimientos. Las aptitudes emprendedoras se relacionan directamente con los valores éticos y el grado de responsabilidad social que los emprendimientos sean capaces de sostener en el mercado, con valores en ambos casos de 0.224; aunque en este caso se presentan indicadores bajos pues las aptitudes emprendedoras son múltiples y de origen multicausal.

La responsabilidad social empresarial tiene una relación absoluta con los valores éticos, lo que demuestra la necesidad de potenciar dicha arista en la gestión efectiva de los emprendimientos. Variables como la estrategia empresarial tiene efectos directos en las buenas prácticas de la organización, que a su vez se corresponde con la iniciativa empresarial y los productos y servicios comercializados.

En este caso la relación es débil, por constituir la estrategia empresarial una variable multidimensional y con diversas aristas de aplicación en los emprendimientos, no influenciada únicamente por la iniciativa y los productos o servicios. La proactividad empresarial y el nivel de autonomía que sea capaz de alcanzar el emprendimiento poseen una relación latamente significativa, con una correlación de 0.516, instituyéndose como las dos más relacionadas del análisis.

Esta última se relaciona directamente con la propensión al riesgo ($P = 0.332$). Por tanto, todo individuo emprendedor debe ser al unísono proactivo y contar con un alto grado de autonomía en la toma de decisiones; solo así podrá limitar el efecto negativo inherente a todo riesgo empresarial presente en los proyectos económicos. Dicho análisis mostró que, en general, las variables más utilizadas por la bibliografía especializada para el emprendimiento, se corresponden con la innovación, una permanente propensión al riesgo, determinadas aptitudes que se ajustan al contexto socioeconómico en que se enclavan los emprendimientos y una capacidad continua de aprovechar oportunidades presentes en el mercado. Dichas variables se integran en el gráfico I. En general, la innovación en los emprendimientos se relaciona directamente con una eficiente propensión al riesgo (por cuanto no existe actividad empresarial carente completamente de esta figura) y a la adaptabilidad a los cambios sociales que se perciben en el entorno.

4.3 Perspectivas

La Responsabilidad Social Corporativa como estrategia competitiva es uno de los retos más importantes a los que se enfrentan actualmente los directivos de las empresas, pues se trata de la inclusión de prácticas que llevan a las empresas a ser mejores ciudadanas, sin embargo, existe resistencia.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) implica no una forma, sino la forma de sostenibilidad de las empresas. Dicha sostenibilidad ha de ser la gran consecuencia derivada de un comportamiento empresarial responsable; sostenibilidad en el tiempo y en las tres dimensiones en las que se pueda sintetizar este concepto: económico, social y medioambiental (Vargas y Vaca, 2005). Por otra parte, hay grupos que se manifiestan en contra de un comportamiento empresarial socialmente responsable, argumentando que la empresa se debe a intereses económicos. Sus razones: las empresas que adoptan la RSC tienen desventaja competitiva debido a la inversión que implica mermando los recursos para la operación, por la falta de capacidad de los gerentes para implementarla. Los directivos de las empresas toman una postura frente a esta problemática, que tiene un efecto en la percepción de las partes interesadas de las organizaciones. La pregunta que buscamos responder con este análisis ¿Cuáles son las dos perspectivas opuestas de la Responsabilidad Social Corporativa? ¿Tienen estas dos

perspectivas un punto de encuentro? por lo que el objetivo de este trabajo es identificar y mostrar dichas perspectivas a fin de analizarlas y establecer un vínculo entre ellas.

La importancia de este trabajo radica en encontrar una relación entre las dos perspectivas, siendo un tema actual y de observancia mundial, resulta necesario establecer un punto de encuentro que ayude a los gerentes a establecer una postura al respecto.

Aunque no existe una teoría única para el tema, sino varias vertientes teóricas y multifuncionales; la personalidad o perfil del emprendedor (entrepreneurial traits) y su comportamiento (entrepreneurship behavior), constituyen las dos dimensiones más estudiadas en la literatura especializada, además de la económica como componente rector de la temática.

Sin embargo, la variable organizacional no se encuentra favorecida científicamente como las anteriores, a pesar de que, para la empresa tradicional, esta constituye una directriz de análisis crítico.

Además, se evidencia el impacto socioeconómico del tema en tres niveles diferentes (nivel individual, empresarial y global) aunque aún son escasas las teorías que contextualicen la relación del emprendimiento a escala macro.

Según Ahlin (2014), se pueden distinguir cuatro grandes enfoques de análisis del emprendimiento:

- a) La perspectiva económica, que explica la función empresarial y la creación de empresas sobre la base de la racionalidad económica.
- b) La perspectiva psicológica, que trata de determinar quién es el empresario y cómo es.
- c) La perspectiva sociocultural o institucional, que argumenta que la creación de empresas está condicionada por factores del entorno del emprendedor.
- d) La perspectiva gerencial, que intenta proporcionar guías de acción y recomendaciones para el proceso de creación de empresas (Ahlin & Hisrich, 2014).

Esta apreciación muestra al emprendimiento como un fenómeno enriquecido desde la perspectiva empresarial, por lo que diversos investigadores incluyen al corporate entrepreneurship como la vertiente donde más se percibe el fenómeno del emprendimiento. Sin embargo, la literatura especializada concuerda en que el tema se desarrolla en todas las esferas sociales, culturales y tecnológicas del entorno.

4.4 Responsabilidad empresarial

Si hablamos de la responsabilidad social es sí, podemos definirla como el compromiso y las obligaciones que asumen los miembros de una comunidad entre ellos y, también, ante el resto de la comunidad como conjunto.

Lógicamente, al trasladarlo al terreno empresarial, el significado es el mismo, simplemente que esta carga o compromiso es desempeñado, de manera voluntaria, por organizaciones corporativas.

De alguna manera, esto hace que las compañías vayan un paso más allá y no solo beneficien a su entorno a través de la generación de puestos de empleo y la ampliación de la oferta de productos y servicios.

Al tomar en cuenta la responsabilidad social empresarial, las organizaciones impactan de manera directa e inmediata la vida de los ciudadanos y las comunidades a través de programas que impulsan el desarrollo económico, la educación y muchas otras causas sociales.

Además, la RSE también es una filosofía que se incorpora a la visión de negocios, basándola en el respeto, los valores éticos, el cuidado del medio ambiente y la sustentabilidad en general.

La responsabilidad empresarial es el compromiso que poseen las organizaciones frente a sus grupos de interés y la comunidad en general, que va más allá de sus responsabilidades económicas y legales.

Dicho concepto ha tomado mayor auge en los últimos años, debido al cambio que se han generado en las compañías de cómo hacer negocios. Si bien es cierto existen herramientas, indicadores, áreas de aplicación y variables, se ha dejado de lado el desarrollo de modelos que sean aplicables a todo tipo de organización, lo cual ha dado lugar a la declaración por parte de la compañía de grandes compromisos de RSE, con una baja evidencia de una real aplicación de las prácticas socialmente responsables. Este artículo presenta una revisión de modelos que se pueden utilizar como referentes para la creación de guías, sujetas a las diversas condiciones ambientales que dominan a una empresa, para delimitar sus responsabilidades económicas, legales, éticas y filantrópicas.

Hasta hace relativamente poco tiempo, se asumía que la responsabilidad de las empresas era únicamente generar utilidades. Actualmente, esta concepción no es suficiente ni aceptable. Además de generar utilidades para sus accionistas, la empresa debe tomar en cuenta que sus actividades afectan, positiva o negativamente, la calidad de vida de sus empleados y de las comunidades en las que realiza sus operaciones.

Como consecuencia, un número creciente de empresas perciben que la responsabilidad social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales o ambientales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que implica también el diálogo y la interacción con los diversos públicos relacionados con la empresa. Para que ésta actúe con responsabilidad social, desde una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que ese concepto sea incorporado a sus procesos de gestión y, por lo tanto, que pase a formar parte integral de sus estrategias de negocio y de su sistema de planeación interna.

Aunque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona² y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras . Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

A nivel mundial coexisten aún diversas definiciones que dan una idea bastante amplia del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, pero no indican cómo una organización o una empresa puede ponerla en práctica.

4.5 La dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial

La acción responsable “integral” implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá, como ya se estableció, en relación a las distintas necesidades, expectativas y valores que conforman el ser y quehacer de las personas y de las sociedades con las que interactúa; de esta forma sus niveles de responsabilidad se pueden entender y agrupar:

En su dimensión económica interna, su responsabilidad se enfoca a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera de la empresa que genere utilidades y se mantenga viva y pujante (sustentabilidad).

En su dimensión económica externa, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de su aportación a la causa pública vía la contribución impositiva.

Asimismo, la empresa debe participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país. En su dimensión social interna, implica la

responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos. En su dimensión sociocultural y política externa, conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.

En su dimensión ecológica interna, implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención y en su caso remedio de los daños que causen o pudieran causar. En su dimensión ecológica externa, conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura.

El análisis de cada dimensión lleva a la definición de las estrategias de acción específicas para que cada empresa actúe de acuerdo a su propio contexto, tome a su cargo y costo la realización de proyectos completos en lo individual o de manera colaborativa con otros actores y/o sectores que compartan metas similares

4.6 Líneas estratégicas

La Responsabilidad Social Empresarial sólo se comprende reconociendo cuatro líneas o ámbitos básicos y estratégicos que explican su presencia en toda actividad de la empresa. Éstos a su vez incluyen 12 puntos, que pueden variar de un país, de un sector o de una empresa a otra.

Estos son: • Ética y gobernabilidad empresarial. • Calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo). • Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo. • Cuidado y preservación del medioambiente. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial Los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial responden a principios empresariales universales, y es el conocimiento y la profundización continua de esos principios lo que asegura su implementación exitosa:

- Respeto a la dignidad de la persona.
- Empleo digno.
- Solidaridad.
- Subsidiariedad.
- Contribución al bien común.
- Corresponsabilidad.
- Confianza.
- Ética en los negocios.
- Prevención de negocios ilícitos.
- Vinculación con la comunidad.
- Transparencia.
- Honestidad y legalidad.
- Justicia y equidad.
- Empresarialidad.
- Desarrollo social.

En base a lo anterior, una empresa socialmente responsable es aquella que asume la ciudadanía como parte de sus propósitos, fundamentando su visión y su compromiso social en principios y acciones que benefician a su negocio e impactando positivamente a las comunidades en las que opera.

Estableciendo, también, a partir de estos principios, compromisos para minimizar los impactos negativos de sus actividades, basados en una abierta y constante comunicación con sus grupos de interés. La responsabilidad social y sus actividades tienen que ser voluntarias e ir más allá de las obligaciones legales, pero en armonía con la ley.

En conclusión, la responsabilidad social exige el respeto de los valores universalmente reconocidos y del marco legal existente. Con lo que, además, la empresa puede contribuir al desarrollo del país al maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales de sus actividades principales; realizar inversiones sociales y filantropía estratégica e involucrarse en el debate de políticas públicas a nivel local, nacional e internacional, entre otras muchas acciones.

La responsabilidad social no debe confundirse con prácticas de filantropía, éticas o ambientales exclusivamente, ni con cualquier otra actividad adicional al propósito de la empresa. Su implementación conlleva actividades de medición y reporte de sus impactos y su relación con el desempeño de la organización, por lo que exige de la empresa rendición de cuentas y transparencia. Podemos decir, entonces, que la Responsabilidad Social Empresarial se refiere también a la actitud y al conocimiento de una empresa encaminada a mantener el equilibrio entre el desarrollo de la sociedad, un entorno sustentable, y la viabilidad comercial y económica de ella misma.

4.7 La Responsabilidad Social Empresarial es conveniente

Una forma muy efectiva de lograr que las culturas de trabajo se consoliden y generen ambientes propicios para el logro de los resultados de las organizaciones, es enriquecer y fortalecer, a lo largo y ancho de la compañía, el orgullo que los colaboradores sienten, mediante prácticas aplicables para todos y comportamientos que fomenten mayormente el sentido de pertenencia de la gente.

Los datos y estadísticas que miles de organizaciones de todo el mundo nos comparten mediante los diagnósticos de clima y cultura que aplicamos, confirman cada año la clara tendencia del impacto que tienen al interior, tras difundir y consolidar sus programas y actividades de Responsabilidad Social Empresarial:

En México el 86% de las organizaciones certificadas como Mejores Lugares para Trabajar™ destinan presupuestos para Responsabilidad Social, y un promedio del 97% de

sus colaboradores participan en las actividades de Responsabilidad Social fuera de la oficina.

En los Mejores Lugares para Trabajar™ del Reino Unido, 85% de los colaboradores declara sentirse satisfecho con las iniciativas de RSE en su organización, comparado con sólo el 56% en los lugares de trabajo promedio (no calificados para ranking)

Transmitir al colaborador la importancia de la Diversidad Cultural en la organización y respetarla logra incrementar resultados desde 76% hasta 94% en los índices de percepción²

La realización de prácticas organizacionales de Responsabilidad Social Empresarial aunadas a un ambiente laboral que estimule el trabajo y reconocimiento de los colaboradores, logran que regiones completas obtengan resultados de 84% en el índice de confianza.

Las organizaciones que cosechan estos resultados realmente han invertido tiempo, esfuerzo y recursos para la consolidación de sus prácticas de RSE, vinculados de una manera visible a las estrategias del negocio, y confirmados por la percepción de sus actores principales: su gente.

La Responsabilidad Social Empresarial genera una transformación positiva dentro y fuera de las organizaciones, si las iniciativas están encaminadas a contribuir a un mundo mejor para todos, entonces también se está contribuyendo a una mejora para los colaboradores y para el negocio.

Mientras que el desarrollo económico y social continúa mejorando las vidas de algunos en nuestro país, todavía hay trabajo considerable que hacer para alcanzar condiciones favorables en los ámbitos económico, social y ambiental que beneficien a toda la sociedad.

Con la privatización aumentando a través de todo el hemisferio, la potencia y la influencia de las empresas continúan creciendo y es cada vez más evidente que la construcción de una sociedad más justa y una economía más sostenible depende, en gran parte, de influenciar a la comunidad de negocios para poner en ejecución acciones que permitan alcanzar estas metas. Los mismos indicadores, cuantitativos y cualitativos, servirán de base

para que la empresa y sus directivos establezcan las medidas necesarias para hacer más efectiva y eficiente la manera en que la responsabilidad social se integra a sus estrategias medulares.

“La Responsabilidad Social Empresarial es hoy un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas empresas que desde hoy incorporen o refuercen sus acciones de responsabilidad social lo harán a su propio ritmo y de acuerdo a sus posibilidades; mañana tendrán la exigencia del entorno”. “Es, al mismo tiempo, un imperativo para los negocios y una ventaja competitiva. Actualmente se considera que los pilares de una estrategia exitosa de negocios son: capital adecuado, buena gerencia, productos y servicios de calidad, dominio de la tecnología, servicio al cliente y una estrategia integral de responsabilidad social. Todos estos pilares están ligados entre sí y son interdependientes”.

Como toda estrategia de negocios sus resultados se vinculan tanto a los objetivos de la empresa como a sus diferentes grupos de relación (partes interesadas o stakeholders). Para conseguir crear valor de forma persistente las empresas han de satisfacer no sólo a sus clientes y accionistas, sino perseguir, en la medida de lo posible, la satisfacción de todas las partes interesadas.

4.8 Los grupos de Interés

Se ha convenido que existen para la empresa siete grupos de interés básicos, que a su vez podemos clasificar en otros tres grupos: Los grupos de interés consustanciales son aquellos sin los cuales la propia existencia de la empresa es imposible; pueden incluir inversionistas y asociados, en virtud de su interés financiero.

Los grupos de interés contractuales son aquellos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal; pueden incluir proveedores y clientes o consumidores, en virtud de su relación comercial; directivos y colaboradores, en virtud de su relación laboral.

Los grupos de interés contextuales son aquellos que desempeñan un papel fundamental en la consecución de la credibilidad necesaria para las empresas, y en último término en la aceptación de sus actividades (licencia para operar); pueden incluir autoridades gubernamentales y legislativas, en virtud del entorno regulatorio y legal; organizaciones sociales y comunidades en las que opera la empresa, en virtud de su imagen pública y credibilidad moral; competidores, en virtud del entorno del mercado; y el medioambiente, en virtud de la sustentabilidad de los recursos presentes y futuros.

El diálogo entre la empresa y sus partes interesadas, por tanto, resulta estratégico. Como es obvio, las relaciones entre empresas y las partes interesadas no son siempre del mismo tipo, ni sería lógico que lo fueran. Por este motivo es conveniente elaborar el mapa de las partes interesadas de cada empresa y valorar su importancia. Cada vez más las empresas perciben que la responsabilidad social es un tema que no está restringido solamente a las acciones sociales o ambientales desarrolladas por la organización en la comunidad, sino que implica también las prácticas de diálogo e interacción con los diversos públicos de la empresa.

Para que la empresa trabaje en el tema de la responsabilidad social, en una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que éste sea incorporado a los procesos de gestión y, por lo tanto, tratarlo como parte de las estrategias de negocio y del sistema de planeación interna de la empresa.

No debemos perder de vista los desafíos marcados por Gerardo Lozano y Lizeth Leal en el documento “México: dejando atrás la filantropía”, como son el que las empresas pequeñas y medianas integren programas de Responsabilidad Social Empresarial; y el de buscar acercarse más al enfoque estratégico en la adopción de la RSE para integrar las preocupaciones de la sociedad y la comunidad a la administración diaria y a la planificación estratégica de las empresas.

4.9 Repercusiones positivas de una Responsabilidad Social Empresarial congruente

Algunos de los beneficios de ser una empresa socialmente responsable son:

1. Más productividad

Antes de ser responsables con la sociedad y el ambiente, las empresas deben comenzar siendo responsables con sus recursos humanos. Al crear un ambiente laboral donde se beneficien todas las partes, los empleados serán más productivos en el día a día. A mediano y a largo plazo, esto conduce a mejores niveles de retención; y, por lo tanto, menores niveles de rotación.

2. Clientes más leales

La regla básica para obtener clientes habituales es cumpliendo con tu promesa de calidad de servicio y productos. Si además de eso les demuestras que te preocupa el bienestar social, la lealtad de tus clientes alcanzará un nivel superior. Además de ser tus clientes regulares, se convertirán en promotores de tu marca.

3. Mejor imagen y mayor credibilidad

Las empresas que respetan a su recurso humano y a las comunidades que le rodean se ganan el respeto de la sociedad. Ser consistentes con las responsabilidades adquiridas genera confianza y credibilidad. Además, proyecta una imagen pública que contribuye a la sostenibilidad económica de la empresa.

4. Ventaja competitiva

Estudiosos del tema afirman que los consumidores establecen una relación positiva con las empresas socialmente responsables. La razón es que la RSE agrega valor al consumidor; ya sea valor emocional, valor social o valor funcional. En otras palabras, contar con clientes leales se convierte en un activo intangible para las empresas, lo cual les brinda una ventaja competitiva ante otras marcas.

Al ser ejercida, la Responsabilidad Social Empresarial modifica el papel social y ético de la empresa, según las necesidades y el contexto propio de cada empresa, y según los requerimientos de cada sociedad. La RSE brinda beneficios reales y tangibles para la empresa, que pueden medirse de diferentes maneras, basándose en información cuantitativa y cualitativa. Entre ellos están:

- Lealtad y menor rotación de los grupos de relación (stakeholders).
- Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades.
- Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.
- Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial.
- Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.
- Decisiones de negocio mejor informadas
- Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.
- Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable.
- Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y de sus marcas.
- Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor
- Incremento en la productividad y en la calidad.
- Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal.
- Reducción de la supervisión regulatoria.
- Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo

Las compañías líderes en el mundo han incorporado la Responsabilidad Social Empresarial a su estrategia de negocios como elemento diferenciador y como ventaja competitiva, con resultados financieros positivos. Cada vez más estudios, realizados en distintas partes del mundo, comprueban la correlación positiva entre los resultados económicos y financieros y el comportamiento socialmente responsable de la empresa.

La opinión pública espera hoy que la empresa sea parte de un cambio positivo en la sociedad, contribuyendo de manera sustentable al desarrollo de las comunidades. La adopción de la Responsabilidad Social Empresarial no siempre resulta fácil. Es un camino que implica decisiones de liderazgo en la empresa para superar problemas como la baja cultura cívica, la corrupción, los insuficientes marcos legales, las formas autoritarias de ejercer el liderazgo y otros que han impedido a la empresa desarrollarse cabalmente como ciudadano responsable, por lo que identificamos diez compromisos de acción básicos.

4.10 Importancia para el negocio

La gobernabilidad corporativa tiene tres dimensiones importantes: la ética, la de eficiencia y la de responsabilidad. La imagen de la empresa depende de cómo maneja estas tres dimensiones. Fallas en su gobernabilidad implican una amenaza real para su futuro. La buena gobernabilidad es, por tanto, muy importante para la supervivencia de la empresa.

La gobernabilidad define cómo la empresa logra sus propósitos. Abarca el significado mismo de la compañía y señala cómo cumple con sus metas. Tiene elementos de liderazgo, protección, ética, seguridad, visión, dirección, influencia y valores. La gobernabilidad corporativa trata también acerca de cómo proteger los intereses de los grupos que forman parte de la organización.

La responsabilidad social en la vinculación de la empresa con la comunidad Principio:

- Involucrarse como ciudadano corporativo con las comunidades en las que opera.

La empresa percibe e instrumenta el compromiso y la responsabilidad con su comunidad. Identifica y monitorea las expectativas públicas que la comunidad tiene acerca de ella; la innovación y el involucramiento sostenido de miembros, autoridades u organizaciones de la comunidad deben estar incluidos en este monitoreo.

Con ello se busca la sinergia entre sectores (empresa, gobierno y organizaciones de la sociedad civil, por ejemplo) que permita multiplicar los resultados en la solución de problemas sociales comunes a todos. Se destacará el papel de cada uno de los participantes y los beneficios que recibirán. Aquí se muestra cómo la participación e inversión social de la empresa impulsa el desarrollo de procesos sociales o comunitarios, y beneficia directa o indirectamente a la empresa.

Establecer los límites geográficos de una comunidad residencial local (pueblo, vecindario, etc.) no es fácil. Los miembros que residen en una localidad pueden tener ideas diferentes entre ellos, aún respecto de sus límites geográficos. Por lo tanto, definir esos límites es primordial antes de medir en forma exacta los aspectos sociales de la comunidad.

Importancia para el negocio El conocimiento de la comunidad y sus características es fundamental para desarrollar con éxito cualquier negocio. Muchos empresarios estiman que si la comunidad en la cual operan no es sana, entonces la actividad de negocios que pretenden desarrollar se verá afectada, por lo cual se estima que la empresa tiene la responsabilidad de contribuir a la salud y prosperidad de la comunidad. Hay varias formas de contribuir con la localidad por parte de la empresa, desde apoyos menores a proyectos hasta apoyos que engloben un desarrollo integral; esto último puede incluir una variedad de aspectos, tales como prácticas ambientales, políticas sobre ética, asuntos relativos al trabajo y la familia, temas de salud, etc.

No existe una sola vía para trabajar con la comunidad, pero siempre es importante ver cómo la empresa vincula a los pobladores con su negocio, de manera que sea posible cuantificar los beneficios que recibirá la compañía. De otra manera, estamos hablando de acciones simples y reactivas, con las que la empresa aborda una coyuntura y que no se relacionan con su quehacer ni con sus trabajadores. Al analizar las comunidades es importante determinar, primero, en qué comunidad están los clientes de la empresa; ello dependerá del tipo de producto y el mercado de destino. Luego, es importante definir en

qué comunidad están los trabajadores, los proveedores de bienes y servicios, y otros actores que se relacionan con la empresa.

Finalmente, es importante definir qué tipo de producto es el más importante para el negocio, y cómo impacta esto a las comunidades. Cuando la empresa define y caracteriza a las comunidades a las que afecta puede determinar mejor las acciones o programas que va a realizar en ella. Es importante estimar beneficios sobre variables cuantitativas y cualitativas.

Luego, la empresa debe traducir estas variables a los indicadores financieros que habitualmente utiliza: disminución de costos, reducción de riesgos, aumento de los ingresos, etc. Por ejemplo, si la empresa está realizando un programa para disminuir la delincuencia en la localidad donde viven sus trabajadores se generan beneficios para ellos, mayor tranquilidad para el trabajador y su familia, menor riesgo de asaltos.

4.11 La responsabilidad social y la calidad de vida en la empresa

Principios:

- Promover y establecer como prioridad la calidad de vida de la comunidad interna
- Empleo digno

La gestión del capital humano, enfocada con la visión de una empresa socialmente responsable, crea internamente un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio y participativo en el que todos sus miembros interactúan a partir de bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional, contribuyendo para que alcancen una mejor calidad de vida.

La empresa recibe por ello beneficios como la eficiencia y la responsabilidad individual y colectiva; un balance entre la vida personal y laboral; un impacto positivo en la rentabilidad, eficiencia y productividad; mejores relaciones obrero-patronales; y la percepción de la empresa como altamente humana y socialmente responsable.

En términos puntuales, se pueden enumerar otros beneficios:

- Reduce el ausentismo laboral.
- Disminuye la rotación de personal.
- Reduce el estrés y motiva a los trabajadores.
- Mejora la eficiencia y el rendimiento en el trabajo.
- Crea líderes proactivos al interior de la empresa.
- Mejora la imagen de la compañía.
- Genera identificación con la empresa e integración del personal.
- Mejora el clima organizacional al interior de la empresa.
- Brinda un aspecto humano a la empresa y la pone en contacto directo con la sociedad.
- Desarrolla a las personas, tanto en el plano personal como en el profesional, al abrirles más posibilidades de participación en las actividades de la empresa, acumulando más experiencia y ofreciéndoles más oportunidades de realización personal a los empleados y trabajadores.

Uno de los grandes retos de la empresa es combinar la generación de riqueza y la preservación del medio ambiente. Estas prácticas demuestran como la empresa respeta el medio ambiente, promueve la optimización de recursos, prevé la generación de desperdicios y desarrolla procesos de reciclaje o reaprovechamiento de recursos o incorporación de sus productos y procesos a los ciclos naturales. La empresa debe considerar los factores ambientales como un elemento importante en su toma de decisiones, y reflejar claramente su liderazgo alcanzando la máxima calidad en su manejo y en su relación con el entorno.

El medio ambiente es todo lo que rodea a los seres vivos, está conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y componentes sociales derivados de las relaciones entre la cultura, la ideología y la economía. Actualmente, el concepto de medio ambiente está ligado al concepto de desarrollo; esta relación nos permite entender los problemas ambientales y su vínculo con el desarrollo sustentable, el cual debe garantizar una adecuada calidad de vida para las generaciones presentes y futuras.

Bibliografía básica y complementaria:

- Wulf Betancourt, E. (II.) (2018). Responsabilidad social empresarial: un desafío corporativo. Santiago de Chile, Editorial ebooks Patagonia - Editorial Universidad de La Serena.
- Fernández Fernández, J. L. Camacho Laraña, I. y González Fabre, R. (2014). Ética y responsabilidad empresarial. Bilbao, Editorial Desclée de Brouwer.
- Álvarez Lata, N. (2017). Riesgo empresarial y responsabilidad civil. Madrid, Spain: Editorial Reus.
- Martínez herrera, H. Responsabilidad social y ética empresarial. ed. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2010. 212 p.
- García de la Torre, C. Portales, L. & Saavedra García, M. L. (2019). Sustentabilidad empresarial en la PYME mexicana.. Grupo Editorial Patria.
- Frers, C. (2009). Cambios de mentalidad empresarial para mejorar la sustentabilidad del planeta.

Videos de carácter académico:

- <https://www.youtube.com/watch?v=srWygN5yfc>
- <https://www.youtube.com/watch?v=G4qAp8qeKbM>
- <https://www.youtube.com/watch?v=8KKCBTKQo90>