

La Responsabilidad Social

El objetivo de este tema es que comprendas la importancia de comenzar un proyecto empresarial que proporcione satisfacción al grupo que lo inicia y cumpla con el fin de crear una organización para generar riqueza, pero que esta riqueza no dañe el resto de la sociedad, en cuanto a la responsabilidad social y ética de los negocios.

Concepto de responsabilidad social empresarial.

En tiempos pasados los procesos de desregularización de los mercados, la privatización de empresas públicas ineficientes, la rápida extensión de los adelantos técnicos de la información, el gran impulso de innovación (en procesos y productos) y el protagonismo de la nueva "clase" de trabajadores del conocimiento, impulsaron a las empresas y a la actividad emprendedora a iniciar un recorrido hacia la responsabilidad social como factor de progreso y bienestar, difícil de encontrar en otros momentos históricos.

La responsabilidad social es un estilo de ser de la institución y de cada una de las personas que la integran. La responsabilidad social, al igual que la ética, no son temas voluntarios, sino que hay que gestionarlos. Se trata de conseguir que no solo la empresa sea responsable socialmente, sino que se establezcan normas y procedimientos que sirvan para movilizar y encauzar la sensibilidad social de cada uno de los empleados.

La Responsabilidad Social

La gestión de la responsabilidad social pretende intensificar la dimensión social, individual y de grupo, haciendo una empresa más a la medida de la persona. Pero para llevar a buen término esta gestión es necesario integrar la responsabilidad social a la sociedad.

El Concepto De Responsabilidad Social Es Un Concepto Ético.

La adopción de criterios de responsabilidad social en la gestión empresarial significa formalizar políticas y sistemas de gestión en ámbitos económicos, social y ambiental así como la transparencia informativa respecto a los resultados alcanzados en tales ámbitos y, finalmente, el escrutinio externo de los mismos.

Al fijar la responsabilidad social como objetivo institucional, la empresa se sensibilizará más con el tema y, al final, estará adecuándose a la medida de su entorno; el entorno de las organizaciones en donde predomina el concepto de “globalización” como la consideración que más afecta la conducta humana en lo político, social y económico.

Este fenómeno de “globalización” es difícil de definir, nadie lo pidió pero está ahí, y marca cada segundo de la existencia y tiene fuertes efectos en todo lo que hace.

Para simplificar, digamos que la globalización trata de la integración de los mercados y la caída de las barreras comerciales.

La Responsabilidad Social

Para Reflexionar

La transparencia es uno de los pilares básicos del concepto de responsabilidad social.

Este valor tan requerido de la transparencia en las políticas y sistemas de gestión y en los resultados obtenidos en los ámbitos sociales, ambiental y económico constituye otro de los pilares básicos del concepto de responsabilidad social empresarial en la sociedad del siglo XXI.

En todo el mundo aumentaron las peticiones de mayor información planteadas a las empresas en relación con los ámbitos social y ambiental como consecuencia del creciente interés de consumidores e inversionistas en las prácticas sociales y ambientales de las compañías y en las innovaciones legislativas.

Un ejemplo de estas, es la entrada en vigor en febrero de 2002 de la nueva legislación francesa en materia de información empresarial que convierte en obligatoria cierta información de tipo social y ambiental.

Esta tendencia resalta la importancia no solo de la formalización de políticas sobre sustentabilidad empresarial o responsabilidad social, sino de la necesidad de establecer mecanismos de TRANSPARENCIA informativa sobre las mismas.

La Responsabilidad Social

La Responsabilidad del Emprendedor Social

Ahora hay un suficiente peso de evidencia empírica para afirmar que establecer actividades de la responsabilidad del emprendedor social en el corazón de la estrategia empresarial conduce al logro de mayor productividad y lucratividad como para que el emprendedor sea consciente de la importancia de su labor y del impacto que sus programas e iniciativas pueden tener en el futuro.

Milton Friedman sostiene que la empresa “tiene una y solo una responsabilidad social: Utilizar los recursos y participar en actividades pensadas para incrementar sus beneficios siempre que permanezca dentro de las reglas de juego; o, lo que es lo mismo, participar en competencia abierta o libre sin engaño o fraude”.

Esta visión reduce la proyección de la empresa en su dimensión mercantil.

En el fondo es una visión economista donde la empresa no adquiere una carta de ciudadanía, pero, de hecho, la empresa es parte importante de la sociedad, por lo que es una realidad la afirmación de Koslowski:

“Las decisiones éticas tienen efectos secundarios económicos; las decisiones económicas, a su vez, tienen efectos éticos”.

La Responsabilidad Social

La primera responsabilidad del emprendedor es ser una persona ética.

El director de una empresa no solo es responsable de los bienes materiales que genera la empresa, sino de las personas que ahí trabajan.

Su responsabilidad adquiere una dimensión humana y social.

El protagonismo del empresario del mundo actual hace que su responsabilidad sea mayor puesto que el radio de influencia de sus decisiones puede repercutir en la supervivencia de miles, millones de personas, incluso de una nación entera.

Por eso el empresario debe ser consciente de la trascendencia de sus acciones.

“Los empresarios no se deberían olvidar de ellos mismos cuando se trata de desarrollar todas las dimensiones de su vida verdaderamente humana. La ley del beneficio y las exigencias de un empeño empresarial cada vez más abrumador no puede nunca sustituir al deber que tiene todo hombre o mujer de estar abiertos a la familia, al prójimo, a la cultura, a la sociedad; esta multi-disponibilidad a los valores superiores de la persona humana ayudará ciertamente a dar al mismo trabajo empresarial su verdadero sentido y su justa medida”.

(Juan Pablo II)

Referencia:

çSoto E. (2007) Ética en las Organizaciones. Mexico, The McGraw-Hill Companies, Inc.