



Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

Theoretical notes on business management towards responsible leadership from the economic field

Apuntes teóricos sobre a gestão empresarial para o liderazgo responsável do âmbito económico

^IJosé Castillo-Ruano
jocar777@hotmail.com

^{II}Ondina del P. Mejía-Espantoso
ondina-mejia09@hotmail.com

^{III}Carolina V. Castillo-Mejía
satrid.26@gmail.com

Recibido: 09 de febrero de 2017 * **Corregido:** 27 de abril de 2017 * **Aceptado:** 16 de junio de 2017

^IEconomista, Docente de la Universidad Técnica de Esmeraldas Luis Vargas Torres Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.

^{II}Economista, Universidad Técnica de Esmeraldas Luis Vargas Torres Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.

^{III}Ingeniera en Gestión Empresarial Internacional, Universidad Técnica de Esmeraldas Luis Vargas Torres Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.

Resumen

En el contexto actual las empresas deben ser competitivas, pero no a cualquier precio, ni de cualquier manera, sino a través de una Responsabilidad Social Corporativa. Esto solo se logra con un liderazgo responsable. Este trabajo tiene como objetivo exponer que se entiende por liderazgo responsable dentro de la gestión empresarial en el ámbito económico. Para ello se realiza un análisis documental y se realizan apuntes sobre los líderes y el liderazgo empresarial, se aborda en qué consiste la responsabilidad social empresarial o corporativa y se expone que se entiende por liderazgo socialmente responsable desde el ámbito económico.

Palabras clave: líderes; liderazgo responsable; responsabilidad social corporativa.

Abstract

In the current context companies must be competitive, but not at any price, or in any way, but through a Corporate Social Responsibility. This is only achieved with responsible leadership. The objective of this work is to show that responsible leadership is understood as part of business management in the economic sphere. To do this, a documentary analysis is made and notes are made on the leaders and business leadership, addressing what is corporate or corporate social responsibility and exposes what is understood as socially responsible leadership from the economic sphere.

Keywords: leaders; responsible leadership; corporate social responsibility.

Resumo

No contexto atual, as empresas devem ser competitivas, mas não a qualquer preço, ou de qualquer forma, mas através de uma Responsabilidade Social Corporativa. Isso só é alcançado com liderança responsável. O objetivo deste trabalho é mostrar que a liderança responsável é entendida como parte da gestão empresarial na esfera econômica. Para fazer isso, uma análise documental é feita e são feitas notas sobre liderança e liderança empresarial, abordando o que é responsabilidade social corporativa ou corporativa e é afirmado que a liderança socialmente responsável é entendida a partir da esfera econômica.

Palavras chave: líderes; liderança responsável; responsabilidade social corporativa.

Introducción

Se puede decir que, en este siglo XXI, el contexto económico mundial es muy incierto, con el fortalecimiento de las economías emergentes lideradas por los denominados BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), mientras las economías de las potencias occidentales aun no dan muestras claras de una recuperación.

Para enfrentar este contexto se precisa una alta competitividad en las organizaciones y para ello es indispensable una verdadera gestión del liderazgo.

“En este panorama de la nueva economía productiva la integridad de los dirigentes, la ética de los negocios, la transparencia de las acciones y, en definitiva, la sujeción a los valores corporativos serán condiciones irrenunciables para hacer progresar a las empresas”. (Villalba, 2017)

“Es por todos conocidos que desde hace tiempo se observa una importante pérdida de valores en la sociedad, aunado a las guerras, el hambre, la crisis de refugiados, el calentamiento global...y un sin fin de situaciones que contribuyen a que la sociedad se encuentre en un estado muy deteriorado que no le permite avanzar al menos no de manera sostenible y con impacto positivo para todos”. (Vega, 2016)

El nuevo paradigma emergente es la competitividad responsable. Las empresas deben ser competitivas, pero no a cualquier precio, ni de cualquier manera, sino a través de una Responsabilidad Social Corporativa con un liderazgo responsable.

Por todo lo anterior, es fundamental que se fomente el Liderazgo responsable, es decir los líderes además de poseer una serie de capacidades y habilidades concretas para dirigir un equipo y alcanzar los objetivos de la empresa, también ha de practicar la responsabilidad social. El líder actual ha de ser un líder responsable.

Hoy se hace, más que nunca, imprescindibles los líderes responsables. “Sin embargo, los modelos de liderazgo imperantes en la actualidad tienen dificultades para conciliar ambas cualidades”. (Alemanno, 2017)

Este trabajo tiene como objetivo: Exponer que se entiende por liderazgo responsable dentro de la gestión empresarial en el ámbito económico.

Metodología

Para este trabajo se hace una revisión bibliográfica, en los temas: liderazgo y líderes en la gestión empresarial, responsabilidad social empresarial o corporativa y liderazgo socialmente responsable.

Desarrollo

El liderazgo es un elemento imprescindible en toda empresa, por ende el liderazgo aplicado a la gestión empresarial es un elemento de suma importancia para el logro del éxito organizacional.

El liderazgo empresarial consiste en la habilidad o proceso por medio del cual el líder de la empresa es capaz de influir en los demás para poder conseguir los objetivos y satisfacer las necesidades de la empresa. Busca desarrollar el máximo potencial en empresa y trabajadores. Por eso, las empresas ya no solo necesitan jefes sino también líderes. (Soto, 2014)

El liderazgo dentro de la gestión empresarial permitirá organizar el sistema productivo -y otorgar a las diferentes personas que lo conforman- las responsabilidades acordes a su desempeño y su capacidad dentro del organigrama, apoyándolos y motivándolos al logro de los objetivos individuales y comunes. (Empresarios en red, 2014)

Soto (2014) agrupa las características del liderazgo empresarial de la siguiente manera:

- Buena capacidad de comunicación
- Buena capacidad de motivación del equipo
- Carisma
- Entusiasmo
- Capacidad de resolución
- Organización y capacidad para gestionar los recursos
- Visión de futuro
- Capacidad de negociación
- Creatividad
- Disciplina
- Escucha activa
- Honestidad

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

- Estrategia
- Capacidad para tomar decisiones
- Buena imagen

Hay diferentes tipos de liderazgo (Liderazgo laissez-faire, Liderazgo autocrático, Liderazgo democrático, Liderazgo transaccional, Liderazgo transformacional); y la empresa ha de conocer cuáles son los más adecuados para su negocio.

Soto (2014) habla también de los beneficios de un buen liderazgo empresarial:

- Mejora el rendimiento empresarial
- Se consiguen los objetivos a corto, medio y largo plazo
- Mantiene a los empleados contentos y motivados
- Se favorece el trabajo en equipo
- Aumentan las ventas de la empresa
- Incrementan los beneficios de la empresa
- Se reducen las ausencias en el trabajo y el malestar
- Mejora el clima empresarial
- Se mejora la empresa en general y su imagen interior y exterior
- Mejora la competitividad de la empresa

Muchos confunden liderazgo con gestión, aunque los dos términos se relacionan y el éxito de una empresa depende de los dos. La gestión es la planificación, organización, dirección y control de los recursos de la empresa. El liderazgo es el conjunto de recursos (habilidades, conocimientos, actitudes) para influenciar y tomar decisiones en una empresa, ayudando a cumplir los objetivos de esta. Puede haber empresas con buena gestión y falta de liderazgo.

El líder es una persona que guía a otros hacia una meta común mostrando el camino y creando un ambiente que permita la capacitación activa de todos los miembros del equipo. Líder es una persona comprometida a llevar adelante la misión de un proyecto. (Otalvaro, s/f)

Expósito Lo Giudice (2003) hace un análisis de las nuevas tendencias en los estilos de liderazgo y las concentra en tres grandes grupos para facilitar su comprensión: (Expósito Lo Giudice, 2003)

1. El Líder desde su individualidad

Se insiste en un estilo de liderazgo basado ante todo en la autoridad moral, induciendo a dar mayor reconocimiento a la dignidad personal-profesional de los colaboradores, a lo que se le conoce como: liderazgo personal, una idea de liderazgo basada en la centralidad de la persona. Se dice que dirigiéndose uno mismo resulta más fácil llegar a ser un buen líder para los demás, por eso se presenta la inteligencia emocional, la pro actividad y la madurez afectiva, entre otros campos, como fundamento del liderazgo personal. La forma de influencia personal sobre el desempeño de los colaboradores está muy afín con los cambios culturales acontecidos en los últimos tiempos, lo que muestra una sintonización entre el liderazgo personal-emocional y el empowerment movement. En fin, el empleado de hoy necesita seguir a alguien, pero éste ha de inspirarle adhesión por sus valores, incluidos los morales o éticos; de otro modo, su seguimiento no sería intrínseco.

2. El Líder como capacitador

Así mismo, el nuevo líder debe ser consciente de su papel de mentor, como entrenador de todos los miembros de su equipo para que puedan valerse por sí solos. Este otro estilo evidencia un modelo de comportamiento, una guía encargada de interpretar las necesidades de los mercados para orientar su camino, el de su equipo y empresa. Hay que estar claro que no todos los mentores son líderes, pero si todos los líderes deben ser mentores. Los mentores son aquellas personas que comparten la paternidad de los problemas, pero permiten a los demás controlar la situación, ellos hacen del entorno laboral un lugar de encuentro. Una de las principales habilidades del mentor es saber escuchar activamente y fomentar la comunicación; siempre debe buscar las ocasiones perfectas para entrenar. El mentor busca conseguir que poco a poco, el subordinado emprenda su camino, hasta que en el momento adecuado, abandone la seguridad del mentorazgo. Para eso, ambos deben estar preparados, de manera que puedan variar su relación: de una relación vertical a una horizontal, de esta manera se establecerá una red de conexiones profesionales dentro de la propia empresa. Otra modalidad del liderazgo que ha crecido en popularidad es el Coaching para ejecutivos, también llamado “la cultura del entrenamiento”. Coaching, no es más que el arte de trabajar con los demás para que ellos obtengan resultados fuera de lo común y mejoren su desempeño. Esto implica que un buen coach debe saber escuchar, debe tener habilidad para preguntar, capacidad de análisis, debe saber estructurar un buen plan (y seguirlo) y debe tener la capacidad de conectar al individuo a un diálogo constante que redunde en su desarrollo.

El Coaching se ha transformado en una necesidad estratégica para compañías comprometidas a producir resultados sin precedentes. La iniciativa de emprender un coaching la toma la dirección de la empresa, quien además decide sobre quién se va a llevar a cabo el tratamiento. El proceso, sin embargo, no se puede imponer.

3. El Líder y los equipos de trabajo

Como usualmente oímos, la propiedad intelectual más importante en la era de la información son las personas, por ende se hace imprescindible aprovechar sus capacidades, lo que se puede lograr a través de esparcir el poder y la responsabilidad en un mundo de co-líderes que hagan el verdadero trabajo. De esta forma comprobamos que, en la actualidad, el trabajo más gratificante es el que se lleva a cabo en equipo para lograr un objetivo común; por eso el co-liderazgo se revierte en una necesidad para estos entornos. Los verdaderos co-líderes no necesitan estar en la cima de la organización para encontrar la satisfacción, pues saben hacer distinción entre fama y éxito, buscando desarrollar más la última, lo que implica el deseo de alcanzar los objetivos comunes.

Una vez hablado sobre el liderazgo y el líder es importante abordar qué se entiende por Responsabilidad Social Empresarial. Según el Departamento de Estudios sobre Dirección del Trabajo (2005) la responsabilidad social empresarial (RSE), es una nueva forma de hacer empresa, que se vincula en su desarrollo reciente al proceso de globalización de la economía mundial, surge del convencimiento de que la necesidad de innovación empresarial para la competitividad y la sustentabilidad del negocio, debe ir más allá de lo puramente tecnológico para instalarse definitivamente en el ámbito de la gestión y de la relación de la empresa con su entorno social y medio ambiental y, particularmente, en el espacio de lo laboral. (Departamento de Estudios sobre Dirección del Trabajo, 2005)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor agregado. (Infante Rivas, 2015)

El concepto responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE), tiene diversas acepciones, dependiendo de quién lo utilice. La conceptualización más holística y progresista hace referencia a

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

que una empresa es socialmente responsable, cuando en su proceso de toma de decisiones valora el impacto de sus acciones en las comunidades, en los trabajadores y en el medio ambiente e incorpora efectivamente sus intereses en sus procesos y resultados. Asimismo, ejerce un especial respeto por las regulaciones y leyes internas del país donde opera y que la sociedad ha definido como válidas y legítimas, pero también respeta los acuerdos y tratados internacionales sobre fiscalidad, prevención de la corrupción, respeto a los derechos humanos y derechos laborales, protección del medio ambiente y busca garantizar que cumplan estas regulaciones y principios, los subcontratistas, socios comerciales, proveedores y cualquier otro con quien realice negocios. (Departamento de Estudios sobre Dirección del Trabajo, 2005)

Orientar los esfuerzos de la empresa solamente a producir resultados basados en las teorías de producir y vender más con el mínimo costo sin importar el impacto social, es a lo largo del tiempo, el peor negocio del sector productivo que busca la rentabilidad. La estrategia actual y sus esperados beneficios, con dicha posición, puede ser mañana el motivo de su fracaso. La responsabilidad social de la empresa abarca aspectos internos y externos, los que se han sido objeto de tratado por expertos en el tema, los primeros orientados a los colaboradores o el equipo de trabajo, sus asociados y accionistas, y los segundos, los externos a clientes, proveedores, familia de los trabajadores, la vecindad y el entorno social, entre estos el medio ambiente. (CAP, 2017)

Existen un grupo de actitudes, comportamientos, hábitos, costumbres y formas de pensar, que se oponen al buen desempeño del grupo de trabajadores y por ende a la productividad de una empresa, entre ellas: (González S., 2007)

- El negativismo o pesimismo. Reduce la motivación por los propósitos organizacionales.
- La apatía al estudio, al mejoramiento continuo y la tendencia al facilismo.
- La baja disposición al ahorro y por ende los consecuentes problemas que genera el mal manejo de los ingresos, con sus posibles consecuencias negativas para obtener lo que desea. Un problema financiero es potencialmente el cultivo de actos indelicados.
- La baja disposición por aceptar una crítica constructiva, lo que conlleva a la generación de posiciones negativas para con quien la hace.
- Bajo sentido de identidad y de pertenencia, desencadenando conductas poco participativas, se hace las cosas tan solo por cumplir sin dar un algo más a favor de los propósitos de la empresa.

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

- El conformismo, la marrullería, que reduce la capacidad de aporte así como la de auto crecimiento o mejoramiento personal.
- El facilismo con un bajo sentido de auto mejoramiento y de auto aprendizaje, por ende poca capacidad de aporte para la empresa.
- Altas tendencias a tomar frívolamente las cosas, con mucha inclinación a lo festivo, concediéndole mayor prioridad a ello que al trabajo mismo.

Porto y Castromán (2006) exponen los ámbitos con lo que se certifican a las empresas socialmente responsables (Porto & Castromán, 2006):

- 1) Contribuir a la calidad de vida dentro de la empresa. Esto incluye la generación de empleos, el pago de salarios justos y oportunos, constante capacitación, comunicación eficaz, trato digno, el trabajo en equipo, etc.
- 2) Cuidado y preservación del medio ambiente. Es necesario que las empresas cuiden el entorno que les rodea y fomenten en los trabajadores y sus familias el ánimo para preservarlo. También se espera que exijan a sus proveedores, trabajadores, autoridades y gobierno que lo hagan porque no es suficiente cumplir con las normas ambientales sino que se requiere fomentar los valores para que esto sea voluntario y permanente, para lo que es posible y deseable contar con la ayuda de organismos especializados en cuestiones ambientales.
- 3) Desempeñarse con un código de ética. El trato ético permitirá a las empresas mantener relaciones de calidad con proveedores y clientes, resultando que más de ellos buscarán hacer negocio con esas empresas generando mayores volúmenes de venta y más ingresos como consecuencia.
- 4) Vincularse con la comunidad a partir de la misión del negocio, pero también de los bienes y servicios producidos. Esto incluye la colaboración activa y voluntaria con la sociedad mediante la participación en programas de apoyo como la donación de recursos a diversas fundaciones de ayuda humanitaria, planes de becas para niños y jóvenes, así como asistencia técnica para obras de beneficencia promovidas por organismos sin fines de lucro, entre otros.

Entre los beneficios de una empresa responsable se encuentran según la literatura (EOI, 2014) (Nakamura, 2015):

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

1. Mejora la imagen corporativa y la reputación: Actualmente estamos viviendo lo que los expertos catalogan como «la economía de la reputación». En unos mercados en los que todo se copia, los intangibles – marca y reputación – han pasado a convertirse en variables fundamentales para diferenciarse. Una reputación cuya construcción se ha transformado también en los últimos tiempos. La empresa sigue siendo el actor principal, pero ya no el único. Hoy las aportaciones e interacciones de clientes, trabajadores, proveedores y otros grupos de interés, juegan un papel esencial.
2. Previene riesgos. La RSC es también un instrumento muy eficaz para reducir los riesgos potenciales asociados a las actividades que desarrollan las empresas.

La creación de códigos éticos y de conducta, el establecimiento de estándares responsables en la selección de proveedores o la incorporación de consideraciones medioambientales o de Derechos Humanos a lo largo de la cadena de valor, reduce significativamente la probabilidad de que las compañías incurran en «malas praxis». Al reforzar el control de las operaciones que realiza una empresa, esta logra minimizar los conflictos con las comunidades en las que opera; disminuir quejas y procesos judiciales, mejorar las relaciones con clientes, empleados, sindicatos, administraciones públicas y otros grupos de interés y reducir drásticamente la posibilidad de sufrir riesgos como publicidad negativa o boicots a sus productos o servicios.

3. Captación y retención de talento. Cuando valoran un empleo, el factor económico pierde peso frente a variables como la adecuación del mismo a su proyecto de vida. Buscan adherirse a causas, prefieren empresas comprometidas con la sociedad y el medioambiente y valoran los entornos que promueven la multiculturalidad y la diversidad. En este escenario, la RSC ayuda a diseñar y ofrecer propuestas novedosas y atractivas para este nuevo perfil de trabajadores el siglo XXI.
4. Mejora el clima laboral y de la productividad. Junto a la captación y retención de talento, una buena estrategia de RSC tiene efectos muy positivos en el grado de satisfacción y compromiso de los trabajadores con la compañía. La implementación de programas de voluntariado corporativo ofrece infinidad de ventajas. Mejora la motivación, las habilidades y la autoestima de los trabajadores; fomenta el orgullo formar parte de la empresa y refuerza la implicación de los empleados y su compromiso con la misma.

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

Una adecuada gestión de la diversidad incide positivamente en términos de productividad y competitividad, lo que incrementa la probabilidad de encontrar soluciones más innovadoras y robustas.

5. Fomenta la innovación. La RSC incentiva el desarrollo de productos y servicios innovadores. El diálogo con los diferentes grupos de interés, unido a la búsqueda de soluciones vinculadas a objetivos de sostenibilidad e impacto social, potencian el desarrollo de productos novedosos que permiten el acceso a nuevos segmentos de mercado.
6. Mejora la eficiencia energética. Los objetivos medioambientales que asumen las empresas en el marco de sus acciones de RSC suelen incluir medidas de eficiencia energética, reciclado y otras iniciativas de disminución de consumo de recursos naturales. Con ello, además de minimizar sus impactos negativos sobre el medio ambiente, obtienen un significativo ahorro en términos económicos.
7. Trae ventajas para atraer financiamientos. Un comportamiento responsable implica la implementación de prácticas de buen gobierno, éticas y transparentes que inciden favorablemente en su credibilidad en los mercados y mejoran su acceso a financiamiento. Además de ventajas fiscales, las empresas responsables reducen el riesgo de contingencias, ofreciendo con ello un valor añadido que incrementa el valor de sus acciones y refuerza la confianza de inversores reales y potenciales.
8. Aumenta la fidelización de consumidores y clientes. Los consumidores admiran aquellas empresas que valoran a sus empleados, desarrollan proyectos sociales, se preocupan por el medio ambiente e invierten esfuerzos contra la corrupción. Por ello, la responsabilidad social es un factor esencial para garantizar la fidelidad del consumidor. Una tendencia al alza, teniendo en cuenta los nuevos hábitos de consumo de las generaciones venideras.
9. Facilita la obtención de premios y reconocimientos. Son muchos los premios y reconocimientos que están surgiendo en materia de responsabilidad y sostenibilidad. Los premios además de reconocer de manera pública los esfuerzos de las empresas en este ámbito, ayudan positivamente a difundir las iniciativas de las compañías a través de foros no empresariales. Asimismo, mejoran

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

la relación con el entorno, logran una mayor credibilidad frente a nuevos consumidores y usuarios e incrementan la influencia de la empresa en su sector.

10. Sitúa a la empresa en la preferencia para la contratación pública y la licitaciones. Son muchos los gobiernos o entidades que están incorporando consideraciones de sostenibilidad y responsabilidad social como criterios de valoración y mejora para seleccionar a los adjudicatarios en los procesos de contratación pública.

Ejercer el liderazgo socialmente responsable quiere decir que todas las personas que asumen este rol actúan en todas las situaciones con decisión y acción, en beneficio de los integrantes de su equipo. Además, tienen voluntad de generar un cambio, de apoyar a sus trabajadores y de buscar soluciones para los problemas de forma transparente y justa. Los líderes responsables tienen el compromiso de asumir, enfrentar y superar los retos que les presenta la gestión del día a día. Los líderes responsables han de seguir los principios que les permiten continuar con su rumbo en el camino, ignorando cualquier desviación o distracción y siempre considerando que el líder busca satisfacer metas comunes y no propias. Además, ha de participar en todas las actividades de la organización, incluso cuando ha de tomar decisiones precisas en situaciones de crisis. Los líderes responsables siempre velan y protegen los intereses del grupo, de su equipo, ya que han depositado su confianza en ellos para que se puedan cumplir los objetivos de la organización. (EAE Business School, 2015)

El líder responsable es aquel que se encarga de impulsar la responsabilidad en la empresa. Aunque no existe un acuerdo unánime para definir la RSC, se entiende que esta se basa en una gestión que tiene en cuenta los impactos de la actividad en diferentes grupos de interés. La RSC hace referencia a la forma de dirigir un negocio y precisa la inclusión de criterios económicos, sociales y medioambientales en la toma de decisiones; en este sentido, compromete a todos aquellos que, dentro de la organización, tienen la capacidad de tomar dichas decisiones. Por lo tanto, la responsabilidad atañe, en primer lugar, al primer ejecutivo, y, en segundo lugar, al resto de directivos que, por su capacidad de tomar de decisiones y de hacer avanzar los proyectos, ejercen una posición de liderazgo e influencia. (Remacha Recio, 2016)

A partir de todo esto, se pueden extraer una serie de variables que caracterizan la gestión y actividad del líder responsable: (Remacha Recio, 2016)

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

- **Compromiso:** tiene un convencimiento real del valor de la responsabilidad, cumple con los deberes y adquiere compromisos voluntarios en materia económica, social y medioambiental, correspondientes a las expectativas y demandas de los grupos de interés.
- **Rendición de cuentas:** toma en consideración el impacto de la actividad de la empresa en diferentes stakeholders y asume las consecuencias de dicha actividad.
- **Inclusividad:** mantiene un diálogo proactivo con las diferentes partes interesadas a fin de conocer sus demandas e incorporarlas al proceso de toma de decisiones y a las operaciones diarias de la empresa.
- **Propósito:** posee una visión a largo plazo en la que el negocio sirve para resolver las demandas de todos los constituyentes; con base en esto, es capaz de unir y organizar a las personas para alcanzar dicha visión.

Además del estilo de liderazgo, determinados comportamientos, habilidades y características del líder pueden favorecer el impulso de la responsabilidad en la empresa:

- Visión a largo plazo.
- Identificación de las tendencias emergentes.
- Convicción y coherencia
- Visión de conjunto de la organización y de su contexto.
- Escucha, diálogo y habilidad para la negociación y para resolver conflictos de intereses.
- Integridad.
- Accesibilidad, transparencia y habilidad para convencer, infundir optimismo.

El liderazgo responsable exige cualidades personales como las que destaca Alemanno (2017)

- Compasión e inteligencia emocional
- Integridad y franqueza
- Justicia e inclusión
- Competencia y respeto por la evidencia
- Consistencia y sobriedad

Se trata, por tanto, de alinear personas, organización y entorno, partiendo de la base de que un proyecto solo será ganador si es capaz de generar y distribuir equitativamente el beneficio entre los tres

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

eslabones de la cadena: persona, empresa y sociedad. Los profesionales y el conjunto de la sociedad exigen, cada vez más, liderazgos responsables. Es decir, liderazgos basados en la ejemplaridad, el compromiso y la honestidad. Conviene recordar que el liderazgo no solo incluye al líder, sino también a los seguidores y al proyecto colectivo que se desea a llevar a cabo. En este sentido, hay que subrayar que la grandeza y la calidad ética del proyecto son también elementos fundamentales del liderazgo. Sin un liderazgo responsable, basado en la calidad humana, capaz de transformar la organización y promover un cambio de comportamientos y actitudes, no hay auténtica RSE. (EAE Business School, 2015)

Conclusiones

No hay empresas responsables sin líderes responsables y viceversa. Todas las organizaciones necesitan de líderes responsables. Solo con un liderazgo responsable se garantiza la sostenibilidad, la rentabilidad, la ética en las operaciones económicas. Esto significa que los dirigentes sean ejemplos, tengan inteligencia emocional, resuelvan problemas, sean moralmente dignos, generen proyectos innovadores e integradores, posean competencias informacionales y comunicacionales, se caractericen por estar abiertos al cambio y a la colaboración, tengan capacidad para afrontar riesgos, miren hacia el futuro con buenos valores y sean impulsores de la profesionalidad.

Se necesitan cada vez más líderes responsables que logren que la empresa sea rentable y permanezca productiva a lo largo del tiempo, responda a sus accionistas e inversionistas con resultados económicos positivos, ofrezca beneficios a la sociedad a través de sus productos o servicios por medio de una empresa financieramente productiva, genere empleos, ofrezca condiciones y calidad de vida a sus empleados y sus familias, entre otros. Además que sean capaces de analizar y evaluar la forma en que se generan las utilidades o ganancias, tomando decisiones con ética y responsabilidad social que son fuente de mayor rentabilidad.

“La rentabilidad es un concepto que se encuentra íntimamente relacionado a las empresas, a los negocios, al éxito económico y a la generación de utilidades. Sin embargo, contrario a lo que pudiera pensarse, para un gran número de personas es difícil concebir la rentabilidad como parte de la responsabilidad social, ya que ésta suele estar asociada equivocadamente con el concepto de filantropía o altruismo, olvidando que las empresas tienen la obligación de operar con números positivos, de ser rentables”. (Delgado, 2014)

El liderazgo responsable constituye una ventaja para mejorar los beneficios y bondades de las empresas, como sean y cual sea. Varios estudios demuestran que las empresas que avanzan y progresan por un liderazgo responsable obtienen más productividad.

Referencias Bibliográficas

- Alemanno, A. (2017). 5 cualidades para el liderazgo responsable en la era del populismo. Recuperado el 08 de julio de 2017, de <https://www.weforum.org/es/agenda/2017/01/5-cualidades-para-el-liderazgo-responsable-en-la-era-del-populismo/>
- CAP. (2017). RSE como herramienta de publicidad. Recuperado el 12 de junio de 2017, de <http://revistacap.com/publicidad/181-rse-como-herramienta-de-publicidad>
- Delgado, R. (2014). La Empresa Socialmente Responsable. Recuperado el 02 de febrero de 2017, de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-Empresa-Socialmente-Responsable-20140630-0004.html>
- Departamento de Estudios sobre Dirección del Trabajo. (2005). Responsabilidad social empresarial, alcances y potencialidades en materia laboral. Recuperado el 20 de junio de 2017, de http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf
- EAE Business School. (2015). Practica el liderazgo responsable. Recuperado el 05 de febrero de 2017, de <https://retos-directivos.eae.es/practica-el-liderazgo-responsable/>
- Empresarios en red. (2014). El Liderazgo en la Gestión Empresarial. Recuperado el 02 de febrero de 2017, de <https://www.empresariosenred.cl/noticias/el-liderazgo-en-la-gestion-empresarial>
- EOI. (2014). Los Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para las empresas. Recuperado el 02 de febrero de 2017, de <http://www.eoi.es/blogs/embacon/2014/02/03/los-beneficios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse-para-las-empresas/>
- Expósito Lo Giudice, I. (2003). Liderazgo y evolución del papel del líder en la empresa. Recuperado el 02 de febrero de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/liderazgo-evolucion-papel-lider-empresa/>
- González S., T. (2007). La responsabilidad social de la empresa, un buen negocio. Recuperado el 25 de febrero de 2017, de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/responsabilidad_social.pdf

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

Guibert, M. (2013). El rol del contador público y su responsabilidad ética ante la sociedad. Perú: tesis para optar el grado académico de Doctor en Contabilidad y Finanzas.

Infante Rivas, H. (2015). Responsabilidad social corporativa o empresarial. Recuperado el 05 de febrero de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/responsabilidad-social-corporativa-o-empresarial/>

Moya Arana, I. (2014). Responsabilidad social.

Nakamura, P. (10 de febrero de 2015). La importancia de la RSC: 10 ventajas claves para la empresa. Recuperado el 18 de febrero de 2017, de <https://patricianakamura.com/2015/03/15/la-importancia-de-la-rsc-rse-10-ventajas-claves-para-la-empresa/>

Núñez Gonzalez, H. (agosto de 2017). La responsabilidad social empresarial. Recuperado el 15 de julio de 2017, de <https://es.linkedin.com/pulse/la-responsabilidad-social-empresarial-rse-n%C3%BA%C3%B1ez-gonzalez>

Otalvaro, E. (s/f). Talento Humano Fuente de Desarrollo y Exito Organizacional. Recuperado el 03 de febrero de 2017, de <http://es.calameo.com/read/00290009528c03c38c570>

Pérez Urquía, R. (2014). Gestión de recursos laborales, formativos y análisis de puestos de trabajo. Juvenile Nonfiction.

Porto, N., & Castromán, j. (2006). Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España. Contaduría y Administración, Núm. 220.

Remacha Recio, M. (2016). Liderazgo responsable. El papel del directivo en el impulso de la RSC. Cuaderno N° 30.

Soto, B. (2014). El liderazgo empresarial. Obtenido de <https://www.gestion.org/recursos-humanos/liderazgo/45937/el-liderazgo-empresarial/>

Vega, M. (2016). No hay líderes responsables sin empresas responsables: Liderazgo Responsable, una responsabilidad de todos. Recuperado el 02 de febrero de 2017, de <https://es.linkedin.com/pulse/hay-lideres-responsable-sin-empresas-responsables-liderazgo-vega>

Apuntes teóricos sobre la gestión empresarial hacia el liderazgo responsable desde el ámbito económico

Villalba, J. (2017). Liderazgo responsable y receptivo. Recuperado el 15 de junio de 2017, de <https://www.contunegocio.es/recursos-humanos/liderazgo-responsable-y-receptivo/>