

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Lic. Mariela Mendoza Mancha
(mendoza_0304@hotmail.com)

Lic. Armando Alejandro Hernández Chapa
(mandossss@hotmail.com)
Mayra García Govea

Resumen: En la actualidad la responsabilidad social implica lograr la participación de la empresa en la comunidad, es un precio que se encuentra en la mente de cada persona, a la cual le permite reflexionar, organizar, orientar y juzgar las consecuencias que sus propios actos ocasionan ante la demás sociedad. Podríamos decir en pocas palabras que la responsabilidad social empresarial mira a las organizaciones cumpliendo una ocupación no necesariamente monetaria, sino también social.

Palabras Clave: Responsabilidad, participación, organizaciones, comunidad, consecuencias.

Summary: Today social responsibility involves engaging the business community, is a price that is in the mind of every person, which enables you to reflect, organize, guide and judge the consequences of their own actions cause to the other company. We could say in short that looks at CSR organizations serving an occupation not necessarily monetary, but also social.

Keywords: Responsibility, participation, organization, community, consequences.

1. Introducción

La responsabilidad social, implica lograr la participación de la empresa en la comunidad con el fin de impulsar activamente el desarrollo de nuestro país, a través de la generación de soluciones sociales innovadoras para la construcción que mejoren la calidad de vida de las familias y de cada uno de los colaboradores dentro y fuera de la empresa. Este concepto surge en el año 1999 y tiene por objetivos, fomentar un entorno socialmente sustentable dentro de la empresa, lograr que los miembros de las empresas se auto-gestionen, implementar programas viables y autosuficientes para asegurar permanencia en el tiempo y comunicar y difundir para promover la responsabilidad y la cohesión social. Podemos identificar como los pilares de la responsabilidad social, la visión de un desarrollo sostenible y responsable guía cada una de las actividades cotidianas, derivando en políticas y prácticas que hacen coincidente la estrategia de la empresa con responsabilidad social. En ese sentido, los pilares que guían la actividad, como la ética, la calidad de vida en la empresa, la vinculación con la comunidad y el medio ambiente.¹ Parte importante de la Responsabilidad social en la vinculación con la comunidad en una empresa con compromiso y responsabilidad social se da a través de la actuación ante las necesidades de nuestro medio ambiente y nuestras comunidades,

¹ Navarro, Fernando, Responsabilidad Social Corporativa, (Madrid: ESIC, 2007). Pág. 35

asimismo, la mejor manera de apoyar el desarrollo de las comunidades es a través de proyectos autosustentables que ayuden a que los miembros de una comunidad salgan adelante por sí mismos, la generación de programas innovadores para el desarrollo de la comunidad es un punto de suma importancia para una estabilidad social responsable, siempre y cuando tenga un compromiso profundo con el desarrollo sustentable y creación de una cultura global de conciencia ambiental, una de estas son las premisas básicas que sustentan cada uno de los programas son la generación de alianzas y relaciones de confianza, es SUMAR; Procurar la generación de alianzas con asociaciones civiles, líderes comunitarios y dependencias de gobierno, también inculcar la cultura del buen vecino, trabajando en equipo mediante consejos vecinales para convertir las expectativas sociales en parte de nuestras prioridades y así mejorar las condiciones de vida de las comunidades a las que pertenecemos. La Comunicación; Mejorar los canales de comunicación con nuestros vecinos, lograr beneficios para la empresa, como que se nos reconozca como una empresa abierta a la comunidad, mediante un plan de acción que incluye visitas a la unidad de negocio, Boletín Mensual, Participación de eventos (graduaciones, festejos).

2. Responsabilidad social y su entorno

Se empieza con el voluntariado, es lo que las empresas buscan involucrar a los empleados y voluntarios comunitarios en la participación de las actividades de apoyo a las comunidades, también sensibilizar a los empleados de la importancia de la Responsabilidad Social y atención al entorno, existen programas que las empresas socialmente responsables aplican, ya sean para proyectos en particular o simplemente por deseo de hacerlos, que realmente son pocas por esta segunda razón, pero igual aplican: la educación en algunas empresas socialmente responsables incluyen en sus programas situaciones educativas, es decir, preocupación por la educación de cada uno de sus empleados, dígame cursos, certificaciones, o incluso otorgamiento de diplomas y becas en determinadas instituciones de índole educativa, todo para apoyar a sus empleados a superarse y combatir con los problemas que existen en esta sociedad, evitando la ignorancia y tratando de que estén más preparados para cualquier situación que se les presenten y solucionarlas con facilidad, también preocupados con su medio ambiente, incluyen dentro de sus programas la instalación y cuidado de Viveros y Reforestaciones, dentro de este rubro, se pretende trabajar en el área de viveros y en campañas diversas de reforestación, logrando así campañas de reforestación en alianza con diversas instituciones, esto es la responsabilidad social empresarial en materia de medio ambiente .² Programas como el llamado “Relaciones con la Comunidad”, con el que las empresas pretenden abrir los canales de comunicación directa con las comunidades, localizar, convencer y trabajar con sus líderes, su objetivo es generar relaciones de confianza con las comunidades en las unidades de negocio de en el país, ya que estoy convencidos de que no es posible el desarrollo de una empresa sin el progreso de la comunidad, por lo que la empresa busca activamente una comunicación abierta y directa para compartir los temas que nos son comunes, para ello, una empresa lleva a cabo acciones y compromisos con una base de colaboración mutua, en la que el esfuerzo de ambas garantiza los

² Trujano, Guillermo, Ecología y medio ambiente, (México: Person, educación, 2005).

mejores resultados en la búsqueda, en último término, de colaborar en la edificación de un mundo mejor, por lo que no dudan en orientar hacia afuera su capacidad de crear y transformar, la experiencia en superar retos, y el compromiso con la eficiencia y el logro constante.

2.1 Empresa socialmente responsable

La Responsabilidad Social es un adjetivo que va dirigido a la carga y responsabilidad con los que las personas de una agrupación cuentan, ya sea como individuos o como socios de una agrupación, y tanto entre sí como para la asociación en conjunto, su criterio adjunta una valoración buena o mala al momento que una sociedad toma una decisión, esta evaluación puede ser tanto moral como legal, comúnmente se considera que la responsabilidad social se distingue de la responsabilidad política debido a que no se limita a la estimación del adiestramiento del dominio a través de un influjo estatal. La responsabilidad es un precio que se encuentra en la mente de cada persona, a la cual le permite reflexionar, organizar, orientar y juzgar las consecuencias que sus propios actos ocasionan ante la demás sociedad.³ La responsabilidad social es la suposición moral o ideológica que una institución ya sea empresa, organización, corporación gobierno o persona física tiene un adeudo ante la sociedad, esta puede ser negativa, lo cual significa que se debe contener de actuar, o bien puede ser positiva, lo cual quiere decir que se tiene la responsabilidad de proceder. Es una aspiración voluntaria, es reconocer y aprobar los acuerdos y obligaciones que tenemos con nuestro entorno y nuestra sociedad, una actitud responsable, madura y afectiva a los enigmas de una sociedad y es una postura proactiva para acoplarse a hábitos, métodos y procesos que apoyen a minimizar las impresiones dañinas que se crean en el medio ambiente y en la sociedad que nos rodea, también es no hacer caso omiso a todo lo anterior, debemos saber que cada individuo del planeta tiene compromisos y obligaciones, las cuales se deben seguir al margen, tanto individualmente como en agrupaciones (organizacional, empresarial e institucional). La responsabilidad social empresarial es un método sumamente trascendental para ayudar al éxito y a la sustentabilidad de cualquier proyecto de negocios, al adjuntar una vertiente de Comercio Justo, la institución apoya la adición de los grupos interesados, ayuda a las relaciones con los empleados y los clientes y enseña de forma objetiva y directa el alto nivel de responsabilidad de su giro comercial, su empleo es opcional, no impuesta por alguna jurisdicción legal alguna, aun cuando el punto de salida de la conducta socialmente responsable es el aprensivo cumplimiento de la ley, los mejores métodos a que la responsabilidad social da pie sobrepasan las expectativas legales, reclaman la atención igualitaria de las necesidades e inclinaciones de todas las personas que tengan algo que perder o ganar en la acción de una entidad, y no

³ García, Andrés (*et al*), La Responsabilidad Social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial, (Barcelona: Addenda), 2005.

solamente de aquellos individuos que tienen la naturaleza de accionistas, la interrelación con los stakeholders refiere a la institución adaptar el criterio de responsabilidad social a todas ocupaciones de la organización de manera íntegra, es quien cumple con sus exigencias y obligaciones y quien pone la debida atención en los procesos que hace o decide.

2.2 Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial tiene diferentes significados, en la actualidad existe un gran número de descripciones en esta materia, estos conjuntos de intereses no son suficientes en cuanto a lo requerido para sus reglamentaciones gubernamentales, sino se basan en sus patrones de honestidad y morales, puede ser definida como una manera moralmente empresarial que está fundamentada en reconocer y dominar lo referente al impacto de giro empresarial en otros. Absolutamente todas las organizaciones tienen la responsabilidad ética hacia cada una de las asociaciones que agrupan los: propietarios/accionistas, trabajadores, compradores, abastecedores y la sociedad en general.⁴ El Corporate Social Responsibility (CSR) de Europa nos refiere que la Responsabilidad Social empresarial va dirigida a la distribución de las conductas primordiales de las organizaciones y el compromiso por su impresión total en las comunidades en las cuales intervienen, no forma parte de una opción extra curricular, ni un acto de bondad. Una institución socialmente responsable se dice de aquella que avanza en un establecimiento rentable, recordando siempre la mayoría de las consecuencias ambientales, sociales y monetarias, ya sean buenos o malos, que crea en la comunidad donde habita. Así mismo la CSR define también a la responsabilidad social empresarial como la forma en que la organización lleva a cabo y actualiza su impacto social y el entorno para darle valor a sus accionistas y a sus compradores interesados mejorando sus tácticas organizacionales y operativas. La fundación PRO humana de Chile en Colombia, nos describe a la Responsabilidad social como la obligación que tienen los seres humanos, organizaciones y negocios para ayudar al incremento del bienestar de la comunidad local y mundial, es el aporte a la innovación humana sostenible, a través del deber y de la credulidad con sus subyacentes y familias, la comunidad en general y la sociedad regional en el apoyo a mejorar el capital social y la importancia de la vida. El Business for Social Responsibility (BSR) de Estados Unidos detalla que la Responsabilidad Social es una visión de negocios hacia el futuro que abarca armoniosamente a la táctica empresarial, la consideración por los méritos éticos, la gente, la sociedad y el medio ambiente, es alcanzar con ventaja comercial de manera que honren los valores morales y atención por las personas, comunidades y el entorno congénito, llevando

⁴ Yúnez, Antonio, Medio ambiente; problemas y soluciones, (México: ilustrada, 1994).

a cabo las expectativas legales, morales, mercantiles y demás que la sociedad tiene en el mercado y creando decisiones que equilibren de manera equitativa las necesidades de todo el público interesado. Así como estas organizaciones existen más entidades, negocios, corporaciones y sitios en los cuales la responsabilidad social es una obligación, una tradición, una forma de vida, no hay una descripción única sobre lo que es la Responsabilidad, cada uno de nosotros lo aplica a su vida conforme lo requiera.⁵

Podríamos decir en pocas palabras que la responsabilidad social empresarial mira a las organizaciones cumpliendo una ocupación no necesariamente monetaria, sino también social, debido a que sus administrativos, día a día a raíz de sus determinaciones, innovan o desaparecen el valor social, es una vía la cual hay que recorrer, la cual agrupa el valor social y el valor ambiental, coordinando resultados económicos, financieros, del entorno y morales.

2.3 Empresa Socialmente Responsable

Una empresa socialmente responsable es aquella que cumple con un conjunto de normas y requisitos concernientes a la expectativa social, monetaria y del entorno que se fundamenta en valores que le apoyen a ser mayormente eficaz, esas organizaciones mejoran y contribuyen al mejoramiento de su entorno. Son entidades privadas o ciudadanas que así mismo que satisfacen los reglamentos gubernamentales adheridas a lo ecológico, asumen valores y principios interrelacionados con la existencia social del sitio en el cual están establecidas. Una organización socialmente responsable es aquella que cuenta con normas, tácticas y proyectos que ayudan a un completo crecimiento humano, para dar pie a una responsabilidad social. Una RSE es quien a través de distintas operaciones y ejercicios promueve no solamente la meticulosidad del ambiente, sino que regeneran la calidad de vida de sus empleados, y de la comunidad en general, el acatamiento a las leyes que crean un crecimiento humano y/o valores de apoyo y compañerismo. También fundamenta como primordiales estándares en su tradición organizacional, la moral y cualquier cosa referente a los valores. La formación de una empresa socialmente responsable está fundamentada en el intervenir la calidad de vida de una organización, enlace y choque con la sociedad, vigilancia y previsión del entorno ambiental y ética organizacional.⁶ La intervención directa o indirecta de los trabajadores con una razón noble, entre su organización, aumenta su satisfacción y su interrelación con la misma, proporcionando una mejor predisposición y un alto grado de orgullo de propiedad. Esto de una forma u otra interviene en un avance de la producción y la confianza de los trabajadores, logrando estos contribuir a los valores y principios de una entidad organizacional

⁵ Pini, Jose, Responsabilidad Social y el Medio Ambiente Rol del Estado, (Uruguay: Septiembre, 2009)

⁶ Alvarez, Antonio, Organización y cultura, (Iztapalapa: Diciembre, 2003)

con su disciplina social. La responsabilidad social no es una novedad, ni tampoco un acto de bondad y generosidad. Se trata de un método de administración y una táctica de management que agrupa tácticas, proyectos sistemas y acciones que eventualmente lleven al mejoramiento e innovación de la empresa, así como también a prosperar en cuanto a la calidad de vida en el trabajo, la sociedad enlazada con la organización, el medio ambiente, el marketing, el comercio responsable y la moralidad empresarial. La responsabilidad social es una forma que afecta e interesa a absolutamente todas las organizaciones, por este motivo cada vez más de ellas se inquietan por crear nuevos proyectos de responsabilidad social empresarial. A tal grado ha llegado que es un fenómeno mundial, la propaganda en medios de televisión, así como en medios descriptivos y radiales, obtienen cada vez mucho menos credibilidad. Por lo tanto las macro organizaciones construyen sistemas que puedan enlazarlos con la sociedad de forma más inmediata y eficaz. Para ello, se sugieren ideas e innovaciones a sus trabajadores, y así con ello llevar a cabo de manera estrella, programas y tácticas con el fin de satisfacer las necesidades de la sociedad, algunos ejemplos de esto podría ser; la recolección de ropa usada, utensilios escolares, patrimonios monetarios que son donados a instituciones escolares u establecimientos de caridad, comida no caduca, etc.

La innovación en este sentido es que la organización solamente hace el rol de coordinador de este tipo de proyectos, e incita a los trabajadores a organizar y promover acciones, recomendar organizaciones de beneficencia y acudir personalmente a dialogar con ellos, así como también realizar acciones comunitarias, a fin de cuentas quienes están mayormente relacionados con esta labor son los empleados de las instituciones. Organizaciones comerciales como Mc Donald's, Dow Química, Sheraton Hotel de Argentina, Fate, por mencionar algunas cuentan con sistemas muy relacionados con la responsabilidad social empresarial enlazados con la cooperación de su personal de recursos humanos como también de otras áreas de la empresa. Es evidente ante los ojos de todas las personas que McDonald's paga por esos locales e indudablemente debe ser una buena suma, sin embargo, en vez de implicarse como un mercado altamente excesivo, la existencia de sus letreros de señalización en favor del cuidado de los animales y de algunos botes de basura cedidos al parque, generan un "good will" por parte de la comunidad. Este tipo de acciones estratégicas son muy bien vistas y aplaudidas por la comunidad e inclusive por las sociedades internas que forman parte de la empresa puertas afuera y realizando una obra de beneficencia. Aún falta mucho campo por abarcar en esta materia, la mayoría de los administrativos y ejecutivos que hemos entrevistado, cuentan lo bien que aceptan los trabajadores colaborar en este tipo de actividades, aunque también examinan que algunas labores de este tipo, no aspiran a que sean divulgadas mayormente, por ejemplo el Hotel Sheraton de Buenos Aires, aporta con donaciones de artículos sobrantes a la Villa 31 de Retiro, un agrupamiento no autorizado de personas, en lugares fiscales, que aunque fue creado desde hace mucho tiempo, no es bien visto por el común de las personas, que racionalmente lo ven cómo un sitio de riesgo, marginalidad, contrabando criminalidades e ilegalidad total. Pero la mayoría de las organizaciones

que se han entrevistado, objetivamente manifiestan que ayudan sólo a instituciones vinculadas con la educación, como comederos escolares, escuelas técnicas u ofrecer capacitación y adiestramiento en las instalaciones de sus propias plantas, ya sea en distintas áreas a gente de escasos recursos que no se encuentren laborando en ninguna institución. Les explican sobre sistemas computacionales, trabajos de carpintería, idiomas diferentes al español o bien distinto al de su país de origen, ayuda escolar a sus hijos, entre otras.⁷ Trabajadores de organizaciones de línea principal, les muestran cómo hacer pan, preparar recetas de cocina nutritivas y oficios para que las personas se puedan valer por sí mismos, hasta poder auto emplearse con trabajos básicos. Estos programas anteriormente definidos y explicados, se podría decir, es la mejor definición de Responsabilidad Social Empresaria. Aunque escasamente lo consideran en cuenta en un ámbito altamente confidencial, un alto grado de empresas ni siquiera está de acuerdo en acudir a comederos sociales. Muchas veces en lugar de hacer un bien, hacen lo contrario, todo por quedar bien ante la sociedad haciéndoles creer que regalan cosas percederas a las personas, acuden a sitios usurpados, en los cuales personas hacen estofados para otras, y les dan de comer a cientos y miles de personas humildes diariamente, productos regalados, la mayoría de las veces en mal estado, en un entorno sin orden, sin organización, sin programas, que difunden "lo único que importa es tener la barriga llena" y que actúa en contra de la principal organización social que es la familia. Es un sitio social sumamente controvertido, en el que obviamente, las empresas con vigorosos reglamentos de ética moral no desean verse involucrados. Para terminar, otro ejercicio de RSE muy común son apoyos "sociales" que aportan las empresas para sus subyacentes. A la vanguardia de una existencia social compleja, muchas instituciones aportan orientación vocacional para los hijos adolescentes de sus trabajadores, pasantías remuneradas en las instituciones para parientes de los mismos, forman gabinetes psicológicos y acuden, de esta forma a una región interna numerosa y con necesidades sociales decadentes.

2.4 Responsabilidad Social en la actualidad

Actualmente se considera a la responsabilidad social como un criterio reglamentario no obligatorio, esto es que la ley no tiene la suficiente fortaleza para respetarse, para esto podríamos poner como ejemplo lo siguiente: "La declaración universal sobre Bioética y Derechos Humanos, acondicionada por la UNESCO. Esto ha dado como resultado no solo a distintas alternativas o pensamientos departamentales de crear mecanismos de responsabilidad social, la más destacada entre las cuales son lo concerniente a responsabilidad social empresarial, sino a

⁷ Martínez, Horacio, El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial, (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2005).

primicias propuestas sobre las intervenciones institucionales del precepto.⁸ Lo destacado entre esos nuevos e innovadores pensamientos es la de Claus Offe, para quien responsabilidad social tiene, como primordial entre sus funciones en las diversas sociedades modernas, ejercer como sistema de invención e impulso de una ética autónoma y el autocontrol refinado de sus integrantes o, por decirlo de otra manera, en la forma en que no puedan reponer de manera capaz los déficit de tal autocontrol con la aportación de los centros del derecho y estimulantes del dinero.

2.5 Responsabilidad Social para la salud

La responsabilidad social para la salud se ve evidenciada en los actos de los responsables de la toma de resoluciones tanto del sector público como privado, para constituir políticas y prácticas que impulsen y preserven la salud. Las políticas y tácticas que promueven los sectores público y privado deben de impedir dañar la salud de las personas; cuidar el medio ambiente y aprobar el uso responsable de los recursos; restringir la producción y el comercio de productos y sustancias inherentemente perjudiciales y desalentar las prácticas de mercantica nocivas para la salud; proteger al ciudadano en el Mercado y al individuo en el lugar de trabajo, e incluir evaluaciones del impacto sanitario centradas en la equidad como parte integral del desarrollo de las políticas. También se debe hacer un análisis en cuanto a la responsabilidad jurídica. En la otorgación de una alta significancia a la propaganda de la responsabilidad social en el ámbito de salud se determinan cinco políticas y prácticas que enseñan la obligación con la responsabilidad social: (1) No dañar la salud de terceros. (2) Cuidar el ambiente y resguardar el uso sostenible de los recursos. (3) Prohibir la producción y el comercio de artículos y procedimientos intrínsecamente dañinos, y las tácticas de comercialización que agredan contra la salud. (4) Resguardar a la gente en el mercado y en el sitio donde laboran. (5) Incluir la valoración del impacto saludable basada en la igualdad como parte fundamental del desarrollo de políticas⁹. La estimación del impacto benéfico es el centro de las políticas y procedimientos públicos y privados salubres, así como la integración del impacto al entorno ha sido primordial para el éxito en aumento del movimiento de seguridad del medio ambiente. Una atmosfera principalmente importante para la valoración del impacto benéfico y de las políticas públicas y privadas es la sociedad central y ambientes a su alrededor tales como: las escuelas y los sitios de labores. Esto no significa que el nivel regional sea el más trascendente. La organización, la creación de políticas y la interacción que son esenciales para la salud tienen su historia a nivel central. Además, deberá ser alta la causa de los dirigentes locales para crear políticas primordiales, dado que ellos también se ven intervenidos por sus propias resoluciones. Los comisionados de crear las políticas nacionales no pueden adivinar con un nivel alto de confianza cómo la política sanitaria dañara a la vida y a la tranquilidad de la sociedad. Si se ha de respetar la igualdad en asunto de salud, la representación de políticas y la toma de deliberaciones deben tener lugar en un ambiente en el que las organizaciones y

⁸ Jaramillo, Olga, La dimensión interna de la responsabilidad social en las micro pequeñas y medianas empresas, (Septiembre 2011).

⁹ Terán, Omar (*et al*), La Responsabilidad Social de las Instituciones de Salud Pública (caso centro de rehabilitación e integración social zona oriente del estado de México), 10 Revista Gerencial y Políticas de Salud 21, 2011.

el gobierno la estimen un objetivo serio y primordial, al lado de otros objetivos trascendentes como la capacidad, la eficiencia y el rendimiento. La igualdad en materia de salud es, sin duda alguna, un objetivo idealizado, que traza un mundo en el que cada ser humano disfruta del mejor aspecto de salud que sus genes e inclinación individual le permitan gozar. El empleado gana en todos los ámbitos. Gana en conformidad con el servicio, mayor capacitación, mejor sistemas de tecnología, mayor oferta de dividendos, menor costo, mayor satisfacción en las unidades médicas. Por tal motivo podemos decir que sin duda, el mayor ganador de la reforma es el trabajador. La responsabilidad con el comportamiento socialmente responsable en los centros privado y público es fundamental para lograr la meta de mejorar la igualdad.

Una táctica práctica para propulsar el compromiso social en el ámbito de salud es propiciar la creación de políticas benéficas a nivel local.

La valoración del impacto saludable es la práctica primordial para la creación de políticas saludables y por consecuencia debe incrementarse y desplegarse de manera que sea admitido y funcional en las sociedades locales y su ambiente.

3. Razones para ser una empresa socialmente responsable

La razón esencial sería que le otorga lealtad a sus clientes, una organización considerada socialmente responsable incrementa la imagen positiva que tienen sus usuarios y clientes, es muy posible que los consumidores de una entidad con integra reputación aumenten su compromiso. Atrae a accionistas, las acciones responsables, también desarrollan y mejoran la imagen de la organización frente a la sociedad empresarial y a los capitalistas, las organizaciones dirigentes son primordialmente relevantes en los centros de comunicación, incluidos en fondos morales y favorecidos a los fondos de transposición, es de esperar que un accionista elimine la posibilidad de dejar su dinero en una organización que conserva un historial en peligro de contaminación ambiental y se decida por otra que se interese por el cuidado ambiental. Incrementa los niveles de placer, correspondencia, compromiso y confianza de los trabajadores, las acciones socialmente comprometidas también promueven la permanencia y el bienestar del público interno, existen estudios que informan que casi el 80 % de los trabajadores optan por trabajar para una empresa que tiene un excelente prestigio que paga un sueldo suficiente para cubrir sus obligaciones que para una empresa que pague un mejor sueldo pero que tiene una mala fama en general.¹⁰ Enriquece la relación con el ambiente y aumenta la influencia de la organización en la comunidad: difundir información honesta y concreta y realizar acciones socialmente comprometidas ayuda a la imagen de la compañía frente a la comunidad central y aporta nexos que pueden desatar proyectos sociales conjuntos. Aminora los costos operativos, las acciones de Responsabilidad Social Empresarial focalizadas especialmente en reducir la contaminación del medio ambiente logran reducir los gastos y la improductividad, el reciclaje es una alternativa de amplia utilización por parte de las empresas de servicios, ya sea para extender la vida útil de equipos como para ahorrar costos de reemplazo, por otro lado, las empresas que se han propuesto reducir sus emisiones de gases han contribuido a optimizar la capacidad energética

¹⁰ Aguilera, Adriana (*et al*), Crecimiento Empresarial basado en la Responsabilidad Social, Pensamiento y Gestión, 2012. Pág. 89

y reducir los gastos innecesarios.¹¹ Posiciona y diferencia la marca frente a la competencia, una empresa que destina recursos a llevar a cabo obras sociales o que lleve a cabo acciones destinadas a disminuir la contaminación ambiental le otorgará a sus productos un valor agregado frente a productos de la competencia, permite acceder e influir positivamente en líderes de opinión, una empresa que destine parte de su presupuesto a acciones sociales o ambientales y no esconda información será destacada en los medios de comunicación y permitirá influir positivamente en los líderes de opinión, mejora la performance financiera de la empresa, según diversos estudios, las corporaciones que honran los códigos de ética tienen un rendimiento dos o tres veces superior en comparación con aquellas que no lo hacen, otro estudio demostró que las compañías con prácticas sociales filantrópicas obtienen tasas de retorno a sus inversiones muy superiores a sus expectativas. Todo lo anterior ayuda a que la empresa aumente su número de clientes ante esa imagen positiva, los empleados acuden con mayor entusiasmo, se vuelve más influyente entre los inversionistas, puede llegar a ser reconocida internacionalmente, se gana el respeto de las organizaciones no gubernamentales e incluso pueden llegar a reducir sus costos de operación a través de acciones ambientalistas.

4. Importancia de ser una Empresa Socialmente Responsable

La responsabilidad social es tan importante en el éxito de los negocios a largo plazo y actuales que la responsabilidad social empresarial, (RSE) se ha convertido en un proceso ampliamente reconocido para los negocios en el siglo 21. La importancia de enseñar Responsabilidad social empresarial a los ejecutivos reside es que es la nueva forma de gestión, el mundo cambia, la forma de hacer negocios también cambia, más que importante, es necesario, porque lamentablemente en la mayoría de las universidades no se les da la adecuada formación respecto de estos temas, entonces resulta que tenemos ejecutivos, serios, exitosos, pero que no comprenden el rol social que deben cumplir, es decir que no sólo tienen responsabilidad frente a los accionistas, sino también frente a la sociedad en su conjunto. La Responsabilidad social empresarial es un mecanismo más para que los ejecutivos y las empresas retornen a la sociedad lo que ésta les ha brindado. Hoy es imposible pensar en empresas que no trabajen la Responsabilidad social empresarial cuando es tan necesaria.¹² Los empresarios señalan que la responsabilidad social empresarial es una evolución de la ética empresarial ya que involucra balancear las expectativas sociales de todas las partes interesadas, incluyendo los accionistas, ciudadanos, proveedores y clientes junto con la responsabilidad ambiental. Lo primero que debe tener en cuenta una empresa o institución es que la Responsabilidad social empresarial no es un gasto, sino una inversión, proporciona los siguientes beneficios: Disminuye los costos por paralización de operaciones o seguridad, al reducir la posibilidad de conflictos con la población, mejora la productividad, al contar con trabajadores motivados o con

¹¹ Benavides, Juan, reflexiones sobre la Responsabilidad Social, la empresa y el tercer sector, (Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 2004). Pág. 65

¹² Ibáñez, Javier, (*et al*), Responsabilidad Social de la empresa y finanzas sociales, Sociedad Cultura y educación, 2004). Pág. 15

mejores condiciones de salud, lo cual contribuye a incrementar su fidelidad con la empresa, mejora el ambiente interno y la seguridad de los trabajadores, al considerar sus necesidades, mejora el ambiente externo, al identificar y mitigar los impactos que sus actividades pueden generar en el entorno, brinda una imagen de responsabilidad en la empresa. La importancia del medio ambiente en general para las actividades de negocios es fundamental, ya que muchos, si no la gran mayoría, de los recursos y servicios necesarios para llevar a cabo estas actividades son parte del ambiente biofísico y social; además, hay que encontrar la manera en que el proceso de producción de bienes y servicios siga el concepto de generar, a un precio competitivo, bienes y servicios que satisfagan las necesidades humanas y contribuyan a aumentar la calidad de vida; al mismo tiempo, se busca reducir progresivamente los impactos ecológicos y la intensidad en el consumo de recursos durante la vida del producto o servicio.¹³ La palabra "social" es la clave para entender como la Responsabilidad social empresarial va más allá de la integridad básica. Moment señala en uno de sus siete principios que como un adherente a la Responsabilidad social empresarial, debes "permanecer involucrado en los asuntos y actividades relacionadas con la comunidad demostrando que tu negocio es un contribuyente responsable con la comunidad". Esta participación le muestra a tu mercado que estás interesado en más que sólo tomar dinero de sus bolsillos. A la larga, esta estrategia lleva a una reputación pública más fuerte y a relaciones de negocios más rentables. Otra razón por la que la Responsabilidad social empresarial es mucho más amplia que la ética empresarial convencional es su inclusión necesaria de la responsabilidad ambiental. La que una vez fue una oportunidad para las compañías de añadir valor y mejorar la imagen de su marca, las operaciones amigables con el ambiente son ahora un requisito social con la Responsabilidad social empresarial. En la actualidad existe un compromiso social y ambiental de los empresarios a nivel interno y externo de la organización. El desarrollo económico debe y tiene que estar vinculado al progreso humano y social y a la responsabilidad medioambiental. Es por ello que la responsabilidad social empresarial debe manejar un enfoque integrado que abarque tres dimensiones: social, económica y ambiental. En un mundo en donde cada día se observa una destrucción mayor del medio ambiente, implica un verdadero compromiso personal y empresarial para revertir esta tendencia, de lo contrario no se garantiza el futuro de las siguientes generaciones.

Las que tratan de satisfacer los distintos intereses de los stakeholders que se ven afectados por su actividad. Estas, en materia de responsabilidad medioambiental, han evolucionado incorporando acciones que van desde el mero cumplimiento del marco legal hasta la incorporación del tema a su estrategia de negocios, pasando de una respuesta reactiva a una proactiva. Aquellas empresas que han descubierto que la lucha por el hábitat crea ventajas competitivas promueven su protección con un tema crucial ya que, la tierra es el "hogar" al que tanto las generaciones actuales como futuras tienen derecho a disfrutar. El medio ambiente es el entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad. Comprende los valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del ser humano y en las

¹³ González, Esther, Comunicar la responsabilidad social una opción de éxito empresarial poco explorada, (Febrero, 2011)

generaciones venideras. Es decir, es la relación entre los seres vivos, objetos, agua, suelo, aire y elementos tan intangibles como la cultura. Entonces, es el conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar efectos directos o indirectos, en un plazo corto o largo, sobre los seres vivos y las actividades humanas. Toda actividad humana es relacionada con el medio ambiente ya que, consume los recursos naturales y contamina el ambiente con sus emanaciones y desechos. La contaminación como el vertido de sustancias químicas, así como el uso de plaguicidas y herbicidas en la agricultura han contaminado directa o indirectamente los cursos del agua, los suelos, el aire y los ecosistemas y han engendrado un problema difícil de resolver: la disposición de la “basura”, desechos no utilizados por el hombre y cuyo destino afecta directamente al medio ambiente. Los impactos ambientales no respetan barreras de tiempo, lugar o jurisdicción, por lo que es un asunto universal. Es factible que la actual generación satisfaga sus necesidades, sin destruir las posibilidades de las generaciones futuras, mediante la reducción de consumo de materias primas y de energía y la utilización de procesos de producción más “limpias” y más eficaces, reciclando gran parte de los desechos.¹⁴

El cambio climático, lejos ya de ser una quimera, se ha convertido no sólo en uno de los elementos centrales de las políticas públicas, sino también en una de las cuestiones que mayor susceptibilidad social provocan. Y es que, en general, la degradación medioambiental es un problema tanto global como local, de creciente preocupación para toda la sociedad y, por tanto, también para sus clientes, por eso el comportamiento medioambiental de una empresa se ha convertido en uno de los elementos fundamentales en su imagen pública y en uno de los criterios utilizados por los consumidores en la elección de un producto o, incluso, de una entera marca o negocio.¹⁵ Además, y como recuerda la Unión Europea, un buen comportamiento medioambiental a menudo influye en el aspecto económico. El ahorro de energía, la prevención de la contaminación, la reducción de residuos y el reciclaje permiten a la empresa reducir sus gastos así como cumplir la normativa medioambiental, mejorar las relaciones con la comunidad local y fidelizar aún más a sus empleados y tener más lealtad de sus clientes. Todos estos beneficios claramente contribuyen a la sostenibilidad de su empresa y su éxito a largo plazo. Y ello porque todas las empresas, independientemente de su tamaño o sector de actividad, pueden ejercer impactos positivos o negativos sobre el medio ambiente. Los impactos negativos proceden del consumo directo o indirecto de energía y recursos, la generación de residuos y agentes contaminantes y de la destrucción de los hábitats naturales. Y aunque las pequeñas empresas tienen menos impacto negativo medioambiental todas pueden ayudar reduciendo el consumo de energía y los residuos y reciclando de materiales. Hasta los más discretos avances pueden significar una gran diferencia cuando se suman a los esfuerzos de otros negocios.¹⁶

4.1 Ventajas de ser una Empresa Socialmente Responsable.

¹⁴ Argandoña, Antonio, Responsabilidad Social de la empresa, 146 Revista de estudios sociales y de sociología Aplicada, 2007.

¹⁵ Núñez, Georgia, La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible, (Santiago de Chile: CEPAL, 2003)

¹⁶ Corneiro, Manuel, La responsabilidad social corporativa interna la nueva frontera de los recursos humanos (Madrid: ESIC, 2004)

Para que las organizaciones se convenzan que el ser responsable socialmente les traerá beneficios tanto económicos como sociales necesitan saber cuáles son las ventajas que tendrán al implementar el nuevo modelo a sus objetivos y estrategias empresariales, aumentan la reputación de las empresas y le ofrecen grandes beneficios tanto cualitativos como cuantitativos, aumenta sus clientes ante esa imagen positiva, los empleados acuden con mayor entusiasmo, se vuelve más influyente entre los inversionistas, puede llegar a ser reconocida internacionalmente, también se gana el respeto de las organizaciones no gubernamentales e incluso pueden llegar a reducir sus costos de operación a través de acciones ambientalistas y aumenta su imagen positiva de manera que las personas reafirman su interés por continuar consumiendo los bienes o servicios de una Empresa Socialmente Responsable, no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. Algunos aspectos de la RSE, como la creación de puestos de trabajo con condiciones favorables para los trabajadores, puede mejorar la capacidad innovadora de las empresas. La relación positiva entre la RSE y la innovación se refuerza por el hecho de que la innovación reviste progresivamente un carácter de colaboración, y por la tendencia hacia la creación de nuevos valores empresariales a partir de innovaciones dirigidas a abordar los problemas de las sociedades. Seguir operando en un mercado cada vez más competitivo, entendiendo los cambios que estamos sufriendo como sociedad: "consumidores más informados", "empleados más exigentes", "cada vez más le cuesta a la empresa diferenciarse", "la generación de valor en el corto plazo viene por la conducta responsable de la empresa". El principal y mayor beneficio es hacer lo correcto y el que no lo ve así, no está entendiendo la RSE. Podemos hacer de nuestro trabajo lugares para ganar dinero o lugares donde desarrollarnos como personas, es nuestra decisión. De hecho, se pueden hacer ambas cosas y ser socialmente responsables. Las prácticas de RES benefician a la gestión de la empresa, a la gestión y satisfacción del recurso humano y al ámbito donde la empresa actúa. A todos en definitiva.

4.2 Los Siete Pecados Capitales en Responsabilidad Social

Los siete pecados capitales en responsabilidad social hablan sobre lo que se dice y lo que hace una persona, empresa o gobierno, lo que se hace mal dentro de estas. La falta de conocimientos y experiencia en el terreno social, hasta el convencimiento a la sociedad en apoyo a alguna causa, cuando en realidad son otros los intereses, a continuación se enumeran los siete pecados capitales en responsabilidad social¹⁷:

1. Incongruencia.- La poca o nula relación coherente entre lo que se dice y lo que se hace como persona, empresa o gobierno. Ejemplos: Soy un jefe muy ético, pero corro a mi asistente por no aceptar mis propuestas indecorosas. Como empresa aprovecho la crisis económica para deshacerme de muchos de mis colaboradores y contratar con menores sueldos y las mismas responsabilidades. Como gobierno hablo, hablo y hablo sobre programas sociales de alto impacto, y tenemos más de

¹⁷ Brundtland, Gro Harlem, Our Common Future: From One Earth to One World, 198, pág. 16.

50 millones de pobres. En ocasiones apoyamos causas que nada tienen que ver con el perfil de nuestra empresa, es decir, si soy un banco, es mejor desarrollar iniciativas o estrategias que beneficien a mis clientes y que con el tiempo puede reeditar en un importante crecimiento de mi cartera, más que reforestar.

2. Improvisación.- Es la falta de conocimientos y experiencia en el terreno social de muchos de quienes ejecutan programas destinados al desarrollo de grupos vulnerables, acciones en beneficio del planeta o acciones benéficas para los colaboradores de una empresa.

3. Engaño.- Es usar a la Responsabilidad Social como máscara de bondad montando todo un espectáculo y parafernalia lo suficientemente emotivos, que persuadan hasta el convencimiento a la sociedad en apoyo a alguna causa, cuando en realidad son otros los intereses.

4. Crisis.- Es el pretexto ideal para deshacernos de personal o restringir o eliminar la ayuda a grupos del tercer sector.

5. Soberbia.- Creer que nuestra causa es la mejor del mundo y así transmitirlo. Ser soberbio es discriminatorio al ver otras causas como algo sin importancia.

6. Política.- Es hacer mal uso del poder para allegarse de recursos que en primera instancia estaban destinados a programas de desarrollo social, y beneficiarse a sí mismo. Es usar a la Responsabilidad Social como bandera para ganar votos y no como legítimo interés de los gobernantes por fomentar el progreso y el bienestar del país. Si una causa se politiza, lo más seguro es que no se logren los objetivos.

7. Deshonestidad.- No transparentar nuestras operaciones cuando lideramos programas sociales. Es hacer uso de la Responsabilidad Social para allegarnos recursos económicos o en especie para nuestro propio beneficio.¹⁸

5. Herramientas de la Responsabilidad Social Empresarial

La transparencia es un componente esencial en el debate sobre la Responsabilidad Social Empresarial, ya que contribuye a mejorar sus prácticas administrativas y de comportamiento, al tiempo que permite a las empresas y a terceras partes cuantificar y difundir los resultados obtenidos. Existen diferentes herramientas o instrumentos de Responsabilidad social empresarial que permiten implementar prácticas socialmente responsables. Sin pretender privilegiar ni excluir ninguna, podemos mencionar, sólo a manera de ejemplo, las siguientes; el Código de conducta es un documento que describe los derechos básicos y los estándares mínimos que una empresa declara comprometerse a respetar en sus relaciones con sus trabajadores, la comunidad y el medio ambiente (respeto a los derechos humanos y a los derechos laborales, entre otros), el siguiente es el Código de ética que contiene enunciados de valores y principios de conducta que norman las relaciones entre los integrantes de la empresa y hacia el exterior de ésta, después el Informe o reporte de responsabilidad social, es un informe preparado y publicado por la empresa midiendo el desempeño económico, social y medioambiental de sus actividades, y comunicado a las partes interesadas de la empresa.¹⁹

Las dimensiones de la responsabilidad social engloban conceptos tan amplios como la legalidad y la ética, me enfocare en esta ocasión a la sustentabilidad, que es un concepto relativamente nuevo y bastante ambiguo en

¹⁸ Dolores, María, Ecología y medio ambiente, (México: Progreso, 2003).

¹⁹ Yúnez, Antonio, Medio ambiente; problemas y soluciones, (México: ilustrada, 1994).

relación al diseño de productos que es lo que nos aqueja. Desarrollo que permite satisfacer las necesidades y aspiraciones del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades” Esta frase perteneciente al informe "nuestro futuro común", da cuenta de un período en que la especie humana comprende la magnitud de los problemas de índole social que afectan al mundo (tales como hambre, sobrepoblación y el resultado de estos), pero además se reconoce oficialmente que vivimos en un entorno finito, en el cual existen recursos que eventualmente se agotarán. Es por esto que la ministro hace un llamado a recomprender el desarrollo humano tomando en cuenta un principio básico; el futuro de nuestros hijos. Además declara que para lograr este desarrollo sostenible o sustentable es preciso cuidar tres áreas interdependientes entre sí; el área social, el área ambiental y la economía. Deben de ser Socialmente justo, debe poseer control y buen manejo de las consecuencias sociales de la actividad de la organización en todos los niveles: los trabajadores, los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general. También que sea ambientalmente correcto, debe velar por la compatibilidad entre la actividad social de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, minimizar el consumo de recursos difícil o lentamente renovables, así como la generación de residuos y emisiones contaminantes, económicamente factible, debe cumplir con ámbitos financieros clásicos, pero además debe tener la capacidad de contribuir al desarrollo económico en el ámbito de creación de empresas de todos los niveles. Culturalmente aceptado, debe incluir y respetar la diversidad cultural, el patrimonio tangible e intangible y la identidad local. Como personas poseemos por esencia la capacidad de adaptación, es por esto que el nivel de aceptación va más allá de que las personas afirmen o no que realmente les conforma o no una acción, es labor del diseñador el observar, identificar y enaltecer los rasgos identificables de un grupo humano.

6. Principios básicos que siguen las empresas socialmente responsables

Existe una disposición de las empresas de asumir por interés propio un código de comportamiento expresado a través de “principios básicos”, el primero de estos principios es el de recursos humanos, dice que las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados internacionalmente, asegurarse de no ser cómplices de abusos de los derechos humanos, el segundo es en el trabajo, que las empresas deben defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio, anular efectivamente el trabajo infantil y eliminar la discriminación en relación con el empleo y la ocupación. El penúltimo dice que es el medio ambiente, las as empresas deben apoyar un enfoque preventivo ante los retos medioambientales, adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad medioambiental y fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente. El último de estos principios básicos nos dice que es la honestidad, que las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.²⁰

²⁰ Gálvez, María, (*et al*), Responsabilidad Social y transparencia on-line de las ONG: análisis del caso español, Revista de economía pública, social y cooperativa, 74, 2012.

7. 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 que hacer 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. Así mismo, 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.

8. Los contornos de la responsabilidad social en el marco de las organizaciones

La responsabilidad social conforma una de las teorías primordiales de la ética, es una categoría fundamental en la vida de los seres humanos, no hay quien pueda negar que la responsabilidad exista, pues de alguna u otra forma alguna vez exigió a alguien que fuera responsable en determinados actos. Se podría decir que la Responsabilidad es la capacidad que existe en toda persona con derecho a reconocer y acatar las consecuencias de sus actos libremente aceptados, pero en realidad cada persona toma la definición en cuanto les conviene, pues lo que para algunos podría ser motivo de ser juzgado, para otros es simplemente una acción más que no tiene consecuencias.²¹ Tanto las personas como las empresas deben

²¹ Begoña, Heras (*et al*), La dimensión ética de la responsabilidad social, (Bilbao: Universidad de Deusto, 1989)

ser conscientes de los efectos que pueden llegar a producir en el medio ambiente, aunque muchas veces no se quieran hacer responsables de sus actos, habrá circunstancias que obliguen a las organizaciones empresariales a acatar y cumplir con sus errores, pues de alguna manera influyen o modifican el entorno, en la realidad, en la sociedad o bien en las comunidades donde están establecidas, así como también ellos mismos establecen o evitan que sucedan ciertas situaciones. La responsabilidad social habitualmente va seguida de un sentimiento, ya sea la culpa, si la actividad no salió como la esperábamos, o bien de satisfacción en caso que el resultado haya sido todo un éxito. En una organización el responsable es la persona que tiene el mandato y la autoridad de tomar las decisiones que vea pertinentes.

9. Costos de la Responsabilidad

Algunos economistas piensan que si las empresas sacrifican parte de sus ganancias en nombre de la responsabilidad social, se podrían volver menos atractivas para inversionistas, trabajadores y consumidores, pereciendo a la larga. Otros críticos sostienen que es solamente una forma de publicidad, la cual es aprovechada para atraer a más clientes y vender más a costa de la buena voluntad de éstos. Entre los escépticos se encuentra Friedman, para quien la RSE no es otra cosa que aumentar los beneficios de la empresa tanto como se pueda, siempre y cuando se respeten las reglas del juego y se eviten el engaño y el fraude. Sin embargo, esto constituye una visión meramente legalista que impide a la empresa ir más allá en su compromiso voluntario con el mejoramiento social y medioambiental, como si se aceptara que lo legal es lo justo. No faltan quienes opinan que si las empresas sacrifican parte de sus utilidades en obras de responsabilidad social, serán menos atractivas para sus accionistas y tendrán una posición más débil en sus mercados. También, existen quienes discuten que la RSE sólo es una forma para servir a nichos de mercado, pero incrementando la producción y los costos de mercadeo, siendo imposible para las empresas crear una ventaja competitiva sostenible. Aktouf, llama a este enfoque ganancia máxima en el que se invierte poco en el personal, no se desarrollan los productos o servicios, no se promueve el cuidado ambiental y tampoco se realizan acciones de vinculación con la comunidad, ya que para obtener ganancia máxima es necesario bajar al mínimo posible los costos.²² Entonces, el trabajador se convierte en un “enemigo” para la empresa ya que para capacitarlo, procurar su desarrollo integral y una mejor calidad de vida, es necesario invertir en él, lo que incrementa los costos de la organización y se reduce la ganancia esperada. Lo mismo sucede con los recursos destinados a la preservación del medio ambiente, al trato ético hacia los proveedores y otros stakeholders, así como hacia la comunidad. Es un círculo vicioso en que, por bajar los costos al máximo, se pierde competitividad y la empresa se encamina a una ruina segura en el largo plazo. Ante estos ataques, los que creen en la Responsabilidad social empresarial responde que es posible ser exitoso al administrar de manera socialmente responsable debido a que las empresas pueden obtener más ganancias y ser más competitivas en un ambiente en el que todos ganen, logrando un mayor compromiso de sus trabajadores, mejorando su imagen ante clientes, proveedores, accionistas y gobierno, manejando mejor sus recursos e

²² Brundtland, Gro Harlem, Our Common Future: From One Earth to One World, 198, pág. 16.

incrementando la calidad de vida de quienes trabajan en ellas y en las comunidades. Es como un esquema de ganar/ganar o de ganancia óptima que fortalece a la empresa.

CONCLUSION

Para finalizar esta investigación, llegamos a la conclusión que para tener un mejor futuro, un medio ambiente más puro y ecológico las empresas deben apoyar al cien por ciento a la sociedad, puesto que ellas son las que generan la mayor parte de los contaminantes y desechos ambientales que dañan y/o deterioran la salud de los seres humanos, así como también son un medio en el cual se podría hacer llegar un mensaje a todas las demás personas físicas, para que así todos apoyáramos a cuidar juntos nuestro mundo. En la actualidad una empresa que no cuenta con responsabilidad social, no es tan bien vista por los ojos de la sociedad, y siempre van a preferir a un negocio que se presume de ser ético y responsable socialmente, puesto que esta es una herramienta fundamental para lograr el éxito y la sostenibilidad de cualquier negocio, es una filosofía aplicable para hacer las cosas, así como también un cambio en la cultura de los empleados en el clima laboral

BIBLIOGRAFIA

1. Aguilera, Adriana (*et al*), Crecimiento Empresarial basado en la Responsabilidad Social, Pensamiento y Gestión, 2012. Pág. 89
2. Ivarez, Antonio, Organización y cultura, (Iztapalapa: Diciembre, 2003).
3. Argandoña, Antonio, Responsabilidad Social de la empresa, 146 Revista de estudios sociales y de sociología Aplicada, 2007.
4. Begoña, Heras (*et al*), La dimensión ética de la responsabilidad social, (Bilbao: Universidad de Deusto, 1989).
5. Benavides, Juan, reflexiones sobre la Responsabilidad Social, la empresa y el tercer sector, (Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 2004). Pág. 65
6. Brundtland, Gro Harlem, Our Common Future: From One Earth to One World, 198, pág. 16.
7. Corneiro, Manuel, La responsabilidad social corporativa interna la nueva frontera de los recursos humanos (Madrid: ESIC, 2004).
8. Dolores, María, Ecología y medio ambiente, (México: Progreso, 2003).
9. Gálvez, María, (*et al*), Responsabilidad Social y transparencia on-line de las ONG: análisis del caso español, Revista de economía pública, social y cooperativa, 74, 2012.
10. García, Andrés (*et al*), La Responsabilidad Social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial, (Barcelona: Addenda), 2005.

11. González, Esther, Comunicar la responsabilidad social una opción de éxito empresarial poco explorada, (Febrero, 2011)
12. Ibáñez, Javier, (*et al*), Responsabilidad Social de la empresa y finanzas sociales, Sociedad Cultura y educación, 2004). Pág. 15.
13. Jaramillo, Olga, La dimensión interna de la responsabilidad social en las micro pequeñas y medianas empresas, (Septiembre 2011).
14. Martínez, Horacio, El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial, (Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2005).
15. Navarro, Fernando, Responsabilidad Social Corporativa, (Madrid: ESIC, 2007). Pág. 35.
16. Núñez, Georgia, La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible, (Santiago de Chile: CEPAL, 2003).
17. Pini, José, Responsabilidad Social y el Medio Ambiente Rol del Estado, (Uruguay: Septiembre, 2009).
18. Terán, Omar (*et al*), La Responsabilidad Social de las Instituciones de Salud Pública (caso centro de rehabilitación e integración social zona oriente del estado de México), 10 Revista Gerencial y Políticas de Salud 21, 2011.
19. Trujano, Guillermo, Ecología y medio ambiente, (México: Person, educación, 2005).
20. Yúnez, Antonio, Medio ambiente; problemas y soluciones, (México: ilustrada, 1994).