

# Organizaciones apasionadas, empresas más humanas

Por:

Yaqueline Román Castaño

Historiadora de la Universidad Nacional

Especialista en Gestión Humana de EAFIT

Candidata a Doctor de Administración de Empresas en la Universidad San Pablo CEU de España.

Actualmente se desempeña como Docente Investigador Institución Universitaria CEIPA.

yaqueline.roman@ceipa.edu.co

## Resumen

La globalización, los cambios acelerados del mundo, el subdesarrollo de los países, la falta de oportunidades, la inequidad, la ausencia de empleo, etc, proyectan un futuro oscuro y poco alentador para la humanidad. Esta realidad, es la que está en manos de los nuevos ciudadanos corporativos. Las organizaciones.

## Palabras clave

Desarrollo sostenible, pacto mundial, humanización, responsabilidad social corporativa, filantropía.

## **Abstract**

Globalization, fast changing world, underdeveloped countries, lack of opportunities and employment, inequity, etc, show a very dark and unpleasant future for humanity. This reality is now in the new corporate citizens' hands. The organizations.

## **Keywords**

Sustainable development, global compact, humanization, corporate social responsibility, philanthropy.

## **Introducción**

Hoy en día nos enfrentamos a un cambio de tiempo, lo que genera en cada persona el deseo de un futuro mejor. Hoy pensamos en los recursos naturales, porque están a punto de ser destruidos. Estamos construyendo bienestar y una vida mejor, más que riqueza y las organizaciones son conscientes de este fenómeno. Desean generar acciones donde no sólo la riqueza es importante. Ellos quieren estar bien con sus acciones, y buscar la equidad, la justicia y el respeto. También contribuirán con soluciones permanentes de problemas, que a menudo son endémicos en las comunidades de las cuales forman parte.

Estas acciones sociales en las organizaciones están en la agenda del director ahora como una prioridad fundamental, porque con ellas los directores planean gestionar acciones que puedan ser leídas por un mundo global y que trabajen en tiempo real para otras sociedades. Hacer Responsabilidad Social Empresarial en una nueva sociedad es hacer la gestión del siglo XXI y es humanizar su mano de obra...

Las organizaciones de hoy en día, son ciudadanos corporativos, que están activos en el entorno donde operan, responsables de las situaciones comunes y seguros de las prácticas que mejorarán la vida del grupo de personas que son de su interés. Ellos tienen deberes y derechos que los hacen más razonables realmente y aún más cercanos al que está cerca.

## **Construyendo Futuro**

El año anterior la empresa Volvo de Suecia mejoró su productividad en un veinte por ciento, sólo con proponerle a sus empleados que caminaran en la mañana un poco y que si llegaban muy temprano, parquearan su auto lo más lejos de la puerta en la planta de Estocolmo. Así, caminarían unos minutos hasta su puesto de trabajo y les dejarían espacio de parqueo para aquellos que llegaran tarde.

La Compañía AVON invierte anualmente en los problemas de sus clientes. Tal es su compromiso que el presupuesto para la campaña de lucha con el cáncer este año? Cual año tendrá un valor de 250 millones de dólares.

AVON es la compañía líder en el mercado de los cosméticos.

En Colombia la Compañía Leonisa protege a sus clientas creando conciencia de la prevención. Frente a los altos índices de Cáncer mamario en este país, sugiere desde las marquillas en las prendas, hacerse el auto-examen como una forma de diagnóstico temprano ante este mal, y parte del valor del producto va hacia el presupuesto de dicha campaña.

La idea tradicional de las empresas, en cuanto a su condición jurídica, implicaba ser legal en sus actos y ocuparse del rendimiento económico, de modo que su mayor expectativa era el crecimiento de sus utilidades, descuidando aspectos básicos como las relaciones laborales, el intercambio y conexión con la comunidad, las buenas y justas prácticas comerciales con sus proveedores, el cuidado del medio ambiente entre otras, y estaba muy lejano aun considerar las necesidades de orden social como una acción a tener en cuenta.

Ya para la década de los 90 la humanidad comenzaba a tener preocupaciones de orden social y ambiental y no era para menos. Las estadísticas eran poco alentadoras y las cifras sólo creaban desesperanza y poca fe en el futuro, y es ahí donde las organizaciones comienzan a ocuparse de forma primaria de lo social; hacer donaciones y ejercer la filantropía de manera ordenada como una forma sana y oportuna de aportar a la solución. Ya para la llegada del siglo XXI, esto no era suficiente, las necesidades aumentaron al igual que la presiones y nacieron nuevos y complejos requerimientos: Lo ambiental y los

derechos humanos, condiciones vitales del nuevo orden laboral a establecerse en el mundo. “En el siglo XXI la seguridad y los derechos humanos son el nuevo ingrediente de la canasta de inversiones empresariales” (Guáqueta 83).

## **Surgimiento de lo Social**

La palabra social, por su parte, se refiere en general a una característica de las relaciones humanas, la de nuestra interdependencia. Somos seres sociales, más allá de nuestra propia elección; sin desarrollo social no hay desarrollo económico satisfactorio y la existencia de desarrollo social, no sólo es deseable por sí mismo, si no por las múltiples implicaciones en el perfil, desarrollo y convivencia de una sociedad (KLISBERG, 2002,68).

La evolución de los negocios y la relación entre la empresa privada y la sociedad ha cambiado a través de los diferentes escenarios que han tenido que vivir. Las posturas frente a lo social han ido adquiriendo madurez como parte de la evolución de los diferentes actores que intervienen (sociedad, comunidad, clientes, empleados entre otros). Es claro además que cada época ha tenido su particularidad y aporte al mejoramiento colectivo de la humanidad. Lo social es un tema del cual la humanidad se ha ocupado en diversas épocas, como una forma de ayudar y lograr articular los preceptos religiosos. “Ha sido la Religión Católica la protagonista principal de las ayudas a los necesitados, a los desposeídos y a los que necesitan la ayuda divina. La Encíclica Rerum Novarum es la primera que hace referencia a lo social, fue promulgada

por el papa León XIII” (Villafañe 45). A partir de ese momento la Iglesia Católica comienza a construir su pensamiento social laico y católico e intenta dar solución a los difíciles momentos sociales que vivía Europa por el naciente proceso de industrialización. “A partir de esta encíclica surge el pensamiento social como una forma sistémica y generalizada que posibilita abordar la cuestión social como un tema serio” (Chacon, 12)

Desde la filantropía, palabra que viene del griego philos y antropos, que se traducen como amor por el hombre, se explica la capacidad de dar, servir, proteger y ayudar al otro en momentos de necesidad. De ahí que una forma de ayudar a la solución de los problemas sociales sea a través de la donación desinteresada, que tiene como beneficiario al necesitado, ya sea la comunidad, un amigo, los niños etc.

La filantropía además es una acción que carece de planeación y control frente a las actuaciones generadas por una organización o persona. La ayuda que se genera desde la filantropía se soporta en el sentimiento, en el deseo de dar, en la angustia generada por la dificultad del otro. Sin embargo ésta no se soporta en planes de trabajo que prevean, diagnostiquen y midan el impacto generado por esa ayuda. Esta etapa se sitúa en las últimas décadas del siglo XIX y que en Colombia se deja ver en la década de los años cincuenta y sesenta del siglo pasado; iniciándose un fortalecimiento de las fundaciones e instituciones sociales dedicadas a cubrir necesidades básicas de sobrevivencia desde la filantropía, basada en el “dar y olvidar”.



Ya finalizando el siglo XX, se evidenció la sensibilidad social frente a los temas éticos y la constante preocupación social sobre una ética en los negocios, lo cual desencadenó las siguientes acciones: preferencia del consumidor por los productos con sello verde; patrocinio y respaldo a campañas sociales lideradas por las organizaciones; contribuciones a obras sociales a través de productos específicos y vigilancia sobre el desarrollo y producción del producto, creación de códigos de ética, acciones de gobierno corporativo entre otras.

Es aquí donde comienza la etapa de la construcción ética de las organizaciones como entes vivos, constructores de relaciones comerciales y cuyo comportamiento afecta a sus diferentes grupos de interés. Hay una preocupación mundial por enfrentar y detener las acciones que impidieran el ser transparente frente al actuar no sólo económico, sino ambiental y social. “La estructura del mercado ha evolucionado, dejando de estar centrado en la producción y comercialización de bienes y haciendo mayor énfasis en la prestación de servicios; todos estos cambios experimentados en el mundo en las últimas décadas, han dado aparición al Estado Social de Derecho donde se incorporó la noción de lo social, manifestada posteriormente en la aparición de los derechos económicos, sociales y culturales y la reformulación del principio de igualdad. Al decir social se hace referencia a aquellas acciones que tienden a impulsar el bienestar de todos los miembros de una sociedad” (Austin, 27). Y es a partir de 1990 cuando lo social emerge como por arte de magia, deja de ser un concepto casual,

para convertirse en relevante y participe del día a día de las organizaciones actuales.

Y por supuesto los últimos 20 años han sido testigos de la proyección e interés por la dimensión social, el impacto y el desarrollo de acciones sociales, donde la organización es la protagonista principal, tejedora de ideas y programas que generen desarrollo sostenible como una forma de crecimiento ordenada y sobre todo responsable. “Los problemas sociales igualmente siempre han existido y seguirán existiendo, pero la capacidad de intervención de la organización en ellos ha sido evolutiva, actualmente hay un cambio de pensamiento empresarial, hay un interés mundial por parte del empresariado de consolidar una imagen más amigable con los requerimientos del mundo y consolidar así una reputación basada en la ejecución de sus acciones sociales.” (Drucker, 34)

Y es así como el tema de lo social es presentado en la famosa triada de la R.S.E (desarrollo económico- ambiental y social) y se comienza a gestar una cruzada mundial sobre la forma en que las organizaciones deben trascender la ética y la voluntariedad para actuar en armonía con su entorno, grupos de interés y medio ambiente, ayudando y soportando los programas de los organismos internacionales.

La actitud y el compromiso por lo social, comienza además a ser visible en la cultura organizacional en el momento en que los esquemas gerenciales desarrollan sensibilidad frente a lo que los rodean, cuando las empresas comprenden la importancia de los grupos de interés en su



desarrollo organizacional, cuando los organismos internacionales convocan y muestran la realidad y además invitan a la participación colectiva en el logro de dichos propósitos, es ahí cuando el empresariado toma conciencia de lo social, y comienza la transformación de ser un ente sólo jurídico y económico, para convertirse en una organización más participativa con deberes y derechos, como cualquier ciudadano.

Frente a esto las Naciones Unidas proponen un Pacto Mundial, con el desarrollo de ocho objetivos para el milenio y cuyas metas a lograr se darían en el 2015. Estos programas no se logran sin la participación de cientos de empresas, buscando crear las condiciones para abordar los grandes padecimientos del mundo, recomponer los esquemas laborales y definir una agenda social para el siglo XXI, mucho más participativa y sobre todo generadora de soluciones. En este nuevo escenario es necesario que las organizaciones tengan un papel protagónico y den muestra de su evolución en la forma de hacer gerencia, en su forma de interrelacionarse con los grupos de interés, en cómo asumen la solución a los problemas inmediatos de su entorno, tratando de ser más incluyentes con sus diferentes acciones. Este Pacto Mundial hace un llamado a las empresas para que adopten diez principios universales y ocho objetivos de desarrollo. El Pacto y los Objetivos de Desarrollo del Milenio, agrupa a empresas, asociaciones internacionales de trabajadores y organizaciones no gubernamentales con los organismos de las Naciones Unidas y otras instancias mundiales para fomentar la colaboración y crear un mercado mundial más equitativo en que quepamos todos.

Se comienza entonces a gestar la evolución de lo social para hacer sinergia con los diferentes conceptos que han estado haciendo presencia organizacional y que no puede olvidarse. Por ejemplo la ética empresarial, los códigos de ética, la responsabilidad social corporativa y los códigos de buena conducta, para dar inicio a la era de la Responsabilidad Social Empresarial, concepto universal, incluyente, compatible con la forma de negociar, de relacionarse con otras organizaciones, de administrar conflictos y situaciones complejas, que posibiliten la capacidad de asumir, validar, gestionar y crear compromisos posibles, deseables y alcanzables, que tengan impacto en el bienestar de todos los actores partícipes del desarrollo organizacional.

Gráfico: Conceptos relacionados



Fuente: Elaboración propia

## Los Componentes de la R.S.E

“La Tríada (medio ambiente, derechos humanos y desarrollo social) componente básico de la R.S.E, es ya la nueva condición evaluativa de las empresas del siglo XXI.” (Gómez,54) Su cumplimiento bajo los estándares universales ubica a la organización en la esfera global donde el reconocimiento de sus grupos de interés, se convierte en el motor de trabajo para sus futuras acciones.

El contenido de la R.S.E está dado en cuatro escenarios posibles. El primero es la consciencia de la Gerencia de querer, hacer, contribuir, ejercer, acciones sociales. Segundo definir la política, la cual cumple un papel orientador, es la brújula, el hacia dónde vamos, la directriz que define la organización para ejecutar sus acciones sociales. Debe contener varios aspectos entre ellos Un alcance, el cual determina donde inicia la acción social y donde termina. Tercero Un foco de acción: el cual determina a qué aspecto de la problemática social se le trabajará (la alimentación, la niñez, enfermedades terminales, los objetivos del milenio o el pacto global entre otros) ¡Claro esta! soportado en un plan de trabajo, que debe contener presupuesto, responsables, cronograma de ejecución y estrategias, sin olvidar la medición del impacto, que nos dirá acerca de lo positivo de las acciones y su impacto.

Por tanto cada escenario debe dar cuenta de un proceso de planificación, que sea compatible con las estrategias organizacionales. Los escenarios de la R.S.E están al margen de la ley, en el sentido de que va más allá

de la legislación, intentando llegar a donde la legislación no alcanza, ya que lo primero a tener en cuenta en una empresa que quiere ser socialmente responsable, es cumplir con las leyes vigentes en su momento, como dice el libro verde: “la responsabilidad social de las empresas no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado, a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables” (Libro verde, 2002), realmente la ley no es negociable, ni permite ser mostrada como parte del orden, la prudencia, el deber ser de la ejecución gerencial, es la lógica del ejercicio empresarial.

## **Nuevos Escenarios de Actuación**

Se enfrenta ahora la humanidad a la presencia de un cambio significativo y retador, la humanización de las empresas, por su condición social, por su esquema de trabajo y sobre todo por ser un ente participativo y activo en el contexto general de la economía. Lo dice Guillermo Carey-Directivo del Pacto Global:- “ Las empresas hoy no sólo se ocupan de sus resultados económicos, de su modo de funcionar; hoy son organizaciones con responsabilidades y comportamientos cívicos como buen ciudadano corporativo”. Hoy las empresas están más contextualizadas, es decir su gestión no sólo es de carácter interno,

están en sincronía con el mundo externo, atienden y comprenden los requerimientos de los organismos internacionales, cooperan en el ejercicio de transformación, apoyan causas nobles, justas y legales y vislumbran el delicado tema ambiental. Este cambio de concepción, parte del consenso de varios líderes mundiales con un gran sentido de lo social, reunidos en el seno de Naciones Unidas en el 2000, donde se gestó la agenda social del siglo XXI y donde promisoriamente Koffi Annan (Ex Secretario de Naciones Unidas) dijo: Si no es hoy cuándo, si no somos nosotros quién? Y fue así como las organizaciones actuantes en el siglo XXI, adquirieron deberes y derechos como ciudadanos corporativos, donde se asignó a las organizaciones unas responsabilidades que les permiten lograr visibilidad y validez de sus actos desde la participación y la responsabilidad en un contexto global.

“Las empresas ahora, además de ser entes jurídicos, tienen alma, son capaces de pensarse a sí mismas y en su entorno.” (Echeverri, 8) Saben construir espacios de concertación y además convocan a escenarios de solidaridad y de ayuda compartida, son actuantes en lo local, pero comprenden los escenarios globales y la lectura de lo social está dentro de su agenda inmediata. Las organizaciones ahora se definen alrededor de su gente, tienen una identificación corporativa que la construyen con su grupo humano. Las organizaciones del siglo XXI no se deben sólo al gerente o sus accionistas, son todos sus miembros responsables de su hacer, pues piensan en el mañana y saben que tienen compromisos con las generaciones futuras. Los conceptos del desarrollo sostenible, el balance social y la sostenibilidad están dentro de su vocabulario habitual.



Es normal, posible y cotidiano ver la presencia masiva de Directivos en Eventos de R.S.E, convocados por diferentes organismos.

Se entiende entonces por humanización de la empresa, la capacidad que tiene una organización de actuar en sintonía con las necesidades inmediatas de su entorno, cuando ejerce un liderazgo proactivo en la relación que establece con sus grupos de interés; cuando es capaz de pensar y de gestionar ayudas a los programas de los organismos internacionales, cuando miden el impacto de su gestión y cuando finalmente cumplen con sus deberes y derechos adquiridos en los nuevos escenarios de la gerencia.

Los deberes y derechos de las empresas se asocian a los derechos y deberes de las personas, el concepto de ciudadano corporativo las expone a esta nueva realidad.

Derechos	Deberes
1. De conservar, sostener e incrementar el patrimonio	1. A la supervivencia en el mercado, en ambientes justos, transparentes y honestos
2. De respetar los tratados internos para el desarrollo laboral	2. Al buen nombre
3. De ayudar a su comunidad	3. Al respeto por las reglas internas
4. De tener, conservar y	4. A ser libres de la corrupción y de las



preservar un buen clima laboral	malas prácticas gerenciales
5. De conservar y proteger el medio ambiente	5. Al apoyo por parte del gobierno
6. De generar acciones sostenibles	6. A la lealtad de sus empleados
7. De construir relaciones comerciales justas y legales	7. Al acceso a la información, para la toma de decisiones

Fuente: Elaboración propia

Esta nueva realidad está dada en un mundo global, pero funciona en tiempo real. Aunque parezca retórica, estamos ante un nuevo hombre consciente de sus realidades y por lo tanto ante nuevas organizaciones, donde se creará la nueva empresa del siglo XXI: más humana, consciente y por supuesto más incluyente.

## Bibliografía

CHACÓN, Carmen. La empresa social: la responsabilidad y la acción social de la empresa”. Madrid: Publicaciones CEU, 2006.

DRUCKER, Peter. Los desafíos de la Gerencia para el siglo XXI. Santafé de Bogotá Editorial Norma, 1999.

GÓMEZ, Emeterio. La Responsabilidad Moral de la empresa capitalista. Caracas: Econoinvest. Edición, 2005.

### **Artículos**

AUSTIN, James. Lo social es la estrategia. Revista Dinero. No. 105. Abril 7 de 2000; Bogotá.2000

ECHEVERRI, Fabio: La responsabilidad social del empresario Revista Andi; No. 85.Marzo- abril 1987; Medellín.

GUÁQUETA, Alexandra. Seguridad y derechos humanos. Nuevas lecciones de R.S.E; Bogotá. 2009.

VILLAFAÑE, Justo. Responsabilidad Social, clave de la reputación. Revista ECOS. N 12.Junio 12 de 2008; Río de Janeiro.2008.