

---

## MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA EMPRESA PRIVADA CON ÁNIMO DE LUCRO<sup>1</sup>

Por: Jennifer Luna Viveros - Jennifer Maigual M.<sup>2</sup>

---

### RESUMEN

La globalización, la corrupción y el crecimiento insostenible del mundo en los aspectos económicos, sociales y ambientales son los retos a los que deben enfrentarse las organizaciones en el desarrollo de sus actividades; debido a ello se han elaborado diversidad de enfoques que los gestionen y atiendan al interior de las empresas, sin embargo hasta el momento no se ha logrado constituir un modelo que de un tratamiento coherente, integral y armónico a estas necesidades. En el desarrollo de esta investigación se ha esbozado, en una primera aproximación, un Modelo de Responsabilidad Social Empresarial que resolviera estos dilemas que la empresa enfrenta en la estructura de su negocio mediante tres dimensiones -Bioética Empresarial, Eco-optimización Empresarial y Eco-desarrollo- que son transversales a toda la organización mediante seis componentes de gestión empresarial – Organizacional, Financiero & Contable, Sistema de Información, Talento Humano, Mercadeo y Productos & Servicios.

Finalmente, es necesario aclarar que en este documento se encontrará únicamente la presentación y explicación del modelo propuesto, ya que en

- 
1. Artículo que se origina del proyecto de grado de los autores de este documento, como producto de las investigaciones realizadas al interior del Grupo de Estudios del Comportamiento Organizacional – Greco. También es importante señalar que el trabajo investigativo fue presentado como ponencia en el Congreso Internacional de Investigadores en Administración de Empresas – Ascolfa 2012.
  2. Jennifer Luna Viveros: Egresada de Administración de Empresas de la Universidad de Nariño. Investigador de Greco desde el año 2010. E-mail: jlunaviveros@gmail.com  
Jennifer Maigual M.: Egresada de Administración de Empresas de la Universidad de Nariño. Investigador de Greco desde el año 2010. E-mail: jenifer\_jhg@hotmail.com

curso, los autores se encuentran desarrollando la aplicación, confrontación y retroalimentación del modelo teórico con la realidad empresarial como una segunda fase de investigación que se espera poder presentar más adelante.

**Clasificación JEL:** M10, M14.

**Palabras claves:** Bioética, Sustentabilidad, Competitividad, Responsabilidad Social Empresarial.

## **ABSTRACT**

Globalization, corruption and unsustainable growth in the world in economic, social and environmental challenges that organizations face in developing their activities as a result have developed numerous approaches that manage and address within companies, however so far not managed to build a model of a coherent, comprehensive and harmonious to these needs. As a result, the development of this research has been outlined in a first approximation a model of corporate social responsibility to resolve these dilemmas the company faces in its business structure through three-dimensional Bioethics Business, Enterprise and Eco-optimization Eco-development-that cut across the entire organization through six components of business management, organizational, Financial & Accounting, Information System, Human Talent, Marketing and Products & Services.

Finally, it is necessary to clarify that this document will be only the presentation and explanation of the proposed model, since in the course, the authors are developing the application, confrontation and feedback of the theoretical model with the real business as a second phase of research hope to present later.

**JEL Classification:** M10, M14.

**Keywords:** Bioethics, Sustainability, Competitiveness, Corporate Social Responsibility.

## **1. ANTECEDENTES**

Ante la necesidad de distender los conflictos económicos, sociales y políticos en que el mundo capitalista se ha sumido en tiempos de globalización, surge la preocupación por la Responsabilidad Social Empresarial, que si bien es un tema que se ha abordado filosóficamente desde algunos siglos atrás, teóricamente no fue conceptualizada para el mundo empresarial hasta hace un par de décadas; no obstante, su integración a la praxis de la empresa aún adolece de claridad, tomándola en determinadas ocasiones como una estrategia de negocios, como una visión o simplemente como un conjunto de programas, políticas, o prácticas administrativas.

**TABLA 1. DEFINICIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

INSTITUCIONES	DEFINICIÓN	AÑO
Porter & Kramer	Policies and operating practices that enhance the competitiveness of a company while simultaneously advancing the economic and social conditions in the communities in which operates-. Shared value creation focuses on identifying and expanding between societal and economic progress.	2011
ISO 26000	Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;</li> <li>• Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;</li> <li>• Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y</li> <li>• Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones</li> </ul> Nota 1: Las actividades incluyen productos, servicios y procesos Nota 2: Las relaciones se refieren a las actividades de una organización dentro de su esfera de influencia	2010
ECOPETROL	El conjunto de prácticas, valores y principios, que implican un compromiso de la organización en tener un comportamiento ético y contribuir a la calidad de vida y desarrollo de sus grupos de interés. <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Los grupos de interés</i> definido para la empresa Ecopetrol son: Accionistas e inversionistas; empleados, familiares y jubilados; Clientes; Proveedores; Asociados; Sociedad, comunidad y Medio Ambiente; y Estado.</li> </ul>	2010
Grupo EPM	Se entiende a la Responsabilidad Social como los compromisos de origen obligatorio o voluntario que la empresa asume en su relación con los grupos de interés conservando como objetivo central la sostenibilidad. <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Compromisos de origen obligatorio</i>: inherentes al objeto social y a la ley. Asumimos que estos son la base de la gestión socialmente responsable y una señal de transparencia a la sociedad en general.</li> <li>• <i>Compromisos de origen voluntario</i>: potestativos, relacionados con el objeto social que inciden favorablemente en los grupos de interés interdependientes.</li> </ul>	

INSTITUCIONES	DEFINICIÓN	AÑO
Grupo EPM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sostenibilidad</i>: conjunto de condiciones económicas, sociales y ambientales que favorecen la permanencia y el desarrollo de una empresa en una relación de beneficio mutuo empresa-sociedad.</li> </ul>	2009
Centro Interamericano de Investigación y Documentación de Formación Profesional (CINTERFOR)	La definición de la responsabilidad social de la empresa admite varias acepciones, pero todas coinciden en que se trata de un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Se emplea para describir una amplia variedad de iniciativas de orden económico, social y medioambiental tomadas por empresas, que no se fundan exclusivamente en requisitos jurídicos y son, en su mayoría, de naturaleza voluntaria.	2009
ETHOS Brasil	Responsabilidad Social Empresarial es la forma de gestión definida por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.	2006
Fundación PRO Humana	La contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.	2006
Abreu, J. L. y M. Badii	“El estado de conciencia de la empresa en el cual para su toma de decisiones se compromete a hacer lo correcto, en el momento correcto, en el lugar correcto y con los medios correctos para obtener los resultados correctos dentro de un marco de desarrollo sustentable que respete el equilibrio entre la sociedad, la naturaleza y la rentabilidad empresarial”.	2006
CentraRSE Guatemala	“La Responsabilidad Social Empresarial es una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país.”	2006
The World Business Council for Sustainable Development	“La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.	2005

INSTITUCIONES	DEFINICIÓN	AÑO
Correa, Flynn y Amit	“La RSE hoy en día se refiere más bien a una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente”	2004
Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF)	“La responsabilidad social empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.	
Business for Social Responsibility (BSR),	“La responsabilidad social empresarial se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”.	
El libro verde (Comisión de las Comunidades Europeas)	“Como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser 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.”	2001
El Centro Internacional para el Desarrollo Humano (CIDH)	“Una estrategia de negocios, la cual ha adquirido mucha importancia en el mundo de hoy. Las empresas, los gobiernos, las ONGs y la diversidad de actores que componen nuestras sociedades, constatan los beneficios de cambiar prácticas, comportamientos y nociones que han perjudicado la calidad de vida actual y amenazado la de generaciones futuras”.	
Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE)	“La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (Stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.	

Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo estas múltiples visiones pueden ser enmarcadas en enfoques básicos, que van desde lo instrumental, lo político, lo normativo, lo ético, lo filantrópico hasta teorías integradoras (Cancino & Morales, 2008).

Así pues la Responsabilidad Social Empresarial vista desde un enfoque *Instrumental*, busca como objetivo primordial la maximización de utilidades en la empresa, en cuyo camino se admiten acciones sociales como instrumentos para su fortalecimiento estratégico; manifestado en las teorías de autores como Friedman, Murray & Montanari, Litz, Porter, y Kramer. Desde el enfoque *Político*, se resalta el gran poder de las empresas sobre la sociedad, debido a la influencia que estas generan en la economía de su medio, de manera que se les invita a actuar de forma ética y responsable, cumpliendo con los parámetros legales establecidos y con actos voluntarios, que ayuden a construir una sociedad mejor, elaborado a grandes rasgos en las teorías de autores como Davis, Donaldson & Dunfee y Wood & Logson. En cuanto al enfoque *Ético*, se destaca una preocupación de tipo más filantrópico y moral por parte de la organización hacia su entorno; esto, en postulados de autores como Freeman, Kaku, Global Compact y Chomali & Majluf. Por último, el enfoque *Integrador*, armoniza una serie de criterios éticos, económicos, normativos y filantrópicos de la empresa hacia la sociedad; con teorías de autores como Carroll, Jones, Vogel y Wilcox.

Por otro lado, se puede afirmar que en general las dimensiones que atiende la Responsabilidad Social Empresarial, en adelante RSE, se circunscriben a las siguientes: primera dimensión, *Valores, Coherencia y Gobierno organizacional*, buscando la incorporación de los principios de la RSE en la cultura, gobernabilidad y prácticas de la organización, comenzando por la alineación de la filosofía empresarial que se regirá por una ética inquebrantable, transversal a toda la organización. En la siguiente dimensión el foco de atención se centra en la *Protección de los trabajadores*, mediante el respeto de sus derechos y la generación de bienestar tanto a nivel laboral como personal, lo cual desde luego requiere un compromiso serio de la administración con una gestión del talento humano profunda y transparente. En la próxima dimensión, se busca optimizar las relaciones tanto con los *proveedores* como con los *clientes* de las organizaciones, que como se sabe bien son la base del desarrollo empresarial. En la siguiente dimensión, la del *Medio ambiente*, enfoca su atención hacia una actuación inmediata frente a la problemática que vive el mundo en este terreno, adoptando hábitos más saludables y amigables para nuestro entorno que generen sustentabilidad de los recursos naturales en el largo plazo. Por último, se presenta la dimensión del *Compromiso social*, donde la empresa gestiona estrategias para que los actores de su comunidad puedan tener mejores condiciones de vida en todos los aspectos posibles.

**TABLA 2. DIMENSIONES DE LA RSE EN DIFERENTES MODELOS E INSTITUCIONES**

MODELOS	MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA PYMES	GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)	ISO 26000	LIBRO VERDE	PACTO GLOBAL
DIMENSIONES	Valores y Coherencia	Económica	Gobierno de la Organización Prácticas operativas justas	Adaptación al cambio.	-
	Publico Interno	Practica laboral y trabajo decente.	Prácticas laborales	Gestión de recursos humanos. Salud y seguridad en el trabajo.	Ámbito laboral
	Relación con proveedores	Responsabilidad del producto.	Temas de Consumidores	Socios comerciales, proveedores y consumidores.	-
	Relación con consumidores				
	Medio ambiente	Dimensión ambiental.	Medio Ambiente	Gestión del Impacto ambiental y de los recursos ambientales. Problemas ecológicos mundiales	Cuidado del medio ambiente
	Relación con la comunidad.	Sociedad	Involucramiento de la comunidad y desarrollo de la sociedad.	Comunidades locales.	-
	-	Derechos Humanos	Derechos Humanos.	Derechos Humanos.	Derechos Humanos.

Fuente: Elaboración propia.

Empero, a pesar de los esfuerzos, subsiste la confusión sobre el carácter de las prácticas organizacionales y sus alcances en la organización, tal y como se menciona en el Libro Blanco de la RSE (2006), puesto que se ha iniciado un debate en cuanto a qué responsabilidades y qué compromisos competen a las empresas y cuáles al Estado, o si la Responsabilidad Social debería institucionalizarse en un marco legal por el sector público, o si bien

sólo se deberían elaborar incentivos para promoverla en la sociedad; dicho esto, los debates y los postulados se hacen interminables, sin embargo hay cuestiones que se hacen innegables y que las organizaciones deben tener en cuenta: *la primera*, la evolución del mundo empresarial se está dando a pasos gigantes y vorazmente competitivos, donde las fronteras y las culturas no representan obstáculo alguno, a la hora de unificar diversidad de economías que integran a todo cuanto genere valor y solidez en un mercado mundial de altos estándares y reglamentaciones; *la segunda*, la sociedad reclama a las organizaciones un comportamiento más ético en sus prácticas y actividades, ya que los niveles de corrupción alcanzados en el mundo empresarial menoscaban indiscutiblemente el desarrollo de sus entornos; y *la tercera*, en medio de un sin número de hechos que demuestran el detrimento social, económico y ambiental del mundo, se requiere que la sociedad realice un alto en el camino que le permita reflexionar y replantear un modelo de desarrollo que sea sustentable.

Así, los retos que se imponen de forma apremiante a las organizaciones van mucho más allá del ámbito económico, evidenciándose que las actividades que desarrollan afectan sin lugar a dudas el sistema vivo donde interactúan (Tula, p. 1). De manera que los desafíos de sustentabilidad, éticos, y de competitividad que plantea el mundo actual, deben ser abordados en las organizaciones con un tratamiento consciente, profundo y armónico; interiorizado y gestionado en cada uno de los procesos y relaciones organizacionales. Es por esto, que para dar respuesta a dichos desafíos, se ha tomado a la RSE como el punto de partida para la esquematización de un modelo integral para las empresas y la sociedad de hoy.

## 2. HACIA UNA CONCEPTUALIZACIÓN INTEGRAL DE RSE

La responsabilidad social en su concepción más pura, se define como un estado de conciencia sobre el importante papel que juega todo elemento dentro de un sistema vivo en la generación de armonía, desarrollo y sustentabilidad; por cuanto se reconoce que todo accionar tiene una afectación, positiva o negativa, sobre cada uno de los componentes del ecosistema donde interactúa. No obstante, la RS vista desde el ámbito empresarial se concibe como “ *un modelo de empresa, un modelo integral de gestión (...), que por lo tanto afecta a todas las dimensiones de la actividad empresarial, afecta a todas sus prácticas y a todas sus estrategias y políticas*” (Libro Blanco de la RSE, 2006, p. 18), dejando por sentado que este modelo de empresa no sólo se construirá como la preocupación profunda y proactiva de las causas éticas, normativas y sustentables sino también de los dilemas que se enfocan hacia la apremiante formación de una organización altamente competitiva en un mundo globalizado.



De esta manera se devela que la significancia que aquí se propone genera un alcance y un nivel de complejidad mucho más integral que los conceptos tradicionales a este término, convirtiendo a la RSE en un sinónimo de competitividad, ya que la única forma de generar prosperidad económica en la empresa es optimizando cada uno de los aspectos estratégicos, operacionales y relacionales de la misma bajo un marco ético que la dirige y que también la acompaña en la generación de valor y equilibrio en el sistema orgánico donde pertenece –ya sea su ciudad, departamento, país, o cualquier otro medio–.

Para ampliar este concepto, se invita a pensar que la empresa al ser competitiva no sólo genera valor económico para sí misma sino que también crea valor y equilibrio en el medio donde interactúa por las siguientes cuestiones: la primera, si la empresa crece económicamente teniendo en cuenta un marco ético, es claro que ésta podría generar mayores empleos y mejores condiciones de trabajo, que por lo tanto se verán reflejados en el incremento de sus ingresos que en un flujo de tiempo constante, potenciará la capacidad adquisitiva de los individuos permitiéndoles el acceso a mejores condiciones en calidad de vida. En una segunda cuestión y en un panorama más simple, se podría decir que si la organización es competitiva en todo lo que hace con una fuerte ética que lo supedita, de seguro la generación de bienestar debido a la satisfacción por la calidad y eficiencia de los productos/servicios que se ofrecen, será mucho mayor que si se realizaran transferencias de valor a través de acciones filantrópicas, como lo señalan los chilenos Cancino & Morales (2008); dado que si por ejemplo el objetivo de la empresa es brindar transporte urbano y está lo hace de manera ineficiente, inevitablemente se generarán costos importantes a los usuarios del servicio en términos de retrasos a sus destinos de llegada, incomodidades en los tiempos de espera, etc., que desfavorecen la imagen de la empresa, lo cual no se extinguirán hasta que se optimice la forma en que se desarrolla el negocio y no mediante prácticas sociales. Y en una tercera cuestión, si una organización crece económicamente, podrá reflejar parte de su crecimiento en las transferencias que se hace al Estado a través de los impuestos que terminarán invirtiéndose en la comunidad mediante el gasto público.

No obstante, es importante señalar que así como la RSE es sinónimo de competitividad, también debe ser sinónimo imprescindible de conciencia y acción, en donde cada práctica y proceso empresarial se pueda generar a partir de esquemas transparentes, equitativos, sin la inflexión de daño y que además, de generar bienestar de forma indirecta con la buena gestión del negocio, se pueda promover la gestación directa de acciones de carácter solidario que velen por la conservación del medio ambiente, la identidad cultural y la contribución al mejoramiento de la calidad de vida en los elementos del ecosistema donde interactúa la empresa; así pues, se podrá

imaginar usted llamar socialmente responsable ¿a una organización que ha obtenido altos niveles de desempeño, pero que su procedencia de capital sea dudosamente ilícita? O bien, llamar socialmente responsable, ¿a una empresa que desarrolla un sinfín de actividades para la promoción de bienestar en su medio, pero que no es capaz de ser competitiva en un mundo globalizado obstaculizando la prosperidad económica para sí misma y para su medio?

### 3. MODELO INTEGRAL DE RSE: Primera Aproximación

Para responder a los retos que enfrenta la organización en el desarrollo de sus actividades, se ha creado un modelo de Responsabilidad Social Empresarial<sup>3</sup> que se sustente desde un enfoque sistémico<sup>4</sup> –a diferencia de los modelos tradicionales de la gestión organizacional que apuntan a ser competitiva una organización pero no abordan de forma profunda las cuestiones éticas y sostenibles que le circunscriben, así mismo, los enfoques o modelos creados para tratar los asuntos éticos y sostenibles de la organización con su medio no integran en sus esquemas la parte de gestión del negocio–. Así pues, se han gestado *tres Dimensiones* que abordan estas responsabilidades, obteniendo a la dimensión *Bioética* que atiende los dilemas morales bajo los cuales se navega en la gestión del negocio. La dimensión *Eco-optimización*, que se ocupa de la mejora incesante y continua de todos los procesos y prácticas entre la organización y su ecosistema. Y por último la dimensión *Eco-desarrollo*, que promueve prácticas que apunten en específico hacia la propensión de bienestar y sustentabilidad del ecosistema donde se encuentra inserta la organización.

Estas tres dimensiones se hacen transversales a *seis Componentes de Gestión Organizacional*, los cuales son: *Organizacional, Sistema de Información, Financiero y Contable, Talento Humano, Mercadeo y Productos & Servicios*, que se definen como puntos críticos de acción que condicionan y dinamizan la competitividad de la empresa, así como su interacción con la sociedad.

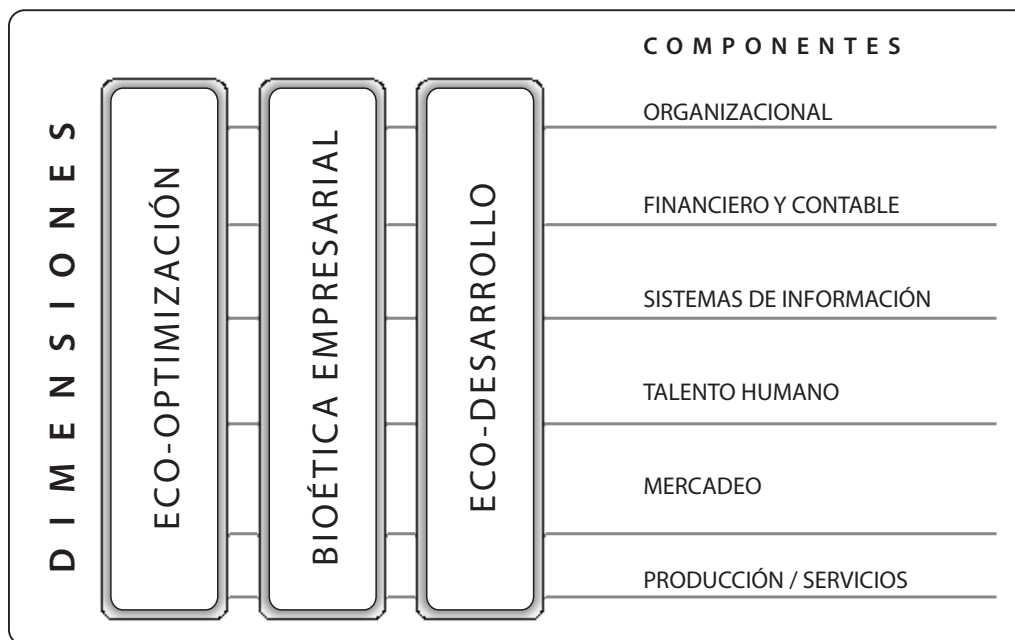
---

3. Desde la concepción definida en este documento (Ver Tabla 1).

4. “El Enfoque Sistémico contemporáneo aplicado al estudio de las organizaciones plantea una visión inter, multi y transdisciplinaria que ayudará a analizar a la empresa de manera integral permitiendo identificar y comprender con mayor claridad y profundidad los problemas organizacionales, sus múltiples causas y consecuencias. Asimismo, viendo a la organización como un ente integrado, conformada por partes que se interrelacionan entre sí a través de una estructura que se desenvuelve en un entorno determinado, se estará en capacidad de poder detectar con la amplitud requerida tanto la problemática, como los procesos de cambio que de manera integral, es decir a nivel humano, de recursos y procesos, serían necesarios de implantar en la misma, para tener un crecimiento y desarrollo sostenibles y en términos viables en el tiempo” (Instituto Andino de Sistemas, 2007).

Finalmente, la idea básica del modelo es puntualizar unas variables críticas en cada uno de los cuadrantes que se dan como producto del cruce entre “dimensión-componente”; y que la empresa debe atenderlas y gestionarlas desde la pertinencia del objetivo planteado en cada dimensión.

ILUSTRACIÓN 1. MODELO INTEGRAL DE RSE



Fuente: Elaboración propia

### 3.1 Componentes de Gestión Organizacional

En esta investigación se tomaron como referentes de áreas que albergan factores claves en el desarrollo del que hacer empresarial. De esta manera, se podría decir que la RSE se encuentra en función de sus componentes:

$$RSE = f(C)$$

Donde,

*C: Componentes de gestión organizacional*

**Componente Organizacional:** En el cual se construirán los cimientos de la empresa en cuanto al diseño y estandarización de procesos, de su cultura organizacional, así como de su parte estratégica, legal, ambiental, social y relacional.

**Componente de Sistema de Información** “Que reúne, almacena, procesa y distribuye conjuntos de información entre los diferentes elementos que configuran una organización, y entre la organización misma y su entorno” (Pastor, p. 7).

**Componente Financiero y Contable:** centra su preocupación por el registro, control, administración, apalancamiento e incremento de los recursos financieros de la empresa en pro de una mayor obtención de utilidades para la organización.

**Componente del Talento Humano:** Se refiere a la forma en que la empresa administra a su personal; a las estrategias que utiliza para “liberar, emplear, desarrollar, motivar e implicar todas las capacidades y potencial del talento humano con miras a una mejora sistemática y permanente de la organización” (Van Der Berghe, 2005, p. 204), sin olvidar que estos son el alma de la empresa.

**Componente del Mercadeo:** Se ocupa de crear valor y satisfacción a los actuales y potenciales clientes de la organización, obteniendo una utilidad (Kloter, 2003).

**Componente de Producción & Servicios:** Se direcciona hacia el ofrecimiento de productos y servicios de altos y competitivos estándares de calidad, bajo el uso inteligente de los recursos.

### 3.2 Dimensiones

Los cuales se definen como los ejes temáticos del modelo y en definitiva como los aspectos fundamentales de atención para que una organización pueda ser catalogada como socialmente responsable. Definiéndose entonces que la función de RSE se encuentra condicionada por:

$$RSE = f(D)$$

Donde,

*D: Dimensiones*

#### **Eco-optimización Empresarial**

En adelante EOE, se refiere a la manera como opera la empresa, las estrategias que acomete para el logro eficiente y productivo tanto de sus procesos misionales, como de los de apoyo -destacando a los que incumben a la gestión socio-ambiental-, hasta convertirlos en modelos óptimos de desempeño competitivo y sustentable.

La EOE desde la Gestión Organizacional busca establecer una estructura y una estrategia organizacional bastante compacta, dinámica y flexible que permita agilizar sus procesos, así como preparar a la empresa para los cambios de su entorno y para los futuros emprendimientos competitivos y sociales. En este punto es importante destacar una variable dentro de este componente, denominado *Inteligencia Ambiental*, que deberá afectar transversalmente a la organización, mediante la adopción de prácticas que conserven el medio ambiente y que al mismo tiempo, generen beneficios económicos para la empresa por cuanto se presenta un uso inteligente de los recursos con que cuenta.

En cuanto a la Gestión del Sistema de Información, básicamente se buscará optimizar la combinación organizada del “reunir, procesar, almacenar y distribuir la información, para apoyar la toma de decisiones, la coordinación, el control, el análisis y la visualización de la organización” (Laudon & Laudon, 2004, p. 8).

Desde la Gestión Financiera y Contable, se desea lograr el control y la gestión de sus recursos de manera que estos sean distribuidos de acuerdo a las necesidades de la empresa y bajo criterios que salvaguarden y procuren un uso eficiente de los recursos, garantizando la viabilidad de los proyectos y el destino a donde se dirigen los fondos. También es necesario, que para garantizar la optimización de este componente, se haga un control exhaustivo de los recursos, así como una evaluación del impacto que estos tienen en el quehacer de su gestión y en la sociedad.

En cuanto a la Gestión de Talento Humano, se propone potenciar el capital intelectual con que cuenta la organización, procurando una gestión efectiva del conocimiento, no sólo para la empresa sino para el mismo trabajador, bajo condiciones laborales y profesionales que lo atraigan en función del desarrollo humano.

Por otro lado, en la Gestión del Mercadeo la empresa debe perseguir objetivos y estrategias que conlleven a la competitividad en el mercado donde se encuentra inmersa la empresa, mediante el conocimiento detallado de las necesidades, deseos, demandas y satisfactores de los clientes y la gestión hacia la excelencia en los procesos de intercambio, transacción y relaciones.

Por último, la Gestión de los Productos/Servicios se clasifica como uno de los componentes de acción claves para mejorar la productividad de la empresa, esto si se planea, desarrolla y controla adecuadamente los recursos de esta área: materiales, operaciones, y en especial, su nivel de tecnificación, cuidando estar en consonancia con las normas y estándares internacionales que buscan la protección del medioambiente.

### ***Bioética Empresarial***

*La dimensión Bioética empresarial*, en adelante BE, exalta la importancia de alcanzar los *finés* de cada organización, a través de *medios* que basen su accionar en principios éticos como la *autonomía* –que se fundamenta en elecciones intencionales, con conocimiento pleno de información y sin influencias de control–, la *equidad* y la *beneficencia* –que ante todo evita la inflexión de daño o malestar alguno hacia la sociedad y que, por el contrario, incentiva promover la generación de bienestar en la misma– (Beauchamp & Childress, citados en Luna & Salles, 2008); en todos y cada uno de los *procesos* que se lleven a cabo en la organización, tanto en los de producción de valor, como los que condicionan el desarrollo de prácticas medioambientales y sociales.

Por tanto la Bioética Empresarial, definirá en cada uno de los *componentes de gestión* de la organización, sus valores y políticas, para ser acogidos e interiorizados en la cotidianidad de la empresa como uno más de los requerimientos *indispensables* de cualquier acción, proceso o emprendimiento empresarial.

Así pues, se evaluará el Ethos Organizacional, como la cultura y los valores que rigen la gestión de la empresa; aquí es importante resaltar que bajo los principios que rigen a la BE, la procedencia del capital, la selección de proveedores, la forma cómo se hace el dinero, el cómo se llega al cliente, la gestión del talento humano y de todas aquellas actividades que se desempeñen económica, social y ambientalmente, deberán ser de carácter lícito y con afán de concienciación y difusión de este Ethos, tanto al interior de la organización, como en la sociedad

### ***Eco-desarrollo***

En adelante ED, es una dimensión que recuerda a la empresa que en el sistema vivo donde interactúa, además de establecer relaciones y asociaciones saludables con los stakeholders –clientes, proveedores, comunidad, trabajadores, etc.–, en el desarrollo de sus actividades; la organización, deberá actuar desde cada componente de gestión bajo el principio de beneficencia de manera intensiva, preocupándose por la generación de bienestar y armonía entre la sociedad y la empresa, trabajando de la mano con el estado; ya que se comprende que el progreso de su medio, potencia el desarrollo de la empresa.

Desde el Componente Organizacional, la empresa rendirá cuentas a la sociedad; así mismo, brindará apoyo en la ejecución de proyectos de interés social y medioambiental, que han sido construidos mediante relaciones con entidades estatales y no gubernamentales.

Por otro lado desde el componente de Talento Humano, la empresa brindará espacios de voluntariado, para que los trabajadores puedan involucrarse en el desarrollo de proyectos socio-ambientales, bien sea mediante la trasmisión y aplicación de conocimiento o mediante trabajo comunitario. Otro aspecto importante que desde esta gestión, es la incorporación de personal con sentido social, que apoye la inclusión de personas pertenecientes a minorías con limitaciones físicas y mentales, con pasados judiciales difíciles, pero con propósito de cambio, entre otros. Asimismo, la organización también procurará por la mejora de la calidad de vida del personal y de sus familias con programas que les otorguen bienestar y superación personal.

Mediante la Gestión del Mercadeo se busca identificar las necesidades socio-ambientales en la comunidad que puedan llegar a ser solventadas con la ejecución de proyectos organizacionales.

Y por último, pero no menos importante, desde la Gestión de Productos & Servicios se deberá entender que una de las primeras obligaciones que impulsa la beneficencia organizacional será la de satisfacer a sus clientes.

**TABLA 3. MATRIZ DEL MODELO DE RSE EN SU PRIMERA APROXIMACIÓN**

DIMENSIONES COMPONENTES DE GESTIÓN	BIOÉTICA EMPRESARIAL	ECO-OPTIMIZACIÓN EMPRESARIAL	ECO-DESARROLLO
ORGANIZACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ethos organizacional</li> <li>• Parámetros legales.</li> <li>• Política verde</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiencia legal</li> <li>• Estructura de procesos</li> <li>• Planeación Estratégica</li> <li>• Liderazgo Estratégico</li> <li>• Inteligencia ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empoderamiento</li> <li>• Encadenamiento productivo</li> <li>• Desarrollo de proyectos sociales</li> <li>• Desarrollo de proyectos medio-ambientales</li> <li>• Relación con el Estado</li> </ul>
SISTEMA DE INFORMACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política del sistema de información</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración cadena de suministro</li> <li>• Administración relaciones con el cliente</li> <li>• Sistemas empresariales</li> <li>• Administración del conocimiento</li> <li>• Investigación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes de gestión empresarial</li> </ul>

DIMENSIONES COMPONENTES DE GESTIÓN	BIOÉTICA EMPRESARIAL	ECO-OPTIMIZACIÓN EMPRESARIAL	ECO-DESARROLLO
FINANCIERA Y CONTABLE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política Financiera y Contable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación</li> <li>• Administración financiera</li> <li>• Administración Contable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relación con socios/ accionistas</li> <li>• Reinversión de las utilidades en función social.</li> </ul>
TALENTO HUMANO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política respeto, igualdad y no discriminación.</li> <li>• Política de salud y seguridad.</li> <li>• Principios de educación y formación.</li> <li>• Transparencia en la evaluación e información.</li> <li>• Comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación del talento humano</li> <li>• Incorporación de Talento humano</li> <li>• Evaluación de talento humano</li> <li>• Desarrollo de talento humano</li> <li>• Administración del conocimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de vida (entre lo laboral y lo personal)</li> <li>• Trabajo Comunitario</li> <li>• Incorporación de TH con sentido Social</li> </ul>
MERCADEO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de mercadeo y ventas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de mercados.</li> <li>• Planeación, desarrollo y control</li> <li>• Servicio al cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercadeo social</li> <li>• Relación con clientes.</li> </ul>
PRODUCTOS/ SERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalaciones/ Infraestructura</li> <li>• Materiales/ Suministros</li> <li>• Planeación, Programación y Administración</li> <li>• Perfeccionamiento continuo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacción del Producto/Servicio</li> <li>• Relación con proveedores</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en base a lo anterior, se puede concluir que la Responsabilidad Social Empresarial se encuentra en función de sus componentes de gestión y de sus dimensiones:

$$RSE = f(C, D)$$

Donde,

*P*: Componentes de gestión organizacional

*D*: Dimensiones



## CONCLUSIONES

La literatura existente sobre Responsabilidad Social Empresarial es abundante en cuanto a la existencia de pequeños artículos o trabajos de asociaciones que se dedican a su promoción en temas como la sostenibilidad, los derechos humanos, la lucha anticorrupción, la mejora de las prácticas laborales hacia unas más equitativas y humanas, etcétera; sin embargo esa literatura se presenta como una colcha de retazos carente de un horizonte amplio y profundo en la integración con las actividades empresariales. Así pues, la Responsabilidad Social es un concepto que hasta el momento no goza de un significado universal; lamentablemente este, en muchas ocasiones suele utilizarse para disfrazar diversidad de fines estratégicos en post de un mayor lucro para las organizaciones por medio de prácticas bizarras que en nada contribuyen al desarrollo real de su entorno. No obstante, en medio de este panorama se puede observar puntos de encuentro positivos que por lo general definen a la RSE hacia el cumplimiento de normatividades morales y actos de filantropía dirigidos hacia la regularización de un comportamiento más ético y de incentivar a las organizaciones a que se conviertan en actores protagonistas de emprendimientos sociales que mejoren el medio donde operan, sin embargo, hasta el momento los gobiernos en la mayoría de los países del mundo, han otorgado la característica de voluntariedad a este término, sólo quizá, algunos pocos se han aventurado a emprender condiciones en sus países que propicien la adherencia por parte de las organizaciones a esta llamada, en la iniciativa de RSE.

No obstante, para fines de esta investigación, se trató de construir en una primera aproximación un modelo de RSE que resolviera los dilemas que la empresa enfrenta en su interacción con la sociedad como lo son temáticas como la globalización, la corrupción y el crecimiento insostenible del mundo en los ámbitos económico, social y ambiental. Y se definió un término propio, porque los encontrados no satisfacían de manera simultánea estas necesidades, porque si bien hay algunos modelos que lograron adherir la RS a la gestión y estructura del negocio, la connotación de este término no se logra asociar por completo a la apuesta competitiva como sinónimo de una empresa responsable, y esto, se puede evidenciar en la ausencia de indicadores en las memorias de sostenibilidad que evalúen este componente, estas lo que más se enfocan a auditar es la gestión ética de las organizaciones hacia sus trabajadores, sus clientes, su comunidad y el medio ambiente.

Así pues, los autores de esta investigación han definido que la RSE debe buscar que tanto la organización como su entorno tengan un crecimiento

sustentable, para lo cual señalan, la empresa debe procurar ser altamente competitiva bajo el amparo de un marco ético que evite y remedie la inflexión de daño o malestar a su medio y que a la vez desde cada una de las áreas de la organización, se ejerzan acciones específicas que incrementen la calidad de vida y la conservación del medio ambiente de su ecosistema.

Finalmente se podría decir que la investigación no termina aquí y que aún hace falta un largo camino por recorrer puesto que el modelo presentado es de tipo teórico y aún no se puede vislumbrar el impacto que genera en la acción empresarial y la pertinencia de los elementos que este posee. Por tanto, esta investigación se encuentra desarrollándose en una segunda etapa que permita aseverar la confiabilidad, la coherencia, la gestión y la medición de la RSE dentro de la organización.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, J., y BADII, M. (2006). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial [en línea]. Daena: International Journal of Good Conscience. México. Recuperado de [http://www.spentamexico.org/v2-n1/2\(1\)%2054-70.pdf](http://www.spentamexico.org/v2-n1/2(1)%2054-70.pdf).

CANCINO, C., y MORALES, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial [en línea]. Universidad de Chile. 13-50. Recuperado de <http://www.redunirse.org/files/Serie%20Docente%20N%C2%BA%201%20-%20RSE.pdf>

CANCINO, C., MORALES, M., y SCIARAFFIA, V. (2008). Gestión Responsable del negocio: una perspectiva operacional de la Responsabilidad Social Empresarial. [en línea]. Recuperado de [http://200.89.70.78:8080/jspui/bitstream/2250/10710/1/cancino\\_morales\\_sciaraffia\\_2008.pdf](http://200.89.70.78:8080/jspui/bitstream/2250/10710/1/cancino_morales_sciaraffia_2008.pdf)

INSTITUTO ANDINO DE SISTEMAS (2007). ¿Qué es el Pensamiento Sistémico? [en línea]. IAS. Recuperado de <http://www.iasvirtual.net/queessis.htm>.

KLOTTER, P., y ARMSTRONG, G. (2003). Fundamentos de Marketing [en línea]. Recuperado de [http://books.google.com.co/books?id=sLJXV\\_z8XC4C&printsec=frontcover&dq=fundamento+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=B8a\\_T46xBpCK6QHfpY2eCg&ved=0CDkQ6AEwAA#v=onepage&q=fundamento%20de%20marketing&f=false](http://books.google.com.co/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&dq=fundamento+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=B8a_T46xBpCK6QHfpY2eCg&ved=0CDkQ6AEwAA#v=onepage&q=fundamento%20de%20marketing&f=false).

LAUDON, K., y LAUDON, J. (2004). Sistemas de Información Gerencial. Editorial Prentice Hall.

LUNA, F., y SALLES, A. (2008). Bases Teóricas de la Bioética. LUNA, F., & SALLES, A. Bioética: Nuevas Reflexiones sobre Debates Clásicos. 59-65. Editorial Fondo de Cultura Económica. Argentina.

PASTOR, J. Concepto de sistema de información en la organización [en línea]. Recuperado de [http://books.google.com.co/books?id=Ki\\_YBjGVlH4C&pg=PA25&dq=Concepto+de+sistema+de+informaci%C3%B3n+en+la+organizaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ei=eMa\\_T6rsKMWW6](http://books.google.com.co/books?id=Ki_YBjGVlH4C&pg=PA25&dq=Concepto+de+sistema+de+informaci%C3%B3n+en+la+organizaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ei=eMa_T6rsKMWW6)

AHrp5y3Cg&ved=0CDYQ6AEwAA#v=onepage&q=Concepto%20de%20sistema%20de%20informaci%C3%B3n%20en%20la%20organizaci%C3%B3n&f=false

SUBCOMISIÓN PARLAMENTARIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS (2006). Libro Blanco de la RSE [en línea]. Recuperado de [http://www.senado.es/legis8/publicaciones/pdf/congreso/bocg/D\\_424.pdf](http://www.senado.es/legis8/publicaciones/pdf/congreso/bocg/D_424.pdf).

TULA, S. Ensayos: Responsabilidad Social y naturaleza de las empresas [en línea]. Recuperado de [http://www.uam.es/personal\\_pdi/economicas/iaayuso/Documentos/PRINCIPIOS%20DE%20ECONOMIA%20POLITICA/Lec%203%20tula.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/iaayuso/Documentos/PRINCIPIOS%20DE%20ECONOMIA%20POLITICA/Lec%203%20tula.pdf).

VAN DER BERGHE, E. (2005). Gestión y gerencia empresariales: aplicadas al siglo XXI [en línea]. Recuperado de [http://books.google.com.co/books?id=VTVQSxx3r8kC&pg=PA249&dq=Gesti%C3%B3n+y+gerencia+empresariales:+aplicadas+al+siglo+XXI&hl=es&sa=X&ei=2ce\\_T6L2G4u16AGH2bXCCg&ved=0CDQQ6AEwAA#v=onepage&q=Gesti%C3%B3n%20y%20gerencia%20empresariales%3A%20aplicadas%20al%20siglo%20XXI&f=false](http://books.google.com.co/books?id=VTVQSxx3r8kC&pg=PA249&dq=Gesti%C3%B3n+y+gerencia+empresariales:+aplicadas+al+siglo+XXI&hl=es&sa=X&ei=2ce_T6L2G4u16AGH2bXCCg&ved=0CDQQ6AEwAA#v=onepage&q=Gesti%C3%B3n%20y%20gerencia%20empresariales%3A%20aplicadas%20al%20siglo%20XXI&f=false)