RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA ADMINISTRATIVA EMPRESARIAL

JAIRO ANTONIO MONCADA CERON

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Especialista en Alta Gerencia

Director:

JUAN PABLO SÁNCHEZ ACEVEDO

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
MARZO 8 de 2017

CONTENIDO

RESUMEN 3

ABSTRACT 5

INTRODUCCIÓN 7

METODOLOGIA 10

OBJETIVO GENERAL 10

OBJETIVOS ESPECIFICOS 10

La Responsabilidad Social Empresarial: Desarrollos teóricos desde la ética y las expectativas de América Latina. 10

La importancia de la ética en el actuar organizacional y en la construcción de la imagen corporativa. 14

Prácticas de responsabilidad social y sus implicaciones éticas 17

CONCLUSIONES 20

BIBLIOGRAFIA 22

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad hacer un análisis conceptual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación explicita con la gestión en el campo ético como fundamento de la imagen corporativa de MABE, por sus características, misión, y visión que representa una función social y un fin trascendente es muy importante para MABE, y por ello se hace un recorrido histórico del concepto y sus diferentes acepciones a través del tiempo para entender la esencialidad del mismo en las prácticas corporativas y organizaciones de la empresa, el método es hermenéutico e interpretativo.

En el que hacer gerencial los líderes de las empresas buscan con detenimiento las diversas herramientas para encontrar la llave mágica que les abra la puerta del éxito empresarial, es ahí cuando cobra importancia cada propuesta que brinde innovación. Como consecuencia, los innumerables métodos existentes para la toma de decisiones gerenciales que brindan en muchos casos herramientas para tomar caminos y lograr la decisión más acertada, la aplicación ordenada y sistemática de un proceso el conlleva a la realización de diversas actividades con el propósito de identificar y solucionar problemas relacionados con responsabilidad social, ética y administrativa, la inversión sería un bajo costo comparado con las elevadas ganancias que se obtendrán, es la herramienta ideal para todo gerente y el éxito organizacional humano es vital para el direccionamiento empresarial con el único fin de orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante la inversión humana.

El objetivo de la gestión ética es proporcionar bienestar a los empleados favoreciendo en recursos a la empresa y así conjuntamente apoyar la toma de decisiones responsables y correspondidas manteniendo una conducta respetuosa de legalidad ética, de moral y de compromiso con el medio ambiente que es esencial porque se trata del equilibrio entre la empresa, el hombre y el medio "ecoeficiencia" (disminución del impacto ambiental en relación al volumen de producción obtenido (ambiente, 2003)
Este importante paso es necesario en todas las organizaciones y visiblemente se comprueba las numerosas ventajas que reporta la gestión humana comprometida con el ambiente y con su mismo ser.

Palabras Clave: Responsabilidad Social de las Empresas, gestión, ética, toma de decisiones, liderazgo, inversión humana, coeficiencia.

ABSTRACT

This research aims to make a conceptual analysis of Corporate Social Responsibility and its explicit relationship with management in the ethical field as a foundation of the corporate image of MABE, for its characteristics, mission, and vision that represents a social function and a Transcendent end is very important for MABE. For this reason, it is made a historical tour of the concept and its different meanings over time to understand its essentiality in the corporate practices and organizations of the company, the method is hermeneutic and interpretative.

Nowadays, in our managerial role, business leaders are looking for various tools to find the magic key that opens the door to business success. That is when every proposal that probvides innovation becomes important. As a result, the innumerable existing methods for management decision-making that in many cases provide the tools necessary to take various roads toward proper decision-making using the orderly and systematic application of a process. This leads to the realization of various activities with the purpose of identifying and solving problems related to social responsibility. Investing in administrative ethics would be a lower cost compared to the high profits that would be obtained because it is the ideal tool for every manager. Human organizational success is vital for the business' direction because it has the sole aim of guiding the course of the business to prioritize human investment. The objective of ethical management is to provide well-being to the employees which will provide more resources to the company and thus jointly support the responsible decision-making by maintaining a respectful conduct of ethical legality, morality, and commitment to the environment. This is essential because is about the balance between the company, the man, and the environment "eco-efficiency" (reduction of the environmental impact in relation to the volume of production obtained).

This important step is necessary in all organizations and the many advantages are clearly proven that human management is committed to the environment and the well-being of its employees.

Key words Corporate Social Responsibility, management, ethics, decision making, leadership, , human investment, coefficient,.

.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como intencionalidad realizar un análisis de la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) como punto de conciliación de la conducta de la gestión empresarial, aplicada a la Corporación General Electric andina –Mabe.

Para (Robbins, 1999) :

> La historia documentada del concepto RSE se remonta a los años 50 del pasado siglo, desde entonces se han desarrollado investigaciones en las que se plantea que la RSE trata de responder a las expectativas de la comunidad para ayudar a crear una mejor sociedad; es evidente que la sociedad actual demanda que las organizaciones reconozcan su capacidad para ocasionar serios impactos negativos sobre el medio ambiente, en sus dimensiones social, natural y económica; por lo cual deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial.

" La teoría de la gestión conlleva la decisión de establecer planes, estrategias procedimientos en pro del beneficio del logro de los objetivos de la organización". (Fernandez, 2009)

El presente ensayo de grado busca reflexionar y estudiar la importancia e incidencia de esta maravillosa clave del éxito en los escenarios empresariales tomando como referencia a la Corporación General Electric andina –Mabe una Multinacional dedicada a la ingeniería, que diseña, produce y distribuye electrodomésticos a más de 70 países alrededor del mundo, y cuya intención es convertir en elemento estratégico el concepto de responsabilidad social. Se propone un modelo, sostenible a largo plazo, que crea una interrelación entre los accionistas, el valor social, económico, ambiental, y operacional desarrollándose en la industria como principal criterio para el mejoramiento del clima organizacional, el incremento del valor de la empresa, el mejoramiento en la comunicación interna y externa y la confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas. A partir de éste, se define una estructura de mercadeo social que permite consolidar el compromiso ético y moral desarrollado en cada pilar del negocio en electrodomésticos.

“Los entornos naturales sanos que tienen capacidad de renovarse, y los recursos humanos mejor educados, sanos, y motivados, son la base que asegura la continuidad de la producción y el éxito de la empresa moderna” (Correa, 2004). “La responsabilidad en este sentido, no reclama solo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ven en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad”. (Gonzalez, 2004).

A partir de la última década del siglo XX se ha manifestado un gran interés por el estudio de la RSE; Por ello, en el ámbito internacional han surgido diversas acciones dirigidas a fomentar modelos de trabajo, y, en la búsqueda de beneficios en todos los aspectos para los involucrados en el proceso productivo de cualquier índole, han sido emitidos reglamentos, políticas públicas, normas, entre otros para contribuir con la RSE. A tal grado que en algunos momentos de la historia reciente de las empresas la RSE se observó como un indicador de evaluación de las empresas y organizaciones, práctica que propició que su ejercicio fuera de forma parcial; sin embargo, el concepto de RSE ha evolucionado a través del tiempo, y actualmente comprende un enfoque global: la RSE tiene una relación con la obligación de la empresa hacia grupos de interés afectados con sus políticas y prácticas corporativas.

La RSE incluye diversos aspectos o dimensiones por considerar para su implementación. Entre los cuales se destacan cuatro: La ética empresarial, la preservación del medio ambiente, la calidad de vida en el trabajo y la vinculación entre empresa y sociedad. Siendo la RSE uno de los indicadores para medir el nivel de competitividad de las empresas el interés de la presente investigación es introducir, a manera de aproximación teórica, conceptos adscritos a la RSE fundamentalmente la ética empresarial desde la Teoría de la Actividad Organizacional. La pertinencia de este enfoque estriba en el aporte que provee para concebir a las organizaciones como sistemas de actividad. Se plantea esta perspectiva como recurso para el análisis de la RSE y la proyección de intervenciones orientadas a la imagen corporativa en MABE desde un enfoque de corte sociocultural. “La teoría de la gestión que conlleva la decisión de establecer planes, estrategias y procedimientos en pro de los beneficios del logro de los objetivos de la organización” (Fernández & Arranz, s.f.)

La identidad corporativa en MABE es el resultado de un constructo social que se ha derivado de los procesos históricos y sus valores, los cuales han creado una visión particular de lo que es el ser empresarial. En esta construcción han interactuado múltiples factores de los cuales un referente esencial es la RSE en la que cobran relevancia los aspectos relacionados al ámbito axiológico que da cuenta de los procesos de gestión, transformación e innovación social, el cambio organizativo en la construcción de la imagen empresarial es concebido como construcción progresiva de significados, cuyo sustrato es de naturaleza cultural, dialógica y discursiva.

La RSE es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente. Es el compromiso de la empresa en la contribución al desarrollo sostenible. Esto implica la adopción de una nueva ética en su actuación en relación con la naturaleza y la sociedad, un motivo de solidaridad, el sentido de responsabilidad por salvar las condiciones que sustentan la vida en el planeta, el atributo la calidad de vida.

Las empresas transnacionales presentan un nivel de responsabilidad social que les permite tener una imagen limpia, transparente, de compromiso, misma que se transmite en relaciones fuertes, duraderas y por tanto favorables para el desarrollo e imagen corporativa. Esto conduce a plantear la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las prácticas de responsabilidad social empresarial en MABE que aplican desde el ámbito ético para consolidar su imagen empresarial y darle competitividad? De dicha pregunta surge el siguiente supuesto teórico: existe una relación significativa entre la imagen corporativa de MABE y las prácticas de responsabilidad social empresarial en sus aspectos éticos.

METODOLOGIA

La metodología que se ha aplicado para identificar la ética como fundamento de la RSE aplicado a MABE, procede de la teoría social de la comunicación, creada por el Profesor Doctor Manuel Martín Serrano. “Ella refiere que los mediadores interpretan los aconteceres de acuerdo a sus intereses y crean representaciones sobre el entorno a través del análisis de las actividades y la mediación comunicativa que se hacen explícitas en los discursos y representaciones”. (Serrano, 2004)

OBJETIVO GENERAL

Analizar, desde una perspectiva comunicativa desde la teoría de las organizaciones, las relaciones entre la ética y la responsabilidad social empresarial en MABE como imagen corporativa.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

-Identificar la importancia actual y futura que le otorgan las relaciones entre el actuar ético como estrategia de imagen corporativa en MABE y encontrar herramientas para dinamizar dichas relaciones.

-Conocer las características de las relaciones entre el actuar ético y la imagen corporativa como elementos facilitadores u obstaculizadores y consecuencias de su establecimiento.

-Describir posibles acciones de representación sus características y relaciones en el entorno respecto a al actuar ético y sus repercusiones en la imagen corporativa de MABE.

La Responsabilidad Social Empresarial: Desarrollos teóricos desde la ética y las expectativas de América Latina.

Las teorías desarrolladas sobre la RSE se clasifican en cuatro enfoques básico: instrumental, político, integrativo y ético” (Toro, 2006). “El principal problema en los estudios sobre RSE se focaliza en la definición del constructo en sí mismo y que, de ello, sumado a las dificultades de medición, hace que los esfuerzos por encontrar asociaciones estadísticas entre RSE y ganancias sean complejos” (Vásquez, 2005). “Para superar aquellas

medidas utilizadas en el pasado cada vez que se van buscando métodos cuantitativos y cualitativos más sofisticados, capaces de medir la RSE y relacionarlas con la rentabilidad" (Dini & Stumpo, 2004).

> Esto presenta una mayor problemática debido a que la rentabilidad es un constructo cuantitativo mientras que la RSE es un fenómeno dinámico y complejo que implica elementos tanto cualitativos como cuantitativos. En el caso de los nuevos intentos por estudiar la RSE, estos se apuntan examinar los programas, actividades y procesos administrativos que puedan crear beneficios estratégicos a largo plazo. (Toro, 2006).

"La imperiosa necesidad de preguntarse como la RSE ayuda a la imagen corporativa de la empresa y a la vez ver como desarrolla ventajas competitivas que le den valor a la empresa. Una posible respuesta es que la RSE apoya actividades centrales y contribuye a la efectividad de la empresa en lograr su misión". (Casado & Roser, 2009). De hecho, la RSE crea ventajas competitivas, pues las estrategias sociales permean la misma competitividad al desarrollar capacidades únicas y competencias sociales centrales con un impacto positivo en el desempeño financiero de la empresa, lo cual a largo plazo ayuda a la empresa a alcanzar ventajas competitivas sostenibles.

Dicha construcción teórica tiende a converger con las prácticas empresariales, tanto en empresas trasnacionales como entre empresas nacionales. "Las empresas transnacionales en especial las Mexicanas (en la que se encuentra nuestra empresa de estudio MABE) han unido esfuerzos a fin de aplicar los principios básicos de la RSE en América Latina; sin embargo como lo percibe" (Casado & Roser, 2009) la realidad social en cada país del continente dista mucho en sus prácticas el uno del otro y las expectativas en relación con la RSE es muy diferente; por lo que es necesario que las empresas transnacionales adapten sus prácticas sociales a la realidad de cada nación latinoamericana donde se encuentre presente. América Latina requiere de modelos de RSE que no solo se adapten a su realidad, sino que surjan de dicha realidad, a fin de que respondan a cada país.

La tendencia de estudiar la RSE translatina es una oportunidad para visualizar las realidades de cada país; sin embargo, "por sus propias características transnacionales tiene

mayor posibilidad de caer en actos de filantropía o en campañas de publicidad, dado su compromiso con el mercado internacional y su trayectoria competitiva". (Casado & Roser, 2009)

En relación a expectativas de práctica de RSE de las empresas trasnacionales han concluido lo siguiente en relación a los países Latinoamericanos: a) que fortalezcan su aportación al desarrollo rural sostenible, a las alianzas público-privadas y a la transferencia de innovación y tecnologías limpias; b) que ejerzan un liderazgo más allá de la filantropía, implicándose con la línea tradicional de negocio; c) que sean más activas apoyando las cadenas de valor locales y fomentando la investigación y el desarrollo orientado a la generación de valor social; d) que rijan sus actividades por los estándares de su país de origen y no por las estándares locales; e) que sean transparentes, promuevan la inclusión económico-productiva y fomenten servicios a los sectores marginados. (Casado & Roser, 2009)

En el ámbito teórico, las expresiones inversión socialmente responsable o fondos éticos, incorporan una filosofía de inversión que abarca desde el componente clásico de la gestión de inversiones, que es maximizar el beneficio neto o la riqueza en relación con el mínimo riesgo, hasta otros objetivos más relacionados con las empresas emisoras de activos. En la inversión llamada socialmente responsable se tiene en consideración factores de tipo social, ético, medioambiental o de gobierno corporativo. Esta tipología de inversión, además del compromiso social ofrece una información transparente de las decisiones tomadas por los gestores y de los instrumentos en los que se va a implementar la inversión.

En abril del 2012, se ha reunido en Londres las principales organizaciones de inversión responsable del mundo. El foro Global Collaboration on Sustainable Investment advances as Leadership of Sustainable Investment Organization supone un paso importante para ayudar a identificar y comparar los avances de la industria de inversión responsable a nivel mundial. El informe, The Global Sustainable Investment Trends 2102 Report, estudia los tipos de inversores involucrados, analiza las estrategias de inversión empleadas y presenta comparaciones a nivel internacional. El informe de la Conferencia facilita el estudio, el conocimiento y la difusión y la comparación de los resultados de las diferentes inversiones en distintos países o sectores. Especialmente supone aportar información sobre las inversiones centradas en el medio ambiente, social y de gobierno corporativo. En esa reunión

participaron las principales organizaciones mundiales de inversión responsable, en la lista se encuentra Aplicación Corporación General Electric, a la que pertenece MABE; entre otras organizaciones se encuentran US SIF de Estados Unidos, SIO de Canadá, RIA de Australia; además de dichas asociaciones también participan asociaciones individuales de algunos países. Para SIO una de las formas más comunes de realizar inversiones socialmente responsables es a través de fondos de inversión de responsabilidad social.

La Organización de las Naciones Unidas, en su afán de potenciar las prácticas de inversión socialmente responsable, ha promulgado la creación de un Listado de Principios de Inversión responsables, los llamados (PRI). Se trata de un listado de principios a los que se someten voluntariamente sus signatarios y que son instrumentos para integrar paramentos ambientales, sociales y de buen gobierno en las prácticas convencionales de inversión, constituyendo una red de colaboración global entre inversores que comparten experiencias y llevan a la práctica acciones concretas para contener los riesgos a largo plazo.

Los Principios de Inversión Responsable fueron elaborados por un grupo internacional de inversores, teniendo en cuenta la creciente importancia de las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza empresarial para las prácticas de inversión. La iniciativa fue del entonces Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, a principios del año 2005, en un proceso supervisado por la iniciativa de las mismas Naciones Unidas, Programa Ambiental de las Naciones Unidas y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, presentado en el año 2006.

Los principios son voluntarios y representan un ideal al cual aspirar, por ello, sus firmantes se comprometen públicamente a adoptarlos y aplicarlos, cuando estén en consonancia con sus responsabilidades fiduciarias. Igualmente, el compromiso se extiende a evaluar la eficacia y a mejorar el contenido de los Principios a través del tiempo. Existe el convencimiento entre los firmantes de que estas prácticas mejorarán la capacidad para cumplir los compromisos adquiridos con los beneficiarios, así como que las actividades de inversión estarán más en consonancia con los intereses más amplios de la sociedad.

La importancia de la ética en el actuar organizacional y en la construcción de la imagen corporativa.

La ética es vital y muy necesaria en la vida. Ética viene del griego “ethos” “costumbre”, pero estudios más profundos revelan que la palabra ética no es con “eta” sino con “épsilon”, y entonces cambiaría un poco el significado de la ética con épsilon; ethos significa hogar, protección, cobijo, seguridad, atención; por esto, sin ética estamos en el desamparo, a la intemperie, desorientados, sin techo. Una de las características básicas de la ética es su carácter secular y multidisciplinar. La ética es social y se encuentra al servicio del individuo y del interés general de la sociedad, es transcultural, es decir, universal.

El concepto ético supera hoy la extensión y la comprensión de su definición enciclopédica. En la era de la ciencia y de la técnica, la ética impacta todas las ciencias y todas las técnicas, no solo las biomédicas, impactan la vida en general y la sociedad humana en particular. Hay varios fenómenos que han influido en su contenido y en su método; por parte de la cultura tecno científica: la revolución biológica, la medicalización de la vida y la catástrofe ambiental. Por el otro lado el de la sociedad civil, surgen sobre el dominio de la vida los derechos humanos y la dignidad humana.

La idea de la dignidad humana: referente ineludible y fundamentalmente a los derechos humanos y a todas las actuaciones en el ámbito de ética, este valor, por su carácter histórico cultural, necesita ser redimensionado y resinificado en cada situación concreta. Los actos del ser humano deben ser acordes a su naturaleza inteligente, libre y responsable; para ello debe encargarse, encargarme de su vida, y es una carga que se debe afrontar, porque la vida como decía Heidegger, está hecha de una trama indisoluble, la vida es don y tarea; el ser humano es el único ser que tiene su ser como tarea: humanizarse. ¿Y cómo se va a humanizar, nada más dejándolo todo al azar? No, es una tarea humanizarse, es una tarea ser más humano. Miren, el perro no puede desperrizarse, el caballo no puede descaballizarse, el toro no puede destorarse, pero el hombre sí puede deshumanizarse, es el único ser que tiene su ser como tarea, pero además no únicamente como tarea, sino es el único ser que puede ir más allá de la animalidad.

Acuérdense del principio del Fausto de Goette, en que Mefistófeles, hablando con Dios. Le dice: “Mira yo contra ti no tengo nada, hiciste un mundo maravilloso, los árboles, las plantas, lo verde, todo, pero ¿sabes qué te falló? el hombre. Es cierto que le diste una chispa divina que ellos llaman inteligencia, pero para lo único que le sirve es para hacerse más bestia que las bestias, eso sí, anda orgulloso sintiéndose el amo del mundo y metiendo las narices en todas las porquerías que se encuentra”. ¡Cuánta verdad tiene aquí Mefistófeles!

El hombre no está hecho para eso, pero si se deshumaniza puede ser más bestia que las bestias; por ejemplo, la tortura que envilece al que la hace, que envilece al torturador. El animal mata, si mata por necesidad, mata por instinto, pero el animal no tortura, el hombre si tortura y los fines de la tortura pueden ser de lo más nefasto, de lo más terrible, de lo más deshumanizante. El hombre se construye o se destruye con sus actos, con todo lo que hacemos, o nos construimos o nos destruimos. No se puede actuar sólo con instinto, el instinto es sabio, pero es la guía del animal.

El punto de partida de la ética es la fe en la libertad, aquella que Kant identificaba como el trascendental de la ética. “La ética del deber se sustenta en el respeto hacia otros seres humanos y hacia la naturaleza” (Issa, 2002). Si bien en el ámbito de la normatividad se apuntala el respeto a los derechos humanos, lo cierto es que en la sociedad se violan reiteradamente, hasta situarnos en una condición crítica a nivel global. Se han priorizado los aspectos relacionados con la figura de un mercado fluctuante que ha generado fuertes debilidades en amplios sectores de la población. Con ello se han dañado la calidad de vida de las personas, sus relaciones interpersonales e intrapersonales y su necesidad de desenvolverse en un entorno verdaderamente humano. La ética ha de ser el planteamiento que reoriente la acción de las personas, lejos de principios estrictamente económicos, lúdicos o estéticos. El propósito es humanizar para trascender el caos de una ley sin orden basada en los instintos.

En el capítulo primero del libro primero de la Política, Aristóteles afirma que “lo propio del hombre con respecto a los demás animales es que él sólo tiene la percepción de lo bueno y de lo malo, de lo justo y de lo injusto, y de otras cualidades semejantes, y la participación común de estas percepciones es lo que constituye la familia y la ciudad.” Así,

la ética establece la diferencia entre el humano y el animal, y su acción social que se muestra en un comportamiento acorde a su humanidad.

Para Sócrates, una vida que no se examina no merece vivirse, ya que el autoexamen forma parte del proceso de dominarse a sí mismo. En ello coincide Benjamín Franklin, quien no solo precisaba del requerimiento de dominar la naturaleza, sino al sí mismo, a las propias pasiones.

La necesidad ética que proponen los antiguos filósofos es imperiosa en nuestra realidad contemporánea, en todas las situaciones del quehacer humano, aunque de manera esencial en el ámbito jurídico. La corrupción, el robo, los homicidios, las violaciones, los delitos de cuello blanco, la impunidad, entre otras transgresiones, hablan de una ausencia de ética que lastima la vida de sociedades enteras. Por lo anterior, es prioritario apuntalar la acción ética para dar viabilidad al orden y a la recomposición del tejido social.

Como seres sociales, la propuesta ética se encamina también a la mirada hacia el otro con visión altruista. Esta ética se ha de abrir al prójimo para salvaguardar su identidad, fortalecer la comprensión de ese otro en el orden moral y afectivo. Esta es la base del respeto mutuo que proporciona una perspectiva amorosa, capaz de trascender el egoísmo, la envidia, la competitividad destructiva y la egolatría, como acciones que han envilecido a muchos seres, pero que al transformase abren una brecha a favor de la congruencia, la apertura, la dignidad y el respeto.

Prácticas de responsabilidad social y sus implicaciones éticas

En su texto "ISO 26000 y derechos laborales", (Veloz, 2008) precisa que las dimensiones que definen dicho estándar, el cual se describe como el sistema mediante el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos. Estos sistemas varían dependiendo del tamaño, tipo de organización y del contexto en el que opera. Están dirigidos por una persona o grupo de personas, como propietarios, participantes u otros, que tienen la autoridad y responsabilidad de lograr los objetivos de la organización. En el contexto de la responsabilidad social, la gobernanza institucional es fundamental para aumentar la capacidad de la organización y alcanzar un comportamiento socialmente responsable.

Esto último surge del hecho de que una organización que se plantea ser socialmente responsable posee un sistema de toma de decisiones que está diseñado para poner en práctica los principios éticos de la responsabilidad social. Los Estados tienen la labor y responsabilidad de proteger los derechos humanos. Una organización tiene la responsabilidad de respetar los derechos humanos, incluidos los de su esfera de influencia. El reconocimiento y el respeto de los derechos humanos son esenciales para el Estado de Derecho, para los conceptos de justicia e imparcialidad social y como el fundamento básico de la mayoría de las instituciones que se encuentran dentro de la sociedad, (Moreno, 2010), menciona que el valor atribuido a los derechos humanos y su ejercicio son ampliamente aceptados como indicadores de la civilización.

Las prácticas empresariales tienen un importante impacto sobre el respeto al Estado de Derecho y sobre el sentido de la justicia presentes en la sociedad; las prácticas laborales responsables desde un punto de vista social son esenciales para obtener la justicia, estabilidad y paz social. La norma ISO 26 0000 es una norma que ayudará a operar de manera socialmente y responsable, así mismo es utilizado como una guía para organizaciones tanto públicas como privadas, con el fin de mejorar prácticas en la responsabilidad social a nivel mundial, integrando la experiencia internacional sobre responsabilidad social, contiene temas que necesitan las organizaciones para poder operar de manera socialmente responsable (ISO, 2010). Las organizaciones de todo el mundo y sus partes interesadas, se están volviendo

cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable.

La percepción de la realidad del desempeño de una organización sobre la responsabilidad social puede influir en la ventaja competitiva, la reputación, la capacidad para atraer y retener clientes; la percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y la comunidad financiera; las relaciones con empresa y gobierno, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y comunidad donde opera.

Un negocio sostenible para las organizaciones no solo significa suministrar productos o servicios que satisfagan al cliente sin poner en peligro al medio ambiente, sino también significa funcionar de una manera socialmente responsable. La presión para hacerlo proviene de los clientes, consumidores, gobiernos, asociaciones y el público en general. Al mismo tiempo los líderes de las organizaciones con visión de futuro reconocen que el éxito duradero debe basarse en prácticas de negocio creíble y la prevención de actividades fraudulentas.

> La visión y propuesta de la RSE, el medio ambiente y la competitividad entre otras responden al desarrollo económico de los países y su integración a los mercados comunes o comunidades comerciales, de forma que entre las inversiones actuales se habla de leyes de RSE; leyes de trasparencia, innovación tecnológica para la responsabilidad social, igualdad de oportunidades, gestión social como ventaja competitiva; la responsabilidad social como variable de competitividad al igual que la responsabilidad social como característica de la gestión empresarial. (NacionesUnidas, 2006).

"A la luz de la ética se observa que a pesar del interés manifiesto por lograr que las empresas se apropien del concepto de responsabilidad social empresarial, existen contradicciones teóricas que impiden que se cuente con un concepto generalmente aceptado en razón de los distintos enfoques y la ausencia de un modelo común". (Argadoña, 2007). La apropiación de las de las prácticas de responsabilidad social empresarial se han ido incrementando a partir de los años 90 del pasado Siglo y hoy parece ser una práctica común gracias a las reacciones de las mismas reacciones empresariales respecto a la necesidad de actuar de manera socialmente responsable.

CONCLUSIONES

La existencia de la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la imagen corporativa es directa y positiva. Esto implica que las acciones reconocidas como Responsabilidad Social logran que la imagen ante los consumidores, asociaciones y el público en general sea favorable y genere disposición hacia la empresa y sus productos como propuesta de consumo.

Las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que respaldan los derechos humanos y que involucran programas en pro del medio ambiente generan en los clientes un clima favorable para percibir los productos como amigables con el medio ambiente y como aportadores a mejorar la calidad de vida de los consumidores, ello redunda en la imagen corporativa.

Siempre hay que alentar a las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial guiadas por la ética debido a los beneficios que redundan no solo en los consumidores, el público en general y el medio ambiente, sino también en la imagen corporativa

La responsabilidad social empresarial implica el actuar en un contexto específico la estrategia clave es la inversión humana, que sucede como un cambio de paradigma que permite estructurar el negocio incluyendo un modelo estratégico social que sea vínculo para la construcción de un modelo de mercadeo social en la búsqueda del crecimiento rentable.

De esta forma, se genera un modelo estratégico que satisface las necesidades del mundo moderno, que exige a las empresas no limitarse al incremento de su negocio sino a velar por que este crecimiento esté ligado al crecimiento del impacto positivo que genere su negocio en la sociedad. El éxito para el desarrollo de un Modelo de Mercadeo Social, depende del interés de la misma organización para poner en marcha su Modelo de Responsabilidad Social.

De igual manera, el proceso no debe ser desarrollado por una sola dependencia sino que debe involucrar a todos los actores internos de la organización y debe surgir dentro de la estrategia gerencial de la empresa para conocer los intereses y necesidades internas, para generar una propuesta de modelo aplicable a las organizaciones de manera sistemática, sobre el ejercicio de las relaciones organizacionales en Colombia y su enfoque desde la

perspectiva profesional, su contribución al establecimiento de las relaciones de comunicación y liderazgo estratégico a la negociación de conflictos , para ofrecer orientación creando una conciencia crítica, donde su función social y su fin trascendente sea concientizar a los trabajadores su pertenencia a la empresa creando un modelo ético, transparente ,de compromiso participativo, de trabajo en equipo para lograr y superar las metas propuestas y las ventajas competitivas empresariales con la responsabilidad .

Son la responsabilidad social y gestión administrativa, quienes encaminan la organización específicamente en la consecución de objetivos, y para poder llegar a ellos las organizaciones establecen políticas y conductas donde se definen los lineamientos que debe cumplir la organización y cada uno de sus miembros ya sean de orden interno , externo , proveedores y clientes." Todos ellos enfocados a que las actividades de la empresa se realicen de la mejor manera y que se ciñan a los mecanismos de control que fueron establecidos para que las actividades de cada uno de los protagonistas de la organización sea coherentes y reciproca con los fines de la empresa y las exigencias de un mundo cada vez más competitivo y globalizado exige por parte del control más flexibilidad, amplitud, pro actividad, mejoramiento, esto responde a las diferentes variables que las organizaciones presentan, pues la interacción de estas con el entorno es diferente" (Argadoña, 2007). La tendencia entre responsabilidad social y la imagen corporativa es directa y positiva.

BIBLIOGRAFIA

ambiente, O. d. (Abril de 2003). *Murcia en clave ambiental.* Obtenido de http://www.murciaenclaveambiental.es/?idRe=24

Argadoña, A. (2007). *Responsabilidad social de la empresa a la luz de la ética.* Barcelona: ACCID.

C. F., & R. I. (2009). *La RSE de la empresa española en América Latina. Una mirada al Patronato de la Fundación Carolina.* Madrid: Fundación Carolina.

Correa, M. (2004). Responsabilidad Social Empresarial. Una nueva forma de hacer negocios. *Revista Futuros 2 (6)*, 6-22.

D. M., & S. G. (2004). *Pequeñas y meidianas empresas y eficiencia colectiva. Estudios de caso en América Latina.* México : Siglo XXI .

Deres. (15 de Febrero de 2008). *Desarrollo de la Responsabiliad Social de Uruguay.* Obtenido de Recuperado el 69 Diseño de un modelo de responsabilidad social empresarial en una empresa de consultoria a través de la aplicación : http://deres.org.uy/home/home_2.php

F. J., & A. N. (1999). *La cooperación entre empresas. Análisis y diseño,.*

Fernandez, R. (2009). *Responsabilidad Social Corporativa* . España : Marcial Pons .

Gonzalez, M. (2004). El porqué de la Responsabilidad Social Corporativa . *Boletin económico ICE N. 813*, 45-58.

Issa, J. (2002). *Fe y Razón hoy* . Plaza y Valdes editores .

Lozano, J. (1999). *Ética y empresa* . Madrid : Trotta .

Lozano, J. (2009). *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible* . Madrid : Trotta .

Moreno, Z. (2010). *Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.* Venezuela: Pirámide.

NacionesUnidas. (2006). *Agenda 21 de las Naciones Unidas.*

Robbins, S. (1999). *Comportamiento organizacional. Conceptos, controversias y aplicaciones.* México: Prentice Hall .

Serrano, M. M. (2004). *La producción social de comunicación* . Alianza .

Toro, D. (2006). *El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: Revisión de la literatura académica.* México : Siglo XXI .

Vásquez, O. (2005). *La Responsabilidad Social Corporativa. El papel de la sociedad civil.* . Madrid : ESIC.

Veloz, E. (2008). *ISO 26000 Y Derechos Laborales.* México: Fundación Ebert.