



HUMANISMO, UNIVERSIDAD Y EMPRESA: LA RSE DESDE LA PERSPECTIVA ÉTICA

**HUMANISM, UNIVERSITY AND FIRMS: THE CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY FROM AN ETHICAL VIEWPOINT**

Recibido: 03/04/2011

Aprobado:08/09/2011

Luis Alberto Castrillón López

Magister en Filosofía, Filósofo y Licenciado en Filosofía de la Universidad Pontificia. Medellín-Colombia. Doctorando en Filosofía por la misma universidad. Director de la Revista Escritos. Coordinador editorial de las revistas ETFH. Miembro del grupo Religión y cultura. Miembro del CLAFEN.

Correo electrónico: luis.castrillon@upb.edu.co

Gabriel Mauricio Alzate Liévano

Filósofo y Licenciado en Filosofía de la Universidad Pontificia Bolivariana; candidato a magister de la misma Universidad. Medellín-Colombia. Con Certificación en Negociación Avanzada y Planeación Estratégica de UC Berkely Executive Education. Asesor para el Gobierno Corporativo de la Organización Almacenes LA 14 S.A., al igual que de Inversiones LA 14 S.A. Asesor Empresarial en el Sector Industrial de Inversiones Paso del Comercio y su grupo empresarial. Así mismo, de la cadena de Centros Comerciales Calima en el país.

Correo electrónico: gmalzate@gmail.com

HUMANISMO, UNIVERSIDAD Y EMPRESA: LA RSE DESDE LA PERSPECTIVA ETICA

Palabras clave

Ética
Responsabilidad social empresarial
Desarrollo humano integral
Humanismo
Empresa

Resumen

A través de este artículo se explora una mirada a la realidad socioeconómica y productiva de las organizaciones guiadas por la hegemonía de la globalización del mercado y su debacle socioeconómico y cultural. Se presenta la Responsabilidad Social Empresarial como un instrumento que permite a aquellas comprender desde los fundamentos éticos, el sentido íntegro de su compromiso con la sociedad, en procura del equilibrio Mercado-Persona-Desarrollo Integral.

Clasificación JEL: M1; M14, M19

HUMANISM, UNIVERSITY AND FIRMS: THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FROM AN ETHICAL VIEWPOINT

Key Words

Ethics
Corporate Social Responsibility
Integral Human Development
Humanism
Firms

Abstract

This article explores the socioeconomic and productive reality of organizations that are guided by the hegemony of global markets and its cultural and socioeconomic debacle. The Corporate Social Responsibility is presented as a tool that allows firms to understand the ethical principles, the integral commitment with society in order to obtain the Market-Person- Integral Development equilibrium.

Introducción

Todos los deberes que sirven para unir y proteger a la sociedad humana deben preferirse a los que dependen del conocimiento y de la ciencia [...]. Quede, pues, bien probado que en la selección de los deberes han de primar los que son el fundamento de la sociedad humana.

Cicerón

El sentido profesional y la realidad de las organizaciones

Inicialmente se acude a una afirmación radical que acompaña el ambiente organizacional, productivo y económico: la idea fundamental de progreso y desarrollo, que trae consigo el liberalismo económico, ha consumado al mundo empresarial y productivo en un predominio absoluto de lo económico-financiero sobre la realidad socio-cultural humana.

Una sociedad en decadencia desde el aspecto relacional y humano, dispuesta a negociar los principios fundamentales por la osadía del tener y el consumo como centro, conllevan a plantear que es imperante el discurso y la actitud ética en el mundo de las organizaciones. Más allá de definir si la ética corresponde sólo a las personas, o si un conglomerado de personas agrupadas en una organización pueden dibujar un imaginario colectivo de comportamientos éticos, urge la reflexión sobre el sentido e identidad profesional y el capital de valor o impacto pertinente al entorno social, que transfieren las acciones personales o colectivas de los conglomerados socio-productivos.

Lo anterior propicia la recuperación en el ambiente profesional de una concepción integradora, que reivindique el sentido social de toda acción productiva humana. Dice Cortina: "la empresa es una organización expresiva de una actividad (la empresarial). Esto suena un poco obvio, pero

me parece que al hablar de actividad se acerca más a las personas, a lo que se está haciendo, dando a entender que no sólo es un conjunto de organizaciones o instituciones sino un modo de hacer" (Cortina y Conill 1998).

Al hablar de un modo de hacer se reconocen en la profesión, entre otras características, un modo de realizar y aportar a la construcción de sentido humano, y no una mera actividad mecanicista o productiva que no transporta legitimidad social, es decir, que no asegura metas y decisiones en pro del bienestar y desarrollo humano integral. "El comportamiento moral es tanto comportamiento de individuos como de grupos sociales humanos, cuyas acciones tienen un carácter colectivo, pero concertado, libre y consciente" (Sánchez 1999). Toda ciencia o disciplina no puede abandonar su tarea constitutiva: dar respuesta a la pregunta por el hombre. Es importante comprender que el sentido profesional es personal y no se transfiere (es un modo de ser), pero a la vez mide el impacto social pertinente que puede dar un conglomerado empresarial (es un modo de hacer). Una visión de la profesión integrada, va más allá del beneficio social del saber o técnica, y transmite una cierta identidad. Reitera Cortina (2000):

La importancia social y moral de las profesiones reside, pues, en primer lugar, en el *bien específico* que cada una de ellas proporciona a la sociedad; pero no sólo en eso, sino también en su capacidad para crear *identidad y comunidad*, aunque sea muy amplia y difusa, en tiempos de individualismo anómico, en su capacidad para generar y fortalecer redes sociales y para potenciar las virtudes, la *excelencia* necesaria para alcanzar la meta, frente a la mediocridad que respiran el burocratismo y la pura legalidad (15).

Una perspectiva de lo profesionalizante sin un discurso del valor ético, convierte el quehacer profesional en una acción humana meramente productiva, e identifica a la organización "como una simple coordinación de acciones humanas cuya finalidad es la de producir y distribuir una serie de objetos o servicios" (Pérez 1994). El lenguaje homogenizador del

libre mercado como único modelo de desarrollo y la debacle humana producto de la globalización, reducen la condición de humanidad.

En efecto, esta (la globalización) se expande en el mundo entero, la economía mercantil, la ciencia, la técnica, la industria, pero también en las normas, los estándares del mundo occidental. Este proceso de unificación va generando un mecanismo contrario que se manifiesta por la emergencia de una oposición frente a esta unidad, con el fin de salvaguardar su identidad cultural, nacional o religiosa (Baudrillard y Morin 2011).

El abandono de lo humano en la construcción de sociedad, empresa y Estado, se convierte en la causa natural de esta humanidad deshumanizada. Al respecto, cabe nombrar algunos aspectos que evidencian la crisis ética o debacle de humanidad en las organizaciones:

- Los conflictos financieros y los escándalos corporativos de las grandes multinacionales, que arrastran conglomerados empresariales, negocios y con ellos a personas a la tragedia de la deshumanización.
- El deseo de monopolio de muchas organizaciones que generan pobreza y frustran el ideario de desarrollo integral como alternativa a un modelo dominante de ganancias y superávit a costa de lo que fuere necesario. La paradoja del progreso reza: más oportunidades, más excluidos, menos garantías, menos equidad.
- Los incorrectos manejos y comportamientos deshonestos de los gobiernos corporativos, van dando origen a un escenario peligroso de corrupción donde el sentido profesional fácilmente se asocia al alcance del éxito a toda costa.
- Los cuestionamientos a los sistemas financieros como "mano oscura" que tras bambalinas controlan los sistemas socio-políticos de los países y que limitan la capacidad *per cápita* de desarrollo y accesibilidad a las garantías sociales y económicas expuestas en los derechos humanos.

Las organizaciones productivas y la crisis del humanismo y la ética

Se enuncia una crisis ética, no porque el discurso ético esté desactualizado, sino porque el sentido ético de la humanidad se ha relegado por la tecno-ciencia y se ha fragmentado desde los intereses psico-neuro-fisiológicos que en su mayoría encierran la comprensión de lo humano en un yo autodeterminante y desvirtuado por concepciones, discursos o ideologías limitantes como el utilitarismo y el consensualismo, entre otros. Ello se evidencia con las paradojas de lo humano en torno al progreso instrumental:

- Más técnica, menos relacionalidad, menos alteridad.
- Más medios de comunicación, menos diálogo.
- Más artefactos tecnológicos, menos capacidad creativa-proactiva.
- Más mercado, menos Estado.
- Más creaciones tecno-científicas, menos mundo-entorno-ambiente.

La crisis ética es una crisis del sujeto moral, del sentido de humanidad del hombre. Hay una lógica de la inequidad o del mal claramente reflejada en el comportamiento del sistema económico, y consiste en fundarse y sostenerse en el egoísmo y la autosuficiencia del yo. Esta ausencia de sentido de humanidad ha carcomido el interior humano y ha dispuesto el egoísmo y la individualidad radical, como herramienta para alcanzar los logros organizacionales de la eficacia y el éxito, reduciendo la felicidad y el bien común a un tema filosófico-religioso.

"La lógica del mal despliega así mismo su primera necesidad suscitando en mí, que sufro, el deseo de otro mal: destruir la causa del mal que me destruye, dar al mal su mal, y agredir la agresión; brevemente, defender mi propia causa a cualquier precio, incluso antes de que la causa

de mi mal sea conocida" (Marion 1992). Tal parece que la venganza y el alcance de los objetivos y metas productivas en pro de llevar la delantera o vencer la competencia, arrasan a su paso con la idea de equidad, justicia, transparencia, honestidad, entre otros valores o actitudes que despliegan el sentido humano.

Las repercusiones en los procesos organizacionales representan un abandono radical a la comprensión del enunciado de Cicerón (1994) "Todos los deberes que sirven para unir y proteger a la sociedad humana deben preferirse a los que dependen del conocimiento y de la ciencia [...]. Quede, pues, bien probado que en la selección de los deberes han de primar los que son el fundamento de la sociedad humana" (81).

Es de aclarar que la intención de Cicerón no es negar el aporte de la ciencia a la transformación humana, pero sí invitar a la reflexión sobre la importancia de una base ética, un fundamento valorativo, que está preestablecido no como concepto, sino como actitud y experiencia de valor, que no pierda de vista que antes del beneficio propio o el alcance del éxito -que es la reducida comprensión postmoderna de la felicidad-, está la realización de acciones que beneficien el original sentido social de toda labor humana.

La economía, por ejemplo, y otras disciplinas que rigen con rigor a las organizaciones, no pueden presentarse ajenas al discurso y actitud ético-moral. El comportamiento basado en el consumo provoca la desestructuración de la conciencia humana, como lo afirma Sánchez (1999):

El sistema económico en que la fuerza de trabajo se vende como mercancía y en el que rige la ley de la obtención del máximo beneficio posible, genera una moral egoísta e individualista que responde al afán de lucro. El conocimiento de esa moral tiene que basarse en los datos y conclusiones de la economía política acerca de ese modo de producción, o sistema económico [...]. La actividad del trabajador, la división social del trabajo, las formas de propiedad de los medios de

producción y la distribución social de los productos del trabajo humano, plantean problemas morales. La ética como ciencia de la moral no puede dejar en la sombra los problemas que plantea, particularmente en nuestra época, la vida económica, y a cuyo esclarecimiento contribuye la economía política, como ciencia de las relaciones económicas o de los modos de producción (36).

La mirada ética al mundo de las organizaciones en donde hoy germina el modelo de desarrollo, producción y perspectiva económico-social del neoliberalismo, necesita redescubrir el escenario económico como medio para la construcción de alteridad, justicia social, desarrollo integral, equidad, transparencia y honestidad.

La grave crisis económica y financiera que hoy atraviesa el mundo, encuentra su origen en múltiples causas. Sobre la pluralidad y sobre el peso de estas causas persisten opiniones diversas: algunos subrayan, ante todo, los errores inherentes a las políticas económicas y financieras; otros insisten sobre las debilidades estructurales de las instituciones políticas, económicas y financieras; otros, en fin, las atribuyen a fallas de naturaleza ética, presentes en todos los niveles, en el marco de una economía mundial cada vez más dominada por el utilitarismo y el materialismo. En los distintos estadios de desarrollo de la crisis se encuentra siempre una combinación de errores técnicos y de responsabilidades morales (Pontificio Consejo de Justicia y Paz 2011).

Por ello, dar como resultado la construcción de una sociedad pluralista, incluyente y humanizada es una tarea integradora de la profesión. Es preocupante la inestabilidad social que provoca el sistema económico reduccionista en la actualidad:

- Limita el desarrollo humano a la adquisición de bienes y servicios.
- Se basa en informes de gestión financiera en donde los superávits anuales son para unos pocos (dueños y

accionistas), pero estos, a la vez, orquestan inequidad, injusticia y no accesibilidad a los recursos para muchos otros (empleados, proveedores y entorno social).

- Multiplica bienes para unos pocos y resta oportunidades, servicios, inclusión y garantías sociales a la gran mayoría de los miembros de la sociedad.

La crisis económica, más allá de un problema de recursos, de un desgaste del modelo productivo o de una falla en el sistema económico, es una crisis del sujeto moral que como individuo concreto ha abandonado el reto del desarrollo integral, que propende por la construcción de una sociedad basada en valores. Al respecto afirma Edgar Morín en la *Agonía planetaria* (2009):

La economía mundial parece oscilar entre crisis y no crisis, entre desajustes y reajustes. Profundamente desajustada, restablece incesantes ajustes parciales, con frecuencia a costa de destrucciones (de los excedentes, por ejemplo, para mantener el valor monetario de los productos) y estragos humanos, culturales, morales y sociales en cadena (desempleo, aumento de las plantaciones para producir droga). Desde el siglo XIX, el crecimiento económico ha sido no sólo el motor sino también el regulador de la economía, aumentando la demanda junto con la oferta. Pero al mismo tiempo ha destruido irremediamente las civilizaciones rurales y las culturas tradicionales. Ha aportado mejoras considerables al nivel de vida y ha provocado perturbaciones en el modo de vida (1).

Entre las muchas paradojas que enumera Morín en este texto se destaca la comprensión que debe hacerse desde el ámbito ético del papel que empresas y organizaciones juegan en la construcción de mundo y cultura. Un sistema

económico no es una suma de estrategias, modelos o estructuras de producción; un sistema económico es de y para lo humano. Como toda disciplina, responde a la pregunta sobre qué modelo de desarrollo necesita el hombre para alcanzar su sentido o finalidad humana.

El verdadero sentido de toda dinámica, profesión o técnica creada por el hombre, es exaltar la comprensión de sentido, pues sociedad, cultura y civilización tienen en todas sus dinámicas "una realidad trascendente que no puede ser reducida a lo técnico formal aunque informe este aspecto" (Arboleda 2008)¹. Los líderes empresariales asumen hoy un desafío, que establece un cambio de visión en la finalidad meramente material del librecambio del mercado, en donde ese denominado "capitalismo salvaje", que transporta la idea instrumental de calidad de vida -como mejora de condiciones-, se transforma en una actitud de desarrollo integral de la persona humana, y a la vez, permite a todos los actores del mundo económico borrar la marca indeleble de exclusión y fragmentación social que al parecer está presente en el desarrollo actual de la relación sociedad-desarrollo-economía. En la imagen propuesta por Arboleda (2008):

La actual composición capitalista es natural y eterna, siempre habrá pobres y ricos, no hay posibilidad de establecer un nuevo orden social. Hay un dios que es el dinero y tiene una sola moral, la praxis del lucro. Es la idolatría fetichista del valor del cambio. No hay que pensar, otros ya piensan por el individuo. A este solo le resta tener conciencia de ganar, comprar, botar y volver a comprar (46).

Esta realidad envolvente de la globalización² en clave del librecambio del mercado y el consumo, sumado a los cam-

1 Arboleda Mora en *Profundidad y Cultura* caracteriza en las civilizaciones y la cultura el efecto dinamizador y trascendente que nos hace hablar de sentido en cualquier artificio construido por lo humano, pues lo trascendente de cualquier realidad humana es lo que nos hace verdaderos humanos (Cf. Arboleda 2008).

2 Es preciso ampliar que la utilización y formación del término globalización fue expresada por vez primera por Théodore Levitt (1985) en *The Globalization of the Markets*. Este concepto tiene su mayor incidencia en el libre mercado, donde las condiciones de las "des" -desregular, desreglamentar, deshumanizar- constituyen el interés de las empresas.

bios acelerados que trae consigo, comprometen y reafirman una triada relacional ineludible para alcanzar un desarrollo integral equilibrado: la *cultura* como lugar de humanidad define la identidad y el sentido que orienta el acontecer vital de un pueblo (Arboleda 2008 14); la *política* como participación determina los parámetros de inclusión social que aseguran la dignidad e integridad de lo humano; y la *economía* como medio para el bienestar o modo de producción facilita los medios para satisfacer las necesidades que aseguran la calidad de vida. Estos elementos que organizan un sistema social articulado, permiten vencer la homogenización impuesta por el factor económico que se convirtió en la comprensión de toda la realidad social humana³.

Tanto puede llegar a ser el peligro de la proliferación de esta comprensión homogenizada de realidad, que en el escenario ético, social y político ya se vislumbra la construcción de los estados corporativos. El siglo XXI está definido por las organizaciones y la sociedad que éstas generan, al punto de profetizar que la forma del discurso en un futuro cercano estará determinada por los estados corporativos (Cf. Cortina 1998).

La responsabilidad social empresarial basada en valores

El anterior esbozo de la realidad socio-económica y cultural, determinado por la visión fragmentada de sentido humano

y el sistema económico (liberalismo económico en clave de mercado), ha provocado una necesidad: la reflexión ética en las organizaciones como presupuesto de cualquier estrategia o modelo de desarrollo en el campo económico. Conceptos como capital social, cultural, capitalismo consciente, responsabilidad social corporativa, empresarial o estratégica, hablan del sentido social o pertinencia de todo quehacer empresarial.

Al escenario económico y productivo, ha de agregársele una actitud o intención originalmente fundante: la *alteridad*. Desestimar los alcances conjuntos del bien común, en un sistema individualizado y competitivo, así como procurar el olvido del otro para poder tomar acciones que perjudiquen la integridad externa a mi yo, puede ser producto de un discurso instrumental o estratégico. Al respecto dice Chomsky):

El mundo se está convirtiendo así en un lugar más diverso en algunos aspectos, pero más uniforme en otros. Pero en todos ellos existe un cambio real de poder: hay un desplazamiento del poder del pueblo trabajador de las distintas partes del mundo hacia una enorme concentración de poder y riqueza. La literatura económica del mundo empresarial y las consultorías a los inversores superricos señalan que el sistema mundial se está dividiendo en dos bloques: la plutocracia, un grupo muy importante, con enormes riquezas, y el resto, en una sociedad global en la cual el crecimiento -que en una gran parte es destructivo y está muy desperdiciado- beneficia a una minoría de personas extraordinariamente ricas, que dirigen el consumo de tales recursos. Y por otra parte existen los "no ricos", la

3 Al respecto Arboleda Mora afirma que esta homogenización del subsistema económico como comprensión de todo el sistema social "rompió así el equilibrio inestable y cambiante, pero continuo y necesario, entre los tres subsistemas, los dominó e impuso sus premisas a toda la sociedad. Y lo que eran premisas del subsistema como libertad individual, libre mercado y propiedad privada que le permitían un mejor funcionamiento y que podían ser controladas por el Estado y el sector político, se convirtieron en objetivos del entero sistema social. El subsistema económico coyuntural capitalista se convirtió en el sistema social estructural de toda la sociedad. Se pasó de tener un modo capitalista de producción dentro de una sociedad a una sociedad capitalista democrática de consumo. Lo que era modo de producción se convirtió en estilo de vida y lo que era mecanismo económico pasó a ser filosofía pragmatista especialmente al estilo de Rorty en Norteamérica" (Arboleda 2009).

enorme mayoría, referida en ocasiones como el “precariado” global, la fuerza laboral que vive de manera precaria, entre la que se incluye mil millones de personas que casi no alcanzan a sobrevivir (ctd. Navarro, Torres y Garzón 2011 10).

Por ello la responsabilidad, antes que compromiso, es intención originaria de aceptación de mi yo, que comienza a abrir espacio para repensar lo humano en el escenario empresarial desde el *otro*. Afirma Marion (1993) “El otro interviene como constituido por el *ego*. Semejante constitución del otro puede ilustrar, ciertamente, una de las dimensiones del amor, a saber, que el amor consiste justamente es una dimensión que abre la intencionalidad” (95). La ética de una empresa es la actitud humana de valorar la alteridad como condición de sentido y trascendencia. Este renovado lenguaje, este repensar lo humano (poshumanismo) en la empresa desde el olvido autosuficiente del *yo fuerte*, contrarresta y niega la actualidad de las bases del liberalismo económico exacerbado, que se rigió con la afirmación de Friedman (1976):

En una sociedad libre, sólo hay una única responsabilidad social de los negocios: usar sus recursos e involucrarse en actividades diseñadas a aumentar sus ganancias, siempre y cuando se mantenga dentro de las reglas de juego, es decir, se mantenga en una competencia abierta y libre, sin decepción ni fraude (126).

Esta actitud que produjo la cultura del lucro desaforado, sin fronteras y sin humanidad, trajo consigo consecuencias negativas al escenario de desarrollo humano. Buber (1949) reafirma: “Nuestra época ha experimentado esta torpeza y fracaso del alma humana, sucesivamente” (77). La técnica al servicio del hombre somete y homogeniza el sentido humano; la economía ha aumentado la producción, pero no ha logrado una distribución equitativa. También afirma Adorno (2007): “El aumento de la productividad económica, que por un lado crea las condiciones para un mundo más justo, procura por otro al aparato técnico y a los grupos sociales que disponen de él una inmensa superioridad sobre el resto de la población. El individuo queda anulado por

completo frente a los poderes económicos” (14). Por ello, la urgencia de generar una disertación ética que favorezca la integridad de la persona y del sentido social de lo humano. Aburdene (2010) plantea los retos y desafíos de la sociedad empresarial de este siglo:

Hoy el capitalismo se encuentra en un umbral de la conciencia, es decir, que nos empezamos a dar cuenta de su costo no computado. Una confluencia perfecta de fuerzas sociales, políticas y económicas nos obliga a examinar las consecuencias de una doctrina financiera que recalca hasta tal punto lo deseables que son las utilidades a corto plazo, que no ve los costos sociales y morales de obtenerlas [...]. A lo largo de todo este ejercicio, muchas veces penoso, estamos despertando la conciencia, renovando la esperanza y disponiendo el escenario para que la libre empresa pueda evolucionar a una nueva y gran etapa (41).

Queda por convertir este *umbral de conciencia*, propuesto para el sistema económico neoliberal, en una práctica del día a día en las organizaciones. Además habrá que procurar que el lenguaje ético no se convierta en una estrategia más de desarrollo del mercado que se expone como una marca, como un sello de calidad o una práctica funcional de los discursos, muchas veces cargados de esnobismo y representados en los temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Corporativa.

Afirma Stiglitz (2007): “Constituimos una comunidad global y como todas las comunidades debemos cumplir una serie de reglas para convivir. Estas reglas deben ser -y deben parecer- equitativas y justas, deben atender a los pobres y a los poderosos, y reflejar un sentimiento básico de decencia y justicia social” (22). De allí se infiere que la responsabilidad social empresarial, desde los valores éticos, proclama e invita a los Gobiernos Corporativos de las organizaciones no sólo a tener el adjetivo de “buenos”, sino a asegurar una práctica socio-productiva que beneficie la integralidad de lo humano y que restablezca la deuda social de justicia y equidad, herencia del discurso estratégico.

Un discurso y una actitud organizacional de responsabilidad social, procura la transformación y el desarrollo social equilibrado en el entorno, más allá de los compromisos que se adquieren con el producto o el servicio que presta la empresa, regulados por la calidad, las certificaciones, los procesos de servicio y atención al cliente. Todo sistema productivo genera intangibles culturales (representados en dignidad de la vida, capacidad de transformación desde la fuerza laboral, alimento del espíritu humano desde la creatividad y la innovación), que transforman el entorno social. En este sentido, no se trata de dar cumplimiento a la racionalidad estratégica, como lo afirma Belenguer (2008):

En el entorno socio-empresarial, la responsabilidad social corporativa se percibe, en primer lugar, como una nueva forma de ser, un nuevo tipo de valores, actitudes y conductas, una manera de compromiso e implicación con la sociedad. Pero, al mismo tiempo, también se percibe como una herramienta de *marketing* destinada a reforzar y potenciar la imagen de la empresa. En cualquier caso, parece algo ambiguo, poco conocido, y esto, dependiendo del tamaño de la empresa, está más o menos acusado (57).

Esa primera percepción, expuesta por Belenguer, se sustenta en que toda acción humana de la empresa es en sí misma una acción responsable, traspasada por la necesidad de crear un beneficio social hacia el entorno (*intra-extra*). Ella compromete a la organización a ser socia estratégica de los proyectos sociales, políticos, educativos y culturales de las ciudades, regiones o naciones donde operan las mis-

mas. Se requiere por parte de las empresas compromiso de crear, a la par de sus políticas y planes de desarrollo, políticas de Buen Gobierno Corporativo, prácticas éticas y de responsabilidad social, como nuevo lenguaje de la ética en las organizaciones. Todo este lenguaje de actitud debe tornarse en una actitud moral.

La segunda percepción suele exponerse como un discurso funcional, estratégico o filantrópico. Pero sería conveniente enunciar que el fundamento mismo de la RSE encuentra en la integridad de la persona humana su justificación. De manera que no es un anexo de la gestión organizacional, sino que es la gestión organizacional misma que promueve humanidad. En consecuencia, tanto la RSE o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) no pueden convertirse en un discurso ideológico de poder, ni en una mera medición del impacto social de una organización. Hay un trasfondo ontológico que origina esta reflexión sobre responsabilidad social de la dinámica económica, y está unida al compromiso con un acontecer vital de sentido, desde cualquiera de las actitudes relacionales humanas, consigo mismo, el otro, lo Otro (Dios) y el entorno⁴.

Cabe destacar que no toda la responsabilidad del sector público en el cumplimiento de los derechos sociales del ciudadano debe ser hoy tarea del sector privado. Pero es menester establecer la importancia de la alianza público-privado en las transformaciones sociales. La RSE podría convertirse en un medidor de alianzas estratégicas entre lo público y lo privado, con el fin de beneficiar al colectivo

4 "La responsabilidad social corporativa representa el compromiso con la idea de organización como conjunto de personas que interactúan en la sociedad, tanto desde el punto de vista de su propia composición elemental (suma de individuos sociales) como desde la óptica de miembro integrante de un sistema social (empresa ciudadana), caracterizado por su contribución a la sociedad" (AECA 2003).

5 Se definen los grupos de interés, partes interesadas o stakeholders como "[...] aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta, que influyen a su vez en la consecución de los objetivos marcados y su supervivencia" (AECA 2003).

humano que compone la sociedad y la civilidad: en donde lo público encuentra en lo privado un socio estratégico que aporta recursos e innovación, pero al mismo tiempo es auditor, y lo privado puede desarrollar proyectos sociales de mayor impacto y pertinencia, donde el impacto por excelencia de toda organización propenderá por una ética del consumidor.

La RSE es una actitud compartida de todos los grupos de interés o *stakeholders*⁵ y no limita los intereses de la labor socio-productiva sólo a los *shareholders* (accionistas o dueños). Expresa Batstone (2004): "La reputación es el carácter que el público atribuye a una compañía" (24). Desde esta perspectiva, la RSE identifica la necesidad en el conglomerado empresarial de fidelizar y crear un ambiente de confianza con un imaginario o intangible de cohesión entre la organización y el entorno. Lo que es necesario analizar en todo su trasfondo es si dichas organizaciones sí transfieren esa confianza en la relación cliente-producto-empresa, o sólo se hace uso del discurso de forma estratégica. Dicho lenguaje o discurso permeado de una actitud ética favorable al bien moral y al desarrollo integral del sistema social, se evidencia cuando en una organización la RSE provoca beneficio integral a la sociedad y aporta a la construcción del sentido humano desde la inclusión, la justicia, la equidad y la honestidad.

Para efectuar esta resignificación de RSE, pueden explorarse las siguientes características desde una mirada ética y humanista:

- **La misión y la visión de toda empresa se identifica con el desarrollo integral humano.**

Toda razón social de una organización determina la medición del posicionamiento y el impacto social desde los compro-

misos adquiridos. Más allá de "no causar daño", la identidad de una organización avanza al compromiso de propiciar beneficio social integral, es decir, producir bienes y servicios que impacten positivamente el entorno social y reafirmen la vocación hacia lo humano de toda actividad productiva. Es pertinente traer de nuevo la cita de Cicerón para afirmar que toda labor profesional tiene como culmen "*unir y proteger a la sociedad humana*", lo que integra al compromiso económico-productivo empresarial un imaginario colectivo y una actitud ética que reafirma el humanismo de la organización. A la vez, como lo indica la raíz latina del verbo "*respondere*", la RSE asume una obligación, lo cual plantea un escenario de cumplimiento jurídico o civil, pero que en el contexto cultural y social de desarrollo en el siglo XXI no puede reducirse a fórmulas jurídicas donde se adquieren compromisos; pues esta evoluciona al *compromiso convencido*⁶ de que la identidad de la organización es determinante para medir su gestión cultural. Tanto el "dar cuentas" (*accountability*) como el "dar respuesta" (*responsability*) desde la visión de responsabilidad, evidencian las expectativas que el entorno social deposita hoy en el conglomerado socio-productivo (Cf. Cortina s.f. 7).

En suma, las organizaciones como nuevos escenarios colectivos de lo humano asumen desde lo cultural, lo político y económico la tarea de impactar positivamente en los imaginarios colectivos sociales:

Entendido así lo social, con sus connotaciones de orden político y económico, se hace clara la importancia de no aislar el componente social de las decisiones que buscan el progreso, que tradicionalmente sólo lo han hecho bajo las banderas de lo económico, como si la prosperidad económica fuera por sí sola una garantía del bienestar social, lo cual ha demostrado ser una hipótesis equivocada (Restrepo 1994 21).

6 Este compromiso convencido representa la actitud ética de la razón social de la organización. El término fue acuñado por Adela Cortina, la cual tiene un amplio trabajo en ética empresarial y RSE desde la Fundación ETNOR en España.

La razón social de toda organización aporta a la construcción de la tríada del sistema social: cultura, política y economía. Para esto es necesario ahondar en la propuesta de Levinas (1987) dirigida a una “desnucleación del mundo sustancial del Yo” (216). La otredad tiene que ser la estrategia de la responsabilidad social y del sentido profesional de los miembros de una organización socialmente responsable, pues en el lenguaje empresarial hay que aceptar ser responsables del desarrollo del entorno y la humanidad. No se puede concebir un desarrollo que brinde progreso y superávit a los dueños y accionistas y que, so pretexto de dichos beneficios, permita un rostro humano desfigurado por la inequidad, el hambre, el dolor y la angustia.

- **El buen gobierno como actitud ética en los líderes empresariales**

La RSE no es un discurso etéreo disuelto en la razón social de las organizaciones, sino un elemento fundante de la actitud ética del conglomerado que define a sus actores internos (alta dirección, accionistas, empleados, proveedores). La actitud ética dinamizadora del impacto social positivo de una empresa determina el sentido ético y social de los profesionales y miembros de dicho colectivo. *Las buenas prácticas empresariales* no son un análisis del rendimiento de las máquinas, sino de la conciencia moral de los colectivos humanos que las componen. Al respecto la visión eclesial de Benedicto XVI (2009) plantea que:

Uno de los mayores riesgos es sin duda que la empresa responda casi exclusivamente a las expectativas de los inversores en detrimento de su dimensión social. Debido a su continuo crecimiento y a la necesidad de mayores capitales, cada vez son menos las empresas que dependen de un único empresario estable que se sienta responsable a largo plazo, y no sólo por poco tiempo, de la vida y los resultados de su empresa, y cada vez son menos las empresas que dependen de un único territorio. Además, la llamada deslocalización de la actividad productiva puede atenuar en el empresario el

sentido de responsabilidad respecto a los interesados, como los trabajadores, los proveedores, los consumidores, así como al medio ambiente y a la sociedad más amplia que lo rodea, en favor de los accionistas, que no están sujetos a un espacio concreto y gozan por tanto de una extraordinaria movilidad. El mercado internacional de los capitales, en efecto, ofrece hoy una gran libertad de acción. Sin embargo, también es verdad que se está extendiendo la conciencia de la necesidad de una “responsabilidad social” más amplia de la empresa (78).

La RSE como herramienta de transformación social integral de las organizaciones y como estrategia de posicionamiento e impacto social positivo, necesita de líderes empresariales éticos, virtuosos, dispuestos a trascender el concepto de justicia hacia el de solidaridad-equidad, y orientados a abandonar la hegemonía del desarrollo económico que excluye la opción preferente y dignificante por combatir los fenómenos de vulnerabilidad social. La organización necesita líderes éticos, más que estratégicos; sabios, más que expertos, convencidos de que la virtud y el sentido social de las profesiones contribuyen al desarrollo integral o equilibrado, que va más allá de lo meramente “sostenible”.

- **La gestión del talento humano el primero entre todos los compromisos**

La RSE debe encaminar sus esfuerzos de impacto social positivo en un primer lugar “*ad intra*”, lo que se convierte en un reto para la gestión del talento humano de la empresa; esto significa formar, dar identidad, convicción y sentido social a cada uno de los miembros del grupo humano que pertenece y acontece a dicha razón social. Con actitud ética, la organización debe garantizar que el primer y mayor impacto social responsable sea generado por la articulación del colectivo humano. La cohesión interna no se limita a la formación de una identidad corporativa transmitida en conceptos; se hace necesario que el reflejo de la imagen corporativa y planes de mercadeo de la organización sea una vivencia plena en todos sus miembros, no sólo en su eslogan.

- **La apuesta ecológica**

La RSE está presente en la tan mencionada preocupación por las causas-efectos del desarrollo tecnológico, en donde innovación y progreso en clave económica se enfrentan a la debacle del compromiso en la conservación del medio ambiente. Es indudable que la fisura provocada entre hombre y naturaleza no la provocó sólo una visión antropocéntrica de la realidad, sino más bien la dinámica de la sociedad industrial, apoyada en la instrumentalización científica, que definió el desarrollo en clave de crecimiento, colmado de actos individualistas "acaparadores" de la comprensión de todo el desarrollo mundial.

A esto la Escuela de Frankfurt -Marcuse, Adorno, Horkheimer- ha hecho responsable a Occidente de desarrollar de manera obsesiva la racionalidad instrumental. "El triste espectáculo de una naturaleza esquilada ha hecho aparecer una nueva sensibilidad. Nada le duele tanto como el deterioro ambiental, cuya causa principal sitúa la acción humana" (Del Barco 2011: 37). Son muchos los hoy tímidos próceres de la ciencia que encarnan una defensa de la naturaleza, pero la mayoría de las veces se obvia la relación bioética-ciencia-humanización.

Es necesario reevaluar el papel de diferentes organismos científicos y empresariales, que hoy se proclaman protectores del medio ambiente, y con muchos temores denuncian a los potentados que producen daño ecológico, la mayoría de las veces creando sentimientos de culpa sobre los pocos que todavía tratan de tener una responsabilidad ética ecológica.

El auge del discurso científico y tecnológico sobre la ecología parece en ocasiones una forma más de control biopolítico y social para someter a la humanidad a un discurso hegemónico de caos, lo cual nos lleva a formular los siguientes interrogantes: ¿por qué a los que destruyen desmesuradamente el *oikos* desde cualquiera de los puntos de reflexión del desarrollo sostenible, a saber, a aquellos que se consideran potencias mundiales, la carga moral

sobre los actos de destrucción masiva del hemisferio no los afecta? ¿No será que una conciencia ecológica mundial guiada por movimientos ecologistas debería comenzar por frenar los actos más visibles de destrucción? Más allá de un antropocentrismo ético, la crisis de la moral provocada por los deseos de poder y autonomía del individuo, planteados en todo el desarrollo de la revolución industrial, tienen en completa fractura la relación entre hombre y mundo.

Por tanto, la preocupación que debe entenderse desde un humanismo ético en la empresa, no radica en los resultados del avance tecnológico -la ciencia en sí no ha renunciado al ser del hombre-, sino en el abandono por el que se ha optado como humanos y que consiste en negar la pregunta por la experiencia de la esencia, por reconocer un acontecer del ser del hombre, más allá del mercado, el consumo y la influencia radical de la techno-ciencia desde su funcionalidad.

Ahora el mundo aparece como un objeto al que el pensamiento calculador dirige sus ataques y a los que ya nada debe poder resistirse... La naturaleza se convierte así en una única estación de gasolina, en fuente de energía para la técnica y la industria modernas. La pregunta fundamental de la ciencia y la técnica contemporáneas no reza ya: ¿de dónde se obtendrán las cantidades suficientes de carburantes y combustible? La pregunta decisiva es ahora: ¿de qué modo podremos dominar y dirigir las inimaginables magnitudes de energía atómica y asegurarle así a la humanidad que estas energías gigantescas no vayan de pronto -aun sin acciones guerreras- a explotar en algún lugar y aniquilarlo todo? (Heidegger 1989).

Conclusión

El rostro del otro: el fundamento ético

Para que el colectivo empresarial adquiera una visión de la RSE, no como mero instrumento, sino como herramienta fundamental de la cultura ética de las empresas, la ética de

la *responsabilidad convencida*⁷ debe alejarse del discurso meramente instrumental o estratégico que se puede tejer alrededor de ella.

La ética como fundamento de la RSE hará visible a la persona como centro. Una ética de la persona cuida la identidad y el reconocimiento de lo humano como ser, sentido y trascendencia, no como materia prima o mero "talento humano" desvestido de humanidad. La opción por la alteridad, la constitución de la tríada empresa-persona-transformación social, establece un nuevo imaginario: las *organizaciones como signo visible de humanidad*, en donde los actores y protagonistas de la actividad empresarial están cargados de sentido trascendente de lo humano y no son meros clientes, trabajadores, proveedores o sociedad de influencia.

El sentido social de toda profesión y la razón social de cualquier organización deben tener un punto de encuentro fundamental: la tarea impostergable de habilitar no sólo un discurso ético de la otredad, sino la vivencia o experiencia convencida de valores que enaltezcan el sentido humano. La identidad de un rol profesional ha de definirse por el reconocimiento del otro en todo quehacer. El reconocimiento de la persona social es la aceptación de la primera tarea que da fuerza de sentido a lo humano: la construcción de una sociedad incluyente, de responsabilidad y compromiso con la alteridad. Esta relación de alteridad, ya no es constitutiva de lo funcional como sucede en el campo social o emocional -me acerco al otro porque me condiciona o recíprocamente nos necesitamos-, sino que se convierte en intencional, tiene una significación. Dicha significación vence el horizonte de una ética formal del deber ser y permea una ética de la convicción del querer-manifestar-donarme. La RSE no puede convertirse en un discurso estratégico, filantrópico o jurídico; debe encaminarse a un contenido

de valores éticos desde la formación de los profesionales de las ciencias estratégicas, administrativas y económicas, enfatizando en ellos la necesidad de una ética convencida, donde los actos humanos conscientes y voluntarios que realice cada profesional propendan por la elección correcta y obvien lo corrupto. La actitud ética acontecida en los actores de la vida económica transforma y trasciende la comprensión integral de la persona humana.

Por otra parte, el tema de la RSE debe generar un compromiso del consumidor por tener racionalidad en la compra, por comprar con mesura, bajo las prioridades que le permiten su poder adquisitivo: ello aporta al tan enunciado desarrollo integral de la persona.

La empresa es agente de la transformación -porque el grupo de personas que la definen componen el norte ético de su identidad misional-; es lugar de la innovación, pero sobre todo, lugar de humanización que desde la fuerza laboral y creativa da sentido al existir y renuncia a la instrumentalidad del solo producir, no es ética en sus conceptos, sino en su actitud originaria de transformar, porque transformar sólo se logra en el bien.

Es cierto lo implacable de los poderes tanto políticos y económicos que avasallan la humanidad, pero también es cierto el abandono a esa responsabilidad originaria con la otredad, que causa en el poderoso exclusión e injusticia, y en el pobre -débil-, mediocridad, deseo de soluciones solo asistenciales, con una adhesión no obligada al sistema de consumo y una exclusión única como sucede con los fenómenos de vulnerabilidad hoy. El sentido social de toda profesión y la razón social de cualquier organización deben tener un punto de encuentro fundamental: la tarea impostergable de habilitar no sólo un discurso -actitud convencido ético de la otredad.

7 Término acuñado por Adela Cortina, al tratar de establecer una relación entre la ética de las empresas y la RSE.

De la misma manera que ciudadanía y empresa son escenarios de transformación humana, cabe preguntarse qué desafíos se le presentan a la educación en este contexto cultural. Es indiscutible que la actitud asumida frente a dichos escenarios puede depender de alguna manera del modelo educativo. La universidad como lugar de cultivo de humanidad no sólo ilustra la cultura ideal, la condición homogenizante de los sistemas que triunfan, sino que permite mostrar la fragilidad de la condición humana cuando esta renuncia a la trascendencia.

La formación universitaria humaniza, no en la trasmisión de los conceptos y competencias, sino en la oportunidad que como lugar de sentido tiene para enseñar a vivir, a creer, a esperar, a innovar, a aceptar al diferente, construye cultura, emancipa y recrea el espíritu de libertad y justicia de una sociedad, permea los idearios y valores constituyentes del actuar de cada persona. Y es aquí donde juega un papel importante la reflexión humanista y educadora que debe permea la universidad y en el interés particular de la universidad católica, como lugar y apertura integra al sentido humano.

- Étnor (2007). Transformación de la cultura empresarial en una época de grandes cambio. Salamanca: Fundación ÉTNOR (1994-2005).
- Friedman, M. (1976, septiembre 13). Friedman doctrine: The social responsibility of bussines si to increase its profits. New York Times Magazine.
- Heidegger, M. (1994). La pregunta por la técnica. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Lévinas, E. (1994). Liberté et commandement. París: Fata Mongana.
- Morín, E. (2009). La agonía planetaria. Recuperado de: <http://rcci.net/globalizacion/2002/fg270.htm>
- Pérez, J. (1994). Fundamentos de la dirección de empresas. Madrid: Rialp.
- Restrepo, C. (1994). Compromiso social y liderazgo empresarial. Bogota: Fundación Corona.
- Stiglitz, J. (2007). El malestar de la globalización. Madrid: punto de lectura.

Referencias

- Arboleda, C. (2008). Profundidad y cultura. Medellín: UPB.
- Aburdene, P. (2010). Megatendencias. Bogotá: Norma.
- Batstone, D. (2004). Salvar el alma de la empresa. Madrid: Empresa Activa.
- Buber, M. (1949). Qué es el Hombre. México: Fondo de Cultura Económica.
- Cicerón, M. (1994). Sobre los deberes. Barcelona: Altaya.
- Cortina, A. & Conill, J. (1998). Democracia participativa y sociedad civil. Bogotá: Siglo del hombre editores.
- _____. (2000). 10 palabras clave en la ética de las profesiones. Navarra: Verbo Divino.
- Cortina, A. (1995). Razón comunicativa y responsabilidad solidaria. Salamanca: Sígueme.
- _____. (s.f.) Guía de responsabilidad social de la empresa. Recuperado de http://www.etnor.org/html/pdf/pub_guia-rse.pdf