



# BIEN COMÚN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Por Juan Olivares Ponce

A inicios de la década de los cincuenta, la responsabilidad social empresarial solo merecía atención y reflexión en los exclusivos y acotados espacios de la academia. Es mucho después, en los años noventa cuando algunas firmas deciden incorporarla como parte de sus modelos de negocios con la creación de los primeros departamentos de responsabilidad social corporativa, ante la urgencia del control de daño por los actos de deshonestidad en que incurrieron algunas firmas como lo fue el caso de ENRON.

Formalizar la responsabilidad social empresarial en las organizaciones productivas de bienes y servicios, ha discurrido a través de un largo proceso evolutivo, no exento de resistencias y obstáculos de todo orden, y de los cuales aún prevalecen en unos más que otros.

En México, la incorporación de instancias de gobierno corporativo y la ejecución de programas de responsabilidad social y desarrollo sostenible en las grandes firmas, especialmente las que cotizan en la Bolsa de Valores y, además, de un mismo importante y creciente número de empresas medianas y pequeñas; constituye una evidencia relevante pero todavía insuficiente, de la vigencia de la responsabilidad social empresarial en las empresas e instituciones del país.

La responsabilidad social corporativa todavía, en muchos de los casos, se asume como el logro de un reconocimiento o distintivo que es en sí mismo, de manera convenenciera, punto de llegada. No se asume como la práctica de un compromiso sostenido para el desarrollo y crecimiento de la organización.

En el caso específico del Gobierno Corporativo, su práctica en México parece ir a contracorriente, especialmente en aquellas firmas que ya tienen incorporada la modalidad del Gobierno Corporativo, como se pone de manifiesto en los resultados de la 2° Encuesta del Gobierno Corporativo en México (2014), que llevó a cabo PwCMéxico; en dicha encuesta las compañías muestran un deterioro sensible (-11.1%) respecto de la Encuesta 2013, en los patrones de cumplimiento y las prácticas corporativas relacionadas con el ámbito de la filosofía, ética, principios y valores del Gobierno Corporativo, así como, en las funciones de transparencia, rendición de cuentas y equidad con inversionistas y accionistas.

Si bien, la práctica de la responsabilidad social empresarial les ha representado a las organizaciones merecer el reconocimiento social

y, con ello incrementar su prestigio y posicionamiento que inciden en elevar su competitividad; ello no significa necesariamente que la responsabilidad social empresarial se haya incorporado y asumido como un principio y compromiso consistente, en el modelo de negocios de las empresas.

Es indiscutible que las empresas tienen objetivos económicos y financieros que le dan parte de su razón de ser pero, también, tienen objetivos sociales con los que contribuyen al desarrollo humano y de la sociedad.

Las empresas que saben combinar y comprometerse con el logro de estos dos objetivos, son las que se caracterizan por asumir un modelo de negocios con una lógica diferente, es decir, lo que se conoce como una lógica social o institucional. Así lo confirman aquellas empresas admiradas y financieramente exitosas, en diversos estudios internacionales realizados. Son empresas sobresalientes por sus buenas prácticas que las hacen admiradas, perdurables y de mejor desempeño.

Las empresas con lógica institucional son aquellas que además de generar dinero son también, medios para alcanzar propósitos sociales y proveer de una vida digna a quienes trabajan en ellas. Todo ello, permite crear para las instituciones, condiciones y situaciones de perdurabilidad y sustentabilidad.

Las empresas que adoptan este modelo de negocio basado en la lógica institucional tienen a la responsabilidad social corporativa como un principio y compromiso de su cultura organizacional y cuyos procesos organizacionales, no solo están dirigidos a extraer más valor económico sino, sobre todo, a crear marcos de actuación para generar valor para la sociedad, la práctica de la ética y los valores humanos como criterios en la toma de decisiones.

En suma, estas empresas son aquellas capaces de equilibrar el interés público con los retornos financieros. Son las que saben incluir además de expandir sus inversiones, acrecentar el empoderamiento de los colaboradores, la reafirmación del compromiso de todos, el liderazgo basado en valores y las contribuciones relacionadas con la sociedad y el ambiente.

Aún falta avanzar mucho más en la responsabilidad social no solo como compromiso sino como práctica permanente en las empresas para que contribuyan a construir y enriquecer el bien común. ●