

EMPRESAS Y GENTE

La responsabilidad de la empresa en la sociedad, Marcelo Paladino, Emecé, 2007. \$ 35

Para generar valor económico es necesario generar previamente valor humano. Cómo influye en el éxito de una compañía el hecho de tener en cuenta el interés del otro.

Cuál es la responsabilidad que tiene la empresa para con la sociedad? Para responder esta pregunta nos será necesario remontarnos a mediados del siglo pasado, cuando este planteo se trató de forma sistemática en diferentes ámbitos académicos. El paso del vínculo económico, que caracterizó a la revolución industrial, al de un mayor compromiso con la sociedad ha generado una mayor riqueza de relaciones entre la empresa y la sociedad. En las últimas dos décadas, el aumento de las demandas sociales –cuidado del medio ambiente, respeto a los derechos humanos y desarrollo de los empleados, entre otras– parecen exigir la atención de las empresas sobre nuevos campos de trabajo y una mayor prudencia con respecto a los efectos de sus acciones en la sociedad. Esta situación hace que la noción de responsabilidad de la empresa en la sociedad tenga en la actualidad una gran difusión y que muchas empresas estén llevando a la práctica acciones referidas a la responsabilidad social empresarial.

Aunque esta discusión lleva más de cincuenta años, todavía falta claridad conceptual para comprender qué es la RSE. Cuando se habla de RSE suelen surgir diversos conceptos que se usan como sinónimos sin que quede claro cuál es su verdadero significado. De hecho, respuestas de empresarios ante la pregunta ¿qué hacen en relación con la RSE?, suelen ser: "La empresa tiene un programa de voluntariado", "tenemos un acuerdo con una ONG para ayudar a un comedor", "la empresa partici-

pa de un programa de ayuda a escuelas carenciadas"; estas respuestas buscan ser asimiladas a conductas de RSE. Esta es una comprensión circunscripta a su exclusiva dimensión filantrópica; pero la RSE compromete a la empresa desde raíces muchos más profundas que el mero asistencialismo o la respuesta a las demandas sociales del entorno.

Plantea de qué manera la empresa –y los hombres de empresa– define y establece su relación con la sociedad (mercado, gobierno, sociedad civil, proveedores, clientes y empleados) en la cual y para la cual trabaja. Dado que una empresa sin personas no es más que un concepto abstracto, la RSE debe entenderse ligada a la responsabilidad personal de los directivos de empresa, ya que sin ellos no existiría ni tendría sentido.

Conocer cuál es el tipo e responsabilidad y su alcance es un tema de vital importancia en la actualidad. Hay empresas que mueven un capital que es equivalente y aun mayor que el producto bruto interno de países enteros. A esto se suma el hecho de que, en muchos casos, las empresas son organizaciones internacionales que operan en diversos países y que tienen la capacidad de cambiar la vida de comunidades que viven de la radicación de una empresa en su localidad.



La RSE plantea de qué manera la empresa define y establece su relación con la sociedad en la cual y para la cual trabaja.

Buscaremos dilucidar tres puntos fundamentales. Primero, profundizar en el significado de la RSE; segundo, analizar cuáles serían algunas de sus implicancias para las empresas y tercero, discurrir acerca de lo que significa para un directivo de empresa. A fin de lograr el primer propósito, se debe hacer una revisión de la evolución histórica que ha tenido el concepto. Para entender los efectos que la RSE tiene en las empresas y en los empresarios, se debe analizar el concepto desde su aplicación práctica. Es importante entender cuál es el rol de la empresa en la construcción del bien común, cómo interactúa la empresa con los otros sectores sociales, cuáles son los nuevos campos de acción que brinda a las empresas, cuáles son las nuevas dimensiones que la RES abre a la empresa y qué significa ser empresario desde la perspectiva de la RSE.



LOS MÁS LEÍDOS

EN LA ARGENTINA

DESDE EL 16/8/07 HASTA EL 23/8/07

EN ESTADOS UNIDOS

1- PADRE RICO, PADRE POBRE, Robert Kiyosaki, Aguilar, 2003. \$ 28

2- RESULTADOS EXTRAORDINARIOS, Bernardo Stamateas, Javier Vergara Editores, 2007. \$ 32

3- LA BUENA SUERTE, Fernando Trias de Bes, Empresa Activa, 2004. \$ 29

4- LA ESTRATEGIA DE LA CUCARACHA, Craig Hovey, Gedisa, 2006. \$ 29

5- SEIS SOMBREROS PARA PENSAR, Edward de Bono, Granica, 2003. \$ 33

1- WHO MOOVED MY CHEESE?, Spencer Johnson, Penguin Group, 1998. u\$s 13,96

2- RICH DAD POOR DAD, Robert Kiyosaki, Warner Books, 2000. u\$s 11,86

3- NOW DISCOVER YOUR STRENGTHS, Marcus Buckingham, Free Press, 2001. u\$s 18,90

3- GOOD TO GREAT, Jim Collins, Harper Collins Publisher, 2001. u\$s 19,25

4- STRENGTHS FINDER, Tom Rath, Gallup Press, 2007. u\$s 13,96

FUENTE: CÚSPIDE, EL ATENEYIENNY

FUENTE: BARNES & NOBLES