

2010-12-01

## La responsabilidad social en la actual gestión empresarial y educativa

Álvaro Andrés Hamburger Fernández  
*Universidad de La Salle, Bogotá*, ahamburger@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/gs>

---

### Citación recomendada

Hamburger Fernández, Álvaro Andrés (2010) "La responsabilidad social en la actual gestión empresarial y educativa," *Gestión y Sociedad*: No. 2 , Article 1.

Disponible en:

This Editorial is brought to you for free and open access by Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Gestión y Sociedad* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

# Editorial

## La responsabilidad social en la actual gestión empresarial y educativa

Hoy por hoy, muy pocos piensan que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sea una “doctrina subversiva”, como afirmaba Friedman (1970) al considerar que la única y auténtica responsabilidad de la empresa era “generar utilidades para los accionistas”. Por el contrario, en la actualidad se cree que la RSE es una de las más claras manifestaciones de un “capitalismo consciente” (Aburdene, 2006). Tal capitalismo abandona los postulados de la teoría clásica de la economía y de la concepción tradicional de desarrollo<sup>1</sup> y opta por “otra manera de hacer economía”<sup>2</sup> (Hamburger, 2008).

En este nuevo escenario económico, la empresa no se concibe sólo como un “negocio”, sino, más bien, como una comunidad de personas que aportan lo que poseen y lo que son para servirse mutuamente

---

<sup>1</sup> La RSE sólo es posible a partir de la generación y aceptación de dos nuevos escenarios: por un lado, un nuevo enfoque de la actividad económica que, a diferencia de la teoría clásica, ponga el énfasis en la denominada economía social. Por otro lado, una nueva concepción de la noción de desarrollo, ya no entendido como progreso económico, sino fundamentalmente como *desarrollo a escala humana*.

<sup>2</sup> La nueva forma de entender la actividad productiva supone “otra manera de hacer economía” en la que se parte de las siguientes convicciones: 1) el ser humano está por encima del capital; 2) la mejor manera de propiciar el desarrollo de un país es propender por la calidad de vida de las personas; 3) todos los habitantes de un país deben tener acceso al bienestar y a una vida digna; 4) hay que humanizar las empresas; 5) es preciso redistribuir la riqueza y llevar el desarrollo a todos los habitantes del planeta; 6) los líderes del futuro serán líderes del desarrollo a escala humana; 7) el verdadero desarrollo se basa en la inclusión social, la protección de los niños, el cuidado de los ancianos, la lucha contra el hambre y la miseria y la promoción de la mujer; 8) una empresa exitosa es aquella en la que se respetan los derechos humanos, se acatan los derechos en el trabajo, se protege el medio ambiente y se lucha contra la corrupción; 9) la responsabilidad social es una obligación moral de las empresas.

y para complementarse. La empresa se percibe, entonces, como un ente diseñado para satisfacer necesidades humanas con calidad. En tal sentido, ésta, además de perseguir propósitos económicos (lo cual es inherente a su naturaleza) asume en la actualidad la tarea de ayudar a solucionar problemáticas sociales. Así lo expresa el creador de la Fundación Ética Mundial<sup>3</sup>:

Alcanzar utilidades (económicas) no es el fin último de la acción empresarial, es más bien un medio encaminado al servicio y bienestar social. La función de las empresas y las organizaciones es servir a los consumidores, a los trabajadores, a los accionistas y a la sociedad, con el fin de conseguir un equilibrio en sus antagónicos intereses (Küng, 1999, p. 262).

En palabras de Weber (citado por Yepes, 2007), hoy “somos conscientes de que sólo las compañías ecológica y socialmente responsables, pueden ser globalmente competitivas y acertadas a largo plazo”. En síntesis, en los tiempos presentes casi nadie duda de que “las empresas tienen responsabilidades económicas, pero también tienen responsabilidades sociales” (Hamburger, 2004).

Mas, ¿qué es la responsabilidad social empresarial? Lo primero que habría que decir es que el término “responsabilidad” significa rendir cuentas de las propias actuaciones y asumir sus consecuencias. Cuando los sujetos actúan (y los sujetos pueden ser los individuos o las empresas, como en este caso), esa actuación produce resultados que pueden ser buenos o malos. Ser responsable, entonces, consiste en tener la capacidad de vislumbrar los resultados de las actuaciones o comportamientos y, una vez realizados, estar dispuestos a aceptar sus consecuencias.

La RSE, pues, gira alrededor del reconocimiento y la aceptación por parte de la empresa, de los efectos que su actividad produce en el entorno social, entendido éste desde tres dimensiones diferentes: lo humano, lo ecológico y lo comunitario. En efecto: “La RSE es un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente” (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], citado por Yepes, 2007).

---

<sup>3</sup> La Fundación Ética Mundial tiene una propuesta contundente: No habrá supervivencia sin una ética mundial. Ya no son suficientes las *éticas particulares*, ahora se impone la necesidad de una ética de características universales. Ésta, la ética mundial, no es esencialmente una ética del comportamiento, sino argumentativa: un marco de principios generales que busca que al final se originen unas acciones, una actitud y un comportamiento ético.

Por su parte, la entidad *Business for Social Responsibility* (citada por Aburde-  
ne, 2006), define la responsabilidad social empresarial como “un conjunto  
integral de políticas, prácticas y programas que obtienen éxito financiero  
y al mismo tiempo honran los valores éticos y respetan a las personas”.

Ahora bien, la RSE ha desbordado el campo específico de la empresas  
y ha pasado a ser un tema de interés para todo tipo de organizaciones,  
en las que toma el nombre de “responsabilidad social corporativa”.  
La universidad, como tipo especial de organización, no ha sido ajena  
a dicha tendencia, de tal suerte que hoy no es extraño oír hablar de  
“responsabilidad social universitaria”. En tal sentido, la universidad, en  
calidad de entidad corporativa, comparte las mismas responsabilida-  
des sociales de las demás organizaciones, esto es: cuidado del medio  
ambiente, respeto a los derechos humanos, defensa de la comunidad,  
cumplimiento de los compromisos laborales, generación y vivencia de  
una cultura ética, etcétera.

Sin embargo, la responsabilidad social universitaria, como advierte  
Gómez (2010), no puede ser concebida como una simple extrapolación  
o una simple adaptación de la RSE, pues la universidad, más que pro-  
ductora de bienes o proveedora de servicios, primordialmente, es una  
organización formadora de personas y generadora de conocimientos.  
En virtud de ello, la sociedad actual le exige a la universidad

[...] no solamente formar buenos profesionales, si por ello hemos de enten-  
der que sean competentes y éticamente responsables. Implica, además,  
que sean sensibles a los problemas sociales, respetuosos de la dignidad  
humana, defensores de la justicia y la equidad, comprometidos con el  
medio ambiente, creativos en la búsqueda de soluciones a la complejidad  
del presente, y partícipes de los procesos políticos y democráticos de sus  
países y comunidades (Gómez, 2010, pp. 249-250).

Además, las universidades socialmente responsables se caracterizan por  
no dejar de pensarse tanto a sí mismas como a la sociedad de la que  
forman parte, por reflexionar sobre su ser y su quehacer, por ejercer la  
autonomía responsablemente, por buscar respuestas a las inmensas  
problemáticas actuales, por luchar por la equidad, y por defender la  
libertad y la justicia (Gómez, 2010).

En consonancia con las tendencias administrativas actuales, que  
muestran un claro interés por este tema, la revista *Gestión & Socie-  
dad* ha decidido dedicar la Sección Monográfica de esta edición al  
problema de la responsabilidad social empresarial y universitaria. En este

sentido, el presente ejemplar brinda a los lectores cuatro artículos, a saber: "La responsabilidad social universitaria y su importancia para las instituciones" de Jairo Enrique Cortés Barrera; "Responsabilidad social empresarial: compromiso voluntario con el mejoramiento del entorno laboral y ambiental" de Omar Andrés Sierra Morales y Sandra Yamile Larrota Castro; "Responsabilidad social corporativa: un modelo para el desarrollo sostenible de la organización" de Carlos Fernando Parra; "La responsabilidad social, una discusión entre ética, responsabilidad, libertad y moral" de Guillermo Ávila y Aura Isabel Mora; y "University Social Responsibility from Social Pedagogy: Some Relevant Aspects concerning Teaching-Learning Interaction Process" de Nelson Andrés Molina Roa. Todos ellos, desde diversas perspectivas y respondiendo a procesos investigativos distintos, dan cuenta de este interesante tema.

La Sección General, por su lado, presenta varios artículos del mundo administrativo, económico y contable, entre los que descuellan dos de carácter internacional: "*Lean Manufacturing*: flexibilidad, agilidad y productividad" de Paula Andrea Gómez Botero (Universidad Politécnica de Cataluña, España); e "Inteligencia relacional como fundamento del pacto en la familia empresaria" de Maribel Rodríguez Zapatero y Magdalena Rodríguez Jiménez (Universidad de Córdoba, España). También se exponen en esta sección cinco artículos escritos por nueve profesores de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle, a saber: "Antecedentes y orígenes de las escuelas y facultades de administración en Colombia" (Elber Berdugo Cotera); "Pensamiento, corrientes y posturas que fundamentan teóricamente el modelo de Economía Social de Mercado" (Luis Fernando Gutiérrez Amador / Luz Stella Cáceres Gómez / John Harold Muñoz Rojas); "Auditoría forense: los procedimientos del Contador Público en la investigación del fraude corporativo" (Luis Armando Leal Rodríguez / Eduardo Rodríguez Patiño / Raúl Eduardo González Garzón); "La administración de proyectos desde la teoría general de redes" (José Gregorio Medina Cepeda); y "Ventajas y desventajas del uso de un método deductivo/inductivo en la investigación en administración de negocios" (Diego Rafael Cabrera Moya).

La Sección de Reseñas, por último, ofrece dos interesantes escritos: el primero sobre la reconocida autora Martha Nussbaum y el segundo sobre el talentoso Ken Bain.

Esperamos que la revista *Gestión & Sociedad*, en esta quinta entrega, logre satisfacer los intereses temáticos y expectativas académicas de su cada vez más amplio y exigente grupo de lectores.

## Nota aclaratoria

Se informa a nuestros lectores que debido a un error involuntario, cometido desde la edición del primer volumen de la Revista, es necesario hacer la siguiente corrección: el vol. 1, No. 2 (enero-junio de 2009) corresponde al vol. 2, No. 1; el vol. 2, No. 1 (julio-diciembre de 2009), al vol. 2, No. 2; el vol. 2, No. 2 (enero-junio de 2010), al vol. 3 No. 1, y el vol. 3, No. 1 (julio-diciembre de 2010), al vol. 3, No. 2. Por lo tanto, a partir de la próxima edición, la Revista circulará con la siguiente nomenclatura editorial: vol. 4, No. 1 (enero-junio de 2011).

## Referencias

- Aburdene, P. (2006). *Megatendencias 2010, el surgimiento del capitalismo consciente*. Bogotá: Norma.
- Friedman, M. (1970). "Social Responsibility: A Subversive Doctrine". En: *The Sunday Times Magazine*, 13 de septiembre, p. 8.
- Gómez, C. (2010). "La responsabilidad social de la universidad: una perspectiva lasallista". En: *Periscopio universitario* (pp. 245-283). Bogotá: Universidad de La Salle.
- Hamburger, Á. (2004). *Ética de la empresa, el desafío de la nueva cultura empresarial*. Bogotá: Paulinas.
- Hamburger, Á. (2008). *Los valores corporativos en la empresa, cómo suscitarlos, difundirlos y vivenciarlos*. Bogotá: Paulinas.
- Küng, H. (1999). *Una ética mundial para la economía y la política*. Madrid: Trotta.
- Yepes, G. (2007). "Estrategias para la responsabilidad social empresarial". En: O. Useche, M. Naranjo & L. Cabrera (Eds.), *Desarrollo, ciudadanía y cambio social. Desafíos para las políticas públicas en Colombia*, (pp. 199-220). Bogotá: Uniminuto, Dansocial, Fundación Carolina Colombia, Fodesec y Corporación El Minuto de Dios.

Álvaro Andrés Hamburger Fernández  
Editor