

Hacia una gestión socialmente responsable en las organizaciones

Towards a socially responsible management in organizations

Diego Cardona-Arbelaez¹

Ante las demandas sociales y ambientales se hace imperativo que desde la comunidad académica y científica se tenga como propósito seguir indagando sobre las prácticas empresariales y su impacto social, ambiental y económico. En ese orden de ideas, se requiere identificar y analizar de qué manera las organizaciones, sean privadas o públicas, están asumiendo su responsabilidad frente a las problemáticas sociales como son: la preservación del medio ambiente, equidad de género, dignificación del trabajo, entre otros muchos aspectos que podrían contribuir a un mejor bienestar común. Por tal motivo, los investigadores tienen la oportunidad para analizar y profundizar sobre las políticas y prácticas empresariales que permitan identificar los vacíos que puedan existir, alrededor de la responsabilidad social de las empresas.

La gestión socialmente responsable en las empresas implica considerar no solo su rentabilidad financiera, sino también los impactos sociales y ambientales propios de su actividad económica. En ese sentido haciendo alusión a la pirámide de Carroll (1991) las empresas deben, como parte de su responsabilidad social, cumplir con las leyes y regulaciones que conduzcan a asegurar que sus acciones estén ajustada a un marco legal y ético. Las empresas, como parte de su política institucional, deben garantizar los derechos humanos de sus trabajadores. Esto conlleva a proporcionar un ambiente laboral adecuado y el respeto a la diversidad y la inclusión (Salazar et al 2017).

Las organizaciones deben adoptar políticas y programas que permitan reducir su huella ecológica, ejemplo de ello podría ser una política de reducción de residuos, migración hacia el uso de energías renovables, en fin, todos aquellos programas que desde sus diferentes áreas (producción, logística, desarrollo de productos,

¹ PhD en Administración. Docente de la Universidad de Cartagena y de la Universidad Libre. Cartagena - Colombia. Correo electrónico: dcardonaa@unicartagena.edu.co

mercadeo, entre otras) puedan aplicar y desarrollar. Así mismo, como parte de su código de buena conducta, deben promover la transparencia y la rendición de cuentas; es decir, deben ser transparentes en todo lo relacionado con su actividad y deben rendir cuentas (informes de sostenibilidad, balance social, memorias de Responsabilidad Social Empresarial) por sus acciones, a los diferentes grupos de interés con los que interactúa la empresa.

De igual manera, las empresas y sus prácticas adquieren relevancia para el alcance de la agenda sostenible 2030, pues sus actividades económicas impactan sobre el medio ambiente y sus comunidades. De esa manera, para avanzar hacia un futuro más sostenible, es fundamental que las empresas identifiquen aquellos objetivos que hacen parte de dicha agenda, con los cuales puedan comprometerse y contribuir al alcance de estos.

Por tal razón, la comunidad académica debe enfocarse sobre cómo las organizaciones pueden adoptar prácticas empresariales responsables, como son las fuentes de energía renovable, el ahorro de agua y energía, programas de reciclaje, reuso y residuos, y la promoción por un justo comercio. Por tal motivo, es esencial que la innovación se enfoque hacia el desarrollo de nuevos productos y tecnologías que promuevan la sostenibilidad.

Para que ese espíritu innovador se desarrolle y se expanda es necesario que las empresas trabajen con otras organizaciones públicas, empresas y Organizaciones No Gubernamentales -ONGs- lo que en la agenda 2030 se denominan alianzas estratégicas para poder abordar adecuadamente desafíos globales como son: el cambio climático, la pobreza y la desigualdad. Esto es posible en la medida en que las empresas y los distintos actores que hacen parte de la cadena de valor puedan hacerlo juntos, y de esa manera lograr sinergias que multipliquen los esfuerzos e impacten positivamente su entorno inmediato y la sociedad en general (Ternera et al, 2018).

Frente a la denominada transición energética hacia un futuro más sustentable, las organizaciones, sean públicas o privadas, tienen la responsabilidad de reducir su huella ecológica; de hecho el efecto invernadero es el proceso natural que permite conservar la temperatura de la superficie terrestre en condiciones apropiadas para la supervivencia y el desarrollo de los diferentes ecosistemas; pero debido al aumento de gases como el dióxido de carbono, tanto por el crecimiento demográfico exponencial en los últimos decenios y la explotación discriminada de combustible fósiles, ha derivado en el calentamiento global. Por lo tanto, es menester de las em-

presas apostar por fuentes de energía renovable, como son la energía solar, eólica o hidroeléctrica. Así mismo, las empresas pueden efectuar acciones que permitan reducir el consumo de energía. De la misma forma, apoyado en los avances tecnológicos las organizaciones deben canalizar esfuerzos alrededor de crear tecnologías verdes sustentadas en los principios de la economía circular (Romero, E. 2022).

La empresa con una política y prácticas socialmente responsable puede mejorar su imagen y reputación ante el mercado al que se dirige como a los diferentes grupos de interés. Esto conlleva una mayor lealtad y confianza por parte de los mercados. Además, los empleados se pueden sentir identificados con organizaciones que apuestan por prácticas innovadoras con sentido social y ambiental, de tal manera que atraigan y retengan talento humano valioso (Valenzuela et al, 2018).

En definitiva, el llamado a la comunicad académica y científica, es nunca desfallecer frente a los grandes retos y desafíos que implica una gestión socialmente responsable en las organizaciones y, reconocer que su papel se hace cada día más valioso en la medida en que pueda dar luces a las organizaciones públicas y privadas sobre su rol en la sociedad, y la apuesta por una mejor sociedad que posibilite la transición hacia un futuro más sostenible y resiliente.

Referencias

- Salazar, A. L., Hidalgo, J. F. O., & Manríquez, M. R. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso: The corporate social responsibility from the perception of human capital. A case study. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 20(1), 36-46.
- Tenera, L. C., Sepúlveda, P. A., Vega, E. O., & Herazo, S. H. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006-2016). *Revista de ciencias sociales*, 24(4), 26-37.
- Valenzuela Fernández, L., Jara-Bertin, M., & Villegas Pineaur, F. (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55, 329-344.
- Romero Escobar, L. F. (2022). Estudio de viabilidad de una empresa de energía solar en Colombia (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT).