

## ARTÍCULOS ORIGINALES

# La globalización y la Responsabilidad Social Empresarial en el Siglo 21

## Globalization and Corporate Social Responsibility in the 21st Century

### RESUMEN

En el área empresarial hay grandes cambios por la globalización, hoy en día los mercados deben ser más profesionales y eficientes ante las solicitudes sociales que reclaman el retorno de los beneficios que ganan las organizaciones a la sociedad. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha alcanzado fuerza en las últimas décadas con la globalización, el aceleramiento de la económica, las tecnologías y el cuidado de la ecológica; la RSE es la ética de la actividad económica empresarial en donde se circunscriben las responsabilidades económicas, sociales y medio ambientales que tienen las empresas con su contorno y en donde su manejo con transparencia no deja de lado los intereses de la empresa. Vivimos en un mundo que cambia velozmente y de modo complicado donde es complejo distinguir cuales son las innovaciones más significativas y que tendrán mayores preponderancias con la sociedad del mañana.

**Palabras claves:** La globalización y la Responsabilidad Social Empresarial.

### ABSTRACT

In the business area there are major changes due to globalization, nowadays markets must be more competitive and dynamic in the face of social demands that demand the return to society of the benefits that organizations earn. Corporate Social Responsibility (CSR) has gained strength in recent decades with globalization, the acceleration of the economy, technologies and the care of the environment; CSR is the ethics of business economic activity that includes a set of social, economic, and environmental commitments that organizations have with the environment, where sustainability is the main criterion of performance with greater transparency without leaving aside the interests of the company. We live in a world that changes rapidly and in a complex way that it is difficult to distinguish which are the most significant changes and those that will have the greatest predominance in the society of tomorrow.

**Keywords:** Globalization and Corporate Social Responsibility.

**Jorge Adalberto Fiestas Pflucker**

jafiestasp@gmail.com

Universidad Inca Garcilaso  
de la Vega

Presentado: 27/05/2019

Aceptado: 04/12/2019

## INTRODUCCIÓN

En el presente el desarrollo mercantil involucra el equilibrio entre lo económico y el bienestar social teniéndose en cuenta el desarrollo ambiental que es trascendental para los negocios sin dejar de lado la RSE.

Los beneficios que suministran la Responsabilidad Social Empresarial son:

- Acrecienta la imagen y reputación de la empresa.
- Incrementa el beneficio económico y financiero de la organización.
- Incrementa la capacidad de creación e innovación de nuevos bienes y servicios.
- Una mejor calidad de productos.
- Ambientes propicios en el proceso de manufacturación.
- Disminución de costos de producción con un control de desechos y eficacia en el uso de la energía.

La RSE está más allá de las legislaciones y las normatividades de las empresas, ya que esta obliga a cualquier organización a cumplir acciones para que obtengan resultados positivos en la colectividad, afirmando los conceptos de la RSE en temas como ética, valores, transformación social comunitaria, fuente trabajo, medio ambiente, clientes y derechos humanos.

## OBJETIVO DEL ENSAYO

El objetivo es razonar sobre el importante papel de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como estrategia de aplicación de una Empresa Socialmente Responsable o de Estrategia de competencia en una globalización de actividades económicas que de modo impresionante ha cambiado de manera sustancial el rol de la administración de empresas que debe entender la necesidad de mejorar el rendimiento empresarial. Es así que:

En el contexto de la globalización las corporaciones son protagonistas de muchos de los males que las sociedades padecen. Esto lleva a la siguiente interrogante ¿qué acciones o estrategias están realizando las empresas para minimizar los daños

que provocan y maximizar su contribución a la sociedad? para ir auspiciando la paulatina emergencia de enfatizar e intensificar la aplicación de la RSE (Moreno, 2003, p. 149).

La responsabilidad social empresarial refuerza la medición del trabajo empresarial para lograr los intereses de la sociedad, la exigencia de crear empleos es mundial, así como de los gobiernos de contar con recursos para un mejor nivel de vida para sus poblaciones obteniendo el bienestar, la salud y la paz social. El reto principal es qué papel debe desarrollar cada persona para alcanzar estas metas.

En el mundo globalizado el esfuerzo de las empresas está orientado a solventar los estragos realizados por sus actividades, agregando en la cultura organizacional y en las estrategias de negocios la inversión social (Corral et al, 2003) , competencias y recursos disponibles de la empresa, principalmente financiamiento a proyectos educativos, formativos, medioambientales, de salud, nutricionales, entre otros, para apoyar y mejorar las comunidades donde se establecen. Dicho apoyo e interés es lo que se ha denominado Responsabilidad Social Empresarial, es el compromiso de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la conservación del medio ambiente, desde una conducta responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúan (Formación Gerencial, 2010, p 147).

En la Responsabilidad Social Empresarial el rol la ética es donde los valores deben ser visibles en la cultura empresarial con reglas y principios, teniendo como fin lograr una concordia con la sociedad con los derechos y las decisiones que ésta sobrelleva.

Las organizaciones desempeñarán una batalla contra la corrupción y el mal proceder de sus colaboradores que repercute tanto al interior como al exterior de las mismas. La responsabilidad social empresarial debe tomar con responsabilidad las derivaciones económicas, sociales y medio ambientales de la labor empresarial.

## ARGUMENTACIÓN

Moreno (2003) señala:

La serie de transformaciones socio-económicas que se han venido desarrollando desde comienzos de la década de 1990 (aceleración tecnológica, acrecentamiento de la competencia, crecimiento de los beneficios y del poder de las grandes empresas, aumento de la contestación social a ese poder, etc.), han ido auspiciando la paulatina emergencia de enfatizar e intensificar la aplicación de la RSE, entendida como una mayor atención a los restantes colectivos que además de los propietarios resultan esenciales para la buena salud económica de la empresa y una paralela mayor preocupación por la sostenibilidad económica de la firma a mediano y largo plazo.

En los países avanzados se ha realizado cambios de normativas con la intención de proteger a los actores sociales y salvaguardar los valores e intervenir en las normas de los mercados globalizados. De ahí, “las regulaciones nacionales en materia medio ambiental, laboral, sanitaria, financiera, comercial, entre otros, imponen controles a la actividad empresarial, sancionando a los empresarios que cometan delitos económicos, ambientales o irrespeto a los derechos humanos” (Cox & Dupret, 2004).

Las empresas del siglo 21 tienen el compromiso no solo con la oferta y la demanda sino también con el compromiso con los representantes sociales de su entorno. De hecho, “las empresas nacionales o multinacionales han tenido que comprender que la globalización no sólo es un fenómeno comercial o financiero, sino que contiene dimensiones de transformación social, política y ambiental” (Correa, 2004).

“Los primeros diez años del siglo XXI es ampliamente aceptado que la creación de valor se debe producir no sólo para el accionista, sino también para los participantes y agentes sociales, según la función que cumpla cada uno” (Bueno-Campos, 2004).

El planteamiento se conoce en la literatura como “el enfoque de los stakeholders, superado el enfoque financiero clásico de los sharehol-

ders se encarna el enfoque shareholder que se resume en dos principios:

1) El único público al que la empresa debe rendir cuentas es a sus accionistas;

2) “El único objetivo que debe buscar la empresa es la maximización del beneficio o valor de la empresa” (Friedman, 1962). M. Mar Alonso: El gobierno corporativo electrónico: su desarrollo en la empresa española. “*Gestión Joven*” Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas N° 1 abril (2008). p.50.

Por el contrario, “el enfoque *stakeholder* engloba a la totalidad de grupos que tienen interés en la empresa que ésta tiene que equilibrar en su propio beneficio” (Freeman, 1994).

“Estos grupos estarían constituidos por los accionistas, los empleados, los proveedores tanto de capital financiero como de bienes y servicios, el estado y la sociedad en su conjunto” (Alonso-Almeida, 2007).

Por tanto, “se puede decir que la empresa es un nexo de contratos implícitos basados en la confianza y la reputación que intenta equilibrar todos los intereses involucrados en ella, tanto externos como internos” (Alonso-Almeida, 2009; Kramer y Tyler, 1996; Lane y Bachmann, 2000).

Es así que:

una vez reconocida la existencia de unos stakeholders que pueden contribuir al éxito de la organización, las empresas durante los últimos treinta años han comenzado a hacer frente a sus demandas, unas veces debido a la fuerza de la legislación y otras de forma voluntaria o por la presión explícita de ciertos grupos. A todas las acciones dirigidas a satisfacer las necesidades de los diferentes *stakeholders* se denomina responsabilidad social empresarial, en adelante RSE. (Clarkson, 1995, p. 92-117)

En la actualidad existe un debate entre el ámbito empresarial y el académico en cuál es el aporte de la de la responsabilidad social empresarial hacia empresa y a su manejo financiero; algunos autores aseveran que la responsabilidad social empresarial mejora el manejo financiero.

Se identifica los siguientes propósitos del balance social:

1. Conocer de manera sistemática las acciones de responsabilidad social de la empresa
2. Medir de manera cuantitativa y cualitativa la actuación
3. Evaluar las acciones permanente y sistemáticamente
4. Identificar los programas de mayor utilidad para la comunidad y la sociedad
5. Corregir el desempeño de las organizaciones y planificar metas de responsabilidad social
6. Informar a audiencias diversas sobre el desempeño social de la organización. (Machado, 2004, p. 255-259)

Carroll (2001) indica que “la responsabilidad social incluye cuatro tipos de responsabilidades o dimensiones: económico, ético, legal y filantrópico”.

“Cada uno tiene un número de interesados (*stakeholders*) quienes ejercen su influencia en la organización. Definen la responsabilidad social como aquellas acciones que hacen el bien y evitan el daño” (Petkus & Woodruff, 1992, p. 154-161).

El catedrático de filosofía moral y el economista pionero [SMITH], no llevó, en realidad, una vida de una esquizofrenia espectacular. De hecho, en la economía moderna, es precisamente la reducción de la amplia visión smithiana de los seres humanos lo que pueda considerarse como una de las mayores deficiencias de la teoría económica contemporánea. Este empobrecimiento se encuentra íntimamente relacionado con el distanciamiento de la economía y de la ética”. (Sobre ética y economía, 2001, p. 45) “Toda norma válida tiene que cumplir la condición de que las consecuencias y efectos secundarios que resulten previsiblemente de su seguimiento universal para la satisfacción de los intereses de cada individuo particular, puedan ser aceptadas sin coacción alguna por todos los afectados. (Trotta, 2000)

## CONCLUSIONES

La globalización económica y la Responsabilidad Social Empresarial en el Siglo 21 se vienen desarrollando fundamentalmente en el área de la administración empresarial desde los finales del siglo 20, fundamentalmente en América Norte América y Europa; las organizaciones empresariales con Responsabilidad social empresarial también se encuentran presentes en el Perú y en el resto del mundo en desarrollo. Este avance favorece a la economía de libre mercado globalizado de hoy, funciona bajo la protección de organismos económicos, jurídicos, políticos e internacionales.

Las acciones comprometidas socialmente de las empresas tienen importancia en la globalización ya que desigualdad, las dificultades sociales y los daños en nuestro ecosistema debido a la gestión economía de la globalidad. Las organizaciones del siglo 21 están obligadas a ejecutar innovaciones en su manera de gerenciar y a su vez así tener éxito en el mercado globalizado. Las empresas deben ser competitivas para poder lograr encajar en la RSE de las sociedades en donde estas operan; es así que la RSE pasara de un rol solo social a ser una práctica más competitiva de la empresa.

La globalización ante el desarrollo de la información y de las comunicaciones hacen que las responsabilidades sociales de las organizaciones sean advertidas con una rapidez mayor; por lo que este tipo de labor pasa a ser parte de la cultura organizacional de la empresa ya que esta se vincula con los problemas sociales de la organización. Se puede concluir que la práctica de la responsabilidad social empresarial adicionara más valor social a las organizaciones, beneficiando así el entorno en la cual se desenvuelven y aumentando su competitividad en el mercado atrayendo a inversionistas, mejorando la imagen de la marca y la aprobación de los clientes. Dentro del medio social en la cual se encuentran actualmente las empresas del entorno globalizado, se hace necesario considerar a los que se ven directa o indirectamente influenciados por las acciones de estas a obligarse a gestionarse de modo ético llegando a ser una empresa con principios y valores con el ambiente social; es así como la responsabilidad de la Administración Empresarial deberá actuar



acorde con los principios de la Responsabilidad Social Empresarial dentro del entorno globalizado del mercado del siglo 21.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos por el apoyo brindado en cada uno de los cursos y seminarios, ya que sin éstos no hubiera sido posible la elaboración de este documento. Cuento que con esta aportación al conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial nos lleve a alcanzar nuevas metas en esta línea.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso-Almeida, M.M. (2007). El gobierno corporativo electrónico. Análisis desde el enfoque de confianza. Madrid: Visión Libros.
- Annandale, D. y R. Taplin (2003). The determinants of mining company response to environmental approvals regulation: A report of Australian research. *Journal of Environmental Planning and Management* 46 (6): 887-909.
- Brammer, S., C. Brooks y S. Pavelin (2006). Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures. *Financial Management*, Autumn: 97-116.
- Bueno-Campos, E. (Ed.) (2004). El gobierno de la empresa. En busca de la transparencia y la confianza. Madrid: Editorial Pirámide.
- Carroll, A. (2001). Models of management morality for the new millennium. *Business Ethics Quarterly*, 11(2), 365-371
- Clarkson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review* 20 (1): 92-117.
- Correa, M. E.; Flynn, S. y Amit, A. (2004) Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: una visión empresarial. CEPAL. Serie: Medio ambiente y desarrollo. Santiago de Chile.
- Cox, Sebastián y Xavier Dupret (2004). La responsabilidad social corporativa como aporte a la ética y probidad públicas. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Maesso Corral, M., Gonzalez Blanco, R. (eds. 2003): "La globalización: oportunidades y desafíos", Universidad de Extremadura, Badajoz.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 13 de septiembre: 122-126.
- Habermas, J: Aclaraciones a la ética del discurso, Trotta, Madrid, 2000.
- Habermas, J: Conciencia moral y acción comunicativa, Península, Barcelona, 1985.
- Kiernan, M. (2001). Eco-value, sustainability and shareholder value: driving environmental performance to the bottom line. *Environmental Quality Management*, Summer: 1-12.
- Lane, C. y R. Bachmann (2000). Trust within and between organizations: conceptual and empirical applications. Oxford: Oxford University Press.
- Machado, C. (2004). Balance Social: Una forma de medición de la responsabilidad social. *Anales de la Universidad Metropolitana*, 4(1), 255-259.
- Moreno Izquierdo, José Ángel (2003). Responsabilidad social corporativa y competitividad: una visión desde la empresa. Dirección de Responsabilidad Social Corporativa del BBVA
- Petersen, H. y H. Vredenburg (2009). Morals or economics? Institutional investor preferences for corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics* (90): 1-14.
- Petkus, E. and Woodruff, R. (1992). A model of socially responsible decisionmaking processes in marketing: Linking decision makers and stakeholders. *Marketing Theory and Application*, 3, 154-161.
- Porter, M. E. y M. R. Kramer (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review* 84 (12): 78-92.
- Prakash, A. (2000). Greening the firm: the politics of corporate environmentalism. Cambridge: Cambridge University Press.
- Revista Contaduría y administración, *Contad. Adm.* vol.57 no.1 México ene. /mar. 2012. Versión impresa ISSN 0186-1042.
- Revista: CE Contribuciones a la Economía ISSN: 1696-8360 / URL: <http://www.eumed.net/ce/index.html>
- Sharma, S., (2000). Managerial interpretations and organizational context as predictors of corporate choice of environmental strategy. *Academy of Management Journal* 43 (4): 681-697.
- Velasco Fernández, Fernando. (2004). La Responsabilidad Social Corporativa o la Soteriología Empresarial: hacia una ontología como fundamento de la ética empresarial. Ponencia presentada en el IX Congreso Internacional del CLAD, sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública. Madrid España.

