

Dimensión societal del desarrollo sostenible: Una obligación de todo tipo de organizaciones

Toca Torres, Claudia Eugenia¹

Recibido: 06/05/2009 • Revisado: 11/08/2009
Aceptado: 18/11/2009

Resumen >>

Tradicionalmente el desarrollo sostenible ha sido limitado a la dimensión ambiental desconociendo o ignorando no sólo la existencia de un pilar social sino también del compromiso con su preservación y desarrollo. Los actores de instituciones como el Estado, el Mercado y la Sociedad Civil deben contribuir a la mejora de los niveles de desarrollo social y de calidad social de los países. Por años, se ha dejado esta responsabilidad exclusivamente al Estado, pero dadas las magnitudes de las problemáticas, demanda ahora la participación de las otras instituciones. El adjetivo social se ha convertido en el preferido de organizaciones oportunistas (especialmente empresas), para mejorar sus indicadores de desempeño. Por tanto, es muy normal encontrar empresas que son responsables socialmente, que promueven inclusión social, que garantizan satisfacción social, todo ello con el único fin de aumentar niveles de ventas o su participación en el mercado. No se desconoce, de ningún modo, la existencia de algunas empresas verdaderamente comprometidas con los asuntos sociales y preocupadas por disminuir o resarcir impactos colaterales mediante la implementación de estrategias societales.

Palabras clave: Calidad social, efectos colaterales, estrategias societales

Abstract >>

SOCIETAL DIMENSION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: AN ORGANIZATIONAL OBLIGATION

Normally Sustainable Development has been restricted to the environmental dimension ignoring the social pillar. All actors of the State, Market and Civil Society must contribute to the improvement of social development and social quality levels. For years these have been considered State responsibilities, but the magnitude of the problem, now demand efforts from other institutions. Nowadays, social as an adjective is the preferred word of opportunistic enterprises, since it improves the performance index. It's very common to find socially responsible enterprises promoting social inclusion and being guarantors of social satisfaction. This is in order to raise sales or market share. It's fair to recognize those enterprises really committed with social issues and worried about the reduction or compensation of collateral effects by means of societal strategies.

Key words: Social quality, collateral effects, societal strategies.

1 Grupo de Investigaciones en Perdurabilidad Empresarial GIPE Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad CEEP. Facultad de Administración-Universidad del Rosario, Colombia. Email: claudia.toca@urosario.edu.co
Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México UNAM 2003. Maestría en Administración (Organizaciones). Universidad Nacional Autónoma de México UNAM 2000. Especialización en Administración. Universidad Nacional Autónoma de México UNAM. 1997. Administradora de empresas. Universidad de Cundinamarca (Colombia). 1994.

Introducción

En el marco de la globalización, el crecimiento y la prosperidad de mercados y de economías, han agravado no sólo los problemas ambientales sino también los sociales. Estos problemas se evidencian en los reportes de desarrollo humano que registran desde 1950 un crecimiento acelerado y preocupante en el uso de recursos naturales y de combustibles fósiles, aunado al aumento del uso de agua potable desde 1960. En el plano social, más de un billón de personas han sido privadas de bienes básicos y más de 100 millones de individuos en el mundo industrial son pobres. Por ello, las acciones productivas deben responder a una serie de lineamientos, normatividad y políticas en dichos frentes. Si bien el desarrollo sostenible recoge tres dimensiones (ambiental, social y económica), las organizaciones, especialmente las privadas, lo han limitado a la económica y sólo unas cuantas revelan preocupación por la ambiental. Se debe promover un cambio de enfoque, pasar de las acciones filantrópicas a las estrategias sostenibles, considerando permanente y paralelamente dimensiones ambientales y societales (Zadek; 2001: 1). Desde la administración debe rescatarse y profundizarse en aquellos componentes considerados importantes para la calidad social así como en las estrategias societales.

1. Desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible busca relacionar el desarrollo económico con la calidad ambiental y social, trata de reconciliar el crecimiento económico con los recursos ambientales de los que dependen generaciones actuales y futuras. En términos sencillos, combina crecimiento ambientalmente sostenible con un enfoque

adicionado sobre equidad intergeneracional y distribución equitativa de bienestar entre grupos y naciones (McIntosh 1991 en Rao, 1998: 65).

El desarrollo sostenible ha sido interpretado como crecimiento sostenible o como una forma de cambio social que, adicional a los objetivos de desarrollo tradicional, persigue la sostenibilidad ecológica. Para algunos autores como Lélé (1991) el desarrollo sostenible tiene literalmente un sentido ecológico y social (Fergus y Rowney, 2005: 19). No obstante, la denominación “sostenible” ha sido empleada para referir de manera exclusiva aquellos asuntos verdes, ecológicos o ambientalmente amigables, desconociendo o ignorando el componente social (Boada, Rocchi y Kuhndt. 2007: 19). Esta razón obliga retomar, las definiciones del desarrollo sostenible que destacan de manera particular dicho componente.

La Comisión Mundial del Ambiente y el Desarrollo (1987) al caracterizar el desarrollo sostenible como “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”, incorpora la noción de justicia intergeneracional, concentrada principalmente en la perspectiva de preservar recursos vitales de generaciones sucesivas sobre niveles equivalentes a los de generaciones previas. La principal orientación de la justicia intrageneracional está vinculada con los ajustes económicos y sociales de las generaciones actuales en un tiempo más corto. De ahí que el desarrollo sostenible concorra como un principio de utilización antropogénica de recursos. El objetivo es asegurar el uso de dichos recursos en el largo plazo más que preservarlos completamente. Esto implica

que si bien no existe una ley de la naturaleza que justifique el desarrollo sostenible, es ético [y moral] acatar las políticas de sostenibilidad (Matten, 1998, Renn, 1996 en Hahn, 2009: 315).

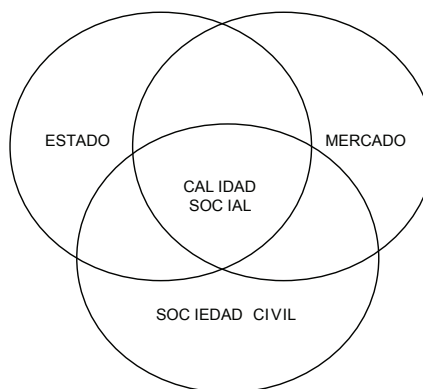
Los tres componentes del desarrollo sostenible (ecología, economía y bienestar social) conforman el denominado “triángulo de la sostenibilidad”, implica entonces que por tratarse de un asunto global y complejo, el desarrollo sostenible no puede ser confinado a un área específica a países o a regiones² (Rex-Redclif 1993 en Pohoryles, 2007: 184). De manera más concreta, garantizar uno de los componentes, no significa que el actor sea sostenible, intereses individuales (económico) e intereses colectivos (ambientales y sociales) deben perseguirse de forma paralela. Posiblemente la consideración de una relación de dependencia entre recursos ambientales y bienestar social, ha llevado a dar mayor importancia al componente ambiental. Sin embargo, no resulta adecuado suponer la existencia implícita de los asuntos sociales, ya que los daños ambientales no son los únicos que impactan negativamente a la sociedad.

La ausencia de arreglos institucionales formalmente establecidos en función de los asuntos sociales (como leyes o estatutos), no justifica el desentendimiento u omisión de los deberes sociales de las empresas. Para dichos efectos, deberá ser referido y comprendido el compromiso de cada institución con la dimensión social del desarrollo sostenible.

2. Compromiso institucional con la dimensión social

Bajo las actuales condiciones de globalización e industrialización, Estado, Mercado y Sociedad Civil constituyen instituciones que estratégicamente deben confluír e interactuar para así garantizar, no solo un crecimiento económico, sino a la vez el desarrollo político y social de las naciones. Por ello, resulta inapropiado hablar de dicotomías entre dichas instituciones, ya que dan la sensación de incompatibilidad, en su lugar, se debe propender por un nuevo modelo que las considere e involucre integralmente, concediéndole a la sociedad, el papel central que por años le ha sido negado. Las soluciones de las problemáticas de la sociedad ya no deben recaer de forma exclusiva en el Estado, deben ser producto de esfuerzos colectivos e institucionales (figura 1).

Figura 1 >>>
Perspectiva convergente del desarrollo



Fuente: Elaboración propia

² Como enfoque de política, el triángulo de la sostenibilidad se ha convertido en rectángulo con la incorporación de un cuarto componente: governance democrático y participación pública.

Bajo esta perspectiva, deben preverse posibles eventualidades originadas en la dinámica del Mercado, como puede ser una modernización apresurada que de origen a desequilibrios sociales. Los procesos de modernización se caracterizan porque los principales objetivos de desarrollo, derivan de un aumento en la productividad y de un crecimiento económico rápido, obtenido a expensas del progreso en otras áreas. Si bien es cierto, que la modernización puede generar tasas aceleradas de evolución económica, los resultados en lo comunitario, pueden parecer poco alentadores, por lo que es necesaria una política capaz de balancear el desarrollo en lo económico y lo social (Mok y Lau, 2002: 107).

Es de recordar que el crecimiento económico es sólo una dimensión del desarrollo y en consecuencia la atención debe centrarse en si la gente realmente disfruta mejoras sustanciales en la calidad de vida y si la prosperidad económica ha alcanzado propósitos sociales relacionados principalmente con el bienestar humano. En esta dirección, el desarrollo social es visto desde dos perspectivas, como un proceso crítico a través del cual la gente y las instituciones trabajan juntas para promover la realización de sus intereses comunes y como un trazado que se suma mesurablemente al bienestar social, económico y cultural de la gran comunidad de la cual la gente y sus instituciones son una parte. Cuando se hace referencia al crecimiento económico y a una mejora en el bienestar humano, se estará hablando de calidad social, la cual se define como una condición que habilita a los ciudadanos para participar en la vida política, social y económica de sus sociedades, permitiéndoles aumentar su bienestar y potencial individual.

Para lograr niveles convenientes de calidad social, se requiere que los ciudadanos accedan a un estándar mínimo aceptable de seguridad económica que los ampare de la pobreza, del desempleo u otras formas de privación material; que experimenten un nivel básico de inclusión y cohesión sociales que los habilite para vivir como seres humanos y finalmente que sean facultados para desarrollar sus competencias individuales (Mok y Lau, 2002: 110). Con base en lo anterior, el crecimiento económico, así como el desarrollo y la calidad sociales sólo serán posibles mediante una perspectiva convergente que involucre al Estado, el Mercado y la Sociedad Civil. No se trata de una función o responsabilidad exclusiva de alguna de las instituciones, es el resultado de una combinación sana y ponderada de los atributos de cada una.

3. La calidad social y el aporte de los distintos sectores

La calidad social constituye uno de los propósitos de la humanidad, aunque no siempre se puede alcanzar o mantener. El deterioro en la calidad social no tiene que ver exclusivamente con aspectos económicos sino también políticos y sociales. En términos sencillos, la calidad social implica tener una vida muy significativa a nivel individual, tener un trabajo interesante, sentirse seguro, confiado y feliz, estar cerca de la gente amada, tener diversión y vivir de acuerdo a creencias y valores considerados importantes. Implica tener la libertad de elegir aquellas cosas que desea, tener amplias posibilidades de escoger entre muchas opciones (Brown I. y Brown R., 2003: 19).

Como concepto, la calidad social describe el grado en que la gente es capaz de participar en

la vida social y económica de sus comunidades bajo condiciones que mejoran su bienestar y potencial individual. Como medida incorpora el análisis de un amplio rango de indicadores diseñados para capturar resultados de políticas y efectos más que simples insumos y objetivos. Privilegia igualmente el entendimiento de un impacto más amplio de las políticas sobre el surgimiento del individuo y de la sociedad. (O’Cinneide, Cushen, O’Gabhan, 2005:1). Desafortunadamente, el concepto de calidad social se ha convertido en un discurso académico y en un excelente argumento de las estrategias empresariales. Es así que en el plano académico no se supera la simple definición del término y se deja de lado el análisis de sus distintos componentes, se llega incluso a tratar indistintamente la calidad social con la calidad de vida y el desarrollo humano o en el mejor de los casos a tratar como sinónimos la calidad social y la cohesión social. Por su parte, los empresarios se limitan a incorporar el término en la misión o en los principios corporativos, sin establecer de manera clara las estrategias que contribuirán a elevar los niveles de calidad social.

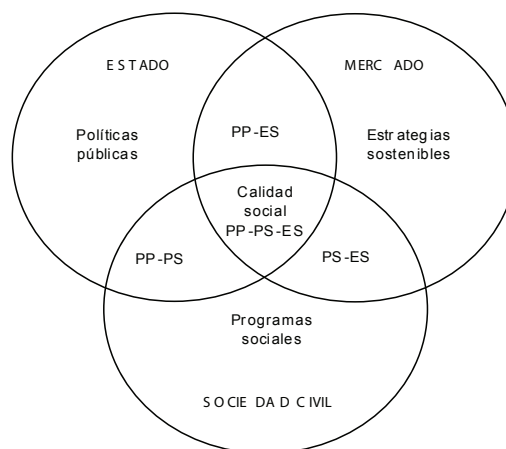
Según la *European Network Indicators of Social Quality* (ENIQ), la calidad social es una teoría basada en cuatro dominios fundamentales: seguridad socio-económica, cohesión social, inclusión social y empoderamiento social (Ward, Redgrave y Read, 2006: 10). La seguridad socio-económica esta relacionada con la certeza de acceder en el tiempo a vivienda, salud, empleo y educación. La cohesión refleja las relaciones sociales de los individuos, además de identidades, normas y valores compartidos. La inclusión denota el grado en que la gente se siente parte de o incluida en la sociedad. El empoderamiento se relaciona con las capacidades que los

individuos mejoran a través de las relaciones sociales y con los factores que los habilitan para actuar como agentes sociales.

La noción multidimensional de calidad amplía la perspectiva de desarrollo social al considerar, no solo aspectos económicos sino además intereses sociales y ecológicos. En la actualidad, el concepto de calidad es quizá el marco teórico más destacado y ampliamente usado para evaluar las condiciones de vida en una sociedad (Berger-Schmitt. 2002, 403).

Difícilmente podrá elevarse el indicador de calidad social con acciones públicas excluyentes, con paliativos privados para grandes males o con una focalización inapropiada de recursos sociales. Retomando la idea que Estado, Mercado y Sociedad Civil deben asumir un rol activo en la solución de problemáticas, significa que las entidades del gobierno implementen políticas públicas, las empresas emprendan estrategias sostenibles y las organizaciones sociales pongan en marcha programas sociales, todas ellas con una incidencia positiva en la calidad de vida de toda la sociedad y no en la de unos cuantos.

Figura 2 ➤➤
Aporte de los sectores y puntos de encuentro



Fuente: Elaboración propia

Las intersecciones originadas por la interacción E-M-SC (figura 2) deben ser tenidas en cuenta para que cada institución tome conciencia que los esfuerzos sumados pueden conseguir mejores resultados en los distintos públicos de la sociedad. Es decir, la convergencia de esfuerzos de los tres sectores además de permitir la eficiente asignación de recursos contribuye a la rápida solución de problemas ambientales y sociales.

Desafortunadamente algunas empresas no han logrado percibir la diferencia entre estrategias sostenibles y acciones ambientales y sociales. No han entendido que la dimensión social del desarrollo sostenible nunca podrá garantizarse con acciones sociales esporádicas, no obstante, si tienen bien claro que recurrir al argumento ambiental o social, contribuye sobremanera al aumento de la participación en el mercado y de las utilidades.

4. Desplazamiento de lo social por lo societal

Zsuzsa Ferge (1992) es de los primeros autores en hacer la distinción entre lo societal y lo social. Desde la óptica de las políticas públicas el concepto societal es visto como un enfoque holístico que integra asuntos sociales, económicos y educativos de las sociedades³. Además de mejorar la esfera de la política social (organización de los servicios sociales o redistribución del ingreso), garantiza una intervención social sistemática en todos los puntos de reproducción de la vida social, soportada en cambios de la estructura de las sociedades. Bajo este referente, la política societal estaría basada en el supuesto que la gente desea participar constructivamente en

la sociedad, dado que es a través de ella que se gana un sentido de autoempoderamiento y propósito común (Brown y Lauder, 2001: 252, 324). En un sentido global y algo redundante, lo societal caracteriza procesos sociales colectivos,

Los asuntos societales hacen un llamado a la construcción de consideraciones sociales y éticas en las prácticas organizacionales (adaptado de Kotler 2000 en Crane y Desmond, 2002: 551). Desempeñar un rol societal implica desarrollar acciones conjuntas con otros agentes involucrados con las prácticas del bienestar o desarrollo local (Folgheraiter, 2003: 10). De acuerdo con Boltvinik (2006: 10-11) este concepto implica:

El desarrollo de las capacidades y necesidades humanas (extensión y profundización), constitutivas de una unidad interactiva del lado pasivo y activo del ser humano. La persona realiza lo que potencialmente es como ser humano, como ser que comparte la esencia de la especie: su potencial de universalidad, de libertad, de creatividad, de conciencia, lo que supone el despliegue y desarrollo de las capacidades.

Desde la óptica del desarrollo societal, una empresa se preocupará por el bienestar de la sociedad en la medida que fabrique o comercialice alimentos que no atenten contra la nutrición y la salud de la población. Caso contrario mostrará desinterés cuando ofrezca productos nocivos para la salud como bebidas alcohólicas o el propio tabaco (Kotler 1972 en Crane, 2002: 549). Los alimentos nutritivos y exquisitos no tienen porque reservarse para los estratos más altos, deben estar disponibles permanentemente y al alcance

³ Según estudio sobre la sociedad Húngara en el periodo de la posguerra.

de toda la población, deben ser parte de la dieta tradicional. Muchos podrían pensar que ésta es una responsabilidad de las políticas públicas y no de las acciones empresariales, sin embargo, en el marco del desarrollo sostenible la sana alimentación de la sociedad es un asunto de todos incluidas las empresas del sector alimenticio⁴.

En esta misma línea societal, surge el concepto integral de la Receptividad Societal que convoca de las empresas acciones,

actitudes proactivas y el desempeño de un verdadero rol social (Karake-Shalhoub, 1999: 14). La Receptividad Societal Empresarial incluye responsabilidad, sensibilidad, capacidad de respuesta y anticipación de acciones preventivas para proteger y mejorar el bienestar de la sociedad (Carroll 1979, Sethi 1975 y Davis, Frederick y Blomstrom 1980, en Arlow y Gannon, 1982: 235). Se puede establecer entonces la siguiente función, aclarando que los cuatro componentes son sociales:

$$\text{Receptividad Societal} = f(\text{responsabilidad, sensibilidad, capacidad de respuesta, anticipación de demandas})$$

Desagregando cada componente de la receptividad, se tiene que la responsabilidad social refleja la necesidad y la obligación de una empresa de comportarse de forma responsable, ética y sostenible y de ser transparentemente consecuente con las decisiones tomadas y las acciones emprendidas que afecten a sus grupos de interés (Ness, 2005: 17). Por su parte, la sensibilidad y la capacidad de respuesta frente a las señales enviadas por la comunidad [no por el mercado], constituyen habilidades calificadas por los propios directivos como claves para la innovación. Son habilidades que llevan a las empresas a comprometerse con las necesidades de la comunidad (entorno inmediato) como uno de sus principales grupos de interés. Es a través de estos componentes que las empresas prueban las bondades de aprender y crear nuevas soluciones al interior de ambientes de mercado dinámicos (Sabapathy, 2005: 380). Por último, anticiparse a las demandas de la

sociedad no es lo mismo que anticiparse a las demandas del mercado, esto debido a que existen miembros de la sociedad que no son clientes de las empresas.

Las empresas que operan en el marco de la receptividad societal son más preventivas que curativas, van más allá de la obligación y de la reacción social. Una empresa receptiva socialmente, toma partido en los asuntos públicos, anticipa necesidades futuras de la sociedad, se moviliza hacia su satisfacción y establece contacto con el gobierno y con el tercer sector (Karake-Shalhoub, 1999: 134). Conviene destacar que la supervivencia y crecimiento de las empresas, se basan en la entrega de algunos fines socialmente deseables para la sociedad en general y en la distribución de beneficios económicos, sociales o políticos a grupos de los que deriva su poder. (Shocker y Prakash Sethi, 1973: 97).

⁴ No se puede desconocer que los problemas de obesidad infantil causados por el consumo desbordado de comidas rápidas y bebidas gaseosas, también son responsabilidad de las empresas inmersas en dichas industrias.

5. Impactos sociales colaterales

Indudablemente, el proceso de acumulación de capital y concentración de la riqueza genera fuentes de empleo y crecimiento económico, logros que suman al Producto Interno Bruto. Sin embargo, esto no significa la solución de los problemas de pobreza global, el crecimiento económico puede favorecer la riqueza, pero así mismo, constituir una causa de la pobreza. El gobierno no puede cambiar la codicia de los empresarios, ya que para ellos, tener más es natural y es el mercado el que los ayuda a lograr su objetivo. Las acciones caritativas y filantrópicas de las empresas en favor de causas sociales y ambientales, aunque útiles, aún se encuentran alejadas de las raíces del problema. Las demandas van más allá, lo que se necesita es un sistema dentro de la economía de mercado en cuyas unidades los procesos decisorios contribuyan a la reducción de la pobreza y la desigualdad (Kao R., Kao, K. y Kao R. R., 2004: xiv).

La meta de las políticas neoliberales es acelerar la acumulación de capital, con todos los efectos colaterales de explotación, concentración de riqueza, inequidad y otras características que este proceso encarna típicamente. Se argumenta incluso que las políticas de globalización neoliberal están conduciendo a una mayor dictadura del mercado; a una mayor inequidad social como resultado de un doble proceso de polarización; a una pérdida en el nivel de ingresos, en

las condiciones laborales y en la seguridad social; a vastos flujos migratorios; al deterioro y la destrucción ecológica amenazante; a un mayor papel inexplicable de instituciones internacionales y organismos regionales; y a una erosión de la democracia (Went 2000 en Sniegocki, 2008: 332).

Las actividades de los negocios en algunos casos pueden tener efectos colaterales dañinos involuntarios⁵. En teoría las empresas tendrían la obligación de prevenir daños a la comunidad [antes que repararlos] derivados de acciones intencionales y los relacionados con efectos colaterales negativos involuntarios. El fenómeno de los efectos colaterales no es un asunto de los negocios sino de la guerra y en la literatura son referidos simplemente como Doble Efecto⁶. (Rossouw, 2003: 237-238).

La mejor forma de establecer que muchas empresas intencionalmente causan efectos colaterales es a partir del principio del Doble Efecto que indica “que una acción que causa un efecto colateral negativo conocido es justificado si el propósito intencional es suficientemente bueno”. (McIntyre 2007 en Wible, 2009: 176). Según este principio las acciones a menudo tienen más de un resultado, surgiendo un problema moral cuando los efectos colaterales no son deseables, y especialmente cuando los mismos son dañinos para un grupo de individuos. En su condición de actores, las empresas, son responsables de dichos efectos cuando aún siendo predecibles insisten en el

5 Un ejemplo de tales efectos es cuando las actividades de extracción o explotación de una compañía, desestabilizan la formación del terreno al punto que las casas del vecindario se agrietan o colapsan. Si bien la empresa no emprende sus actividades con el fin de poner en peligro la seguridad de los ocupantes de las casas, tampoco considera ni anticipa las posibilidades de riesgo para el vecindario

6 Dentro de la denominada guerra justa, fueron establecidas unas directrices para asegurar que consecuencias negativas involuntarias fueran tratadas de una forma moralmente justificable. Estas directrices son referidas como “Principios del Doble Efecto” y determinan los efectos permitidos siempre y cuando se demuestre que previamente fueron cumplidos los siguientes requerimientos: 1) la acción es en sí misma legítima, 2) el actor solo propone lo positivo, 3) los efectos negativos no son medios para lograr efectos positivos, 4) los efectos positivos superan o son proporcionalmente mayores que los negativos, 5) las medidas activas son tomadas para prevenir o minimizar los efectos colaterales negativos, y 6) los efectos negativos son ineludibles, no hay otras formas de lograr los efectos previstos.

desarrollo de sus actividades productivas. Las empresas son culpables del perjuicio de los efectos colaterales al permitir que sucedan cuando podrían haberlos evitado, cuando no lo intentan o cuando los intentos son insignificantes para minimizarlos (Bomann-Larsen y Oddny, 2004: 4).

El contexto es un tema complementario al doble efecto, realizar negocios en un estado de bienestar democrático es diferente a hacerlo en un sistema dominado por la corrupción o donde gran parte de la población es analfabeta, pobre y carente de sistemas de seguridad social. El potencial de daño es más grande en sociedades vulnerables por lo que los esfuerzos por evitarlo o minimizarlo deben ser mayores. Aunque la obligación de no causar perjuicio aplica en todos los escenarios, el requerimiento explícito, dependerá de los factores contextuales. En estos escenarios, son necesarios enfoques directivos sensibles al contexto. Un contexto de negocios que funcione para el bienestar de todos es aquel en el que cada individuo se beneficia de la actividad de negocios y nadie resulta perjudicado, derivado precisamente de la existencia y el cumplimiento de leyes e instituciones que protegen a todos sin excepción (Bomann-Larsen y Oddny, 2004: 6-7).

Debido a que tanto la receptividad societal como la prevención y reparación de efectos colaterales, invocan insistentemente la "obligación" conviene entonces aclarar el carácter de la misma. Una empresa estará obligada legalmente en la medida que existan normas jurídicas (Constitución, leyes, decretos, resoluciones) que regulen su actuación (resoluciones y decretos que establecen la información mínima que debe contener un rótulo o etiqueta de un producto

alimenticio). Éticamente la empresa estará obligada cuando un conjunto de valores y actitudes revelen una forma particular de toma de decisiones socialmente conscientes (producción limpia o ecología industrial). Por su parte, los gerentes estarán moralmente obligados por las virtudes que les ayudarán a formular una filosofía de vida aplicada en diferentes esferas (gerencia ecocéntrica).

6. Estrategias verdaderamente sostenibles

El boom ambiental y social, entendido como el creciente y repentino afán por adoptar un discurso armónico con los recursos y las especies (incluida la humana), ha dado origen a una serie de conceptos que no son otra cosa que llamados al cumplimiento parcial de las dimensiones del desarrollo sostenible, conceptos derivados de intereses económicos y vistos como oportunidades para incrementar participación en el mercado y beneficiar colateralmente a la sociedad.

Es preciso aclarar que el involucramiento de las empresas con la dimensión societal, nada tiene que ver con la responsabilidad social empresarial. Mientras la primera constituye un componente directivo y una obligación para las empresas, la segunda se limita a actividades netamente operativas y opcionales. La satisfacción social nada tiene que ver con la construcción o dotación de escuelas o con el ofrecimiento de salarios justos, implica direccionar la empresa y tomar conciencia que se encuentra inmersa en una sociedad y que cualquier decisión la afectará positiva o negativamente según la acción (Jackson y Nelson, 2004: 78).

El deber y compromiso con el bienestar de la sociedad, no puede reducirse a una dimensión

operativa materializada a través de programas opcionales. La dimensión societal del desarrollo sostenible, solo podrá garantizarse mediante una permanente consideración de las cambiantes expectativas sociales. En este propósito han sido identificados siete principios capaces de guiar la actuación de los empresarios que desean contribuir a una mejor sociedad y que han sido reconocidos como las nuevas reglas del juego (Jackson y Nelson, 2004: 2-5).

Innovación para el bien público. Procesos de innovación que se anticipen o respondan no sólo a las necesidades del consumidor sino también a las tendencias societales, constituyéndose en el soporte de los negocios sostenibles y rentables. Entre los esfuerzos por integrar consideraciones sociales y ambientales en los procesos de innovación figuran búsqueda de nuevos usos para los productos, fabricación de productos con una vida útil mayor, mejora de procesos operativos y orientación de necesidades de consumidores.

La gente como eje fundamental. Establecer relaciones estrechas con los stakeholders de la empresa incluida la sociedad, es crucial para anticipar o responder a las condiciones competitivas cambiantes y a las expectativas societales. Relaciones que deben basarse en principios como beneficio mutuo, aprendizaje, rendición de cuentas, transparencia y confianza. Si las empresas no expresan su voluntad para asumir como propios los retos de la comunidad, no podrán exigir reciprocidad ni compromiso en los momentos de crisis.

Garantía de oportunidades económicas para la comunidad local. Incluye vincular mano de obra de la localidad sin importar su

grado de calificación, invertir en el desarrollo económico de la región, establecer vínculos comerciales con pequeños proveedores locales, apoyar programas para aumentar el acceso a la tecnología, a la información, a la educación y a la capacitación de la comunidad.

Compromiso con las políticas públicas y los programas sociales. Existe una necesidad creciente y potencial de las empresas por construir alianzas no sólo con otras empresas del sector, sino también con organizaciones no gubernamentales y con entidades del gobierno para construir marcos de política pública más progresivos, más instituciones de gobernación legítima y mecanismos de mercado más equitativos. Bajo este principio, la empresa puede servir como medio para la implementación de programas sociales.

Orientación hacia otros criterios de desempeño. Adicional al desempeño financiero y comercial, las empresas deben garantizar un desempeño ético, societal y ambiental, estableciendo para ello sistemas de gestión, estructuras de incentivos, programas de entrenamiento y procesos flexibles, creando así una cultura orientada al desempeño. En este sentido, los indicadores en materia de calidad social resultan adecuados para determinar el nivel de desempeño de las empresas.

Práctica de un governance superior. Las empresas visionarias tienen un buen entendimiento de la agenda global emergente y están respondiendo activamente a su conformación. Practicarla exige enfoques de gobernación más rigurosos y sostenibles, reconocer la importancia de soportar interacciones más transparentes y honestas entre empresas y gobiernos. El *governance* exige el establecimiento de

prácticas gerenciales orientadas a asegurar transparencia y a garantizar independencia, capacidad y responsabilidad en las decisiones de sus directivos.

Propósitos más allá de la utilidad. Incorporar principios y valores claros en las operaciones diarias de una empresa, demanda un esfuerzo sistemático, riguroso y continuo que vaya más allá de la finalidad lucrativa. Alinear estrategias con acciones, exige compromiso de los empleados, consulta de los stakeholders externos, inversión en sistemas de rendición de cuentas y práctica de los principios mencionados en los tiempos difíciles más que en los prósperos.

Una estrategia será societal en la medida que cumpla con todos y cada uno de los principios mencionados, el hecho que una empresa actúe con base en uno sólo no garantiza la dimensión societal del desarrollo sostenible. Las estrategias de las empresas, de alguna manera, deben procurar la superación de los fallos del mercado y que toman la forma de los retos mencionados previamente y relacionados con la salud, la seguridad, la generación de conocimiento y desde luego con el medio ambiente (Sandler, 2004: 3). Las decisiones de los directores de empresa deben permear profundamente el tejido de la sociedad, y dada la propagación de los mercados globales y las corporaciones multinacionales, también el tejido de otras sociedades (Sarra, 2003: xxiv).

Conclusiones

Aunque el desarrollo sostenible tiene literal y expresamente un sentido ecológico y social, en los últimos tiempos la denominación sostenible ha sido empleada para referir de manera

exclusiva asuntos ecológicos o ambientalmente amigables. Y es el propio desarrollo sostenible el que establece que las soluciones de las problemáticas de la sociedad ya no deben recaer de forma exclusiva en el Estado, deben involucrar igualmente a las unidades del Mercado. El equilibrio del desarrollo económico con el social garantizará el crecimiento económico y la calidad social de las naciones. Difícilmente, podrán elevarse los indicadores de calidad social con acciones públicas excluyentes, paliativos privados para grandes males y focalización inapropiada de recursos sociales. Se requiere que las entidades del gobierno implementen políticas públicas, las empresas emprendan estrategias sostenibles y las entidades sociales ejecuten programas sociales que incidan positiva y conjuntamente en la seguridad económica, la cohesión, la inclusión y el empoderamiento de los miembros de la sociedad.

Las empresas difícilmente podrán garantizar localidad social con acciones sociales esporádicas, se demanda de ellas estrategias verdaderamente societales. Los asuntos societales hacen un llamado a la construcción de consideraciones sociales y éticas en las prácticas empresariales y a la implementación de acciones conjuntas con otros agentes involucrados con el bienestar o el desarrollo local. Contribuir desde la empresa, al desarrollo societal implica proporcionar bienestar a todos los miembros de la sociedad, sin importar si estos desempeñan o no el papel de consumidores individuales. En el desempeño de esta función, la Receptividad Societal lleva a las empresas a ser responsables, sensibles y proactivas frente a las demandas de la sociedad mejorando así su bienestar.

Cuando se presentan en un mismo plano la calidad social y la receptividad societal, pueden generarse ciertas confusiones que conviene

aclarar. Tres son las instituciones (Estado, Mercado y Sociedad Civil) responsables de garantizar la calidad social, considerada esta como un parámetro o propósito al que deben contribuir no solo las entidades gubernamentales y las organizaciones sociales sino también las empresas con sus estrategias sostenibles. Las estrategias sostenibles de las empresas, en el plano ambiental y social, además de los principios tradicionales como la rentabilidad, la competitividad, la eficiencia y la conciencia ambiental, deberán incorporar ahora la receptividad societal con todos sus componentes (responsabilidad social, sensibilidad social, capacidad de respuesta social y anticipación de demandas sociales). Partiendo de la idea que las políticas públicas son actividades del gobierno ejecutadas bien sea directamente o a través de agentes, podrían involucrar a las empresas como agentes y apoyarse en ellas para la entrega de valores a la ciudadanía. Por su parte, las donaciones de recursos y de bienes de las empresas pueden soportar la implementación de los programas sociales a fin de lograr objetivos concretos

en la sociedad. Bajo estas circunstancias, las empresas tendrán la posibilidad de alinear sus estrategias sostenibles con las políticas públicas y los programas sociales soportadas en principios corporativos como la receptividad societal y la conciencia ambiental. De paso la empresa garantizará uno de los principios establecidos para permear el tejido de la sociedad y contribuir a mejorar la sociedad: el compromiso con las políticas públicas y los programas sociales.

El equilibrio del desarrollo económico con el social y con el ambiental, es decir la conquista del desarrollo sostenible, garantizará el crecimiento económico y la calidad social de las naciones. Las estrategias sostenibles de las empresas en los tres planos (económico, social y ambiental) deberán soportarse en los tradicionales principios corporativos de competitividad, rentabilidad y eficiencia pero también en los recientemente propuestos como la receptividad societal y la conciencia ambiental.

Bibliografía >>

- Arlow, Peter y Martin J. Gannon (1982, abril). "Social Responsiveness, Corporate Structure, and Economic Performance". *Academy of Management Review*, vol. 7, No. 2. p. 235-241.
- Berger-Schmitt, Regina (2002). "Considering social cohesion in quality of life assessments: concept and measurement" *Hagerty, Michael R., Joachim Vogel, y Valerie Møller (Edit.). Assessing Quality of Life and Living Conditions to Guide National Policy: The State of the Art*. Hingham: Kluwer Academic Publishers.
- Boada Ortiz, Alejandro, Simona Rocchi y Michael Kuhndt (2007). *Negocios y sostenibilidad más allá de la gestión ambiental*. Bogotá: Editorial Politécnico Granacolombiano.
- Boltvinik, Julio (2005, abril-junio). "Ampliar la mirada. Un nuevo enfoque de la pobreza y el florecimiento humano". *Papeles de Población*, No. 044: 9-42.
- Bomann-Larsen, Lene y Wiggen, Oddny (2004). *Responsibility in World Business: Managing Harmful Side-Effects of Corporate Activity*. Tokyo, United Nations University Press.
- Brown, Ivan y Roy I. Brown (2003). *Quality of Life and Disability: An Approach for Community Practitioners*. Philadelphia: Jessica Kingsley Publishers.
- Brown, Phillip y Hugh Lauder (2001). *Capitalism and Social Progress: The Future of Society in a Global Economy*. New York. Palgrave Macmillan.

- Crane, Andrew y John Desmond, (2002), "Societal marketing and morality". *McDonagh, Pierre (edit.) European Journal of Marketing*, Vol. 36, No. 5/6: 548-569.
- Fergus A. y J. Rowney (2005). "¿Sustainable Development: Lost Meaning and Opportunity?". *Journal of Business Ethics*, No. 60: 17-27.
- Folgheraiter, Fabio (2003). *Relational Social Work: Toward Networking and Societal Practices*. London: Jessica Kingsley Publishers.
- Hahn, Rüdiger (2009). "The Ethical Rational of Business for the Poor – Integrating the Concepts Bottom of the Pyramid, Sustainable Development, and Corporate Citizenship". *Journal of Business Ethics*, No. 84: 313–324.
- Jackson, Ira A. y Jane Nelson. *Profits with Principles: Seven Strategies for Delivering Value with Values*. Westminster: Doubleday Publishing, 2004.
- Kao, Raymond W. Kenneth R. Kao y Rowland R Kao (2004). *Entrepreneurial Approach to Stewardship Accountability: Corporate Residual and Global Poverty*. River Edge, World Scientific Publishing Company.
- Karake-Shalhoub, Zeinab A. *Organizational Downsizing, Discrimination & Corporate Social Responsibility*. Westport: Quorum Books, 1999.
- Mok, Ka-Ho y Maggie Lau. (2002), "Changing government role for socio-economic development in Hong Kong in the Twenty-first Century". *Policy Studies*, Vol. 23, N°2.
- Ness, Elizabeth (2005). "Corporate social responsibility". *Brown, Cristopher Stephen (Edit.). Sustainable Enterprise*. London, Kogan Page, Limited.
- O'Conneide, Séamus, Jean Cushen y Fearghas O'Gabhan. (2005). *European Network Indicators of Social Quality. Social Quality. The Irish National Report*. European Foundation on Social Quality. Amsterdam.
- Pohoryles, Ronald J. (2007). "Sustainable development, innovation and democracy. What role for the regions?" *Innovation (Editorial)*, Vol. 20, No. 3: 183-190.
- Rao, C. P. (Edit.) (1998). *Globalization, Privatization and Free Market Economy*. Westport: Quorum Books.
- Rossouw, G J (2003). "Business is not just war. Transferring the principle of double effect from war to Business". *South African Journal of Philosophy*. 2003, 22 (3): 236-246.
- Sabapathy, John (2005). "Corporate responsibility and innovation". *Brown, Cristopher Stephen (Edit.). Sustainable Enterprise*. London, Kogan Page, Limited.
- Sandler, Todd (2004). *Global Collective Action*. West Nyack: Cambridge University Press.
- Sarra, Janis (Edit.) (2003). *Corporate Governance in Global Capital Markets*. Vancouver, BC, UBC Press.
- Shocker, Allan D. y S. Prakash Sethi. (Summer, 1973). "An approach to incorporating societal preferences in developing corporate action strategies", *California Management Review*. Vol. XV, No. 4: 97-105.
- Sniegocki, John (2008). "Neoliberal globalization: critiques and alternatives". *Theological Studies*, 69. P. 321-339.
- Ward, Paul, Paul Redgrave y Cathy Read (2006). "Operationalizing the Theory of Social Quality: Theoretical and Experiential Reflections from the Development and Implementation of a Public Health Programme in the UK". *European Journal of Social Quality*, Vol. 6, Issue 2: 9–18.
- Wible, Andy (2009). "Knobe, Side Effects and the Morally Good Business". *Journal of Business Ethics*. No. 85: 173–178.
- Zadek, Simon. (1998). *Values, ethics and accountability. Increasing the value of competitive success*. Paper preparado para Committee of Inquiry on a New Vision for Business.