



La empresa del siglo XXI: una entidad social

Cultura de Integridad

● ○ ○ FICHA BÁSICA

Fecha	Agosto 2014
Tpo. de lectura	10 min.

La Era de la colaboración

El mundo está cambiando, de eso no cabe ya ninguna duda. Y parte de ese cambio incluye, por cierto, el ámbito corporativo. Estamos frente a nuevos paradigmas empresariales que adaptan, amplían y complementan los tradicionales. Asimismo, los ciudadanos están más informados, conscientes, interconectados, participativos y empoderados, y abogan por mayor transparencia y creación de valor social por parte de las compañías.

Se ha hecho evidente hoy que la empresa es, en esencia, una entidad social. A nivel mundial ya está instalado que la visión de sus objetivos, reducida sólo a la maximización de beneficios y la generación de empleo y riqueza, es insuficiente.





Así, se ha extendido la convicción de que una economía globalizada obliga a un actuar plenamente consciente, donde prime la generación de valor para todos los stakeholders, muy especialmente para la comunidad o sociedad donde la organización está inserta y es capaz de generar dinámicas virtuosas que se irradian desde su centro hacia el resto de la sociedad.

Esto permite que la empresa responda de mejor manera a las necesidades humanas, sociales, económicas y ambientales del entorno en el que está inserta y es capaz de generar dinámicas virtuosas que se irradian desde su núcleo al resto de la sociedad.

Modelos empresariales propositivos han surgido por decenas en los últimos años, pero si hay algo en que todos coinciden es en que esta nueva etapa está marcada por la palabra “colaboración”.

Es decir, la empresa, además de ser el motor de la economía:

- Aporta al bienestar de sus trabajadores y de la sociedad a través de un actuar ético;
- Se hace responsable por la preservación del medio ambiente y, a nivel macro, colabora en la construcción de una sociedad más justa, equitativa y cohesionada.
- Lo anterior como resultado de una mirada corporativa que ha ido madurando, y que hoy considera el bien común como parte de su propio interés.

Sostenido en el tiempo, este cambio del foco empresarial apunta a la persona como centro y razón de ser de la organización, lo que se traspasa a su sentido trascendente o sentido de misión

FUENTE: esta ficha fue elaborada a partir de la transcripción del video que acompaña y de extractos del libro “Bien común, dilemas éticos y compromisos empresariales”.