

El papel del sector empresarial en la construcción de paz^{*}

The role of business sector in peacebuilding

Carlos H. Velasco S.^{**}

El sector empresarial es un importante actor de la sociedad en cualquier país y contexto, aún más en una situación como la enfrentada por Colombia, en las últimas décadas, donde las empresas han tenido que desarrollar sus actividades en medio del conflicto armado. En ese escenario de conflicto, el sector empresarial¹ ha asumido múltiples roles como víctima, agente pasivo, agente responsable, constructor de paz y, en algunos casos, generador de violencia.

Por lo anterior, no hay duda de que la participación de la empresa en una etapa de posconflicto y en la construcción de paz es definitiva. Existen muchas experiencias nacionales e internacionales que evidencian el aporte de las empresas a la construcción de paz, mediante la creación de programas específicos para dicho fin.

Sin embargo, también está demostrado que cuando las empresas adelantan programas que no son parte de su negocio y que no están inmersos en su «ADN» como organización, estos tienen una alta probabilidad de fracaso por diferentes causas, entre las cuales están la falta

de continuidad y de conocimiento. Por ello la principal contribución del sector empresarial, tanto durante un conflicto como en sus etapas posteriores, debe partir de un actuar socialmente responsable que debe estar completamente integrado a los sistemas de gestión y de planeación estratégica de los negocios.

El contexto moderno de la Responsabilidad Social (RS) incluye temas ambientales y laborales, pasa por Derechos Humanos y desarrollo comunitario, hasta el comportamiento ético y de gobierno corporativo en que las empresas pueden asegurar su contribución a la paz.

El concepto de RS ha evolucionado en el mundo y en la industria. Inicialmente, consistía en actividades basadas en la filantropía y en el asistencialismo, con un enfoque en donaciones y, en general, en dar respuesta a listas de solicitudes presentadas por los grupos de interés.

Posteriormente, migró hacia un concepto conocido como la «licencia social para operar» en el cual las empresas debían responder por sus

^{*} Ponencia presentada en el XX Seminario Internacional de Bioética «Del conflicto armado al conflicto político» realizado por el Departamento de Bioética de la Universidad El Bosque, Bogotá, Colombia, el 10 y el 11 de octubre de 2014. Documento entregado el 10 de octubre de 2014 y aprobado el 5 de diciembre de 2014.

^{**} Ingeniero electrónico, especialista en Planeamiento Estratégico, magíster en Ingeniería Electrónica, magíster en Gerencia Financiera. Experto en diseño e implementación de las políticas y estrategias de sostenibilidad, responsabilidad social, manejo del entorno, comunicación estratégica y relación con comunidades étnicas. Actualmente es consultor independiente. Correo carvela60@gmail.com

¹ Cfr. FUNDACIÓN IDEAS PARA LA PAZ (FIP), ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA (ANDI) y CONSEJO INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA SUECA (NIR). ¿Cómo construir paz desde el sector empresarial en Colombia? 2014.

impactos y su objetivo principal de relación con el entorno era alcanzar una operación más eficiente. En esta etapa, la RS adquirió un mayor alcance, al incluir temas ambientales, laborales y de inversión social estratégica, y se reconoció que la interrelación de la empresa se extendía a muchos grupos de interés como la comunidad, los trabajadores, las autoridades, los contratistas, las organizaciones no gubernamentales, los medios de comunicación y los sindicatos, entre otros.

A partir de la creación de la Guía Internacional ISO 26000, se tiene una definición globalmente aceptada para el concepto de RS. Dicha guía establece que la RS es «la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones».

Esto significa que las empresas deben entender que hacen parte de una sociedad a la que le deben aportar valor mediante de una interacción responsable y transparente, y que su futuro como organización está completamente ligado al de sus vecinos y no podrán crecer sin ellos. Por tanto, para la construcción de paz lo primero que debe hacer el sector empresarial es trabajar sobre un concepto de cocreación para la generación de futuro y valor compartido con todos sus grupos de interés, partiendo de su RS.

Según Porter y Kramer², la generación de valor compartido tiene tres líneas de acción:

- repensar productos y mercados;
- redefinir la productividad en la cadena de valor;
- construir *clusters* alrededor de las empresas.

Sin embargo, estas tres líneas se orientan básicamente a la generación de capital económico, y para poder trabajar en este, en un contexto como el colombiano, es indispensable crear primero las condiciones adecuadas, es decir, asegurar un desarrollo integral del entorno para que las líneas de acción de generación de valor compartido propuestas por Porter y Kramer puedan funcionar.

Por estas razones, al hablar de la generación de futuro y valor compartido, y para apoyar en la construcción de paz, las empresas deben considerar y trabajar en otros componentes de valor, además del capital económico, de los cuales se destacan capitales como el humano, el social, el ecológico y el «reputacional».

Adicionalmente, las empresas deben entender que no hay forma de crear ese futuro y valor compartido de forma unilateral. Al igual que en el caso de la RS, la noción de construcción de desarrollo ha evolucionado. La verdadera creación de valor debe consistir en un proceso donde haya participación interactiva entre la comunidad, la empresa y el Estado.

En resumen, el papel de la empresa en la construcción de paz en Colombia es vital, y si bien es importante analizar la posibilidad de generar programas especiales para apoyar a grupos específicos de personas afectadas por el conflicto, antes de ello las empresas deben asegurar que sistemáticamente operan de una forma socialmente responsable y que trabajan en la cogeneración de futuro y valor compartido con todos los grupos de personas con las que se relacionan.

² PORTER, Michael E. and KRAMER, Mark R. *Creating Shared Value*. Harvard Business Review. January 2011.