

¿Es útil la RSC local para mejorar el liderazgo global?

Toda empresa ha de satisfacer las necesidades de los distintos mercados donde opera. Por eso, un buen líder global debería conocer en profundidad los contextos locales. Una posibilidad es abordar sus particularidades a través de la RSC.



29 de septiembre de 2017

¿Y si la **responsabilidad social corporativa** (RSC) sirviera para mejorar el liderazgo global?

La literatura académica suele entender el **liderazgo global** como un proceso descendente en el que los líderes aplican un conjunto universal de principios y procedimientos, una visión que desatiende muchas veces el contexto local.

Sin embargo, las multinacionales han de responder a las demandas de las diferentes partes del mundo donde operan. De ahí la importancia de contar con herramientas que permitan tener una comprensión profunda de lo local.

El camino de la RSC

Los profesores del IESE [Carlos Rodríguez-Lluesma](#) y [Marta Elvira](#), junto con **Anabella Dávila**, de EGADE Business School, proponen un acercamiento a lo local a través de la RSC. En su opinión, para desarrollar una comprensión profunda de los múltiples contextos locales, los líderes globales deben comprometerse con los **grupos de interés** de la compañía y establecer con ellos **relaciones horizontales**, no de subordinación.

Los autores entienden la RSC como una práctica institucionalizada que formaliza el compromiso de la empresa con sus *stakeholders* y que, en consecuencia, constituye un espacio natural para reconciliar la **disyuntiva entre eficiencia y significado**.

La investigación llevada a cabo sugiere que las empresas multilatinas, es decir, aquellas multinacionales nacidas en América Latina que operan en múltiples países de la región, dedican mucho esfuerzo a iniciativas para ayudar al desarrollo de las comunidades donde están presentes y dar respuesta a las necesidades de los grupos de interés locales, tanto los más prominentes como los minoritarios y silenciosos.

Ahora bien, el estudio también señala que hasta la fecha no se conoce cómo dichas empresas, que suelen caracterizarse por un rápido crecimiento y en general tienen un proceso de internacionalización fuerte y reciente, trasladan estas actividades y experiencias de ciudadanía corporativa a sus **modelos de formación para el liderazgo global** de los empleados.

Una oportunidad estratégica

Esto representa una oportunidad para integrar la RSC en el ámbito de la dirección de personas, según los autores, pues el interés por el desarrollo de las comunidades locales podría alimentar iniciativas para mejorar los programas de formación en liderazgo global.

Hay que tener en cuenta que una **visión estratégica** de la responsabilidad social corporativa se fundamenta en **dos pilares**: los comportamientos de ciudadanía corporativa y las prácticas de dirección de personas que vinculan a los empleados con sus comunidades cercanas.

Aunque la responsabilidad social corporativa ha sido tradicionalmente una extensión de la actividad económica principal de la organización, los autores señalan que en los últimos años multinacionales como **Santander**, **Telefónica** o **Nestlé** han descentralizado sus fundaciones para poder adaptarse mejor a las necesidades de los mercados emergentes e implementar iniciativas de RSC de mayor alcance.

Sobre la investigación

El estudio se ha realizado a partir del análisis de los informes anuales de sostenibilidad de diez empresas multilatinas.

www.iese.edu/es/insight