

**UNA MIRADA A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EN LAS EMPRESAS COLOMBIANAS**

**LUISA FERNADA PULIDO MIER
JORGE ARMANDO CASTAÑEDA VIRGUEZ**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMINARIO DE GRADO
BOGOTÁ D.C. COLOMBIA
MAYO 10 DE 2010**

**UNA MIRADA A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EN LAS EMPRESAS COLOMBIANAS**

**LUISA FERNADA PULIDO MIER
JORGE ARMANDO CASTAÑEDA VIRGUEZ**

**DOCENTE:
FANETH SERRANO LEDESMA**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMINARIO DE GRADO
BOGOTÁ D.C. COLOMBIA
MAYO 10 DE 2010**

INTRODUCCION

La responsabilidad social empresarial es una conducta de negocios proveniente de la ética empresarial adaptada como una filosofía corporativa que lleva a las compañías a evaluar sus impactos tanto positivos y negativos e implementar acciones buscando el mejoramiento de su relaciones internas y externas, aunque esta metodología no es nueva en sus principios su expansión comienza en los años 60 en Estados Unidos de donde se multiplica alrededor del mundo, en este sentido es necesario analizar la actual situación de las empresas colombianas respecto a la responsabilidad social empresarial con el fin de aprovechar los cambios que se están experimentando en la actualidad para proponer una guía de aplicación a este concepto.

Se comenzará entonces por realizar una definida observación de la situación en que se encuentran ubicadas las organizaciones a nivel nacional, tomando como parámetro Generali Colombia y 3M Colombia frente al concepto de responsabilidad social, y luego mediante ejemplos reales se diseñará un plan gerencial que sirva de guía para la adecuada implementación del concepto en las empresas del país.

La responsabilidad social debe ser entendida desde diferentes enfoques, se ha caído en el error de clasificarla como meramente verde, guiada al correcto manejo de los recursos naturales, la evacuación de los desechos industriales y hacer parques infantiles, la responsabilidad social implica desde la total satisfacción del primer cliente de la compañía que son sus colaboradores

internos pasando por los proveedores, la comunidad y la sociedad en general hasta el impacto de sus acciones al entorno en el que se encuentra.

No existe un lineamiento formal que establezca los parámetros de aplicación de responsabilidad social en la empresa colombiana. La empresa colombiana está sufriendo un cambio en sus estructuras que desde el punto de vista de la alta gerencia deben ser aprovechables en pro del desarrollo sostenible organizacional; esta propuesta busca entonces generar la guía que encamine al gerente a plantear las estrategias que desarrollen los objetivos planteados.

Se busca a través de este trabajo realizar un compendio de las mejores prácticas empresariales enfocadas al manejo efectivo de la responsabilidad social, alcanzando mejores estándares en las compañías para beneficio de los empleados, la sociedad y el medio ambiente.

De esta manera invitamos al lector para que conozca estas organizaciones ejemplo de responsabilidad social empresarial, con el fin de cultivar en él una cultura guiada hacia el desarrollo sostenible, concepto tan importante y necesario en la sociedad del presente y con visión hacia el futuro.

1. DOS DE LAS EMPRESAS MÁS VISIBLES

Toda compañía tiene de alguna u otra forma responsabilidad social independiente a su tamaño sea de bienes o servicios ya que en el ejercicio de su proceso productivo, sus acciones generan impactos al entorno, de esta forma toda compañía debe establecer planes y programas para minimizar el mencionado impacto, comenzando por la parte interna de la compañía para luego ir exteriorizando los avances y finalmente crear un desarrollo sostenible integral que aporte valores a la sociedad.

Actualmente en Colombia la responsabilidad social está tomando importancia generada a partir de la preocupación popularizada por el medio ambiente y el agotamiento de los recursos naturales, las compañías han comenzado a elaborar planes de acción pero aún falta mucho camino por recorrer según una publicación de la Superintendencia de Sociedades solo el 38.25% de las empresas realiza acciones enfocadas a la responsabilidad social, de las cuales tan solo el 2.48% están documentadas y sólo el 8.07% las evalúa y mide.¹

La responsabilidad social cuenta con técnicas y herramientas para la efectiva implementación en la compañía, y aplica en diversas áreas tanto a nivel interno y externo de la empresa. En la ejecución de la responsabilidad social en la compañía encontramos generalmente cinco escenarios principales claves estos son: el normativo, el operacional, el económico, el social y el ambiental.

¹ <http://www.jccconta.gov.co/conferencia2009/responsabilidadsocial.pdf>

La Imagen de la compañía es un factor clave en el mercado, y la responsabilidad social puede contribuir en la formación de esa imagen favorablemente o no, aunque no debe ser vista como una herramienta de mercadeo, ya que la responsabilidad social debe ser honesta en sus principios para la generación de bienestar social.

Si la valorización social de la empresa se convierte en una moda, es porque acarrea en su seno la búsqueda por parte de la sociedad de una nueva forma de regulación de las relaciones sociales, ya no centrada en el consumo o en los modos de vida, si no en la esfera de la producción de bienes y servicios.

Uno de los principales objetivos de la responsabilidad social es llevar a la compañía a mejores niveles éticos, culturales y comportamentales por medio de la autorregulación y la auto reflexión frente a las acciones y diferentes roles desempeñados en la compañía, esto solo se logra mediante la ejecución de estrategias claras y objetivas que involucren al individuo y resalten su labor dentro de la organización.

El objetivo de este documento es precisamente esbozar la situación actual de la responsabilidad social en Colombia tomando como ejemplo dos compañías establecidas en el país que han sido claro ejemplo de la implementación de estrategias encaminadas al cumplimiento de las directrices y parámetros de la responsabilidad social empresarial a pesar de que aun en Colombia las regulaciones no son lo suficientemente claras, estas empresas además de su éxito económico y liderazgo en su respectivo mercado contribuyen a la formación de una sociedad más igualitaria y solidaria, a través de sus valores corporativos, apoyo integral a sus colaboradores y programas sociales eficientes en pro de la educación y la cultura.

1.1 GRUPO GENERALI

El grupo Generali, es una multinacional italiana con casa matriz ubicada en Trieste, dedicada a satisfacer las necesidades de protección de sus clientes, mediante el desarrollo y comercialización competitiva de servicios de Seguros Generales y de Vida buscando siempre la excelencia en la calidad de sus productos y servicios, una adecuada rentabilidad para sus accionistas y el mejoramiento del nivel de vida de sus colaboradores.

Generali cuenta con unos principios de responsabilidad social los cuales tienen como propósito fijar criterios básicos para regular la dirección y control, y de este modo fortalecer la confianza y garantizar la protección de los grupos de interés relevantes stakeholders². Estos principios son altamente monitoreados para su estricto cumplimiento por los directivos de los países donde el Grupo tiene presencia.

Principio 1: Integridad

La compañía siempre deberá actuar con honradez y rectitud.

Principio 2: Capacidad, cuidado y diligencia

Los colaboradores deben llevar a cabo sus actividades comerciales con la debida capacidad, pericia y diligencia.

Principio 3: Prudencia

Los directivos deberán conducir su negocio y organizar sus asuntos con prudencia.

Principio 4: Tratamiento a los clientes

² Stakeholders: cualquier persona o entidad que es afectada por las actividades de una organización.

Los colaboradores deberán atender las necesidades de información que tengan sus clientes y darles un trato justo.

Principio 6: Conflictos de interés

Los altos directivos deben evitar los conflictos de interés que se puedan presentar tanto interna como externamente.

Principio 7: Quejas

La compañía debe mantener un sistema de manejo y solución de queja eficiente, respetuosa justa y adecuada para prevenir, en lo posible, litigios con los consumidores.

Generali confía en que sus “stakeholders”, actuales y futuros, valorarán este esfuerzo encaminado a desarrollar un Grupo intrínsecamente mejor, y con mejores oportunidades para todos sus colaboradores.

El Grupo siempre garantiza que sus empleados dispongan de un nivel de profesionalidad adecuado para la realización de las funciones que les son asignadas. A tal efecto, el Grupo esta comprometido a potenciar las competencias de las personas que lo integran, poniendo a su disposición los instrumentos más apropiados para la formación, la actualización y el desarrollo profesional.

La empresa por tanto, garantiza a los empleados condiciones de trabajo que respeten la dignidad de la persona y un ambiente de trabajo seguro y saludable, ya que considera la integridad física y moral de los empleados como un valor fundamental.

Las personas constituyen el activo clave del Grupo: gracias a ellas es posible alcanzar la máxima satisfacción del cliente, con el consiguiente aumento de valor de la inversión para los accionistas. El Grupo procura por lo tanto

seleccionar y retener personal altamente cualificado, prestando especial atención a los factores de motivación y a las necesidades específicas de formación, teniendo en cuenta el potencial individual y propiciando un ambiente de trabajo constructivo, gratificante y armónico.

Todo el personal mantiene con la empresa un contrato de trabajo con arreglo a la normativa vigente, quedando prohibida toda forma de trabajo irregular o de explotación.

El Grupo evita toda forma de discriminación, tanto en el proceso de selección como en la gestión y desarrollo de la carrera profesional.

Los perfiles profesionales de los candidatos se evalúan única y exclusivamente en función de los intereses de la empresa. Además, el Grupo rechaza toda acción que pueda suponer abuso de autoridad y que, en términos generales, viole la dignidad y la integridad de la persona.

Tanto en el momento de la contratación como en el transcurso de la relación laboral, el personal recibe información clara y precisa sobre los aspectos normativos y retributivos.

Durante todo el periodo de su relación laboral, el empleado recibe indicaciones que le permiten comprender sus funciones y desarrollarlas dentro del respeto a su categoría profesional y puesto de trabajo. Con objeto de garantizar un alto grado de profesionalidad, el Grupo se compromete a reconocer y promover las habilidades de sus empleados, poniendo a su disposición medios de formación y actualización de conocimientos.

En este contexto, la Escuela Internacional del Grupo se encarga de la organización de cursos de formación de alto nivel para empleados de todo el Grupo a nivel mundial.

El Grupo fomenta el espíritu de pertenencia de sus empleados no solamente durante la jornada laboral sino también después de la misma. A través de los clubes sociales, el Grupo promueve actividades recreativas del personal, tanto en activo como jubilado, fomentando la organización de eventos culturales, deportivos y sociales.

En el contexto ambiental el Grupo es altamente comprometido con los principios del medio ambiente y tiene conciencia de que este es un bien fundamental para la sociedad.

A estos efectos, el Grupo se orienta hacia soluciones que permitan compatibilizar los criterios económicos con las exigencias medioambientales, teniendo en cuenta, además del respeto a la normativa vigente, los últimos resultados de la investigación científica y las mejores experiencias en la materia.

El Grupo garantiza un ambiente de trabajo conforme a la normativa vigente en materia de seguridad y salud, mediante la monitorización, gestión y prevención de los riesgos relacionados con el desempeño de la actividad profesional.

1.2 3M COLOMBIA S.A.

Minnesota Mining and Manufacturing Co., más conocida como 3M fue fundada en 1902 Minnesota, EEUU. Comenzando con la producción de papel de lija, el negocio más antiguo de la compañía. Es una compañía multinacional con presencia en más de 60 países y ventas en más de 200,

basada en la innovación a través del uso de la ciencia y la tecnología, produciendo miles de productos innovadores, es líder en diferentes mercados como el de salud, seguridad vial, abrasivos, adhesivos y productos de oficina.

El éxito se basa en la habilidad de combinar tecnología, para satisfacer las necesidades de los clientes, destacando a el capital humano buscando contribuir con soluciones que le permitan realizar las labores de forma más fácil, segura y eficiente.

La compañía tiene unos valores corporativos comunes a todas las subsidiarias y sedes alrededor del mundo, bajo estas premisas se mueven sus empleados y conviven en un ambiente laboral que impulsa sus carreras a través de planes de liderazgo y capacitación.

La siguiente es la declaración de valores corporativos y valores individuales aplicados por la compañía alrededor del mundo:

1.2.1 Valores Corporativos

- Actuar con honestidad e integridad en todo lo que hacemos.
- Proveer a nuestros inversionistas un retorno atractivo a través de un crecimiento sustentable y global.
- Satisfacer a nuestros clientes con tecnología innovadora y calidad superior, nuestros valores y servicios.
- Respetar nuestro medio ambiente social y físico alrededor del mundo.
- Valorar y desarrollar el talento, las iniciativas y el liderazgo de nuestros empleados.
- Ganarnos la admiración de todos quienes están asociados a 3M mundialmente.

1.2.2 Valores Individuales

- Respeto por la dignidad de las personas
- Valoración de la diversidad
- Igualdad de oportunidades
- Libertad para la creatividad personal
- Desafío de las capacidades individuales

Estos valores y el excelente clima laboral de 3M, han posicionado a la compañía como una de las mejores empresas para trabajar en el mundo, esto se ha logrado gracias a políticas internas de comunicación efectiva entre los empleados y la empresa, efectuando reuniones periódicas y abiertas con todos los empleados donde se comparte la información de interés general; desarrollando espacios multidisciplinarios donde empleados que comparten una especialidad funcional se reúnen para intercambiar información y conocimiento. A partir de estos espacios se elaboran proyectos orientados a mejorar las condiciones laborales tales como el balance de vida que consiste en tomar medio día libre una vez al mes en horas laborales.

3M se caracteriza por promover una cultura organizacional enfocada al liderazgo buscando establecer una metodología de trabajo innovadora, responsable, eficiente, ética y energética. Para llegar a ese liderazgo 3M ha interiorizado prácticas y atributos definidos para el impulso del mismo estas son:

- Piensa de afuera hacia adentro
- Impulsa la innovación y el crecimiento
- Desarrolla, enseña y logra el compromiso de los demás
- Toma decisiones valientes
- Lidera con energía, pasión y sentido de urgencia
- Vive los valores de 3M

3M Colombia se preocupa por detectar personas dentro y fuera de la organización con alto potencial de desarrollo para proyectarlas tanto en el país como a nivel internacional, existen fuertes políticas de promoción y postulación interna, además de Capacitación, participación en equipos multidisciplinarios, entrenamiento en el extranjero y programas de Asignaciones temporales fuera del país.

1.2.3 Responsabilidad Social en 3M

Muchas empresas hoy en día toman la Responsabilidad social como una moda más pero para 3M es una prioridad. La compañía lleva años con la filosofía de que una buena reputación no sólo depende de los resultados financieros, sino también del estilo de hacer negocios.

Desde el año de 1975, la compañía fue pionera en aplicar normativas medioambientales bajo la premisa de la innovación, involucrando a los empleados en una iniciativa que ha servido de inspiración para otros, llamada "La prevención de la contaminación genera beneficios".

La Compañía cuenta con una excelente reputación no sólo en responsabilidad corporativa, sino también en el aprovechamiento de oportunidades de negocio. 3M Colombia está comprometida proactivamente con el desarrollo sostenible del medio ambiente, la responsabilidad social y el progreso económico de aquellos lugares en donde se encuentra ubicada, de ésta forma se busca satisfacer las necesidades de la sociedad actual.

Todo lo que la compañía hace y produce está enfocado en sus Valores Corporativos y sus acciones del día a día se ajustan a la Política de Conducta en los Negocios.

Las estrategias de 3M de crecimiento sostenible tienen como objetivo conseguir la satisfacción de sus clientes y el éxito comercial, basado en un

marco de valores incluidos medio ambientales, de bienestar social y económico.

El éxito económico se alcanza construyendo una fuerte relación con los clientes desarrollando soluciones prácticas, ingeniosas y diferentes, la cual es base para la premisa de innovación de la compañía ayudando a que sus consumidores puedan enfrentar los constantes y desafiantes cambios en los negocios en un mundo globalizado.

Respecto a la protección ambiental 3M Colombia aporta soluciones prácticas y efectivas, con productos enfocados en mejorar el medio ambiente, teniendo en cuenta en su proceso los estándares internacionales y nacionales en normas de seguridad ocupacional como el OSHA³, cuidando que cada producto introducido en el mercado se encuentre bajo estos parámetros y que sean usados de forma adecuada para cumplir este requisito 3M Colombia cuenta con técnicos especializados por líneas de producto encargados de llegar al usuario final con capacitación y entrenamiento directo para minimizar riesgos, por otra parte en el desarrollo de nuevos productos y tecnologías la compañía que tiene objetivos claros en promover el uso de materiales eficientes y amigos de la naturaleza, compuestos basados en productos naturales, evitando el uso de solventes y gases tóxicos que contaminan el agua, los suelos y el aire al contacto.

A nivel local la compañía trabaja por alcanzar los más altos estándares de desarrollo sostenible cumpliendo las normativas establecidas por el gobierno en este sentido 3M Colombia S.A. ha obtenido en los últimos años el reconocimiento del Programa de Excelencia Ambiental -PREAD- siendo reconocidos como empresa en la categoría "Excelencia Ambiental Distrital Generando Desarrollo Sostenible, por los logros mostrados y el estricto

³ OSHA (Occupational Safety and Health Act): Ley marco de la Salud Ocupacional en los Estados Unidos

cumplimiento legal ambiental. Para esto ha implementado estrategias de minimización de impacto del normal desarrollo administrativo de su sede en la avenida el Dorado, como la planta de tratamiento de aguas residuales, baños ecológicos que utilizan el mínimo de agua posible, la política de mugs donde cada colaborador tiene un recipiente propio para el consumo de agua y el uso de vasos hechos 90% de pino en las maquinas de café, eliminando así el uso de vasos desechables plásticos y su desperdicio, además de campañas de reciclaje de papel, canecas marcadas con sus respectivo tipo de basuras, y concientización del impacto de sus acciones en la naturaleza.

A nivel externo la compañía colabora con organizaciones sin ánimo de lucro, no solo con recursos propios, en este sentido la compañía cuenta con el compromiso de sus colaboradores que aportan tiempo y dinero a causas sociales, como la organización Dividendo por Colombia de la cual 3M Colombia es de sus principales contribuyentes, además de planes de capacitación y entrenamiento a sus clientes finales, llevando a un nivel especializado a sus consumidores, convenios de apoyo con organismos como el Sena.

De esta forma hemos descrito el interior de estas dos grandes empresas, que aplican de forma eficiente la llamada responsabilidad social empresarial, a continuación encontrara una guía de fácil aplicación a cualquier tipo de compañía sea de bienes o servicios para el establecimiento de políticas y medidas en beneficio de la compañía y el entorno.

2. MODELO VIABLE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PROPUESTA APLICABLE A TODA ORGANIZACIÓN

Las empresas tienen un objetivo triple: fabricar un producto, obtener ganancias y asegurar la armonía entre los individuos que las componen e interactúan con ellas. Si la empresa falla en alguno de estos puntos, su existencia se verá comprometida.

Después de haber dado una mirada a dos de las empresas más representativas en la aplicación de la responsabilidad social en nuestro país, se hace necesario plantear (bajo los parámetros vistos) una propuesta que en el futuro pueda llegar a ser aplicada en la mayoría de las organizaciones.

Como se ha podido observar a través del primer capítulo, tanto Generali como 3M Colombia, se preocupan porque los actores tanto internos como externos que intervienen en todo el proceso de producción de bienes y servicios, queden totalmente satisfechos con la labor realizada; así, la sostenibilidad de una empresa se prolonga en el tiempo contribuyendo al desarrollo de la sociedad y de sus individuos.

A pesar de la existencia de otras compañías con alto nivel de compromiso con la responsabilidad social, muchas que servirían de ejemplo además de las mencionadas, en el país son más los casos negativos que los positivos, aunque las regulaciones internacionales apunten a una formalización de la responsabilidad social empresarial a través de normas como la ISO 26000, por el momento esta se constituye como una guía ya que en principio no será certificable, por lo cual no estará ligada a un estricto cumplimiento para las

compañías pero es un buen parámetro para comenzar la masificación de sus filosofías en todo tipo de empresas tanto privadas como públicas o de bienes y servicios, sin importar su tamaño, número de empleados, la naturaleza de sus actividades y productos.

En esta nueva tendencia de las certificaciones y cumplimiento de normas por parte de las compañías, vemos que en un principio el tema de la calidad con el ISO 9000, era suficiente para las empresas, con ella podían alcanzar los estándares internacionales exigidos en cuanto a procesos; luego vino la implementación de la ISO 14000 que trata sobre el tema del ambiental y ecológico, en la cual muchas de las empresas colombianas se encuentran trabajando para lograr esta certificación que día a día cobra mayor importancia, pero detrás de esta evolución en cuanto a normatividad empresarial encontramos la preocupación de las compañías por mejorar su relación con el entorno y sus colaboradores, es ahí donde la norma ISO 26000 jugara un papel sumamente importante ya que esta busca establecer una guía práctica para la aplicación correcta y estandarizada en materia de responsabilidad social empresarial en diferentes aspectos como el cultural, ambiental, legal y económico al interior de las organizaciones.

La responsabilidad social empresarial como lo hemos venido mencionando a través de este escrito, va más allá de la preocupación por la contaminación ambiental o dar donativos a obras sociales, esta implica un enfoque integral de las acciones realizadas por las compañías y sus impactos en toda la sociedad. No se debe confundir a la responsabilidad social con asistencialismo esta es una práctica muy difundida en la sociedad colombiana, donde a nombre de ayudar a los más necesitados se descargan los sentimientos de culpa y no se ve más allá del problema, este es un círculo vicioso que genera dependencia, vulnerabilidad y más pobreza, ya que la mayoría de las compañías escapan a la responsabilidad social por medio de

limosnas y meriendas a las comunidades, haciendo a un lado su verdadera misión como entes participes fundamentales de la sociedad.

Hay otra corriente en la cual las compañías han encontrado un canal de transferencia de recursos económicos, este se ha constituido en algunos programas sociales abanderados por empresarios adinerados que buscan generar bienestar a la sociedad a través de la financiación de la educación, la cultura y el deporte; el altruismo aunque contribuye a la sociedad si se hace de una manera correcta, no es la forma adecuada de manifestar la responsabilidad social empresarial, el altruismo debe ser entendido como una conducta humana individual diferente al comportamiento socialmente responsable de las organizaciones.

La responsabilidad social empresarial tampoco es un asunto de marketing institucional, donde se aprovecha la imagen de las corporaciones como colaboradores de la sociedad para ganar clientes y posición en el mercado.

La responsabilidad social debe ser un código de comportamiento empresarial, en la medida que los negocios se den de forma justa, es decir que exista una ganancia para ambas partes, estableciendo los límites morales del alcance de la producción de las compañías, la responsabilidad social es una ampliación de la ética a nivel de las compañías.

La ISO 26000 que busca normatizar voluntariamente a las compañías en el adecuado manejo de la responsabilidad social empresarial, aunque no se han publicado oficialmente las normas bajo las cuales operara, si se conocen las pautas o parámetros bajo las cuales se deben medir las acciones de las compañías que buscan ser socialmente responsables, estos campos que cubren diferentes aspectos se constituirán en la carta de navegación. Esta guía además permitirá una estandarización del vocabulario o terminología común internacionalmente para su fácil comprensión e implementación.

Los principios generales bajo los cuales opera la responsabilidad social empresarial deben ser de público conocimiento por compañía en la que se va a desarrollar el programa, estos incluyen conceptos como el de la transversalidad, integrando progresivamente la responsabilidad social dentro del conjunto de acciones que realiza la compañía, la legalidad donde especifica que se deben cumplir y respetar la legislación vigente. Además de tener un enfoque en los grupos de interés considerando las necesidades y expectativas de estos teniendo en cuenta sus actividades, conjuntamente con la coherencia con los compromisos que se hayan adquirido llevando a cabo las acciones necesarias para el cumplimiento de los objetivos propuestos y cuidando que las actividades propias de la compañía no entren en conflicto con estos compromisos.

Siguiendo con los principios generales de la responsabilidad social empresarial, encontramos la voluntariedad de las compañías ya que esta debe ser tomada como un principio intencional para la aplicación, también la adaptabilidad o flexibilidad en cuanto a la implementación particular en cada compañía, interiorizando practicas de forma voluntaria en la gestión y cultura de las empresas mas allá de lo estimado, bajo indicadores de eficiencia creando valor agregado a la compañía que impacte en el mediano y mejor aún en el largo plazo.

Todos estos principios deben estar amparados por la transparencia en las actividades y la correcta comunicación para que sean comprendidas al interior de las empresas buscando el mejoramiento continuo y la integración de la responsabilidad social dentro del sistema de gestión de las entidades.

La identificación de los de los grupos de interés o stakeholders es primordial, ya que normalmente son vistos como el entorno pero este concepto implica a todos los individuos o conjuntos sociales, con interés legítimo, que se vean

afectados por las acciones presentes o futuras de la empresa⁴, aquí encontramos a los empleados, los proveedores, la comunidad, la competencia, los socios y el estado.

La guía técnica Colombiana 180 (GTC) de responsabilidad social originada por ICONTEC, ofrece orientación a las organizaciones para la implementación de este tipo de prácticas en Colombia, aunque se han tomado modelos extranjeros para el desarrollo de esta guía, se han hecho ajustes para adaptarlo a la realidad del país.

En la Guía Técnica Colombiana 180 (GTC) de responsabilidad social, se tratan varios aspectos de interés, como el respeto a la dignidad de las personas como derecho humano fundamental entre los integrantes de un ambiente de trabajo, el cumplimiento de las normas legales y la gestión social para el beneficio de la sociedad, también trata sobre la autorregulación ética mediante el desarrollo de manuales donde se resalten los principios y valores, la participación de los empleados en la toma de decisiones de la compañía y la racionalización de los recursos utilizados en los procesos, igualmente destaca la solidaridad y la ayuda mutua entre las personas para el cumplimiento de los objetivos y su contribución al desarrollo humano integral y el mejoramiento continuo.

La ISO 26000 se constituye como una guía efectiva y de aceptación mundial para que las organizaciones puedan operar bajo parámetros de responsabilidad social empresarial, donde se respeten las particularidades propias de cada sociedad en los aspectos cultural, social, político, económico, ambiental, legal en el que se localizan.

⁴ Asociación española de normalización y certificación. Sistema de Gestión de la responsabilidad social de las empresas. AENOR. 2009

Los ejes principales que desarrolla la Responsabilidad Social Empresarial propuestos por la ISO 26000 son siete que van desde el medio ambiente, los derechos humanos y hasta los consumidores temas que desarrollaremos a continuación:

2.1 Medio Ambiente:

El tema del medio ambiente ha generado gran preocupación en la sociedad, debido al impacto de la contaminación emitida por las fábricas y que afecta directamente a los ecosistemas, en este sentido se deben buscar programas que prevengan la contaminación y al mismo tiempo el calentamiento global, se debe procurar por el consumo sostenible y el uso de la tierra ofreciendo:

- Preservación y restauración de ecosistemas y medio ambiente natural
- Respeto por las generaciones futuras

2.2 Derechos Humanos

Los derechos humanos a nivel organizacional, deben ser algo intrínseco e inherente en las empresas, toda vez que es un principio de sana moral el cual en su buena práctica realza los valores institucionales de cualquier entidad. Entre los derechos principales a tener en cuenta están:

- Derechos civiles y políticos
- Derechos económicos, culturales y sociales
- Derechos laborales fundamentales
- Derechos comunitarios

2.3 Prácticas Laborales

Las mejores prácticas a nivel mundial sobre responsabilidad social, definen la seguridad de los colaboradores y del entorno como el principal eje de aplicación a nivel interno de las organizaciones, y trabajan especialmente sobre los siguientes ítems:

- Salud y seguridad en el trabajo
- Condiciones de trabajo dignas
- Desarrollo de los recursos humanos
- El trabajador como ser humano

2.4 Prácticas operacionales justas

En la producción, las empresas que practican un desarrollo transparente de bienes y servicios inclinado a la ética de producto deben aplicar la:

- Promoción de actividades éticas y transparentes
- Comercio justo
- Promoción de la libre competencia
- Aplicación de prácticas justas y éticas de suministro y pos-suministro
- Respeto por los derechos de propiedad intelectual y otros tipos de propiedad y respeto por los intereses de los usuarios
- Lucha contra la corrupción

2.5 Involucramiento de la comunidad y Desarrollo de la sociedad

El afecto y respeto por la humanidad en los altos directivos de una organización, debe resaltar en ella bajo la creación de valor tanto al interior como en el entorno, asegurando el sostenimiento en el largo plazo generando:

- Impactos en el desarrollo de la sociedad

- Filantropía

2.6 Tema de consumidores

La responsabilidad social empresarial en el cuidado de los agentes involucrados con sus impactos debe procurar fundamentalmente por la satisfacción de una de sus clientes y consumidores, deben existir canales efectivos de comunicación y desarrollar productos adecuados a sus necesidades además de:

- Entregar a los consumidores información adecuada y precisa
- Suministro y desarrollo de servicios y productos socialmente beneficiosos
- Suministro y desarrollo de productos y servicios seguros y fiables
- Protección a la privacidad de los consumidores

2.7 Gobierno Organizacional

Las políticas de gobierno organizacional y las conductas éticas dentro de las compañías deben ser interiorizadas y divulgadas a todos los colaboradores, para su replicación en el diario desarrollo de las actividades, además de difundir el respeto por las normas y la ley, los aspectos más importantes de este tema son:

- Inclusividad
- Entrega de la información
- Respeto a la ley
- Rendición de cuentas

Finalmente la responsabilidad social debe gobernar hacia el mejoramiento de las condiciones sociales, culturales y económicas de los individuos, buscando

resaltar la dignidad humana, el valor de las personas, el respeto por la singularidad e individualidad del ser humano, construyendo equidad e igualdad de oportunidades.

Los colaboradores de las compañías deben convertirse en ejes de cambio, se debe trabajar para mejorar el mundo y no por ganar un salario para subsistir, se debe querer lo que se hace para encontrar felicidad en el entorno laboral, las empresas deben procurar que el clima organizacional sea el adecuado para generar bienestar y mayor productividad.

Las compañías deben buscar la realización profesional y personal de sus empleados, procurando la felicidad de sus colaboradores; se han realizado estudios donde se comprueba que las personas que están felices son más productivas que las que no lo están. Ya existen institutos encargados de medir y publicar las mejores empresas para trabajar como el “Great Place To Work Institute”, que brinda asesoría para mejorar la satisfacción del cliente interno y la productividad, además funciona como un excelente marketing institucional.

El desarrollo sostenible es la tendencia actual de las empresas en países desarrollados y con visión de futuro, la responsabilidad social esta implícita en este concepto y debe estar regida por todos, en especial por las empresas.

CONCLUSIONES

Las organizaciones mundiales comprometidas con la responsabilidad social se han dedicado a observar detenidamente la obligación que tienen con el ser humano como el principal colaborador de sus actividades comerciales, creyendo fielmente que de su bienestar y felicidad depende su eficiencia, y por esta razón han implementado cambios notorios en relación a la búsqueda de esos factores de éxito personal que redundan en la eficacia empresarial consiguiendo así la creación de valor para todo el conjunto.

La responsabilidad social vista a través de estos capítulos, plenamente identifica los principales parámetros y conceptos bajo los cuales las compañías colombianas deben enfocarse en la búsqueda de la correcta implementación de la ética empresarial, pero ante todo, es un cambio que corresponde darse a nivel individual, ya que las personas tienen la obligación de ser éticas en todas las acciones que realizan cada día, no solo en el ámbito laboral, sino también al interior de la familia y en la sociedad en general.

Incentivar la ética permitirá entonces, concebir una mejor sociedad y una cultura humanista que se preocupa por sus impactos a nivel individual y colectivo; es labor de las compañías cultivar los valores para que ocurra este cambio en pro del desarrollo sostenible de las naciones.

BIBLIOGRAFIA

- FERNANDEZ GAGO, Roberto. Administración de la responsabilidad social corporativa. España; México: International Thomson Editions, 2005. ISBN: 978-95-8834-101-9
- PEREZ, Teodoro. Gerencia social integral e incluyente. Bogotá: Universidad de la Salle, 2006.
- INSTITUTO COLOMBIANA DE NORMAS TECNICAS. Compendio tesis y otros trabajos de grado. Normas Técnicas Colombianas sobre documentación. Bogotá: ICONTEC, 2009. (NTC 1487)
- Norma Guía ISO 26000 de Responsabilidad Social. 2007.
- Asociación española de normalización y certificación. Sistema de Gestión de la responsabilidad social de las empresas. AENOR. 2009
- OSHA (Occupational Safety and Health Act): Ley marco de la Salud Ocupacional en los Estados Unidos. 2006.
- JUNTA CENTRAL DE CONTADORES. Responsabilidad social empresarial [en línea]. http://evirtual.lasalle.edu.co/info_basica/nuevos/guia/GuiaClaseNo.3.pdf [citado en 28 de Abril de 2010]