

ENSAYO RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



LEONARDO PUERTO DÍAZ

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTADA DE CIENCIAS ECONOMICAS

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

BOGOTA DC

ABRIL 30 DE 2014

Introducción

La responsabilidad social empresarial es una nueva forma de hacer empresa en Colombia. Por los recientes procesos de globalización que vivimos, ésta modalidad de empresa surge del convencimiento por una necesidad de innovación y alcanzar competitividad en el ámbito empresarial, sumando un componente la sostenibilidad que debe ir más allá de lo tecnológico para instalarse en el campo de la gestión y de la relación de la empresa con su entorno social y ambiental.

Cuando hablamos de responsabilidad social empresarial se tienen diversas opiniones cómo se debe abordar este tema según el sector económico dependiendo quién y cómo utilizan el concepto. La forma de administrar los recursos que aporta las empresas es un aspecto cuestionable ya que se dirige a unas pocas comunidades que son elegidas para desarrollar sus programas de responsabilidad social empresarial e impacto en el medio ambiente.

Debemos partir que la responsabilidad social empresarial debe ir más allá de la regulaciones y cumplimiento de leyes internas del país donde opera y que deben ser catalogados como requisitos mínimos exigibles, así como el cumplimiento de los acuerdos y tratados internacionales sobre el control de la corrupción, respeto por los derechos humanos, laborales, y protección del ambiente donde se haga participe a todas las partes interesadas dentro de un marco de principios y valores.

Para determinar que la responsabilidad social empresarial es una forma de hacer empresa en Colombia, vamos a partir de conceptos generales de fundamentación de la responsabilidad social empresarial sumado a estudios ya realizados por investigadores expertos en el tema.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL UNA FORMA DE HACER EMPRESA EN COLOMBIA

Inicios de la Responsabilidad Social Empresarial.

La responsabilidad social surge en el momento que la globalización empieza a exigirle a los países y naciones una mayor capacidad de satisfacción de las demandas de sus ciudadanos sobre los daños que están causando al ecosistema por la industrialización. Durante la década de los 50 en los Estados Unidos grupos de activistas religiosos con impacto mediático deciden no apoyar ni invertir en compañías cuyos productos o servicios hicieran peligrar el tejido moral de la sociedad, pues consideraban no ético lucrarse de ello. Así, las empresas que promocionaban el alcohol, el juego y el tabaco fueron “vetadas” y perjudicadas por las acciones de ciertos círculos sociales.

Un segundo momento trascendental se da precisamente, hacia 1970, con el fenómeno mundial por los escándalos de corrupción en algunas multinacionales, cuando el mundo se comenzó a cuestionar sobre el modelo tradicional de hacer empresa; al respecto Peter Drucker en su obra la Sociedad Poscapitalista,(Peter, 1992), retoma del modelo propuesto por Milton Friedman, según el cual “el objetivo de las corporaciones es maximizar y optimizar sus niveles de beneficios económicos”. Frente a este modelo afirma que: “Es una insignificancia argumentar, como hace el economista y premio Nobel Milton Friedman, que una empresa sólo tiene una responsabilidad: los resultados económicos”.

Conseguir los recursos económicos es la primera responsabilidad de una empresa, y la que no obtiene beneficios por lo menos iguales al costo de capital es socialmente irresponsable ya
Leonardo Puerto D.

quede pilfarras los recursos y le resta valor a la compañía. Pero el rendimiento económico no es la única responsabilidad de una empresa.

Se comenzó a hablar de las responsabilidades al evaluar los impactos que generaban las actividades industriales sobre sus comunidades y se concentraba básicamente en el manejo de sus residuos. Si logramos que las prácticas de responsabilidad social empresarial sean parte de nuestra estrategia empresarial y de nuestra forma de hacer negocios encontraríamos un mayor compromiso de todos los colaboradores internos de las empresas, así lograríamos generar conciencia de cambio y de cuidado con nuestro entorno. Las empresas líderes en responsabilidad social son aquellas que presentan altos niveles de compromiso y aceptación tanto de las normas de calidad y de gestión como respeto mutuo hacia las demás organizaciones y la misma sociedad con las herramientas existentes. (Vergara, & Vicaría, 2009).

Para gusto de otros quizás pudiera resultar más apropiado si se mira por el lado de “devolver” o “pagar” a la sociedad y al mismo estado, aquello que han tomado las empresas para generar sus utilidades y que han consumido o de resarcir el daño que sus actividades han podido generar a las comunidades a las personas y al Estado. (Drucker, 1992).

Con relación a la ética empresarial

La ética personal se centra en la acción del individuo, y se caracteriza por que el sujeto actúa sobre sí mismo e interactúa intencionalmente con otros, queriendo realizar unos determinados valores por los que ha optado. En cambio, la ética social se caracteriza por la desaparición de la conexión inmediata entre cada opción o acción personales y sus resultados prácticos. La ética es una cualidad que solo se puede aplicar a las personas, porque únicamente las personas son capaces de actuar libre y responsablemente.

El problema de Colombia y de la mayoría de países es que no tenemos claro el concepto de ética, no se tiene claro lo que es ser ético. La Unión Europea legislo la ética y la filosofía en responsabilidad social en el 2004, mientras que en Colombia todavía estamos en el modelo 68, apenas estamos entendiendo el concepto.(Miller, & Maldonado,, 2004).

Para abordar el tema es necesario aclarar, en primer lugar, que las organizaciones no surgen como consecuencia de la generación espontánea, son creadas con una finalidad y un propósito, y al instituirse, las empresas son responsables de establecer sus códigos y valores y de seleccionar al personal que más se ajuste a los mismos. No al revés. Se cree firmemente que las personas pueden alterar la ética existente en las empresas y por ende la percepción de la misma, pero, en realidad, son las personas quienes deben ajustarse a los códigos de ética predominante de la organización que los contrata y los cuales no les han de ser ajenos porque, es obvio, que se han de sentir identificadas con ella si mostraron interés por ingresar en esa organización en particular.

Los empleados o colaboradores poseen su propia visión del mundo, expectativas y valores, pero estos elementos han de tender que coincidir con los que posee el ambiente laboral si se desea trabajar en armonía y por un bien común, por tanto, no puede imaginarse que serán los colaboradores quienes marcarán la pauta en relación a las expresiones éticas de la empresa, pues es ésta la que debe establecer la línea a seguir y procurar que se siga a cabalidad.

Las expresiones éticas de la empresa dependerán de los valores que ésta posea y manifieste, si tales valores son contrarios a los que el colaborador posee le será prácticamente imposible ajustarse a los aspectos éticos esperados, por lo tanto, será responsabilidad de la empresa comprobar la coincidencia de valores y expectativas de sus candidatos antes de la contratación y

será responsabilidad de los aspirantes determinar si los mismos se ajustan a los propios y por lo tanto pueden ser respetados y modelados sin que ello genere conflictos de ninguna índole.

Con relación a la Responsabilidad Social

El otro aspecto es que las empresas no se crean para beneficiar a la sociedad, o por lo menos no las mercantiles, por lo tanto la "responsabilidad social" tampoco ha de ser vista como una obligación ni como parte del código de ética de las empresas. La responsabilidad social surge de la evolución del pensamiento humano y con él la aceptación de que todos estamos interconectados y relacionados y que, por lo tanto, no hay nada que se realice, ninguna acción independiente, que no afecte al colectivo.

Una vez que se llega a ese nivel de conciencia las actividades que se realizan en una empresa están orientadas a generar utilidad económica y de impacto social a través del bienestar de sus trabajadores y los aportes que, de manera voluntaria ofrezcan a la comunidad. Pero la verdadera "responsabilidad social" no se decreta ni se impone, tales acciones lo que originan son desviaciones en el concepto y su ejecución.

Obligar a través de una norma a realizar actividades de apoyo a las comunidades, al deporte, expresiones culturales y/o educativas, la generación de becas o ayudas, no puede considerarse como una genuina expresión de responsabilidad social, es simplemente el cumplimiento de la exigencia legislativa, de la acción impositiva de la ley cuyo irrespeto generará sanciones. Hacerlo porque la ley lo exige es como quien siendo padre cuida a su hijo porque así lo expresa el código civil y no porque entiende percibe y comprende que el éxito y el bienestar de su progenitor es también el suyo.(Socorro, 2009).

La empresa mostrará una verdadera madurez organizacional cuando, independientemente de la norma, procure expresiones que faciliten el desarrollo, esparcimiento, crecimiento y bienestar de quienes hacen vida laboral en ella y de aquellos que están presentes en su entorno inmediato y más allá.

Contar con la clasificación de empresa socialmente responsable se ha convertido en requisito para competir en diferentes mercados. Por ejemplo el mercado internacional exige que se cumplan y respeten determinados estándares en material social y ambiental, cada día existen más regulaciones sobre este tema y lograr obtener las certificaciones es un proceso exigente. Una verdadera estrategia de responsabilidad social dependerá de la actitud sincera de la empresa con su entorno. La responsabilidad social permite ganar legitimidad y aceptación social.

Los factores que hacen que cada vez más las empresas apliquen criterios de responsabilidad social corporativa es que hay más inquietud de la ciudadanía por problemas ambientales, las inquietudes también son globalizadas y esas inquietudes cada vez afectan más a los criterios de compra y de inversión en los productos de las empresas. Además las actividades de las empresas se ven expuestas a la sociedad con mucho más fuerza que en otros momentos gracias a los nuevos medios de comunicación, la información fluye más en un entorno globalizado.

Para considerarnos como una empresa socialmente responsable primero debemos conseguir que seamos lo que decimos ser, reconocer nuestra identidad, coordinar la imagen empresarial, coherencia entre identidad e imagen, para hablar sobre la responsabilidad social debemos vender lo que decimos que vendemos, ser una empresa auténtica, ese es el principio en la práctica de ser responsable social.

Una empresa que lleva acabo lo que dice, que tiene calidad con sus productos, que presta una buena atención a sus clientes, que es ético en la generación de contratos y mantiene los compromisos adquiridos, es solamente responsable social con la organización ya que cumple su compromiso comerciales, paraqué exista un sentido de responsabilidad social empresarial deben ir más allá de estos aspectos, esta es la estructura para edificar un proyecto empresarial innovador y moderno como nueva propuesta de negocio.

Las empresas existen para generar dinero pero más que eso, viven para generar oportunidades de relación, de nuevos nichos de mercado, el dinero es un elemento importante y esencial pero no es el único; hay que analizar el impacto que la empresa produce en el aire, en la tierra, en el agua, además de que esto sea un ejercicio de responsabilidad social ahora es una herramienta de competitividad.

No podemos olvidar que la sociedad es imparable y demanda un buen producto, con mejor calidad, atención al cliente y que la manera para no quedarse fuera del mercado es entendiendo que el argumento de responsabilidad social es reputación y estrategia para la consolidación de nuestra empresa, con mejor reputación venderemos más, tendremos mejor colaboración de empleados y por tanto mejores resultados de acuerdo a nuestra estrategia.

Los directores de las empresastienen unas responsabilidades propias de su cargo muy específicas, muy complejas, que requieren una especial capacidad las cuales deben constituir su prioridad y mayor interés, definir el objetivo, las estrategias y las políticas del negocio que trascienden las áreas funcionales del mismo y les son comunes. Establecer la estructura y el clima organizacional apropiado y motivar y liderar la definición e implementación de las estrategias y políticas de área (mercadeo, producción/operaciones, financiación y apoyo

administrativo) necesarias para lograr el objetivo del negocio dirimir controversias entre áreas respecto a las estrategias y las políticas y su implementación.

Motivar y liderar el establecimiento de un sistema de información externo sobre desarrollos del macro y microambiente y un sistema de información interno sobre la actuación de la empresa basado en índices objetivo de gestión. Realizar el control del desarrollo del microambiente y de los resultados de la empresa en cuanto al cumplimiento de los índices de gestión, y tomar las decisiones finales para la reorientación de las estrategias y políticas cuando ello sea necesario.

Sin embargo en las empresas medianas y mucho más en las pequeñas, el gerente muchas veces por necesidad, asume la responsabilidad y se sumerge en ella con orientación de áreas específicas y más en las de realización de actividades de tipo operativo, y al hacerlo así, asume junto con el de gerente, el papel de administrador, y ello si bien puede ser necesario, es muy inconveniente porque limita la disponibilidad del gerente para cumplir con las responsabilidades propias de su cargo, que son las que hemos mencionado y que son las que van a dar lugar al desarrollo rentable del negocio.

Si una empresa quiere crecer y desarrollarse rentablemente, es necesario que así como invierte en equipos e instalaciones, invierta en recurso humano capacitado para atender el desarrollo de las estrategias, políticas y actividades las diversas áreas de un negocio, dentro del marco de las establecidas para el negocio como un todo y liderado por su gerente.

El tiempo de los líderes organizacionales sin un límite en las instalaciones de la empresa atendiendo proveedores, organizando la producción, autorizando financiaciones a clientes, buscando fondos en entidades financieras, negociando con distribuidores y clientes, atendiendo casos de personal, no es un buen gerente. Seguramente es un excelente administrador pero una

empresa para desarrollarse, necesita más que eso, necesita, también, gerente que desarrolle las funciones que aquí se han mencionado.

La responsabilidad social se construye a partir del consenso entre los diversos sectores empresariales, además de tener claro los diferentes roles y responsabilidades que tiene la empresa, es decir, la responsabilidad económica de la empresa es ser rentable, la responsabilidad legal y fiscal es cumplir con la ley y pagar impuestos y la responsabilidad social a menudo se relaciona con protección ambiental que busca diferentes soluciones sostenibles para el uso de recursos naturales con el objetivo de reducir el impacto ambiental de la compañía, la responsabilidad ambiental va más allá de cumplir leyes gubernamentales y de incentivar el reciclaje o la eficiencia energética.

Responsabilidad ambiental como enfoque global

Las empresas juegan el papel fundamental dentro de la responsabilidad ambiental ya que son directamente responsables por los impactos ocasionados en el ambiente independiente a las actividades por mínimas que desarrollen en su entorno económico.

Viéndolo desde un enfoque global con respecto a la producción de bienes y servicios lo cual incluye los costos asociados a la producción, así como a los procesos y servicios del negocio, se debe adoptar una posición seria frente a la responsabilidad con que se practica por ejemplo: la eliminación de desechos y emisiones con la maximización en la eficiencia y productividad de todos los activos y recursos. Así como y la minimización de prácticas que pudieran afectar negativamente la disponibilidad de los recursos naturales del planeta por parte de las generaciones futuras.

Para que este exista un equilibrio se debe crear un compromiso entre empresa y entorno, donde ambos trabajen equitativamente, en pocas palabras se debe implementar responsabilidad ambiental en las grandes, medianas y pequeñas empresas colombianas, y que estas no solo logren comprender el concepto, además puedan aplicarlo en sus empresas, sin embargo no solo hay que asociar este término con reciclar, ahorrar agua y luz, entre otras, también hay que empezar a pensar más allá e implementar estrategias ambientales que le permitan a las empresas ser mucho más eficientes y competitivas, contribuyendo así a la sociedad, la rentabilidad de la organización, el impacto que la actividad genera al ecosistema y la comunidad.

Competencias para el desarrollo ambiental en responsabilidad social empresarial

Para Beatriz Soto, (Soto, 2010), licenciada en Sociología con un Máster en Gestión y Administración de los Recursos Humanos. Tras algunas experiencias laborales en los campos del marketing y selección de personal, la responsabilidad social empresarial es una postura y reflexión ética de la empresa en la actividad que gira en torno a la sostenibilidad como un valor importante y fundamental, teniendo esto en cuenta como una perspectiva transversal que debe acercarse a todos los elementos de la empresa para crear un nuevo modelo de gestión basado en la sostenibilidad.

A mi modo de ver la urgencia por comprender el aspecto ambiental como parte de la responsabilidad social en las empresas, en parte se puede aclarar llevando a cabo prácticas que involucran la gestión empresarial como un componente que trasciende las acciones preventivas, educativas y demás iniciativas que apoyan los procesos de disminución de los impactos ambientales que producen las empresas en desarrollo de su actividad económica, pero que no son aún suficientes para asegurar una cultura que promueva la integración de los componentes

básicos ambientales empresariales en el tiempo comprendiendo y practicando las siguientes perspectivas:

Perspectiva Epistemología: justifica que se trata de un “saber construido metodológicamente en oposición a las opiniones individuales”, en este sentido, las evidencias muestran que el conocimiento propuesto en la definición nace de la conjunción de los resultados obtenidos en los ejercicios participativos.(Soto, 2010).

Perspectiva antropológica: lleva a considerar el modelo de ser humano que subyace a la definición propuesta y que para el efecto de la presente definición tendrá que circunscribirse, inicialmente, a la interpretación del autor que considera que se trata de una propuesta revisionista con relación al modelo kantiano “La instancia aglutinadora no está en lo grupal, no es anterior al individuo, sino que es desde el individuo desde donde se piensa la sociedad, cada uno es la condición de posibilidad de lo social y que quizá, sin llegar a integrar todos los componentes de lo que hoy propone la antropología ambiental” en el sentido de romper las barreras que separan la fronteras entre sujeto y objeto, considero que esta definición lo que pretende es convertir a las personas de la empresa, en actores definidos de la responsabilidad que tienen de ser protagonistas en los procesos de cambio en la relación y actuación con el ambiente que le rodea(Soto, 2010).

Perspectiva de ética: la cual permite comprender la responsabilidad tácita y explícita que conlleva adoptar este modelo de competencias en la gestión empresarial. La definición propuesta pretende expresar la reconciliación entre ser humano y naturaleza, de tal manera que pueda pensarse en una ética que contenga, aunque no lo exprese directamente, los cimientos de una acción capaz de generar la posibilidad del desarrollo sostenible.(Soto, 2010).

Las perspectivas presentadas como referente conceptual, pero abiertas a la discusión, expresan que la competencia ambiental empresarial trata de “el conjunto de comportamientos observables” y por lo tanto evaluables ya que se refiere a conductas relacionadas con las acciones de las personas en un contexto determinado, “individuales o colectivos” es por esta razón que la competencia emerge como consecuencia de la inter relación de los individuos en espacios comunes donde la acción conjunta no invalida la personal “que promueven, favorecen y aseguran una cultura empresarial sostenible”, refiere a las evidencias que representan la responsabilidad que acompaña con cultura que pretende asegurar las condiciones de permanencia. “de respeto por lo ambiental con independencia de la empresa a la cual pertenece” seguramente este aspecto deberá ser sometido a un debate minucioso que permita fundamentar aún más la base sobre la cual se apoya el concepto; por ahora el horizonte de intencionalidad se enmarca en la posibilidad de que lo ambiental se convertirá en una preocupación transversal de la empresa, que impacte en todas las áreas y en toda organización lo auto comprenda como empresa.

Al establecer la caracterización de las competencias ambientales empresariales se demarcan las fronteras en las cuales se mueve el concepto, se orienta la interpretación y alcance del modelo, se diferencian los componentes del ser, el saber y el hacer delimitando el alcance de lo que puede lograrse con procesos de desarrollo, formación y de capacitación.

La caracterización de las competencias ambientales empresariales ofrece los insumos que permiten construir una narrativa consistente sobre los alcances que tienen los comportamientos ambientalmente amigables en una cultura dispuesta a incorporar los factores claves de una gestión empresarial sobresaliente.

Evidenciar la aplicabilidad de las competencias ambientales empresariales es darles un marco de acción, es sacar el concepto de la teoría y situarlo en la realidad de la empresa, es asignarle una responsabilidad y un responsable, se pretende materializar el concepto en acciones incluyentes desde un área que tradicionalmente se enfoca al individuo y a la cultura. Se trata de ofrecer nuevas alternativas de acción y una responsabilidad que hasta ahora había quedado en manos de expertos ambientalistas. Es el comienzo de una nueva manera de interpretar la empresa y de construir un nuevo equipo de trabajo que lleve lo ambiental a una nueva hermenéutica capaz de transformar los modelos culturales de las empresas y encaminarlos a paradigmas que integren y no separen.

Las competencias ambientales empresariales, se entienden y se fundamentan como un término unitario y no como la suma del significado de las palabras que la conforman, son sin duda un novedoso y valioso aporte para todas las personas que trabajan en las áreas de Gestión Humana ya que les permite contar con una alternativa práctica para incrementar la efectividad en sus procesos de atraer, mantener y desarrollar el talento en la empresa desde una perspectiva ambiental, de tal manera que las acciones de las personas, la cultura empresarial y los productos que ofrece a sus clientes actuales y potenciales son el resultado de decisiones cuya responsabilidad no queda en un tercero sino que es asumida responsablemente por todos los que participan de la acción empresarial.

La definición, establecida en este documento, de lo que es una competencia ambiental empresarial, incorpora la urgencia de construir culturas capaces de valorar lo ambiental como un propósito y no como una moda, como una necesidad que asegura la permanencia de la empresa y no como un ejercicio económico que se limita al cumplimiento de los límites mínimos de

cumplimiento de la normatividad establecidos por la legislación vigente.(Vergara,& Vicaría,, 2009).

Tipos de responsabilidades en el entorno empresarial

Es importante definir las responsabilidades que tiene la empresa en cada una de sus áreas, ya que de esto depende el buen desempeño que tenga cada departamento. El objetivo de una empresa es generar ingresos, generar rentabilidad, buscar su beneficio económico, por medio de un producto o servicio que se ofrece a la sociedad con el fin de satisfacer una necesidad.(Calvo, 2004).

Responsabilidades con el medio ambiente

En el documento de García-Marzá sobre “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA:UNA DEFINICIÓN DESDE LA ÉTICA EMPRESARIAL” en su capítulo de “UNA PROPUESTA DIALÓGICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA” vemos que la responsabilidad social es un compromiso que tiene la empresa con el medio ambiente y la sociedad, se debe resaltar cinco categorías que determinan aquello que la sociedad espera de la empresa, es decir, su responsabilidad social empresarial, así:

Responsabilidad Económica: La empresa como institución económica encargada de la producción de bienes y servicios tiene como primera responsabilidad el beneficio económico, maximizar las ventas y minimizar los costes.(García-Marzá, 2007).

Responsabilidad Legal: La empresa posee una estructura jurídica y de ahí la importancia del cumplimiento de unas leyes que no sólo regulan el mercado, sino que son también las encargadas de “positivar” gran parte de las expectativas y, por lo tanto, de las obligaciones de la empresa.(García-Marzá, 2007).

Responsabilidad Moral: Abarca aquellas expectativas y obligaciones sobre las que existe un acuerdo entre los diferentes grupos implicados estén o no recogidas por las leyes y cuyo cumplimiento por parte de la empresa es “esperado” por los diferentes grupos implicados. Son exigencias sociales y ecológicas que aún no se han convertido en ley o que nunca poseerán una forma jurídica por no tener un carácter fácilmente objetivable. Por ejemplo, el respeto a la dignidad de todas las personas, sean miembros o no de la empresa, así como de los derechos básicos que poseen.(García-Marzá, 2007).

Responsabilidad voluntaria: En este nivel ya no se trata de conductas exigibles sino deseables, con las que la empresa se compromete con la sociedad: cooperación en causas caritativas, en el voluntariado para la comunidad, en programas de soporte al desarrollo local y regional, en introducir programas para evitar el abuso de drogas, en proveer de guarderías para armonizar el trabajo y la familia, etc. Sin embargo, no “sería inmoral si no lo hiciera”. Son elementos que se incorporan lo denominamos acción social de la empresa.(García-Marzá, 2007).

Responsabilidad Social Empresarial: La empresa socialmente responsable debe esforzarse por conseguir un beneficio, obedeciendo la ley, siendo ética y siendo un buen ciudadano corporativo con respecto a tener claro los diferentes roles, actividades, responsabilidades de una empresa permite eficacia, organización, colaboración entre otras y genera un mejor rendimiento haciendo más fácil aplicar un modelo de desarrollo sostenible.(García-Marzá, 2007).

Es también conocido por el sector industrial que toda empresa que desee entrar a la Unión Europea debe tener lineamientos ambientales, lamentablemente en Colombia este concepto no ha tenido demasiada fuerza, lo que significa que se está perdiendo competitividad y mercado. Considero que las empresas colombianas deberían optar por apropiarse del concepto responsabilidad

social, ya que las empresas que se alinean en responsabilidad social crecen más rápido y contribuye más a la sociedad.

En Colombia estamos viviendo el modelo de Milton Friedman, que solía decir “El verdadero deber social de la empresa es obtener las máximas utilidades en un mercado abierto, correcto y competitivo, produciendo riqueza y trabajo para todos de la manera más eficiente posible”. No existe un límite mientras la empresa pueda obtener las máximas utilidades, mientras se cumpla con el deber social, se produzca riqueza y trabajo. Entonces es aquí cuando empezamos a distinguir lo ético con lo legal, saber la diferencia entre lo que es justo y lo que es obligatorio. El individuo decide si desea ser ético o si decide ser legal, al decidir ser legal se obtiene objetivos a corto plazo, mientras que el decidir ser ético se obtienen objetivos a largo plazo pero perdura como ser persona en valores, ya es decisión de cada individuo que camino decide tomar.

La ética es individual y no corporativa, uno no puede compartir la ética, va en cada persona. La marca de la empresa fortalece sus actividades en responsabilidad social empresarial, es bueno enviar un mensaje constructivo a la sociedad.

La responsabilidad social en un país con grandes desigualdades y azotado por la violencia, ¿cuál es la contribución de los empresarios para construir una sociedad diferente? Para responder esta pregunta examinamos qué hacen las empresas colombianas con cada uno de sus grupos de interés, desde los cercanos a su operación hasta aquéllos tan amplios que trascienden a las comunidades aledañas.

Encontramos una gran diversidad de iniciativas que responden a distintas necesidades, están estructuradas de diferentes maneras, y tienen impacto en trabajadores, proveedores, clientes, competidores, comunidad local y sectores específicos de la sociedad. Dentro de las innovadoras

estructuras organizacionales, diseñadas para aportar a la construcción de un desarrollo basado en una perspectiva de derechos fundamentales, son destacadas sus alianzas con organizaciones de la sociedad civil y del sector público. También exploramos cuál es el nivel de sus contribuciones impositivas: el problema es más de recolección porque al tener en cuenta los impuestos locales y parafiscales, las tasas impositivas en Colombia son comparables con las tasas que pagan las empresas en países como Estados Unidos.

A lo largo del último siglo, el tipo de contribuciones evolucionó de esfuerzos caritativos a inversión social y filantropía estratégica. Los resultados marcan un camino ya recorrido por las grandes empresas y unos primeros pasos de aquellas de menor tamaño. Las intervenciones sociales del empresariado colombiano están entre las más antiguas y diversas encontradas en América Latina. Distintas formas de intervención social de las empresas colombianas son ejemplares dentro del contexto latinoamericano por la calidad de su gestión y los resultados alcanzados.

Estas características de numerosas organizaciones apoyadas por el empresariado colombiano han permitido el trabajo con entidades financiadoras internacionales durante varias décadas. Las relaciones establecidas han logrado, entre otras, hacer visibles estas experiencias en sus procesos de rendición de cuentas y convertirlas en ejemplos de referencia internacional.

Profundizar el impacto de las iniciativas sociales promovidas por el sector privado requiere de una participación estratégica por parte de los empresarios y de una mayor conciencia de los resultados alcanzados. Los aportes financieros son una mínima parte de las contribuciones posibles; el mayor apalancamiento está en poner a disposición de causas sociales los conocimientos, habilidades y logística empresarial.

La idea de la inversión social, entendida como una de las competencias de la responsabilidad social no es competir con nadie, sino encontrar prácticas comunes que beneficien a la comunidad y por ende, a la empresa como parte de ella. El compromiso duradero sumado a la implicación activa, son elementos indispensables para el desarrollo social, humano e institucional dentro del tejido comunitario. Si no entendemos la profunda interrelación entre estos tres ámbitos, social, humano e institucional, es muy difícil crear una salida digna a los problemas y necesidades sociales

La responsabilidad social puede ser establecido como un mecanismo gerencial para la promoción organizacional y a nivel latinoamericano es esencialmente pensada como un ejercicio comercial con miras a obtener rentas dentro del mercado o beneficio de algún tipo; a través del aumento de la base de clientes, mediante la participación en el mercado de nuevos objetivos, nichos de mercado completamente nuevos, gracias a la exención de impuestos otorgada a la organización o de activos intangibles como el mejoramiento de la imagen pública de la empresa o simplemente la condición de valor agregado, según , lo que motiva a una empresa a iniciar procesos de responsabilidad social y los beneficios esperados deben ser dos preguntas distintas es fácil entenderlo de esta manera, no obstante, en Latinoamérica este ejercicio no puede permitirse mantenerlas alejadas, por el contrario deben complementarse.

Se enmarca hasta aquí el ejercicio de la responsabilidad social dentro del grupo de interés de los accionistas clientes donde la obtención de beneficios económicos es lo principal. Se podría pensar entonces en la localización de los clientes los que podrían ser nacionales o internacionales. (Correal, 2009).

Aspecto legal en Colombia sobre responsabilidad social empresarial

Como sugieren, los esfuerzos conjuntos están en constante conflicto con lo que se debe hacer y lo que no se debe hacer, muchos problemas que aún permanecen allí, se incluye también la legislación actual que ha sido promovida desde el congreso colombiano. ¿Por qué no pensar en un modelo que tenga todos los actores involucrados, al mismo tiempo que los cambios generados dé mejores condiciones de vida. En algunos casos el gobierno, sobre todo en países en vía de desarrollo, no alcanza a cubrir las necesidades de la población, dada esta situación, las diferencias económicas y la brecha social se acentuaran con mayor rapidez cada vez. La iniciativa privada, a través de una buena gestión en responsabilidad social empresarial, puede ofrecer salidas exitosas a muchos de los problemas que originan esta situación y puede también proyectarse como una fuente para las nuevas ideas y aliviar trámites al sector público. Sin embargo le corresponde superar el trabajo individual, debe ser algo conjunto.

Considero que si es posible generar procesos de responsabilidad social que respondan a necesidades básicas de un individuo o de un conjunto de ellos como parte de una sociedad. La participación integral de todos los sujetos no debe limitarse a lo individual y debe superar el esfuerzo real propio.

Corresponde también contar con iniciativas comunitarias en las que no prevalezcan las definiciones establecidas de propiedad, que sirvan a verdaderos y legítimos intereses comunitarios y también generen ambientes de sostenibilidad en aspectos donde el modelo propuesto es realmente sencillo, se propone la responsabilidad social y su desarrollo como el resultado de una serie de interacciones en red donde se involucra actores en varios niveles, los cuales, según su relevancia y rol afectarán las políticas públicas, la inversión extranjera directa, la dinámica y también la fluidez y efectividad de la red misma. La idea será poder clasificarlos actores involucrados, determinar su papel, su potencial individual y colectivo.

Leonardo Puerto D.

La responsabilidad social queda entre un interrogante de ser voluntario o regulado por el estado. Qué difícil es debatir este aspecto sobre un tema tan amplio y tan diverso, o como diría Juan Villamayor “poliédrico y transversal”, que contempla temas (recordemos que la ISO 26000 menciona siete materias fundamentales que de hecho ya están regulados en algunos países, como la salud, la seguridad y el medio ambiente; y que no obstante y a pesar de estar legislados, no se cumplen, bien sea por negligencia, falta de reglamentación y débil vigilancia, ya sea por incapacidad del Estado o por funcionarios no capacitados que se hacen negligentes para hacer que se cumplan.

Otros aspectos como la competencia leal, los acuerdos internacionales de comercio, las guías para multinacionales que operan en países en desarrollo y otros aspectos como los derechos humanos que si bien no están regulados, están sujetos a convenciones de carácter universal o de signatarios que se hacen obligatorios para los países que se acogen a estos convenios.

Existen otros aspectos como la participación activa y desarrollo de la comunidad que no deberían ser nunca regulados, como es el caso de los programas sociales o inversiones sociales (si las llamamos donaciones para mí dejaría de ser responsabilidad social) ¿quién le puede decir a una empresa, en que invertir y cuánto invertir?, sin embargo, existen regulaciones en países donde se obliga a las empresas a través de la “inversión social”, ejemplo de esto lo tenemos en Colombia, (obligación de destinar el 1% de la inversión en exploración y explotación a Proyectos en Beneficio de la Comunidad).(Puterman, 2014).

Aspectos débiles de ley en Colombia sobre Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo con Sebastián Agudelo de Bedout en su revista de negocios internacionales y entre sus textos de responsabilidad social empresarial, “Una mirada desde Colombia”. La legislación

colombiana sobre responsabilidad social empresarial,(sebastian, 2009), fue emprendida bajo el marco de la ley 051 de 2007 y firmada en mayo 28 de 2008 la cual está compuesta por nueve artículos. Sus temas principales son objeto de la ley, campos de aplicación en pequeñas y medianas empresas, correcta interpretación, reportes anuales, consejos en responsabilidad social empresarial, correspondiente acción y latencia en el que se encuentra varias limitaciones que dejan en riesgo la intención de llevar estos programas de responsabilidad con las partes interesadas, por ejemplo:

- Es una ley que promueve una baja difusión y poca comprensión de la responsabilidad social empresarial.
- La promoción de informes anuales, propuesto por la ley no puede ser un fin en sí mismo debe contemplar otros mecanismos adicionales de revisión más efectivos y que no susciten lo anterior.
- No existe una inclinación real a involucrar la totalidad de actores en las dinámicas sociales particulares dentro del proceso de la responsabilidad social empresarial. Así que, el dialogo y los flujos de comunicación oficial y entre los sectores se ve restringido y limitado.
- El establecimiento de un consejo regulatorio no queda bien formulado y es posible pensar en un cuello de botella.
- “La Ley establece asimetrías que atentan contra la libertad de oportunidades en el mercado”.
- La participación política ha sido limitada y por lo tanto no existe un conocimiento práctico necesario de la aplicación de la responsabilidad social empresarial.

La legislación sobre responsabilidad social empresarial en Colombia ha quedado confinada y tal vez esto no permita definir claramente los límites que existen entre el mercadeo y la promoción de imagen política con la efectividad legislativa.

El ejercicio democrático debe resolver sin dudas estas limitaciones pues de lo contrario será difícil mantener controles y proponer soluciones efectivas para los problemas que la legislación intenta resolver en este tema particular. La gestión de la responsabilidad social empresarial debe ser ante todo “clara y verificable”. Igualmente, es posible que se presenten casos de abusos a causa de marcos regulatorios débiles, abusos por parte de firmas (nacionales o multinacionales) de presentarse esto, se estaría lesionando directamente el patrimonio (humano y productivo) disminuyendo considerablemente la capacidad de generar riqueza. Queda una segunda categoría sujeta al análisis, los clientes internacionales; ellos serán los consumidores finales de los productos que son fabricados en el territorio nacional. (Sebastian, 2009).

Desde un punto de vista empresarial y como estrategia del comercio internacional: vincular la responsabilidad social en la articulación del valor agregado de nuevos productos o servicios, al ver como la responsabilidad social empresarial ofrece nuevos estándares internacionales en los mercados mayoristas y minoristas más importantes con altos volúmenes de transacciones en el mundo, y como esta, se ha convertido en un requisito inamovible con un alto valor agregado, tanto para la organización como para el producto (o servicio) como tal, podríamos concluir que es esta la razón para que las organizaciones que quieran iniciar procesos de comercialización internacional o bien expandir, aún más sus operaciones hacia estos mercados con márgenes mucho más altos, deban hacer indispensable el ingreso de procesos en responsabilidad social a su actividad; unos que logren garantizar sostenibilidad a la organización y que, simultáneamente, sean capaces de mostrar una mejora en

Leonardo Puerto D.

la redistribución de los beneficios que ella genera hacia el ambiente local (global) para así avalar una actividad sostenible en todo sentido y que se encuentre enmarcada exclusivamente en la parte económica. Es importante ver que el valor agregado se encuentra en los beneficios que pueda generar la organización hacia un ambiente global o local, es decir que exista la posibilidad del consumo (producción) responsable social y ambientalmente amigable. También es importante resaltar que estos beneficios no están delimitados únicamente por el ámbito monetario y financiero, encuentran también aplicación directa e interrelacionada con el ambiente, el campo social y por supuesto lo económico.

Es posible aceptar que temas como: el mercadeo ético, sellos verdes, políticas de inversión social y medio ambientalmente responsable, sellos de responsabilidad con el trabajo manual, normas ISO Organización para la Estandarización Internacional, normativa de la organización internacional del trabajo, tienen gran impacto en este tipo de mercados, por lo tanto la sostenibilidad social es un tema sensible para estos compradores, así, estos se convierten en un valor agregado del producto que puede resultar en mayores términos de intercambio, favorables para la compañía productora o prestadora de servicios, la motivación legislativa debe ser entendida desde el punto de vista del racionalismo económico resultante de un consumidor responsable y consciente de la sostenibilidad futura del sistema económico mundial.

Concepciones internacionales sobre responsabilidad social empresarial

La Fundación Canadiense para las Américas la cual, promueve la conciencia pública como un eje de análisis importante para la responsabilidad social empresarial en Latinoamérica. “Aun cuando las firmas locales tengan una estrecha relación con firmas multinacionales los códigos vigentes en responsabilidad social empresarial se extenderán a su cadena de suministros y por lo

tanto se requiere que los socios locales cumplan dichos estándares” esto comprueba que se podrá establecer mecanismos y herramientas para la verificación en la aplicación de dichos códigos. (Sebastian, 2009)

De igual manera, es cierto que en la región existen intereses multilaterales poderosos que pretenden influenciar la política y la legislación de cada país. Como ejemplo simple, se podría preguntar: ¿cuál ha sido el impacto de las oficinas de enlace local de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OCDE - en la legislación de la RSE en países como México, Argentina, Brasil y Chile?.

Es cierto que lo global hace cada vez más relevante a los actores que tengan a su disposición sumas de dinero importantes. Esta razón puede explicar cómo ciertas nuevas responsabilidades recaen sobre estos actores gracias a estas nuevas ventajas. La responsabilidad social empresarial propone actores que tienen mayor capacidad para influir en la realidad, quienes deben buscar una aplicación amplia de la misma y que siga los objetivos de sostenibilidad económica, social y ambiental, sin que deba depender enteramente de un gobierno transitorio y tampoco de una voluntad política. Se hace necesario que la responsabilidad social pase a manos distintas que generen nuevas dinámicas con métodos y aproximaciones diferentes. (María Emilia Correa, Sharon Flynn, Alon Amit, 2004).

Conclusiones

La responsabilidad social empresarial genera una mejor relación a largo plazo en las actuales y nuevas compañías, el desarrollar ampliamente el sentido de pertenencia de los empleados, lo cual permite que aumente el rendimiento en el trabajo, que disminuya la rotación de personal y por consiguiente los costos del proceso de selección disminuyan con un beneficio en la calidad y

con ella la satisfacción de clientes. Además, el mejoramiento del nombre y posicionamiento de la empresa contribuye a mantener los clientes y el acceso a nuevos mercados, se incrementa el apoyo de las partes interesadas, lo cual facilita el flujo de procedimientos y la seguridad. El aprovechamiento de los recursos, permitiéndose el ahorro de grandes sumas de dinero, la recuperación de inversiones y la optimización de recursos. Todo esto contribuye a la disminución de los gastos, el aumento de la productividad y el logro de las metas de la organización.

La actividad económica es a su vez producto del desarrollo humana y es instrumento de transformación de la sociedad. Por consiguiente, las empresas y organizaciones son protagonistas y también resultado de los procesos de cambio social. Ahora bien, si el resto de los protagonistas o partes interesadas no actúa en la dirección del cambio, no es factible que por sí sola la responsabilidad social empresarial logre la transformación del modelo de desarrollo establecido en la actualidad como nueva forma de hacer empresa.

Bibliografía

- Calvo, C. (2004). *Las Teorías que sustentan la Responsabilidad Social Empresarial: Estado de situación y perspectiva*. Recuperado el 20 de 03 de 2014, de http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/334_calvo.pdf
- Correal, A. I. (06 de 08 de 2009). *El significado de la responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 26 de 04 de 2014, de <http://www.file:///C:/Users/Manjarres/Downloads/977-1850-1-SM.pdf>
- Drucker, P. (1992). *“La sociedad Postcapitalista”*. Recuperado el 15 de 03 de 2014, de <http://www.iarse.org/site/modules.php?nam>
- García-Marzá, D. (2007). *Responsabilidad social de la empresa: una aproximación desde la ética empresarial*. Recuperado el 21 de 03 de 2014, de <http://www.revistaveritas.cl/wp-content/uploads/2007/09/RESPONSABILIDAD-SOCIAL-DE-LA-EMPRESA.pdf>
- laraña I C Fernandez, j. f. (2012). *etica y responsabilidad empresarial*. Madrid: universidad jesuita.

- María Emilia Correa, Sharon Flynn, Alon Amit. (04 de 2004). *Responsabilidad Social Corporativa en America Latina una visión Empresarial*. Recuperado el 23 de 04 de 2014, de <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/14904/lcl2104.pdf>
- Miller, & Maldonado,. (2004). *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y CAMBIO CLIMÁTICO*. Recuperado el 20 de 03 de 2014, de http://www.aeca.es/pub/on_line/comunicaciones_aal2011/cd/63h.pdf.
- Peter, D. (1992). *La Sociedad Poscapitalista*. Recuperado el 18| de 03 de 2014, de [https://www.google.com.co/search?q=Peter+Drucker+\(1992\)&rlz=1C1CHHZ_enCO512CO512&oq=Peter+Drucker+\(1992\)&aqs=chrome..69i57.4501j0j8&sourceid=chrome&es_sm=93&ie=UTF-8](https://www.google.com.co/search?q=Peter+Drucker+(1992)&rlz=1C1CHHZ_enCO512CO512&oq=Peter+Drucker+(1992)&aqs=chrome..69i57.4501j0j8&sourceid=chrome&es_sm=93&ie=UTF-8)
- Puterman, P. (14 de 01 de 2014). *RSE OBLIGATORIA? SEGÚN PARA QUIEN?* Recuperado el 26 de 04 de 2014, de <http://www.diarioresponsable.com/portada/opinion/17049-irse-obligatoriasegun-para-quien-.html>
- Sebastian, A. d. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial, Una mirada desde Colombia. Revista de Negocios Internacionales*. Recuperado el 23 de 04 de 2014, de <http://www.eafit.edu.co/revista-negocios-internacionales/>
- sebastian, a. D. (2009). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA MIRADA DESDE COLOMBIA*. Recuperado el 14 de 03 de 2014, de <http://www.eafit.edu.co/revista-negocios-internacionales/>
- Socorro, F. (28 de 12 de 2009). *Ética, Ética empresarial y Responsabilidad social*. Recuperado el 25 de 04 de 2014, de <http://www.degerencia.com/articulo/etica-etica-empresarial-y-responsabilidad-social>
- Soto, B. (2010). *Gestión Organizacional*. Recuperado el 17 de 03 de 2014, de <http://www.gestion.org/rsc/30918/las-ventajas-de-la-responsabilidad-social-empresarial-para-la-empresa/>
- Vergara, & Vicaría,. (01 de 2009). "SER O APARENTAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA" Análisis organizacional basado en los lineamientos de la responsabilidad Social Empresarial. *Trabajo de Grado para optar por el título de Comunicador Social con énfasis en Comunicación Organizacional*. Bogotá, Colombia.