

“La administración de impactos como nuevo factor de éxito empresarial: una mirada desde la Responsabilidad Social Empresarial”

Presentado por:

Paula Andrea Chacón Vásquez

Código Estudiantil:

D0106061

Trabajo de Grado

Universidad Militar Nueva Granada

Facultad de Ciencias Económicas

Facultad de Estudios a Distancia

Programa de Administración de Empresas

Bogotá, 2017

Tabla de Contenido

1. Introducción
2. Resumen
3. Pregunta de Investigación
4. Objetivos
5. Marco Referencial
6. Metodología
7. Muestreo
8. La Responsabilidad Social Empresarial.
9. Lo que la Responsabilidad Social Empresarial no es.
10. La Responsabilidad Social Empresarial en Colombia.
11. La Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de gestión.
12. Beneficios de implementar la Responsabilidad Social Empresarial como eje articulador de la gestión.
13. La gestión de impactos.
14. Gestión de impactos negativos.
15. Conclusiones
16. Recomendaciones
17. Bibliografía

Resumen

En este trabajo se pretende hacer una sinopsis o comparación respecto a los últimos avances que ha tenido el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, especialmente a partir del autor y filósofo francés François Vallaey, quien ha introducido unos nuevos conceptos sobre la RSE enfocándola sobre la gestión de los impactos negativos que puede tener la empresa en el desarrollo de sus actividades, no solo en el ámbito social sino también aspectos tan importantes como el clima organizacional, los empleados, los proveedores y el mercado en general y de igual manera con el medio ambiente, apartándose de lo que ha sido el enfoque tradicional de RSE que se ha manejado en torno a los impactos que pueda tener únicamente la organización sobre el contexto en el cual desarrolla su gestión.

Introducción

La responsabilidad Social Empresarial ha sido estudiada, analizada y aplicada en diferentes compañías a lo largo de los últimos años, sin embargo, surge la incógnita de como diferenciar aquellas empresas que solo usan una fachada de las que, si pretendes responsabilizar de sus acciones y generar impactos positivos, y tal y como lo explica François Vallaey no es un asunto tan simple sobre cumplir leyes o hacer caridad a los necesitados.

De esta manera en el trabajo se hace da a conocer si realmente la RSE permite alcanzar la rentabilidad esperada de una empresa, partiendo de su definición y enmarcando la diferencia entre el término que se quiere estudiar y la filantropía o caridad, a lo largo del trabajo también se estudiaran casos de empresas tanto nacionales

como internacionales que han implementado herramientas de RSE en sus organizaciones y la manera en que las usaron como un eje central en la gestión interna de las compañías.

En los siguientes capítulos se darán a conocer los beneficios que trae implementar herramientas de responsabilidad social como forma de gerenciamiento y la gestión de los impactos tanto positivos como negativos. Por último, se espera generar ciertas recomendaciones que le permitan a una compañía emprender por el camino estratégico de la RSE para cumplir con la rentabilidad que se espera y a su vez generar impactos positivos en la sociedad y el entorno.

Pregunta de investigación, justificación y objetivos

Pregunta de investigación: ¿Pueden las empresas alcanzar sus objetivos de rentabilidad, actuando desde la Responsabilidad Social Empresarial, como eje central de su gestión?

Justificación: Las marcadas problemáticas sociales que se derivan de un desmedido afán de rentabilidad en la gestión empresarial dentro del actual sistema económico, evidencian la urgente necesidad de moderar o cambiar dicho paradigma de éxito, y tratar de reemplazarlo paulatinamente para que las empresas se direccionen y gerencien desde el concepto de la Responsabilidad Social, permitiendo así a las nuevas generaciones de administradores y gerentes contribuir a la construcción de sociedades más justas y equitativas desde la gestión empresarial.

Es necesarios que los administradores de hoy deban preocuparse por la gestión de los múltiples impactos que generan las empresas, en primer lugar, sobre sus clientes internos (directivos, personal administrativo y trabajadores) y luego sobre sus clientes, el medio ambiente, el mercado, la calidad de vida y ante todo el impacto de su gestión en pro de la reconstrucción de un tejido social que nos permita vivir en paz.

Objetivo General: Describir como las empresas pueden alcanzar sus objetivos de rentabilidad, gerenciando su gestión desde el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, entendido como la gestión de sus propios impactos.

Objetivos Específicos:

1. Describir de manera detallada el impacto que la Responsabilidad Social Empresarial genera en las organizaciones actualmente y si cumple con la rentabilidad esperada desde un enfoque social.
2. Sugerir métodos o herramientas que le faciliten a las empresas implementar como estrategia organizacional la Responsabilidad Social Empresarial en sus actividades diarias.
3. Establecer una adecuada metodología de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial bajo la perspectiva del Filósofo François Vallaey.

Marco Referencial (teórico, conceptual, histórico, geográfico, otros, según orientación del tutor).

La Responsabilidad Social Empresarial son prácticas que las organizaciones llevan a cabo con el propósito de cumplir dos grandes objetivos, por un lado, evitar daños al interior de la organización ya sea a nivel legal, ambiental o en la convivencia de las partes de la compañía, y por otro lado generar beneficios a todos los interesados (clientes, empleados, accionistas, comunidad, entorno, etc.)

De acuerdo a distintas fuentes consultadas la RSE tuvo origen hace ya más de un siglo, su inicio se dio gracias a los Estados y a la Iglesia Católica, quienes a finales del siglo diecinueve promovieron el ideal de trabajar con derechos, algunos de los derechos iniciales a los que se referían era el derecho al trabajo, al salario y a un trato justo.

Para esto por un lado los Estados se encargaron de establecer leyes y regulaciones que protegiera a los trabajadores y les garantizara estos derechos, y la iglesia se enfocó en influir en los trabajadores generando una conciencia de respeto hacia sus empleados y fortalecer la relación con estos.

En el contexto específico colombiano, los inicios de la Responsabilidad Social Empresarial se dan a partir de la reforma de 1936 la cual tuvo como enfoque generar políticas que permitieron restablecer la economía tras la crisis vivida en el 29. A partir de esta fecha se inició un largo recorrido por generar una conciencia y un compromiso social mediante diversas actividades como la creación de fundaciones y la realización de los primeros balances sociales por parte de compañías nacionales

Metodología (revisión documental).

Tipo y diseño de la investigación: de acuerdo a los objetivos planteados para la investigación, las fuentes definidas para la obtención de la información y el tipo de conocimiento que se espera generar, este proyecto se define como una investigación de tipo cualitativo, aplicada, documental y descriptiva.

Es cualitativa, porque pretende describir las cualidades de un fenómeno. Se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible en torno a un problema.

Es aplicada, porque en su planificación se describe y predice la aplicabilidad de los resultados, se concibe con fines prácticos, directos e inmediatos para la solución de problemas de la realidad, de la práctica, para satisfacer necesidades del hombre, de la naturaleza y de la sociedad.

Es documental, porque constituye un proceso de búsqueda, selección, lectura, registro, organización, descripción, análisis de interpretación de datos extraídos de fuentes documentales, en torno a un problema, con el fin de encontrar respuestas a interrogantes planteadas en cualquier área del conocimiento humano.

Es descriptiva, porque su preocupación radica en describir características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, mediante criterios sistemáticos que permiten evidenciar la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes.

Instrumentos y técnicas para la recolección y análisis de información:

Para el análisis profundo de las fuentes documentales, se utilizarán las técnicas de: observación documental, presentación resumida, resumen analítico y análisis crítico.

Observación documental: es el punto de partida en el análisis de los documentos, mediante una lectura general, en la búsqueda y observación de los hechos relevantes presentes en los materiales escritos.

Presentación resumida: permitirá dar cuenta, de manera fiel y, en síntesis, acerca de las ideas básicas que contienen las obras consultadas, esta técnica asume un importante papel en la construcción de los contenidos teóricos de la investigación.

Resumen analítico: esta técnica se permitirá descubrir la estructura de los textos consultados y delimitar sus contenidos básicos en función de los datos que se precisan conocer.

Análisis crítico: esta técnica aplicada a un texto, contiene las dos técnicas anteriores, introduce su evaluación interna, centrada en el desarrollo lógico y la solidez de las ideas seguidas por el autor del mismo.

Muestreo documental:

El muestreo es una forma de selección, y consiste fundamentalmente en separar y conservar parte la documentación que será excluida de la eliminación, de tal forma que esta parte sea representativa de las características y el contenido de la totalidad.

Muestreo selectivo:

Consiste en elegir determinados documentos o autor que, por su importancia o significación, se considera que tienen valor especialmente significativo para los fines de la investigación.

En la investigación, el muestreo selectivo se aplicará en favor de la producción y desarrollo filosófico y práctico del filósofo francés **François Vallaey**s, quien ha dedicado gran parte de su vida intelectual al desarrollo del concepto de la Responsabilidad Social Empresarial, y en cuya obra se pueden evidenciar los más grandes esfuerzos y desarrollos prácticos de este moderno concepto, que responde en esencia, a la gestión de impactos que deben desarrollar las empresas desde su Responsabilidad Social como eje articulador de toda su gestión.

François Vallaey es un filósofo de origen francés que llegó al Perú hace ya 19 años, es Doctor en Filosofía de la Universidad de París Este. Primera tesis francesa de filosofía dedicada a la problemática de la Responsabilidad Social y sus fundamentos éticos. Ha ganado el primer puesto 2012 del premio universitario de doctorado del Consejo General de Val-De-Marne, por la novedad de sus investigaciones. Filósofo especialista en ética aplicada a las organizaciones y Responsabilidad Social Empresarial y Universitaria.

Es Doctor Honoris Causa por la Universidad Siglo 21 (Argentina). Investigador en el Réseau International de Recherche sur les Organisations et le Développement Durable (RIODD). Experto académico en el Observatorio Regional de Responsabilidad Social para América Latina y el Caribe (ORSALC) de la UNESCO.

Fue Profesor en la Pontificia Universidad Católica del Perú, titular de los cursos de ética y liderazgo de la Maestría en Gerencia Social y del curso de Ética y RSE en el MBA (CENTRUM-católica). Colaboró con el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Humano (PROMUDEH) del Perú en la redacción de un Compromiso ético del funcionario público (2000). Fue uno de los fundadores del movimiento de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU) en América Latina.

Investigador y consultor externo para el BID, en la Iniciativa de Ética Capital Social y Desarrollo dirigida por Bernardo Kliksberg (2002-2008). Ha elaborado un Manual de primeros pasos para la implementación de la RSU. Creó también un Curso Virtual Internacional de formación de profesores universitarios para la enseñanza de la ética y la responsabilidad social desde el Portal Educativo de la OEA (2004-2008).

Publicó recientemente el libro: *Pour une Vraie Responsabilité Sociale* (Por una verdadera responsabilidad social), Presses Universitaires de France, Paris, 2013. François Vallaëys, adicionalmente es actualmente el cuentista oral más reconocido de

nuestro del Perú, tiene en su haber casi 40 cuentos y sus presentaciones siempre son un lleno total, debido a la mezcla perfecta de sus cuentos: sabiduría y humor.

Desarrollo del cuerpo del trabajo de grado

1. La responsabilidad Social Empresarial y sus diversas definiciones

La RSE a lo largo de los años ha recibido diversas definiciones de quienes la evalúan desde ámbitos diversos ya que hay quienes la ven como una moda de las organizaciones, otros lo ven desde el marco legal como un requisito que deben cumplir para continuar con sus operaciones, y otros consideran que es un compromiso que deben adquirir con la sociedad para ayudarlos mediante diversas estrategias, por ejemplo según la Comisión Europea, la RSE es simplemente la voluntad que tengan las empresas por integrarse en las preocupaciones de la sociedad y del medio ambiente, es decir lo visualiza como el accionar comercial que puede tomar la compañía para ayudar aunque sea un mínimo a lo que suceda en el entorno.

Por otro lado Bernardo Kliksberg docente de la Universidad de Buenos Aires, considera que por el contrario la RSE no tiene nada que ver con modas sino que se asemeja a una evolución del concepto de empresa, es decir que desde su punto de vista las empresas adquieren esta responsabilidad con el entorno porque ellos son los influyentes más grandes de la economía de un país y sus acciones o actividades tienen una fuerte incidencia en la vida de la sociedad, por lo cual es lógico que se

responsabilicen de esto. Esta es una teoría desde mi punto de vista bastante acertada ya que sin duda las compañías suelen incidir en las decisiones que se toman en la sociedad y que los afectan a ellos y al medio ambiente por lo cual de su lucro se debe dedicar un porcentaje (y no solo monetario) a compensar cualquier daño causado.

La tercera definición que creo se debe tener en cuenta es de François Vallaey, quien además de ser un prestigioso Filósofo Francés, es además un eje central en la elaboración del presente trabajo. Su punto de vista es bastante similar al de Klikstberg ya que considera que una compañía no puede simplemente lucrarse por sus actividades y no tener en cuenta los efectos secundarios de estas y su afectación en el entorno, es por esto que debe tomar medidas que permitan compensar el daño que puede causar.

Tres definiciones que permiten crear una idea generalizada del concepto de Responsabilidad Social empresarial, que se puede resumir en conceptos básicos que nos permiten dar una idea más allá de las opiniones de diversos autores. La RSE es una estrategia organizacional que no solo se aplica a las compañías por un ley o cumplimiento de normas establecidas, sino que se basta en generar un impacto positivo en la sociedad y el ambiente en el cual se realiza la actividad de la compañía como compensación por daños que se puedan llegar a presentar, sin embargo, para entender de manera más específica se debe establecer que no es la RSE.

2. Que NO es la Responsabilidad Social Empresarial.

Una vez entendido el concepto general de la RSE se debe especificar que no es y por qué se suele confundir. Tal y como se menciona anteriormente la RSE no es una moda, y aunque en un principio se llegó a considerar como tal dado que las organizaciones lo adquirieron por ver a sus competidores hacerlo mas no por concientizarse del entorno, hoy en día se tiene más que claro que no es una moda pues no es ni será algo pasajero, por el contrario, cada vez debe ser más constante en las compañías.

Tal y como lo dice François Vallaey, la RSE no es filantropía, pues erróneamente se confunde con obras de caridad hacia una parte de la sociedad que se encuentra necesitada y que al donar se les está ayudando, sin embargo, la RSE es mucho más profundo que esto. Según Vallaey, el impacto que se busca generar mediante la Responsabilidad Social Empresarial debe ir relacionado con la actividad económica de la compañía, debido a que esta misma actividad es lo que genera consecuencias para el medio ambiente y población.

De esta manera se entiende que la RSE no es solo ayudar al necesitado sino es ayudar a quien sufrió las consecuencias de mis acciones como organización.

3. La Responsabilidad Social en Colombia.

La RSE ha adquirido cada vez más fuerza como herramienta de gestión en el mundo empresarial, y, por ende, Colombia no es la excepción. La mayoría de las compañías tienen un programa de Responsabilidad Social Empresarial, y aunque sin duda existen

compañías que se preocupan más por el cumplimiento de un reglamento y cumplir con los estándares legales, existen otras que realmente tienen un interés por corregir el daño que generan en la sociedad.

Algunas de las empresas que se caracterizan por tener un programa de RSE mas elaborado y acorde a lo que es el concepto son: Alimentos Caribe, esta compañía que se dedica justamente al mercado de alimentos, dice tener un real compromiso con la sociedad por lo que mensualmente apoya a cerca de noventa fundaciones en el país brindándoles algunos alimentos básicos, otra compañía es Alpina que es una de las más reconocidas en este tema pues se rigen bajo el ideal de no querer ser una compañía exitosa en una sociedad con problemas tan marcados como Colombia por lo que se esfuerzan en ayudar; así mismo hay muchas otras compañías que tienen programas de RSE como Alquería, Bavaria, Colombina, Nutresa, entre otros.

Sin embargo, para este trabajo se tomará como ejemplo el caso de Alpina siendo uno de los líderes en RSE pues su propósito es generar prosperidad en las zonas en las que operan por lo que buscan crear un valor social que se vea en todos y cada uno de sus empleados entendiendo que es un trabajo colectivo y no solo de un área específico de la compañía.

Para Alpina, la sostenibilidad es un factor clave en la realización de sus actividades por lo que tienen ciertos compromisos claves que se empeñan en cumplir como generar un valor económico en las zonas en las que operan, es decir ayudar a la población o

ambiente gracias a las ganancias que reciben para que la zona erradique todo tipo de pobreza extrema como se presentó en el municipio de Sopó, otro compromiso de Alpina es velar por los Alpinistas como los llaman refiriéndose a los trabajadores pues para ellos son el activo más importante y un adecuado entorno laboral se refleja en las acciones de todos, ayudar a la comunidad en la cual operan es otro compromiso pues saben que establecer un lugar de producción implica cambios para la población aledaña por lo que buscan compensar los cambios o afectaciones generadas con oportunidades de empleo, educación y de desarrollo.

Algunas de las acciones que realiza Alpina día a día son:

- Construcción de escuelas para hijos de sus trabajadores y demás niños de la comunidad.
- Para sus trabajadores ofrecen beneficios tales como préstamos para vivienda, bonos escolares, prestamos de libre inversión, descuento en la compra de sus productos, entre otros.
- Capacitaciones constantes sobre preservación del medio ambiente para empleados y personas interesadas dentro de la población.
- Trabajo en conjunto con empresas de reciclaje.

Estas y otras propuestas que maneja Alpina le permiten consolidarse como una de las pioneras en temas de Responsabilidad Social Empresarial pues mantienen un constante interés en mejorar las condiciones de vida de sus empleados y de los habitantes de las zonas en las que operan por lo cual su enfoque no es solo externo sino interno. Sus

empleados adquieren aptitudes de valor, respeto y solidaridad con el otro para generar ambientes óptimos de trabajo y un crecimiento conjunto como compañía.

Este es sin duda un pilar de la RSE que debe ser considerado como ejemplo a seguir por cualquier compañía que desea generar impactos positivos y tomar conciencia de cómo sus actividades laborales afectan a terceros y deben responsabilizarse por esto.

Claramente los modelos de Responsabilidad Social que se utilizan son influencias de compañías a nivel mundial que se han trabajado de forma constante por impactar positivamente en la sociedad, algunas de estas compañías son Ford, Microsoft, MasterCard, Starbucks entre otras para el año 2017.

Un caso puntual es el de Starbucks una compañía reconocida a nivel mundial y pionero en la globalización de sus productos, la compañía inicio con su primera tienda en 1971 en la ciudad de Seattle y ofrecían lo que se consideraba como el mejor café en grano del mundo, y a partir de ese momento y siguiendo un largo camino, la empresa se ha consolidado como la más grande compañía de café en el mundo con más de 24.000 locales en 70 países. En la actualidad Starbucks vende no solo café, sino que cuenta con una gran variedad de bebidas calientes, frías, snacks y productos como tazas, libros, café molido, etc.

La idea inicial de Starbucks siempre ha estado muy clara y consiste en brindar no solo las bebidas o productos a consumir sino generar un ambiente cómodo para sus clientes y que estos puedan pasar un tiempo agradable en las cafeterías para lo cual tiene un

convenio con Spotify con el propósito de ambientar sus locales a las peticiones de sus clientes.

Con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial de Starbucks, está se caracteriza por tener no solo una sino diferentes campañas que pretenden ayudar a la comunidad y al medio ambiente. Estas acciones incluyen la inclusión de la comunidad en las actividades, esto se lleva a cabo desde los barrios en los que se encuentran las tiendas hasta las zonas en las cuales se cultiva el café. Starbucks Foundation es una iniciativa que creó la empresa para reforzar el compromiso con la comunidad brindando ayudas como alfabetización a la comunidad, brindando micro financiación y conservación del medio ambiente.

Otros de los proyectos de Responsabilidad Social en los que trabaja Starbucks es el patrocinio de la educación en China (Starbucks China Education Project), también está el fondo C.O.A.S.T. que quiere contribuir a la revitalización de las comunidades que se encuentran ubicadas en la Costa del Golfo de México y que fueron afectadas por diferentes huracanes.

Con estos y otros de los proyectos e iniciativas que Starbucks lidera, se da a conocer como esta compañía busca hacerse responsable por las implicaciones sociales y ambientales que conlleva su trabajo en las diferentes zonas y da muestra de cómo es posible trabajar de forma eficiente con altos niveles de rentabilidad, pero sin dejar de lado las consecuencias que se puedan desatar en la producción.

4. La Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de gestión

Para todo proceso que se lleva en interior de una compañía se debe seguir ciertos lineamientos o estándares que permitan guiar el accionar de las personas o los recursos al cumplimiento de los objetivos o propósitos planteados para alcanzar cierta rentabilidad. Sin embargo, cuando nos referimos a la Responsabilidad Social Empresarial, se busca que las empresas vean mas allá de intereses económicos, políticos o legales y desarrollen interés en la sociedad.

Partiendo desde el hecho de que la RSE no es donación, caridad o filantropía, se busca incursionar en este proceso de manera que vaya acorde con las políticas de la organización. Para que la RSE se genere exitosamente en las organizaciones se debe iniciar desde los pilares básicos de la administración y la gestión tales como la planeación, organización, dirección y control de sus actividades.

Se detallará más a fondo la manera en la que se deben unificar estos pilares con los propósitos sociales de una empresa, sin embargo, a grandes rasgos consiste en planear de forma adecuada las actividades que se llevaran a cabo, el equipo humano necesario para realizarlas, el monto requerido y demás factores que se relacionen con la actividad. Se debe también organizar estos recursos requeridos, llevarlos al campo real y controlar continuamente cada acción realizada para garantizar que se cumpla con lo esperado y se esté generando un impacto positivo.

Para implementar la RSE como estrategia de gestión en una organización, se debe partir de entender a quién pueden dirigir sus esfuerzos, enfocándose entre otras cosas en el uso racional de los recursos naturales y en la creación de ambientes adecuados de trabajo para sus empleados. En las organizaciones se pueden generar dos tipos de estrategias, la corporativa y de negocio, que se diferencian porque la primera se enfoca en definir en qué negocio entrara la compañía, y la segunda define la forma en la que se va a competir.

Siendo así, el papel que juega la RSE en las organizaciones es fundamental pues funciona como un filtro que permite seleccionar los negocios que se puedan realizar y que vayan acorde a los principios y valores de la empresa y rechazar a los que no lo hagan. La RSE también debe ser entendida en su gestión como un factor de rentabilidad ya que tal y como lo explica el Filósofo francés François Vallaëys, en los últimos 35 años la mentalidad de las empresas ha cambiado y en los años 70 se pensaba que lo único en lo que se debía enfocar una empresa era en generar rentabilidad con su producción, pero esta perspectiva ha cambiado de forma radical cuando se llega a entender que el papel de una compañía va más allá de producir y de que es posible obtener cierta rentabilidad desde la parte más social.

Desde el punto de vista de gestión, la RSE cumple un papel importante al lograr que se genere una competencia ética con respeto hacia los otros, logra también una reducción de costos debido a que se genera un impacto positivo en la organización y su cultura lo

que conlleva buenas prácticas y uso racional de los recursos por lo cual se beneficia desde el interior a las finanzas de la compañía.

Para adquirir más competitividad y mejor reputación en el mercado en el que se encuentra la compañía, la RSE igual cumple un papel fundamental ya que genera confianza por parte de terceros y de los mismos internos en la compañía para trabajar conjuntamente. En la actualidad cada vez más personas se enfocan en las campañas de responsabilidad social que tiene una empresa para adquirir sus productos por lo cual no se fijan solo en el bien o el servicio que están adquiriendo sino en la empresa por completo con la cual se están vinculando.

En la gestión de la responsabilidad social como estrategia corporativa se debe sumar la gestión ambiental como eje fundamental de una compañía, para este caso se deben crear estrategias específicas pues no aplican de igual manera la parte social a la ambiental, en este caso la gestión ambiental se puede analizar desde tres ejes diferentes. El primero consiste en prevenir daños y deterioros ambientales, es decir cuándo se va a iniciar un proyecto en cierta zona se debe buscar que las actividades a realizar no vayan a generar degradaciones a la naturaleza, la segunda consiste en corregir los comportamientos de la sociedad y el mercado que estén dañando el medio ambiente, es decir en el momento de entrar a una zona puede que está ya se encuentre afectada por actividades realizadas anteriormente por otras compañías por lo que se debe intentar prevenir que estas acciones se sigan presentando.

Y el tercer eje que se debe tener en cuenta es curar los daños que ya existen, lo cual va muy ligado al segundo eje sin embargo este se enfoca en que más allá de prevenir actividades dañinas en la zona, se cure los daños ya hechos en pro de conservar y recuperar el medio ambiente. Bajo estos tres ejes se crean estrategias en cada una de las compañías que permitan dirigir la empresa al éxito y cumplimiento de la rentabilidad esperada y objetivos planteados, pero sin dejar de lado factores vitales para el medio ambiente. El tema de la responsabilidad ambiental es demasiado importante y ocasionalmente se deja de lado pensando que al compensar a la sociedad civil se hace suficiente, sin embargo, la responsabilidad con el medio ambiente no solo se debe dar como empresa sino como individuos independientes y conscientes de que cada acción que realizamos ayuda o perjudica el futuro del planeta.

Para gestionar de manera correcta la RSE se debe tener en cuenta la seguridad y salud ocupacional como un tema central para generar confianza y conformidad por parte de los empleados hacia la compañía, por tal motivo cuando una organización se declara como socialmente responsable debe no solo considerar políticas que reflejen mejoras hacia la sociedad y el ambiente sino que además hacia el interior de la compañía garantizándoles a sus trabajadores el bienestar y la seguridad requerida para que trabajen de forma que las buenas prácticas se reflejen.

5. Beneficios de implementar la Responsabilidad Social como eje articulador de la gestión

A lo largo del presente texto hemos resaltado la importancia que tiene la Responsabilidad Social en la gestión empresarial y los casos exitosos que dan muestra de ellos, sin embargo, y para complementar se debe tener en cuenta ciertos beneficios de su adecuado uso. Uno de ellos es sin duda es la permanencia de los empleados, esto se debe a que cuando se realizan acciones acordes con la responsabilidad social empresarial se motiva a los trabajadores a que desarrollen sus acciones con responsabilidad y generen sentido de pertenencia por la compañía buscando el bien común por lo cual permanecerán en la empresa durante largo periodo de tiempo y se facilitaran los procesos de contratación y capacitación.

Otro de los beneficios que se obtiene en la gestión es la imagen que genera la compañía en el mercado en el que se desenvuelve ya que la responsabilidad social empresarial conlleva una serie de acciones que tienen una repercusión en la sociedad y por ende generan un impacto que será visto por los entes externos, de esta forma una buena imagen hacia clientes, proveedores y competidores generada por la responsabilidad social siempre traerá consigo beneficios y ventajas para la empresa sobre las demás.

Aunque los beneficios son muchos, uno de los más importantes por resaltar es la sostenibilidad que se genera en el largo plazo, debido a que una campaña de RSE brinda bases sólidas para consolidar las acciones administrativas, financieras, operacionales, y demás en una compañía. Sin duda alguna las grandes compañías a nivel nacional e internacional que se han ocupado de generar un cambio positivo en la sociedad y en el

medio ambiente han adquirido estos y muchos más beneficios como el reconocimiento que reciben y la satisfacción de sus líderes al tomar responsabilidad de sus acciones.

La implementación de la RSE tiene propósitos claves que buscan llevar a una organización a un nivel de rentabilidad esperado, de esta forma un beneficio es la penetración de nuevos mercados logrando transformar la responsabilidad social en una herramienta de gestión. Se aplica de igual manera esta gestión para no perder los mercados en los que ya se tiene presencia.

6. La Gestión de Impactos

El termino Gestión de Impactos es otra forma de referirnos a la responsabilidad social ya que se entiende como el responsabilizarse por los impactos causados en la sociedad y ambiente, estos impactos pueden ser positivos o negativos. Tal y como lo describe el filósofo François Vallaey la gestión de impactos es analizar de manera permanente las acciones tanto internas como externas que se llevan a cabo en la organización para reforzar los impactos positivos y minimizar los negativos.

Con respecto a los impactos positivos, se entiende que son los que se han venido tratando a lo largo de la lectura como los son en el interior de la compañía la remuneración justa a sus trabajadores, promover el desarrollo y constante capacitación del personal además de un ambiente laboral sano. A nivel externo esta también está el apoyo a la comunidad y al medio ambiente.

Un ejemplo claro de la gestión de impactos positivos en la compañía petrolera Ecopetrol; esta organización se esfuerza por ayudar y beneficiar a la comunidad, pero siempre enmarcados y regidos por un ámbito legal. Por esto se rigen por varios artículos de la Constitución Política Colombiana como el art. 79 “La ley garantizara la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo” es decir Ecopetrol trabaja de la mano con las comunidades afectadas por sus actividades económicas y productivas para que las decisiones se tomen de manera conjunta.

Se rigen además por el artículo 15 del decreto 2820 en el que se indica que la comunidad debe participar en el alcance de los proyectos teniendo como prioridad los impactos y el manejo pertinente de estos. Esta compañía de manera específica se rige por un impacto sin proyecto y un impacto con proyecto. Esto quiere decir que se evalúa la situación de la zona antes de realizar alguna actividad o acción que pueda causar un impacto y posteriormente se vuelve a realizar un análisis de la situación después de las acciones productivas y las afectaciones causadas.

Para una compañía, el enfocar sus esfuerzos de RSE con el propósito de generar y gestionar impactos positivos debe ser una de sus prioridades, así como mitigar los negativos, esto con el ideal de empresa que busca no solo un beneficio propio, sino que se preocupa y actúa en pro de las necesidades económicas, sociales y ambientales del entorno.

7. Gestión de Impactos Negativos

Entendiendo que las organizaciones socialmente responsables deben generar impactos positivos sobre las comunidades y zonas en las cuales efectúan sus actividades, es claro que también se generan impactos negativos por parte de compañías a las cuales no les interesa o no se encuentra entre sus prioridades el responsabilizarse por las consecuencias que causan sus acciones.

Los impactos negativos se dan en más compañías de las esperadas debido a sus prácticas ilegales, como el caso de compañías que se enfrentan a acusaciones de trabajo forzoso, explotación laboral, trabajo infantil o el incumplir las normas y leyes que buscan el bien de la comunidad.

Un impacto negativo corresponde también a engañar y disfrazar sus acciones bajo actos responsables socialmente, con respecto a esto, François Vallaey explica cómo hacer para que la RSE no se transforme en una fachada, y para esto primero se debe entender que no se debe implementar herramientas de RSE por cumplir con leyes establecidas sino por en verdad querer generar un bien en la sociedad y el medio ambiente penetrando la cultura de todos los actores de la organización (tanto internos como externos)

Volviendo al ejemplo de la compañía petrolera Ecopetrol, se sabe que tienen campañas para beneficiar a las comunidades que afectan, sin embargo, no es un secreto

el daño que pueden llegar a generar. En el año 2014 se dio a conocer un informe que da muestra de algunos impactos negativos generados por esta empresa como Alteración del contexto arqueológico, deterioro de la infraestructura vial, alteración del paisaje, entre otros.

Conclusiones

La Responsabilidad Social Empresarial debe dejar de ser vista como una moda o una fachada que utilizan las empresas para cumplir con simples estándares legales y lucrarse a costa de la sociedad, por el contrario, la RSE son herramientas que permiten a una organización generar un impacto positivo y responsabilizarse de los posibles daños que puedan ocasionar, pero sin dejar de lado el alcance de su rentabilidad.

La incógnita principal del presente texto era saber si a través de la RSE una empresa podía alcanzar la rentabilidad esperada. Y la respuesta es sí; la actividad económica de una organización debe seguir en constante producción y debe generarle retribuciones a la compañía para que esta pueda seguir compitiendo en determinado mercado, la RSE permitirá que la empresa continúe con sus acciones a la vez que genera un impacto positivo en la sociedad, la economía y el medio ambiente que lo rodea.

Además de trabajar de manera ética, la RSE permite crear una nueva imagen en las organizaciones que sin duda les abrirán las puertas a nuevas oportunidades de negocio al atraer a nuevos clientes, proveedores e incluso proveedores, debido a que no solo se espera que el entorno mejore, sino que el ambiente laboral y condiciones de sus empleados sea el más óptimo para aumentar la eficiencia.

Recomendaciones

Cuando una empresa desea empezar a gestionar impactos mediante la Responsabilidad Social Empresarial, debe primero entender que no se hace por cumplir solo con leyes, se requiere un genuino interés por ayudar a la comunidad que sea posiblemente afectada al igual que al medio ambiente. Una organización debe conocer que impactos causa en la sociedad allegada y como profundizar e incentivar a que sean positivos y a su vez mitigar los negativos. Siendo así se debe pensar no solo en lo que sea de mayor beneficio para el estado financiero de la empresa, sino que, en la estabilidad de sus empleados, en la conservación del ambiente y en el progreso de la sociedad.

Bibliografía

- Vallaey, F. Artículo. La Responsabilidad Social de las organizaciones. 31 páginas.
- Vallaey, F. (2014), artículo. Responsabilidad Social y miseria de los moralistas. 9 páginas.
- Vallaey, F. (2013), artículo. Virtud, Justicia, Sostenibilidad: una ética en 3 dimensiones para la Responsabilidad Social de las organizaciones. 24 páginas.
- Conferencia de François Vallaey “Virtud, justicia y sostenibilidad: una ética en 3D para la responsabilidad Social”, conferencia con motivo del Segundo Congreso de Responsabilidad Social, ética y desarrollo, realizado en la Universidad Nacional de

Colombia, sede Bogotá, Facultad de Ciencias Económicas. Video publicado el 30 de noviembre de 2012, duracion 53 minutos.

- Conferencia de François Vallaey's "Virtud, justicia y sostenibilidad: una ética en 3D para la responsabilidad Social", conferencia con motivo del Segundo Congreso de Responsabilidad Social, ética y desarrollo, realizado en la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá, Facultad de Ciencias Económicas. Video publicado el 30 de noviembre de 2012, duración 53 minutos.
- Fuenzalida Cristóbal, (2008), Artículo, Responsabilidad Social Empresarial en Chile, 36 paginas.
- Vergara María Paula y Vicaría Laura, (2009), Trabajo de Grado, Ser o Aparentar la Responsabilidad Social en Colombia, 188 paginas.
- Cajiga Calderón Juan Felipe, Artículo, El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial, 35 paginas
- Rodríguez Andrea del Pilar, (2008), Artículo, Responsabilidad Social Empresarial Calidad de Vida y Trabajo Social, 21 paginas.
- Vives Antonio Peinado Vara Estrella, (2011), Estudio, Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina, Fondo Multilateral de Inversiones, 468 paginas
- Baltera Pablo Diaz Estrella, (2005), Responsabilidad Social Empresarial Alcances y Potencialidades en Materia Laboral, 166 paginas
- Starbucks, (2016), Responsibility Sourcing, Abastecimiento Ético
- Starbucks, (2015), Informe de Responsabilidad Global, 14 paginas
- Gestión de Impactos, (2014), Ecopetrol Comportamiento Ético

- Delgado Gallart Roberto (2017) La Gestión de Impactos, elemento clave de la RSE, El Economista.