

**ÉTICA EMPRESARIAL APLICADA A PROGRAMAS DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL**

ENSAYO

VIVIAN KATHERINE LEÓN ROMERO

PROFESORA:

Faneth Serrano Ledesma



UNIVERSIDAD MILITAR "NUEVA GRANADA"

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESPECIALIZACIÓN ALTA GERENCIA

BOGOTÁ, D.C., COLOMBIA

2011

ÉTICA EMPRESARIAL APLICADA A PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

INTRODUCCIÓN

Para empezar, es importante tener muy claro qué es la responsabilidad social y de dónde surge esta iniciativa en las empresas ya que actualmente se encuentra muy vigente la creación de diferentes programas que están encaminados a brindar bienestar a las personas de la comunidad que de una u otra forma es influenciada por las compañías de diferentes sectores que en este momento componen la economía no solo a nivel nacional sino internacional.

Contrario a lo que podría pensarse, los programas de responsabilidad social empresarial no surgieron recientemente; desde el siglo XIX ya empezaba a surgir el concepto de RSE como iniciativa de empresarios industriales en Europa y EEUU que se preocuparon por el bienestar y calidad de vida de sus empleados, pero hasta ese momento eran meras iniciativas que no estaban estructuradas adecuadamente; con la llegada del siglo XX se empiezan a generar relaciones de bienestar entre las empresas y sus empleados, cambiando el concepto de las empresas acerca de su razón de ser exclusiva de aumentar la productividad y beneficios económicos integrando el bienestar de las personas que trabajaban en las industrias.

Hacia la década de los 50 – 60 surge el concepto de responsabilidad social empresarial, aunque realmente empieza a tomar fuerza y se vuelve realmente relevante para las empresas en la década de los 90. La evolución

de los programas de RSE es en parte consecuencia de la globalización que hemos experimentado durante los últimos años.

El hecho de tener un adecuado programa de RSE, hace a las compañías más competitivas ya que esto se convierte en un elemento diferenciador, a la vez que las partes interesadas obtienen mayores beneficios de cara a sus intereses particulares en cada negocio; lo anterior porque favorece la comunidad objeto de los programas, se benefician los accionistas al atraer mayor número de usuarios o consumidores que sienten que aportan al bienestar social a través de las empresas y se genera más compromiso por parte de los empleados, lo que al final se traduce en utilidades.

El punto que este ensayo busca desarrollar es qué tan conectados se encuentran los programas de RSE desarrollados por las diferentes compañías desde la ética y analizar si los planes realmente están siendo diseñados, buscando el bienestar social o simplemente por ser un tema que está en auge mundial y que fortalece la imagen de las empresas que se hace solo por “cumplir”.

De esta forma, hago una invitación especial a los lectores para que realicemos un rápido recorrido por el origen de los programas de responsabilidad social empresarial, cuáles son las estrategias que se emplean para su desarrollo, el impacto que estos programas tienen en la sociedad cuando se encuentran enmarcados en la ética empresarial y finalmente así concluir acerca de qué tan éticos son dichos programas en las compañías.

CAPÍTULO I

ESTRATEGIAS GERENCIALES UTILIZADAS PARA EL DESARROLLO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

El fin de este primer capítulo, es identificar las estrategias que deben surgir en la gerencia de las compañías y cuyo objetivo sea el desarrollo de programas de responsabilidad empresarial enmarcados en la ética, buscando realmente generar un beneficio social que se verá manifestado en el crecimiento de valor social de las compañías que finalmente tendrán como consecuencia el crecimiento económico de la misma.

Actualmente los programas de responsabilidad social empresarial, han cobrado mayor importancia ya que hasta hace unos años, las empresas consideraban que su responsabilidad social iba hasta el hecho de ser generadoras de empleo, pero debido a la latente necesidad de competitividad derivada de la globalización, surge la necesidad de generar valores económicos y sociales en las compañías.

Para entender un poco mejor el concepto de responsabilidad social, quiero compartir un artículo en donde se hace un rápido recorrido a través de la historia y el desarrollo de la responsabilidad social, cómo surge y cuáles han sido los cambios que hasta ahora se han presentado.

“El origen del concepto “responsabilidad social empresarial” no está asociado con un autor en particular o con una fecha en específico. Se pudiera decir que la noción de RSE es tan antigua como las empresas puesto que la preocupación y el sentido de compromiso con la sociedad de las empresas siempre ha estado presente; no obstante el uso del concepto ha coincidido con los nuevos roles de las empresas en las economías, la sociedad y las comunidades internacionales.

En el siglo XVIII, al comienzo de las sociedades industrializadas, algunas empresas privadas internalizaron sus responsabilidades sociales de manera paternalista hacia sus empleados. Durante el siglo XIX, el cooperativismo y asociacionismo fueron vistos como modelos conciliadores con los principios de democracia, participación comunitaria y justicia distributiva. Desde comienzos de la era industrial, las prácticas y principios aplicados de RSE obedecían a iniciativas derivadas de creencias religiosas y éticas de los dueños de las empresas y de los miedos a acciones radicales de los trabajadores descontentos. A comienzos del siglo XX, eran escasas las obras de filantropía corporativa. Empresarios adinerados hacían donaciones a causas caritativas de sus arcas personales, lo cual sugiere que la filantropía corporativa evolucionó de las iniciativas de individuos particulares que las empresas han asumido e introyectado como propias.

Lo que se conoce como la era moderna de RSE comienza en el año 1953 con el libro que se considera la piedra filosofal de la RSE escrito por H.R Bowen "Las responsabilidades sociales del empresario" (Social Responsibilities of the Businessman). En este libro, el señor Bowen postula que los gerentes tienen la obligación de tomar decisiones considerando siempre estar alineados con los objetivos y los valores de la sociedad. Después de Bowen, vienen autores con Joseph W. McGuire (1963) quien escribe que la responsabilidad social supone ir más allá de las responsabilidades económicas y legales de las empresas y Keith Davis (1980) quien dice que las decisiones de los gerentes sobre las acciones de las empresas deben ir más allá de los intereses técnicos y económicos de las empresas." (Revista Dinero.2011)

Es importante que la iniciativa de generación de programas auténticos de responsabilidad social empresarial surja desde la gerencia de las compañías, independiente del tamaño de ésta, ya que existen paradigmas con respecto a las pequeñas y medianas empresas, puesto que se tiene la concepción de que los programas de RSE son únicamente para compañías grandes.

La responsabilidad social empresarial hace que las diferentes compañías que desarrollan estos programas, se hagan partícipes en la construcción de la sociedad que desean que los rodee, es decir estas empresas y

puntualmente los programas que desarrollan, cobran un papel muy importante puesto que con esto se contribuye a mejorar la calidad de vida de las partes interesadas.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, las empresas deben asumir un rol de liderazgo que les permita en primer lugar identificar la problemática que los rodea socialmente, ya que de esta forma se pueden definir los puntos más relevantes que deben ser atendidos buscando las alternativas más adecuadas para solucionarlos.

Una vez identificada la problemática a solucionar, se pueden definir objetivos ya que así es posible encaminar los recursos que se pueden poner a disposición de los programas que se van a desarrollar; de esta forma, es posible definir qué recursos físicos, humanos y económicos se van a necesitar, como determinar la población a la que se van a dirigir los programas de RSE diseñados.

Teniendo en cuenta que actualmente nos encontramos en un mundo globalizado gracias a que con los avances constantes de la tecnología, se encuentra comunicado entre sí, es muy fácil que las acciones desarrolladas por las empresas se conozcan prácticamente en tiempo real, de ahí que el tema de la responsabilidad social pase de ser un tema voluntario a ser casi un requisito para mantener la vigencia de la empresa en el mercado así como la competitividad de la misma.

Los ojos del mundo están puestos en las acciones desarrolladas día a día por las compañías de tal forma que se hace aún más relevante la transparencia de las mismas, por lo anterior y debido a que es muy fácil tener acceso a la forma de operar de las compañías, el hecho de tener buenas prácticas sociales, hace que un inversionista se vea más atraído para invertir

su dinero en una empresa socialmente responsable; los mismos consumidores van a preferir una marca que demuestre que retorna en algo sus ingresos a la sociedad, puesto que de esta forma es posible sentir que se colabora con el sostenimiento del bienestar de la sociedad.

La responsabilidad social que recae en las empresas, puede estar enfocada en diversos aspectos, entre los más comúnmente conocidos se encuentran el medio ambiente, mejoramiento de las condiciones y los lugares dispuestos para el desarrollo del trabajo, los derechos humanos, la inversión social comunitaria y el mantenimiento y fortalecimiento de los valores y la ética.

Una vez determinadas las necesidades que van a ser atendidas a través del enfoque que se dé a los programas de RSE diseñados por las empresas, es importante que los beneficios del mismo sean “vendidos” a la alta gerencia, ya que de esta forma es posible generar compromiso y así a todos los niveles habrá conciencia de la importancia y utilidad de estos programas lo que se verá traducido en el tiempo, en rentabilidad sostenible y generación de beneficios para las partes interesadas, especialmente para la comunidad circundante a la empresa.

Es importante que se tenga muy en cuenta que un programa de RSE desarrollado adecuadamente, está directamente relacionado con la lealtad de la comunidad hacia la empresa, de ahí que como se ha mencionado anteriormente, este es un aspecto directamente relacionado con su desarrollo sostenible, incrementando simultáneamente la productividad de los trabajadores pues existe una motivación adicional al sentirse útiles para el bienestar de la sociedad.

El interés por la participación en el desarrollo de una sociedad con mejores condiciones, surge desde la creación de una visión integral de la compañía a

largo plazo en la que no sólo se contempla el crecimiento económico de la misma, si no que también se incorpora a la comunidad, la sociedad en general y el país.

Lo anteriormente expuesto deriva en que es fundamental que exista liderazgo por parte de la dirección de la compañía buscando que estos programas sean concebidos no como una estrategia que requiera la inversión de recursos y utilidades de la empresa sino que contrario a esto se convierta en una alternativa adicional para incrementar los ingresos. De tal forma que se busque el desarrollo sostenible de las empresas creando relaciones mutuamente beneficiosas entre el proceso económico productivo y el bienestar de la sociedad.

Al ser un tema netamente voluntario, es completamente válida la afirmación

“la responsabilidad social comienza donde termina la obligación legal...” Guillermo Carvajalino – Fundación Corona – Colombia – 1998,

Así que esto nos lleva a determinar que no existen estrategias establecidas que sirvan como manual a los gerentes de las compañías.

Aunque si hay parámetros básicos como el conocimiento de la comunidad que puede ser influenciada por la empresa, sus necesidades, la problemática existente y la determinación de las posibles alternativas de solución que pueden ser ofrecidas por la empresa, de tal modo que se pueda conceptualizar un programa de responsabilidad social como

“...la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo” Conferencia de Valdemar de Oliveira Neto Director del Instituto ETHOS, en el Encuentro Internacional de Endeavour en Argentina – Abril 2002.

La responsabilidad empresarial como se ha expuesto a lo largo del desarrollo de este capítulo, no solo está definida por programas implementados en la comunidad de influencia directa de la empresa, sino que también debe ser palpable en el comportamiento, actitudes y acciones de los altos ejecutivos que integran la dirección de las compañías, ya que de esta forma se trabaja en pro de generar un efecto positivo al interior de la empresa, en sus trabajadores y en la comunidad en general.

Es elemental que se integre el tema de la responsabilidad social empresarial a las políticas generales de la compañía, ya que de esta forma se garantiza que este compromiso voluntariamente asumido va a ser claro para todos los integrantes de la compañía en todos los niveles de la misma, la creación de esta política debería ser iniciativa de la dirección para que se evidencie el nivel de compromiso e involucrar a los trabajadores para que de esta forma sea perdurable en el tiempo.

Una vez se ha definido el marco en el que se aplicará la responsabilidad social de la empresa, se da inicio a la etapa de educación de los integrantes de la misma en el tema; aquí es relevante hacer énfasis en la educación que debe impartirse a todos los integrantes de la compañía ya que es fundamental tener bases sólidas cimentadas en valores y principios éticos de convivencia social.

Es igualmente relevante, que el comportamiento de los miembros de la dirección de la empresa y en general de todos sus integrantes, sea coherente con las políticas de responsabilidad social definidas ya que aunque este tema es netamente voluntario y aún su incumplimiento no es castigado por la ley, si existe el castigo social que adicionalmente se puede divulgar tan rápidamente que tenga consecuencias nefastas para el empresa y su sostenimiento en el tiempo.

Continuando con el esquema que puede ser útil en el momento de definir alternativas de participación de la empresa en actividades de responsabilidad social, es importante diferenciar entre dos puntos base del tema que son por una parte las causas sociales y por otro lado los problemas sociales; en cualquiera de los dos casos, las acciones desarrolladas podrían estar o no relacionadas con la razón de ser de la empresa.

Si la causa o problema social que se pretende atender está relacionado con las actividades de la empresa se infiere que el esfuerzo en el que se debe incurrir para poner en marcha el programa es menor y de igual forma se pueden obtener beneficios directos para la compañía tangibles en su crecimiento económico.

CAPÍTULO II

IMPACTO SOCIAL DE LOS PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MARCO DE LA ÉTICA

Buscando un concepto de responsabilidad social empresarial, que permita hacer un análisis más profundo acerca de la importancia de la ética aplicada a estos programas, me gustaría compartir la siguiente definición:

“Responsabilidad social es un concepto integral, este incluye los conceptos y los valores que nosotros tomamos en cuenta dentro de nuestra operación diaria y que los identificamos para ser un ciudadano corporativo responsable. Para Coca-Cola significa hablar de inversión, de dar empleo, de medio ambiente, por supuesto del apoyo a la educación, a los microempresarios, el apoyo a la economía nacional, actividades para promoción de valores, de integración familiar, el deporte y la promoción de estilos de vida saludables”. Luis Fuentes, vocero Coca Cola México, 2004 (Revista Fortuna).

Lo anterior porque, me parece que es fundamental que una empresa que tome la decisión de tener un elemento diferenciador como un programa de responsabilidad social empresarial, debe en primer lugar como lo manifiesta Luis Fuentes, tener identificados unos valores corporativos que con toda seguridad para que sean aceptados por los directivos, los colaboradores y la sociedad, necesariamente deben estar enmarcados en una ética aplicada a la empresa de acuerdo con su naturaleza y razón de ser.

Para continuar con el desarrollo del tema que en este capítulo puntualmente nos ocupa, vamos a volver un poco nuestra atención hacia lo que es la ética, ya que este es un término que con toda seguridad a lo largo de nuestra vida hemos venido escuchando constantemente, pero que en cierto modo puede

perder importancia cuando no tenemos una definición clara y concisa del mismo.

A continuación, me parece importante mencionar algunas definiciones de ética:

- La Ética es una ciencia que estudia lo bueno y lo malo de la conducta humana, por lo que se dice que esta ciencia ayuda a concienciar a las personas de modo que reflexionen como ha sido el comportamiento que han llevado con aquel que lo rodea, ya sea individuo o naturaleza.
- La ética es sin lugar a dudas lo que define gran parte de la personalidad de un ser humano, y en ella se involucran los valores, es decir, su escala de parámetros importantes, a los cuales, se supone, nunca renunciaría.

Y de acuerdo con la definición de la Real Academia de la Lengua, la ética es la “Parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre”.

Partiendo de las definiciones anteriormente expuestas, es posible concluir que la ética hace referencia en cierto modo a la clasificación de lo que como seres humanos consideramos aceptable o no.

Ahora bien es importante tener en cuenta que tomando como base la ética en sí misma, surge la ética empresarial, para lo que me parece apropiado referirnos a una autora con bastante conocimiento en el tema, ella es Adela Cortina y a continuación quiero compartir algunas de sus opiniones

entregadas en una interesante entrevista desarrollada por la Revista de Política Social en Marzo de 2004 y que me parece aplican al tema.

Hablando específicamente de la ética empresarial, Adela Cortina responde a la pregunta

“En el concepto moderno de empresa, ¿queda lugar para la ética? ¿Es cierto que la sociedad reclama cada vez con mayor fuerza un comportamiento ético a los empresarios?”

No es que quede lugar para la ética, es que el concepto moderno de empresa ha de incluir necesariamente cuestiones éticas. Estoy convencida de que uno de los factores más importantes de innovación permanente en las empresas modernas es la propia ética. La gestión ética de las empresas se ha convertido en algo fundamental en nuestra sociedad para hacer que el proyecto perdure en el largo plazo. Es cierto que las empresas actuales están en cierto modo *enfermas de cortoplacismo* y esto es algo que tenemos que cambiar si queremos que las personas se comporten de un modo ético. Por supuesto, los clientes, los ciudadanos y la sociedad en general están demandando a las empresas que se comporten de forma transparente, que se comprometan con el desarrollo de sus entornos, que sean honestos, coherentes y responsables. Todo esto son demandas éticas de la sociedad a sus empresas, y éstas tendrán que asumirlas si quieren seguir manteniéndose en el mercado.”. Adela Cortina Marzo de 2004 (Revista de Política Social).

Lo anterior nos lleva a reflexionar acerca de la importancia que tiene el comportamiento ético y moral dentro de las organizaciones y cómo necesariamente se encuentra ligado al desarrollo sostenible de una compañía, sobre todo en un mundo completamente globalizado donde la oferta es cada vez mayor y las alternativas que tienen los consumidores van en aumento, de ahí que la sociedad demanda comportamientos éticos, morales y socialmente responsables de parte de las organizaciones.

En lo que respecta al aspecto económico también es tratado por Adela Cortina en la entrevista mencionada, en donde su posición se vislumbra a través de la siguiente pregunta:

“¿La ética en la empresa es compatible con la rentabilidad?”

Pues sí. Ya hace dos años realizamos una investigación en la que afirmábamos que no se puede garantizar que una empresa ética sea más rentable –nada lo puede garantizar- pero sí es seguro que una empresa ética está más preparada para responder a los retos futuros y para perdurar en el tiempo con éxito. Si una empresa actúa con integridad y responsabilidad, con transparencia y respeto, está sentando las bases de la confianza. Y todo el mundo reconoce que sin confianza no funcionan los negocios, ni casi nada en la vida.” Adela Cortina Marzo de 2004 (Revista de Política Social).

Partiendo de esta interesante posición, puedo mostrar que estoy en completo acuerdo con la opinión de una experta en el tema, ya que la responsabilidad social como lo he expresado anteriormente, está basada fundamentalmente en la ética y los valores corporativos de las organizaciones, es decir que partiendo de ellos es que se llega a la decisión de aportar a la sociedad programas que busquen una mejor calidad de vida en la población de influencia de cada empresa.

Vale la pena mencionar que lo interesante de los programas de responsabilidad social es que estén enfocados de la manera más adecuada y que tengan un objetivo claro, que se identifiquen metas a cumplir para poder tener indicadores que le permitan a la empresa cuantificar el beneficio que está generando a través de dichos programas, ya que de esta forma va a ser posible tener informes periódicos claros que se puedan integrar a los resultados de la compañía de tal forma que todas las partes interesadas los conozcan y así esto sirva para que los consumidores o usuarios sean fieles a la compañía.

Es evidente que toda compañía busca generar utilidades, por eso es fundamental que el tema de la responsabilidad social tenga un cambio de enfoque en los directivos de las empresas ya que como lo menciona un artículo bastante interesante de la revista Dinero,

“Los empresarios colombianos deben cambiar su visión frente al apoyo a programas sociales. Deben dejar de hacer únicamente donaciones para hacer inversiones que generen un impacto social y a la vez produzcan utilidades

Los empresarios deberían ir más allá del deber ser, sobre todo hoy con la importancia que se le está dando a la responsabilidad social. De hecho, el concepto de inversión social rentable (social investing) lleva ya 15 años en Europa y Estados Unidos. El objetivo es buscar puntos intermedios, en donde las empresas puedan maximizar el impacto social empresarial pero sin perder de vista sus utilidades, lo que tiene dos grandes efectos: donación vs. inversión. Una donación bien o mal es un regalo y el empresario debe preocuparse de que no se malgaste este dinero. Pero cuando se trabaja con el concepto de inversión, hay una cantidad de consecuencias psicológicas que desarrollan el concepto gerencial. El empresario quiere saber cuánto se va a invertir, qué va a pasar con el dinero, cómo lograr sinergias y conformar alianzas.

Además, si los empresarios invierten en este tipo de negocio tendrán ventajas como reducción del costo de capital, rentabilidad económica y social, acceso a una mayor participación de mercado, generación de economías de escala, mano de obra por fuera de la nómina y posicionamiento de la empresa socialmente responsable.”
(Revista Dinero.2005)

Analizando este punto de vista, se resalta la importancia que puede llegar a tener para las compañías la concientización de la responsabilidad social ya que además de permitir que se actúe de forma ética es decir realizando las tareas de la forma correcta, se gana credibilidad dentro de los usuarios o consumidores del bien o servicio ofrecido, adicionalmente, el tema de ser socialmente responsable, constituye un factor motivacional para los colaboradores quienes se van a esforzar mucho más generando mejores

resultados y esto se verá de igual forma reflejado en la satisfacción de los clientes llevando a la compañía a aumentar sus ingresos, tener un desarrollo sostenible siendo competitiva en el mercado.

Partiendo de la premisa que hasta ahora el tema de asumir la responsabilidad empresarial por parte de las diferentes compañías en Colombia es absolutamente voluntario, desde hace ya algunos años ha surgido la inquietud de normativizar el tema, en el año 2006 surgió un proyecto de ley en cabeza de la senadora Alexandra Moreno.

“La responsabilidad social empresarial -RSE-, que en los últimos dos años se ha puesto tan de moda debido al interés de algunas compañías por mostrar lo que están haciendo en esta materia, tiene al país en expectativa, pues desde el año pasado se discuten propuestas para crear una ley que regule este tipo de iniciativas.

La primera surgió en octubre de 2006 y fue presentada por la senadora Alexandra Moreno Piraquive, quien está convencida de que es necesario crear lineamientos para exigirles a las empresas un mayor compromiso. Para Moreno, la RSE va más allá de las donaciones y su mayor preocupación se centra en el tema medioambiental. "Con el problema de calentamiento global hay que intensificar las acciones para proteger el medio ambiente. Hay que tener leyes específicas porque con los tratados internacionales vendrán muchas multinacionales y muchas de ellas no se interesan en proteger los recursos naturales", dice.

Y mientras se estudian los pros y los contras del proyecto de Moreno, la presidenta del Senado, Dilian Francisca Toro, propuso presentar otro proyecto de ley de RSE. Pero al convocar a una mesa de concertación en la que participaron empresarios, gremios, académicos, el Pacto Mundial de Naciones Unidas en Colombia y el mismo gobierno, se dio cuenta de que la responsabilidad social "no se impone, se incentiva". Entonces presentó una nueva propuesta para crear el Consejo Nacional de Responsabilidad Social, con unos lineamientos claros para lograr que las inversiones destinadas a este fin tengan un mejor impacto en la comunidad y en el medio ambiente.”(Revista Dinero.2007)

Me parece muy bueno que en el país se empiece a dar la importancia que merece el hecho de que actuemos de manera responsable hacia la sociedad, teniendo en cuenta que como consecuencia del acelerado desarrollo que tiene el mundo, estamos cada vez más expuestos a niveles de contaminación más agresivos que si no frenamos ahora cuando aún hay algo que hacer va a terminar con la vida como la conocemos en el planeta.

Por otra parte, no es un secreto y tenemos que estar más cercanos a la difícil situación que viven cada vez más personas en nuestro país por la falta de oportunidades, el difícil acceso a la educación superior y por ende a oportunidades de trabajo, otro aspecto que cobra mayor importancia es la crisis del sector salud en donde aún hay mucho por hacer.

De tal forma que si cada compañía que tenemos en el país aportara su granito de arena y buscara cumplir con metas que inclusive pueden no ser muy difíciles de alcanzar, se podría mejorar la situación de muchas personas con esfuerzos que no necesariamente lleguen a ser descomunales.

Hasta ahora en el país el tema de reglamentar los programas de responsabilidad social continúa siendo un proyecto de ley, quiero compartir la exposición de motivos del mismo ya que me parece que reúne aspectos importantes, de este “Proyecto de Ley 070 de 2010”, compuesto por 10 artículos en los que se hace referencia a las obligaciones de las grandes, medianas y pequeñas empresas en lo que respecta a la responsabilidad social.

“El proyecto de ley tiene por objeto incentivar y valorar las actuaciones social y ambientalmente responsables de las empresas del país, logrando en el mediano plazo el incremento del número de empresas grandes y Mipymes, que reconocen la importancia social y ambiental dentro de sus objetivos misionales y continuar con lo

previsto en los artículos 58 y 333 de la Constitución Política de 1991 sobre este tema.

Genera acciones para la realización de un informe anual de cada empresa sobre sus avances en esta materia para lo cual se tiene en cuenta el impacto ambiental, social, económico y financiero, después de escuchar a sus accionistas y su entorno en general.

Asimismo, asigna deberes y responsabilidades a los representantes legales de organizaciones y empresas, crea el Consejo de RSE, encargado de propiciar un espacio institucional de apoyo y gestión que mejora el rol de los actores sobre el tema en todo el territorio nacional, establece sanciones para las empresas orientadas a darle eficacia directa a la ley, y habilita la acción de cumplimiento para responsabilidad social empresarial.

Este tema ha sido motivo de especial preocupación no solo a nivel interno sino también en el plano internacional. La etapa actual del capitalismo ha cambiado la naturaleza de las empresas que de simples organizaciones comprometidas en la producción y distribución de bienes y la multiplicación de la riqueza, cada día, en su operación requieren tener en cuenta bienes que le interesan a la sociedad entera, más allá de lo que hoy se considera sus objetivos primarios.” es.scribd.com. 2010

Luego de conocer el propósito de este proyecto de ley, es posible afirmar que se está dando la importancia que realmente requiere el tema ya que es algo más de fondo que de forma puesto que no podemos continuar acabando con nuestro planeta desmedidamente por tener comodidades en la actualidad que con toda seguridad van a tener un costo muy alto en el futuro, así como la indiferencia ante la realidad que afrontan las personas menos favorecidas, de tal forma que se hace indispensable generar una cultura de actuación socialmente responsable por parte de las empresas y si es posible reglamentarla mejor para que de esta forma se pueda controlar y exigir por parte del gobierno amparado en la ley.

Para terminar este interesante recorrido por lo que es la Responsabilidad Social y la importancia que tiene la ética aplicada a estos programas o acciones socialmente responsables por parte de las empresas, quisiera

mostrar algunos ejemplos conocidos de empresas colombianas que llevan ya algún tiempo trabajando el tema.

Para esto me apoyo en un interesante artículo publicado por la Revista Semana que se titula “Empresas con Corazón”, traigo algunos apartes en los que se mencionan labores socialmente responsables que me parece importante conocer.

“Dentro de esa estrategia, las fundaciones, aunque no son la única vía, siguen siendo una pieza crucial en los esfuerzos de las empresas para adoptar iniciativas de responsabilidad social. En un país con tantos problemas, aportar aunque sólo sea un grano de arena se ha transformado en una prioridad para muchas empresas. Algunas llevan ya años en ello. Los programas sociales de Almacenes Éxito, por ejemplo, nacieron hace 55 años. Otros grupos, como Corona y Carvajal, llevan más de 30 sustentando sus respectivas fundaciones.

Todas tienen sus especialidades. La Fundación Éxito, por ejemplo, concentra sus energías en el área de educación y nutrición infantiles. “Ambos se complementan, dice Germán Jaramillo, director ejecutivo de la fundación. Con niños desnutridos es ilógico pensar que otros esfuerzos pueden dar frutos”. Como en el mundo de los negocios es necesario tener una estrategia clara. La Fundación Éxito destina el 70 por ciento de sus recursos a sus programas bandera en educación y nutrición. El 30 por ciento restante está dedicado a programas de salud, recreación, convivencia y medio ambiente. En 2004 se alcanzó un total de 6.872 millones de pesos que beneficiaron de una forma u otra a casi 500.000 personas de los 34 departamentos en los que el Éxito, o alguno de sus almacenes de cadena, están presentes.

Otra compañía que se caracteriza por trabajar bajo el esquema de responsabilidad social es la multinacional IBM. En Colombia ya tiene en marcha varios proyectos diseñados para enseñarles a los jóvenes más pobres a usar computadores. Para IBM la responsabilidad social no sólo es una ayuda sino que también es una estrategia corporativa. Como afirma María Claudia Méndez, gerente de relaciones externas de IBM Colombia, “para ser exitosos como empresa, el entorno en el cual

nos desarrollamos también debe ser exitoso. Por eso queremos compartir nuestras innovaciones con la comunidad con la cual convivimos". (Revista Semana. 2005)

Como se puede evidenciar a través de estos ejemplos que son apenas una muestra insignificante de las acciones socialmente responsables que vienen adelantando algunas compañías, es mucho lo que hay por hacer aún en nuestro país, lo verdaderamente importante es darle al tema la importancia que necesita y buscar las oportunidades que con toda seguridad a diario se presentan para aportar buscando el beneficio de la comunidad que más adelante se va a traducir en beneficio económico, utilidades, reconocimiento y por ende desarrollo sostenible de la empresa.

CONCLUSIONES

- El actuar socialmente responsable por parte de las empresas es una necesidad latente en la actualidad, sobretodo en un mundo donde la única constante que existe es el cambio permanente y si no estamos a la vanguardia en el cuidado del medio ambiente, la inclusión social de la comunidad y la motivación de los colaboradores la organización no se va a definir como competitiva y eso la podrá llevar a no destacarse entre la masa donde la oferta es cada vez mayor y donde un factor diferenciador es fundamental para tener desarrollo sostenible y perdurar en el tiempo.
- Los programas de responsabilidad empresarial no son nada si no están fundamentados en la ética y los valores corporativos ya que ahora para los usuarios y consumidores es muy fácil conocer la información de las Compañías en las que hacen uso de bienes y servicios y si no sienten la confianza necesaria y el aporte social de la misma no se genera fidelidad hacia ellas fracasando de esta forma la acción que se pretendía fuera socialmente responsable y la compañía en sí misma.
- Aún hay mucho por hacer en nuestro país socialmente hablando, lo importante es que ya surgió la inquietud en el gobierno y en los dirigentes de las empresas ahora lo importante es que se continúe trabajando y desarrollando una cultura que nos permita evolucionar y ser cada vez más competitivos haciendo inversiones de carácter social que permitan a las empresas generar relaciones de gana-gana con la sociedad.

BIBLIOGRAFIA

- Revista Dinero (2005. Enero). Inversión Socialmente Rentable. (En Línea). Consultado (20 de Marzo de 2011). Disponible en: http://www.dinero.com/negocios/inversion-social-rentable_23467.aspx
- Revista Dinero (2007. Agosto). RSE: ¿Ley para reglamentarla?. (En Línea). Consultado (20 de Marzo de 2011). Disponible en: http://www.dinero.com/edicion-impresa/responsabilidad-social/rse-ley-para-reglamentarla_35584.aspx
- Revista Fortuna (2005. Mayo). La Responsabilidad Social de Coca Cola (En Línea). Consultado (20 de Marzo de 2011). Disponible en: http://revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2005/mayo/html/negocios/la_responsabilidad.htm
- Revista Dinero (2011. Abril). Concepto tan antiguo como la responsabilidad social no pasará de moda (En línea). Consultado (22 de Abril de 2011) Disponible en: http://www.dinero.com/opinion/opinion-on-line/concepto-tan-antiguo-como-responsabilidad-social-empresarial-no-pasara-moda_86830.aspx
- Real Academia de la lengua. Disponible en: http://buscon.rae.es/drae/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=%C3%A9tica
- Nuevo proyecto de Ley sobre RSE. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/36598583/Nuevo-proyecto-de-ley-sobre-RSE-en-Colombia-proyecto-de-ley-70-de-2010-Senado>