



**UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA**

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ACTOR FUNDAMENTAL EN
EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL Y DE LA SOCIEDAD.**

JOHN JAMES MORENO MARTIN
Johnjames197@hotmail.com

TRABAJO DE GRADO

Presentado a:

Dra. Beatriz Herrera Meza
Directora del Programa de Administración de Empresas.

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
DIPLOMADO ALTA GERENCIA, COMERCIO INTERNACIONAL
BOGOTA, JULIO DE 2010

CONTENIDO

OBJETIVO

RESUMEN

ABSTRACT

1. Proceso Histórico del Concepto de Responsabilidad Social

- 1.1 Fase Precursora (1776-1900)**
- 1.2 Fase Filantrópica (1900-1950)**
- 1.3 Fase Crítica (1950-1967)**
- 1.4 Fase de los Problemas (1967-1973)**
- 1.5 Fase del Reconocimiento (1973-1980)**
- 1.6 Fase del Compromiso (1980-Actualidad)**

2. Aspectos Éticos Empresariales

- 2.1 Normas y Cultura de la Sociedad**
- 2.2 Leyes y Reglamentos**
- 2.3 Prácticas y Cultura Organizacionales**
- 2.4 Puntos de Vista Individuales**
 - 2.4.1 Modelo Utilitarista.**
 - 2.4.2 Modelo de Los Derechos Morales**
 - 2.4.3 Modelo de Justicia**

3. Enfoque Empresarial en América Latina

- 3.1 Nuevos Estándares de Calidad**
- 3.2 Visiones Dispersas de la Responsabilidad Social**

4. Enfoque en el Contexto Colombiano

5. Conclusiones

Bibliografía

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial es más que un tema de estudio, una posición institucional que debe implementarse y adaptarse tanto a los mercados actuales como a las sociedades cambiantes. Así como una empresa o un negocio están planeados para producir beneficios de tipo social, productivo y en especial económico a sus integrantes y socios, así mismo debe devolver parte de estos beneficios en actos sociales que ayuden al crecimiento de la sociedad de la cual percibió beneficios.

Este actuar social de las empresas ayuda a mantener un doble flujo de beneficios, donde las personas objetivo de estas acciones tendrían ser beneficiadas y de la misma forma la empresa ejecutante tendría una mejor imagen, de un mayor posicionamiento en el *top of mind* del mercado y estaría revestida de una mayor imagen de solidez y responsabilidad respecto a su competencia.

De acuerdo a la importancia de la RSE las políticas cada vez mejoradas y cambiantes de la misma deben ser adaptables a un mundo más exigente a su entorno económico y consiente de las consecuencias que puede generar el tipo de actividad económica que realiza. Hemos ido entrando y tomando poco a poco aspectos importantes de los mercados internacionales; pero ha llegado un momento de hacer un llamado a la conciencia empresarial y pensar que si se amplían las expectativas sociales, también se ampliara el espectro de acción empresarial como su posición en los mercados nacionales e internacionales.

ABSTRACT

The Corporate Social Responsibility is more than a subject of study, is an institutional standing that must be consider, set up and adjust as much as present markets like the changing societies. As soon as a company or a business are plane for generate benefits to their members and partners, in the same way must to get back part of that rentals in social acts who help the society growing up.

This corporeity's social act help to keep too a double flow of benefits, where the target people of that actions obviously will be supported and the company who did it will enjoy of a better image, a better position in the top of mind of the market and it be cover for an "aura" of responsibility and strength.

In this way it's the time for our country to bring up to date with the politics every time enhanced and changing of The Social Responsibility. We have get into it step by step and take some important issues from the international markets; but the has come arrive of make a call to the corporate conscience and think that if social expectations, the work spectrum will increase too like the position in the markets national and international.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ACTOR FUNDAMENTAL EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL Y DE LA SOCIEDAD.

1. Proceso Histórico del Concepto de Responsabilidad Social ¹

La empresa de Occidente ha llevado un proceso histórico del papel social de sus empresas enmarcado en acciones como que las personas adineradas de la época y sus empresas deberían asumir como responsabilidad propia el administrar la riqueza de las organizaciones buscando así brindar beneficios a la sociedad y claro que todo lo anterior con un sentido filantrópico entendido de igual manera como donativo voluntario o caridad a los necesitados , donde se han establecido y que se han delimitado fases en su evolución:

1.1 Fase Precursora (1776-1900)

En esta época no se asumía la responsabilidad social encaminada a la sociedad en general, en este sentido se solucionaban los problemas menores que pudieran surgir al interior de la empresa y no existía un enfoque social. El termino de responsabilidad se asociaba a la generación de resultados positivos reflejados en utilidades.

¹ ANDREW CARNEGIE. *The Gospel of Wealth*, New York, Schribner's, 1989. Trabajo de grado (Administrador de Empresas) Universidad Militar Nueva Granada.

No existía ningún tipo de regulación laboral en cuanto a horarios y salarios; no hubo gestión ejercida para quienes trabajaban en los medios de producción y por ende no existía un entorno social.

1.2 Fase Filantrópica (1900-1950)

Las acciones de la filantropía empresarial se dirigen al exterior de la empresa, que tiene como objetivo la comunidad y se constituye como el gesto amoroso y/o generoso por parte de las compañías.

Las acciones se encaminaron a la sociedad en busca de un beneficio económico para los accionistas. Basaron sus actividades en la ayuda incondicional, generando paternalismo social que produjo un efecto de sumisión, dependencia, espíritu conformista y pasividad relativa

En este aspecto, los Estados Unidos surgió un movimiento paternalista basado en la caridad teológica, que ayudaba a los pobres de acuerdo a lo que la fe de sus religiones les dictaban, es decir, que la riqueza no era un bien personal sino mas bien un bien común y este debía ser compartido ilimitadamente con el prójimo. Situaciones como estas, llevaron a una revaluación del término de filantropía y lo condujeron a otros niveles donde no fuera tan exagerado como para terminar corrompiendo la sociedad auxiliada.

Para 1920, muchos negocios dirigieron su atención hacia la opinión pública y a convertir dicha filantropía en una estrategia de mercadeo. Algunos industriales y empresarios advirtieron que las prácticas filantrópicas eran validas solo bajo la eficiencia de la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación persuasiva, como estrategia para ganarse al público consumidor; esperando gran crecimiento económico muchas empresas crearon fundaciones sin ánimo de lucro, ya sea de sus finanzas o con fondos compartidos, para generar un alto impacto en la sociedad a bajos costos.

En 1923 Andrew Carnegie, estableció que las personas adineradas y que poseían empresa deberían administrar sus recursos de tal manera que estos a parte de tener un beneficio personal, también brindara oportunidades a la sociedad.

La gran depresión de 1928, fue decisiva a la hora de crear medidas y leyes que propiciaran la protección social, se incentivaron las empresas y los gobiernos tomaron cartas en el asunto. De esta manera se da inicio a una concepción occidental del concepto de Responsabilidad Social que iría tomando más forma y fuerza para el fin del periodo de 1930 a comienzos de 1940.

Con la Segunda Guerra Mundial, el mundo toma una postura más consciente y las empresas comienzan a aceptar la existencia de una responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, realizando actividades sociales.

Para la época de la Post Guerra (1948) los cambios socio culturales y económicos son devastadores, tanto que filósofos como Horckheimer y Adorno, ven en la sociedad creciente un auge de diversas industrias (como lo son las industrias culturales) y ven también que este tipo de ciudad moderna surgida de dichas re interpretaciones culturales brinda al sujeto individual una resistencia a lo político, que llevaría a una crisis social que iría creciendo hasta finales de los sesenta.

1.3 Fase Critica (1950-1967)

En esta época Howard Bowen, publica *Social Responsibility of the Bussinessman* (1953)² con el cual abre paso a un nuevo concepto en el debate de Responsabilidad Social. El termino “doctrina de la responsabilidad social” se implanta en los nuevos discursos de dicha responsabilidad como un campo de acción por parte de los empresarios

² HOWARD BOWEN. *Social Responsibility of the Businessman*, New York, Haper & Bothers, 1953.

para afrontar los nuevos problemas y llegar a las nuevas metas de empresa.

Sin temor a dudar el trabajo de BOWEN fue fundamental para implantar un punto de partida definido que conceptualizara e hiciera tomar conciencia de las empresas sobre sus responsabilidades sociales. En esta época el entorno económico, ya sea social o empresarial, dio cuenta de la magnitud de los poderes empresariales para llegar a afectar a la comunidad.

1.4 Fase de los Problemas (1967-1973)

El principal exponente de esta época es Milton Friedman, considerado uno de los grandes economistas, ganador del premio Nobel de Economía en 1976.

Detractor del término responsabilidad social, tenía como premisa la oposición a considerar la concepción de empresa como institución social, defendiendo el principio, que la mayor responsabilidad de una empresa estaba dada por responder con el aumento de los beneficios a sus accionistas.

Abogaba por el juego limpio de las empresas buscando un aumento económico manteniéndose dentro de las reglas establecidas de producción y venta.

Dichas situaciones y oposiciones dieron pie para que se creara una política donde se ve beneficiada la empresa y la sociedad de igual manera, obteniendo beneficios equitativos; así pues se considera al final de este periodo la Responsabilidad Social como una estrategia de mercadeo y financiación que contribuye con los beneficios de la empresa.

1.5 Fase del Reconocimiento (1973-1980)

La economía para esta época había despojado de toda confianza económica a las grandes empresas, condición que llevo a pensar en recuperar tal confianza y que esta seria un valor fundamental como posicionamiento empresarial.

Es importante eludir el surgimiento de organizaciones que velaran por la ética de los negocios y el comportamiento de las empresas, así como se valorara la cultura de servicio al cliente, donde este comienza a definirlo que busca en el producto y en la empresa que lo provee.

La inclusión empieza a jugar un papel importante, desde el punto de vista del compromiso social, la inclusión como el recurso del sentido y la cultura como contenido teórico de la Responsabilidad Social. Se empieza a tener en cuenta el medio ambiente como receptor y pieza importante del accionar social de la empresa.

1.6 Fase del Compromiso (1980-Actualidad)

Se asume mayor consciencia en el papel de las empresas frente al concepto y aplicación de responsabilidad social empresarial, ellas ven la necesidad de contemplar la RSE debido a su impacto en las sociedades, las culturas y el medio ambiente. De esta manera toma fuerza el respeto por las minorías y la integridad humana.

Se le atribuye a la empresa una función articuladora del tejido social y cultural, y se advierte el impacto de las organizaciones y su compromiso con el equilibrio social. Aparece la ética en el escenario de las relaciones comerciales como un indicador transversal, fundamento de las negociaciones.

La responsabilidad Social, se vincula así a conceptos de sostenibilidad y/o sustentabilidad; entregándole gran responsabilidad de mantenimiento de las organizaciones.

2. Aspectos Éticos Empresariales³

Para hablar de Responsabilidad Social Empresarial, es necesario dejar claros ciertos aspectos y conceptos sobre los cuales se profundizará en el siguiente trabajo:

- Como primera medida la responsabilidad social se evalúa desde ciertos parámetros sociales que están impuestos por la ética.” Ética entendida como un conjunto de valores y reglas que definen los comportamientos correctos e incorrectos del accionar humano; estos señalan cuando las acciones son aceptables o definitivamente aborrecibles”. La consideración de una acción ética depende del contexto y las reglas vigentes y planteadas por la sociedad donde dicho acto será efectuado, es decir que lo que en un círculo social esta constituido como ético, en otro ámbito o círculo social seria totalmente censurable o inaceptable.
- Estas normas éticas tienen cuatro fuerzas básicas que influyen en la conducta ética de los individuos o de las empresas las cuales son: Las normas y la cultura de la sociedad, Las leyes y reglamentos, Las prácticas y cultura organizacional y por ultimo el punto de vista individual (1).

³ DAVID RAMIREZ. Contabilidad Administrativa Cámara de Comercio de Bogotá. Editorial Mc Graw Hill. 2006.

2.1 Normas y Cultura de la Sociedad

Las sociedades en su construcción van implantando los actos bajo el concepto de ética que cada una tenga. Las sociedades al comienzo van aceptando practicas que en el momento pueden ser aceptadas, pero según los avances tecnológicos, médicos, legales o de cualquier otro tipo, van reevaluando dichas practicas y van reacomodándose a nuevas decisiones y se va teniendo una evaluación diferente de sus efectos llevando a un nuevo o cambiante debate de lo ético de dichas acciones.

Por ejemplo la industria del alcohol en sus comienzos era una cuestión de contrabando, luego se fue aceptando su legalidad y por consiguiente su consumo publico. Luego de un tiempo las empresas distribuidoras y productoras de alcohol se verían envueltas en varias leyes que parametrizan su producción y distribución teniendo en cuenta la asesoría del campo medico y científico. Agregado a esto se crea una imagen y una percepción acerca del consumo, y que su uso exagerado será mal visto por la sociedad, así pues la cultura crea unos parámetros éticos que regulan el comportamiento del individuo para que este no se aparte de la sociedad demostrando patologías sociales.

2.2 Leyes y Reglamentos

Cuando las sociedades definen los actos éticos y no éticos, tienden estas definiciones a convertirse en leyes, reglamentos o acciones judiciales. La legalidad de las acciones y las decisiones en ocasiones por fuerza se vuelven éticas. Es decir; el cambio de concepción de una practica e introducirla en el entendimiento de lo ético puede llegar a convertirse en ley para ser sostenida como correcta; por ejemplo las leyes contra la esclavitud o la discriminación de género.

Este aspecto de las leyes y los reglamentos son importantes a la hora de evaluar el comportamiento tanto de la empresa como del empleado. Por las leyes obtenidas en el transcurso del tiempo se tiene un marco de acciones legales o ilegales, y que estas así mismo tienen un cumulo de implicaciones sociales y económicas que incluyen todos los personajes del mercado. De esta forma una empresa se vera afectada en la reputación y la rentabilidad de su negocio si esta incurre en actos ilegales. Como RSE se hace necesario que se tenga en cuenta que la empresa debe guiar y parametrizar a sus empleados de manera objetiva, poniendo metas claras y alcanzables, definiendo claramente cual es el objetivo de la empresa y cuales son los aspectos a los que se les entrega mayor importancia y relevancia.

2.3 Prácticas y Cultura Organizacionales

Es en este punto donde el accionar de la empresa hacia el empleado toma mayor relevancia, ya que las organizaciones afectan directamente en la relación-acción de este. Retomando las premisas anteriores, la compañía debe comunicar sus objetivos y debe definir sus metas al empleado. Una guía es necesaria, para no confundir y definir dichos parámetros en los que las acciones de la empresa deben encaminarse y que este colaborador se acoja a ellas.

Así que son necesarios por ejemplo los códigos de ética que ayudan a entender las normas y los valores de las compañías definiendo el tipo de comportamiento aceptable.

2.4 Puntos de Vista Individuales

Las personas van creando un sistema de leyes y normas éticas a nivel personal que se van forjando desde niños. Pero en dicho camino también es posible desviarse de una concepción ética generalizada, por consiguiente existirán acciones las cuales podrían ser censurables o

rechazadas en el futuro. Las organizaciones hacen un esfuerzo en conseguir el personal que más se acople a un sistema de parámetros que ella ha establecido para su funcionamiento óptimo. En ciertos casos los puntos de vista son el mismo de la empresa con el individuo, pero no siempre ocurre. Es más en repetidas ocasiones el colaborador se aparta de los códigos propuestos y en vez de evaluar las políticas en pro del empleado y el empleador, puede generar ideas alternativas que se apartan del fundamento ético de la responsabilidad.

De acuerdo a esta clasificación de variables y conceptos, se implementaran tres modelos a nivel mundial para evaluar a las empresas y emitir juicios éticos. Estos modelos de evaluación⁴ están dados de acuerdo a unos principios en ellos inmersos que darán el enfoque diferenciador, al mismo tiempo que indicaran el mejor camino a tomar por el enfoque de Responsabilidad Social de la empresa.

2.4.1 Modelo Utilitarista.

Se concentra en las acciones y en los resultados más no en los motivos de aquellas. Este modelo es derivado de las políticas propuestas por Friedman, que aparte de la devoción empresarial por el crecimiento económico, apunta a que una empresa debe manejar los principios éticos de acuerdo a los objetivos organizacionales, eficiencia y conflictos de intereses.

2.4.2 Modelo de Los Derechos Morales

Este modelo sostiene que las decisiones empresariales deben estar de acuerdo y ser congruentes con los derechos fundamentales, estos se

⁴ DAVID RAMIREZ. Contabilidad Administrativa Cámara de Comercio de Bogotá. Editorial Mc Graw Hill. 2006.

convierten en parámetros y punto de partida para la toma de decisiones y acciones.

Atribuye gran importancia a los principios empresariales de Vida y Seguridad, Confianza, Privacidad y Libertad de Conciencia y Expresión. Estos principios trabajan como defensa de los sectores más débiles de la sociedad.

2.4.3 Modelo de Justicia

De acuerdo a este modelo la evaluación de las decisiones y comportamientos se hace con parámetros de distribución justa. Estas acciones se consideran justas si se siguen los principios de cuando se diseñan sistemas administrativos y se toman decisiones gerenciales los cuales son El Principio de Justicia, Principio de Reciprocidad y el Principio del Deber Natural.

Este último apela directamente a ser un buen ciudadano, aspecto importante en la conformación de una Responsabilidad Social congruente, para dicha situación existen cuatro deberes universales:

- Ayudar a quienes se encuentran en necesidad.
- No perjudicar ni agredir a nadie.
- No generar sufrimiento sin necesidad.
- Respalda y obedecer instituciones justas.

Decir que la utilización de un solo método o modelo como solución o implementación de la Responsabilidad Social no se adecuan, ya que dependiendo del problema o situación propuesto, habrán modelos mas aptos para la toma de las decisiones. Así, también es determinante el tipo de sociedad en la cual la empresa efectúe sus acciones sociales.

La implementación de los tres modelos en formas moderadas, asegurara que los umbrales éticos se amplíen y la empresa tenga un mejor juicio moral con relación a las actividades de si mismo.

Bajo estos parámetros de evaluación y consideración de la Responsabilidad Social, se encuentra su razón de ser. Las empresas son parte integral y decisiva de la comunidad a la que pertenecen, por ello deben contribuir con el bienestar y desarrollo de dicha sociedad.

La empresa debe tener una visión a futuro de la relación que mantiene y mantendrá con su comunidad y deberá considerar el incremento en la contribución en la sociedad. Este tópico de empresa responsable ha revolucionado el mundo económico, ya que se trata de ir cambiando paulatinamente la concepción que el rico sea cada vez más rico y el pobre cada vez más pobre.

Ahora que se tiene una mayor conciencia de cómo influye la empresa en el entorno cultural, la Responsabilidad Social no es una opción, es un objetivo y una obligación de todas las empresas visto lo anterior desde los diversos factores que atañen al desarrollo de la misma actividad económica cual sea esta, ayudando de cerca al estado a ser agente de cambio y ha colaborar con el aumento de la calidad de vida. El estado deberá emprender políticas que no aumenten la diferenciación social y que al contrario, vayan cerrando las brechas sociales, incluyendo estas políticas en su misión y contagiando al cien por ciento a la empresa en la ejecución de la RSE.

Siendo congruentes con las márgenes establecidas, se considerara pues una empresa responsable cuando, trata de manera digna y respetuosa a sus empleados, mantiene un comportamiento ético con todos los grupos involucrados con ella, realiza acciones sociales en su comunidad de enclave y no deja atrás el preservar el medio ambiente. De allí parte la idea que se tiene de RSE.

Existen argumentos variados que demandan de manera apremiante que la empresa genere desde si una RSE, como son los siguientes:

- Primero existe el movimiento de responsabilidad social corporativa, que es aquella que integra entre sus negocios las preocupaciones sociales y ambientales, dirigiendo una fuerza de acción equivalente al capital humano y a los movimientos financieros.
- Segundo, la comunidad internacional ha delimitado ciertas certificaciones para las empresas socialmente responsables, brindándoles el estatus de RSE.
- Tercero existe una posición de rechazo hacia la globalización, las ONG's son las encargadas de la veeduría de los resultados específicos de producción y resultados en el campo social. Cuarto las ONG's definen unos caminos y métodos de evaluación para que las empresas enfoquen mejor su labor social y por último, se les exija las empresas que generen un informe sobre todas sus actividades además de manera que las acciones puedan ser supervisadas y analizadas.

De acuerdo con los conceptos de responsabilidad, que atañen a la ética y a la producción de un producto por parte de la empresa, esta entra a formar parte fundamental de la estructura social. Pero no solo concierne a los individuos fuera de la empresa, estos también incluyen el capital humano interno, es decir las personas que integran la organización. Por tanto el bien interno de la actividad empresarial consiste en lograr satisfacer esas necesidades y, de forma inseparable, en desarrollar al máximo las capacidades de sus colaboradores.

Al cumplir la empresa con las responsabilidades sociales que van más allá de del desempeño financiero, es natural que los grupos afectados por estas decisiones incluyan nuevos individuos al proceso, de esta manera llegamos al concepto de *stakeholder*⁵. Estas son las personas que tienen algún tipo de interés o se ven afectadas en el desempeño empresarial, por ende deben ser tenidas en cuenta en la toma de decisiones o por lo menos en el proceso.

Dentro de estos grupos podemos contar a los clientes, la comunidad, los competidores, los empleados, el Estado; todos involucrados de alguna manera en la construcción empresarial.

Los *stakeholders* incluyen dos tipos: un conjunto reducido que incluye aquellos grupos que son vitales en el desarrollo y éxito de la organización, es decir los más cercanos a los procesos de producción y un conjunto más apartado (igualmente) el cual tiene en cuenta cualquier individuo que es afectado por las decisiones empresariales.

De allí en el primer grupo, podemos encontrar a los colaboradores a cualquier nivel de la empresa, sus aspiraciones y derechos. Los derechos del empleado giran a favor de las expectativas sobre el trabajo y su sustento, esperan de esta seguridad, beneficios y un trabajo significativo; así como respuesta a su lealtad esperan la ayuda de la empresa en momentos difíciles.

Para el sector de los proveedores, la empresa es de vital importancia, pues de esta depende su supervivencia y existencia. Es importante incluirlos ya que de una buena materia prima depende la calidad de los productos. Por aparte, los clientes son la razón de ser de la empresa y por medio de este grupo la organización recibe las utilidades. Gracias a este grupo, las empresas implementan su desarrollo y su permanencia en el mercado; se crean nuevos productos, se evalúan nuevos costos y, se

⁵ BARRERA Ana María, La Responsabilidad Social de la Gerencia. Cámara de Comercio de Bogotá. Monografía 54. Universidad de Los Andes. 1999.

piensan y ponen en práctica nuevas políticas de mercado y administración.

Como *stakeholder*, la comunidad es incluida obviamente, ya que esta provee servicios a la compañía, permitiendo el crecimiento de la su infraestructura, y ocupación de espacios ya sean estos comerciales o no. En este concepto, la gerencia de la empresa cumple un papel esencial, pues tiene que mantener y mejorar los dividendos así como cuidar el bienestar de la sociedad.

Pensado en este sentido la RSE obedece a una estratificación, donde la Responsabilidad Económica es fundamental para trabajar en pro de todos los intereses antes propuestos, cumpliendo con una Responsabilidad Legal, y luego en un nivel más alto la Responsabilidad Ética, que termina en el punto mas alto de las Responsabilidades, la Filantrópica.

Es evidenciadle que la empresa es la unidad económica básica de la sociedad y que de una base sana financieramente depende absolutamente la sostenibilidad.

Para la finalidad expresa de este trabajo, la RSE tienee en cuenta al impacto de las organizaciones sobre las comunidades que trabajan, y la contribución que como “buen ciudadano” debe ejercer sobre ellas. A pesar que la filantropía es una acción voluntaria, es precisamente en este enfoque en el que la empresa desarrolla mayor proximidad, donde consigue sus recursos, su mano de obra, donde genera la imagen inmediata.

Por estas razones el papel de la filantropía debe ser redimido, y tratado con mayor compromiso y avanzar en el concepto pues es fundamental en la gestión empresarial. Esta Filantropía, “empieza en casa” y por consiguiente la organización para su propio bien debe atraer y mantener gente talentosa, ofreciendo un salario suficiente, digno y un buen clima

organizacional que permita que la persona desarrolle tanto profesional como particularmente.

Este es un esbozo de la filantropía empresarial, pero este tema depende de las políticas internas de la empresa, de las políticas del Estado y de la interpretación personal tanto de los dirigentes como de los participantes y colaboradores, pues de estos juicios de valor dependerán los resultados del enfoque y las acciones de la RSE en la sociedad.

3. Enfoque Empresarial en América Latina.⁶

La importancia de América Latina en las políticas de Responsabilidad Social esta dada por la integración de los mercados internacionales en las sociedades latinoamericanas. Este concepto mas conocido como Globalización, incluye a las empresas de todos los países y obviamente a homologarlo o hacer validas las políticas de RSE dependiendo de la sociedad en la que trabajan.

Es notorio que para Latinoamérica los mercados internacionales, son un objetivo de comercio, y por consiguiente dichas empresas deben emprender acciones que las dejen cerca de los protocolos y regimientos de los clientes foráneos.

A parte de los protocolos propuestos habrá organizaciones internacionales interesadas en regular los negocios de las empresas de ambos mundos. De esta manera se convierte en esencial la adaptación de la Responsabilidad Social en los entornos económicos para que estos sean actualizados y puestos en vigencia en dicha globalización.

⁶ PESCE Dante. El Contexto de la Responsabilidad Social en América Latina. La Responsabilidad Social Empresarial como generadora de Valor. Foro Responsabilidad Social para Presidentes y Líderes. 2008.

Además, Latinoamérica se encuentra en una posición desalineada entre los estándares privados y públicos. No existe una colaboración entre las empresas, como tampoco en los estamentos gubernamentales, ninguno de los anteriores comparte la misma visión y estrategia de desarrollo en Pro de generar competencia internacional. En los países de Sur América las empresas y el sector privado mantienen relaciones puramente formales sin ponerse de acuerdo, situación que debe ser revaluada, pues la globalización se enfrenta mejor como país unido y con estrategias coordinadas.

3.1 Nuevos Estándares de Calidad

En este momento las políticas de calidad propuestas no están dadas por el Estado, situación que genera un cambio de visión por parte de la empresa privada que genera nuevos estándares y nuevos protocolos de evaluación.

Estos nuevos estándares de calidad están regulados por las normas ISO, cuyo comité establece la ISO 9000 y la serie 14000, entre otras, a través de su política de consumidores.

En América latina uno de los pocos países que tienen una buena y conjunta política a parte de ser certificados por ISO es Brasil, que ha implementado novedosos mecanismos y estrategias siempre dirigidos a la proactividad de cumplir los estándares internacionales.

3.2 Visiones Dispersas de la Responsabilidad Social

En los países latinoamericanos predomina la visión *filantrópica*, sin dejar atrás que se ve como una visión alternativa, como *gasto necesario*, se dirige mas que todo al exterior de la empresa con el fin de manejar un

contexto favorable en los negocios y una buena relación con las autoridades, desde este punto de vista es una táctica mas no una política respetada e infundada en la empresa.

No obstante existen aun empresas que consideran la Responsabilidad Social como un tema emergente de interés, que aun ignora sus caminos, los métodos de articulación y como afrontar a nivel interno de la empresa los cambios de la sociedad circundante.

Por otro lado hay quienes consideran que es un tema lleno de protocolos, certificaciones y requisitos, entonces se ponen al día con todo tipo de procesos de certificación que permite cierto nivel de competitividad.

Así como otro grupo cree que la RSE, es una buena opción para los negocios, es decir que conviene hacer visible que la empresa esta cumpliendo con los requisitos exigidos. Por ultimo, para otro grupo es una forma de herramienta de competitividad, pone el conjunto de buenas prácticas enfocadas a la gestión de negocios de forma sistémica.

4. Enfoque en el Contexto Colombiano⁷

En el contexto colombiano, puede decirse que ha existido avances interesantes desde hace un buen tiempo por citar un ejemplo el caso de los subsidios familiares (1949-1954), que fue un trabajo conjunto entre el sector privado y el público entendiéndose este como un modelo o esquema de RSE dirigido a que las familias colombianas pudiera acceder a una vivienda digna para todos sus integrantes.

Con un buen proceso apoyado por la ley, se paso de una responsabilidad social empresarial de donaciones, a una filantropía alrededor de

⁷ SIERRA, Jorge Emilio. Responsabilidad Social Empresarial. Cámara de Comercio de Bogotá. 2008.

programas en pro de la ciudadanía, así como se ha incentivado la creación de fundaciones y corporaciones mixtas, para el desarrollo social comunitario.

De esta manera se demuestra que se ha procurado un avance en la construcción del tejido social de la mano de las compañías y el Estado creando así una relación entre estos agentes de la sociedad. Para esta construcción es necesario tener en cuenta los actores o como ya se dijo anteriormente: los *stakeholders*. En una visión mejor orientada de la filantropía, en donde se debe hacer capacitación de los empleados desarrollando sus competencias, respeto a los derechos humanos y laborales, cooperativas, apoyo en la compra de inmuebles y programas para la ocupación del tiempo libre.

Para las familias también pueden hacerse programas de salud y educación, programas recreativos e impulso a la creación de empresa.

Es necesario tener en cuenta al ejercer este fortalecimiento del tejido social que deben haber resultados positivos de afecciones que tal vez el gobierno no ha tenido la fortuna de cubrir, como lo pueden ser: la erradicación del trabajo infantil, educación y trabajo para los jóvenes, apoyo en los concejos municipales, conformación de escuelas y programas de apoyo comunitario.

Es importante reseñar que no se espera que la empresa privada cubra todo aspecto faltante de la sociedad, o que le devuelva todo en donaciones facilistas, a ONG's u organizaciones, sino que también brinde beneficios intangibles mas ricos en la creación de oportunidades de participación y ejecución de la comunidad. Desplazando así el antiguo concepto de la Filantropía, a un trabajo mas conjunto y apoyado por el Estado y no encasillado al sector monetario en busca de un prestigio.

5. Conclusiones

En nuestra nación , la falta de moral y ética es una factor vital del problema que tienen las organizaciones debido a su afán por generar utilidades y resultados sin importar o medir las consecuencias conllevado esto a que las mismas no le brinden la importancia que merece el tema de responsabilidad social por lo cual podemos concluir los siguientes aspectos:

- Para Colombia, la responsabilidad aumenta de manera exponencial, pues aparte del crecimiento económico esperado, hay factores de reto o de desafío para la empresa socialmente responsable. La pobreza, el hambre, el narcotráfico, la violencia, el desplazamiento, la corrupción, deserción escolar y la ausencia de una educación de calidad, son algunos de los mas importantes temáticas que atañen a la RSE.
- En este caso así como el panorama se ve sombrío, con pocas esperanzas de mejoramiento y de poco apoyo gubernamental dada la corrupción constante y el conflicto de intereses manejado en los altos círculos sociales; también puede ser la oportunidad para encontrar un campo de acción complicada pero de esperanzadores frutos si se trabaja honradamente.
- Se podrían implementar programas especiales en las empresas, iniciativas gremiales apoyadas por sus empresas y estableciendo acuerdos entre líderes y gremios, alianzas empresariales fuera de las competencias, cooperación internacional. La mano empresarial también debe verse activa en la proposición de cambio de instituciones públicas como el ICBF, apoyo a los proyectos de

resolución de conflictos, apoyo al sistema judicial, promoción y prevención en temas de salud y ecología.

- Es importante que también se tomen cartas en el sector educativo, apoyando la constitución de un sistema educativo mas fuerte que de cabida a los jóvenes. Que sean promovidos controles estatales, políticas de lucha contra el hambre y la deserción estudiantil, créditos de fácil acceso, buscar métodos para detener la migración del capital humano por mejores oportunidades y presencia internacional de los comerciantes colombianos como estandarte y defensa de nuestros mercados.
- Quedan al descubierto ciertos comportamientos de la RSE que son de vital importancia para dar un cambio al enfoque y al entendimiento de lo importante que este tema es para nuestra sociedad.
- Es claro que la corrupción es un inconveniente que detiene el desarrollo del país en muchos aspectos y de gran importancia. El sector social por ejemplo, se ve muy afectado y este es uno de los que más atención requiere. En este orden de ideas es considerable pensar que el apoyo inmediato y mejor dirigido iría a comunidades necesitadas, de extrema pobreza, comunidades citadinas que no tienen acceso a la educación y a los mínimos servicios públicos. Pero es evidente que mucha de esta ayuda se desvía, se mal invierte, es mas, entra a procesos de politiquería y compra de votos; quedándole a lo poco que la empresa privada puede hacer, una mayor responsabilidad y un aumento en la inversión social resultante del desprendimiento del Estado.

- Es claro que en ocasiones los más grandes avances en RS están implementados por las empresas privadas, que generan cualquier cantidad de planes y estrategias para colaborar con los principales males que aquejan a nuestro país.
- Así pues es necesario hacer un llamado a las políticas Estatales, para que estas sean más solidas, más partidarias de lo emprendido por las compañías y que males tales como la corrupción sean de menor índole para el mejor funcionamiento de este mecanismo social.
- Luego de incluir al Estado una mirada a las empresas no sobra. En ocasiones la empresa privada, espera más el beneficio del prestigio que el verdadero desempeño de una labor social. Existen empresas comprometidas con la tarea, pero no siempre las mas acaudaladas son la de mayor presencia, los niveles de participación no son equivalentes a sus posibilidades o son reducidas a su grupo de colaboradores, siendo menor la acción a la comunidad externa.
- Es cierto que la comunidad interna debe ser atendida, pero teniendo en cuenta que es un trabajo fuerte y en el que no se debe desfallecer, la ayuda a las comunidades del entorno nacional se hace imperioso, pues en las manos de estas obras estará puesto el futuro de nuestra sociedad y la forma como salgamos adelante.
- Es imperiosa también una reevaluación de las políticas de Responsabilidad Social y su acatamiento prácticamente inmediato. El crear la consciencia colectiva conformara una sociedad más cercana a sus problemas y al compromiso por solucionarlos.

BIBLIOGRAFIA

- BARRERA, Ana María. La Responsabilidad Social de La Gerencia, Una mirada al desempeño social de las empresas: el concepto de *stakeholder*. Monografía 54. Universidad de Los Andes. Bogotá. 1999. Pg. 14. Trabajo de Grado (Administrador de Empresas) Universidad Militar Nueva Granada. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas.
- SIERRA MORA, Jorge Emilio. Manuel Escudero. Responsabilidad Social Empresarial. Cámara de Comercio de Bogotá. Bogotá. 2008. Pg. 27. Trabajo de Grado (Administrador de Empresas) Universidad Militar Nueva Granada. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas.
- VELASCO, José Manuel. La Responsabilidad de la empresa en el nuevo desorden mundial. La Responsabilidad Social Empresarial como generadora de Valor. Foro Responsabilidad Social para Presidentes y Líderes. Cámara de Comercio de Bogotá. Bogotá. 2008. Trabajo de Grado (Administrador de Empresas) Universidad Militar Nueva Granada. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas.
- PESCE, Dante. El Contexto de la responsabilidad social empresarial en América Latina. La Responsabilidad Social Empresarial como generadora de Valor. Foro Responsabilidad Social para Presidentes y Líderes. Cámara de Comercio de Bogotá. Bogotá. 2008. Trabajo de Grado (Administrador de Empresas) Universidad Militar Nueva Granada. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas.
- RAMIREZ, David Noel. El Desarrollo del Enfoque de empresas socialmente responsables. Contabilidad Administrativa. 8ª Edición. Editorial Mc Graw Hill. Cámara de Comercio de Bogotá. Bogotá. 2008. Pg. 583. Trabajo de Grado (Administrador de

Empresas) Universidad Militar Nueva Granada. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas.

- RAMIREZ, David Noel. Manejo de la Responsabilidad Social de las empresas. Contabilidad Administrativa. 8ª Edición. Editorial Mc Graw Hill. Cámara de Comercio de Bogotá. Bogotá. 2008. Pg. 171. Trabajo de Grado (Administrador de Empresas) Universidad Militar Nueva Granada. Facultad Ciencias Económicas y Administrativas.