

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN GESTIÓN DEL DESARROLLO ADMINISTRATIVO

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO COMPROMISO ÉTICO

Johanna De la Parra Ribero

TRABAJO DE GRADO

Bogotá D.C, Septiembre de 2010

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO COMPROMISO ÉTICO

INTRODUCCIÓN

Al considerar que una organización es una construcción social, constituida por un conjunto de personas y recursos que de forma articulada pretenden satisfacer necesidades y/o solucionar problemas potenciales y reales en su entorno, se hace evidente que todas las decisiones tomadas por los directivos deben estar enmarcadas por las leyes, creencias, y costumbres que regulan los comportamientos y las interacciones individuales y colectivas. Lo cual implica, que las empresas están obligadas no solo a cumplir con la normativa vigente sino a ir mas allá, aportando activamente en la construcción de una *sociedad sostenible* que de lugar a la continuidad operativa de las actividades empresariales.

Argumentos bajo los cuales, el significado de ser socialmente responsable no puede limitarse al cumplimiento de las obligaciones legales, ya que las organizaciones deben asumir su compromiso con la sociedad mejorando sus relaciones con todos los grupos de interesados. Estas Nociones dan origen a la siguiente tesis: “la RSE debe ser una iniciativa organizacional para responder al compromiso ético con la sociedad”. Con la cual se pretende demostrar que la RSE no debe exigirse mediante leyes, sino que debe invitarse a ella, reconociéndola como una exigencia moral en el contexto de la ética empresarial.

Por ello, el presente ensayo inicia con un acercamiento al concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), seguido de una reflexión sobre el concepto de Ética Empresarial, para presentar un análisis sobre la relación existente entre la ambas nociones, y finalizar con la experiencia, en el grupo empresarial Empresas Públicas de Medellín (EPM) de la adopción voluntaria de un modelo de gestión tendiente a reconocer la incidencia de las acciones y prácticas sobre el bienestar de los diferentes grupos de interés (stakeholders).

Testimonio del compromiso empresarial con la sociedad, es la adopción voluntaria de estrategias de RSE aunque la normatividad vigente no exige rendir cuentas sobre los modelos de gestión y en la práctica (y en la academia) son más comunes las teorías administrativas con un enfoque financiero, de maximización de valor para los accionistas, que aquellas que incluyen los intereses de las partes interesadas en la toma de decisiones estratégicas.

A pesar de lo anterior, durante las últimas décadas las organizaciones se han concientizando de su relación simbiótica con la sociedad y de la importancia de hallar un triple balance (económico, social y medioambiental) para sustentar su crecimiento económico y aportar a la cohesión social y la protección del medio ambiente; motivos por los cuales han procurado invertir en su futuro, incorporando políticas de responsabilidad social empresarial que incluyen: comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia y, estrategias tendientes a mejorar la relación entre la empresa y sus partes interesadas (clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general).

Evidencia bajo la cual, es válido afirmar que aun cuando algunos críticos consideran la RSE como:

“una moda pasajera a través de la cual la ética de los negocios se interpreta como medio para alcanzar los fines económicos de las empresas; como un instrumento para exhibir con ostentación, pero sin fondo, la "moralidad" en la acción empresarial, esperando, como siempre, el aumento de los beneficios”
(Lipovetsky, 2005; citado en Duque, 2007, p. 67),

está es una filosofía corporativa que presenta una forma diferente de entender la empresa a partir de una serie de valores tendientes a gestionar adecuadamente un desarrollo sostenible de la organización en el marco de una relación ética, donde la convicción desde el nivel directivo más alto hasta el nivel más bajo y el desarrollo de relaciones transparentes con los stakeholders desempeñan un papel fundamental.

CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

El concepto de RSE cuenta con numerosas definiciones, cuyo argumento central tiende a ser el compromiso voluntario de las organizaciones para exceder el cumplimiento de las normas legales, retribuyendo a la sociedad o al medio ambiente los beneficios recibidos, es decir la posibilidad de existir y permanecer en el mercado.

A continuación se presentan algunas de ellas:

- A. *Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones empresariales y en sus relaciones con sus interlocutores* (Comisión Europea en el Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad de las empresas”, citado en Server, 2009, p. 9)
- B. *El compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con los que se interactúa* (AECA, 2004, citado en Server, 2009, p. 9).
- C. *Una concepción de estrategia empresarial en la que se busca de forma voluntaria un acuerdo a nivel social, medioambiental y con los trabajadores* (Lizcano (2004), citado en Server, 2009, p. 21).
- D. *Los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes, relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores, medio ambiente, comunidades, el gobierno y la sociedad en general* (Ministerio de Educación Nacional, 2010)
- E. *Es una estrategia social proactiva orientada a producir, catalizar, cambiar y transformar la sociedad, atendiendo las necesidades básicas humanas y aportando a la solución de los problemas sociales* (Duque, 2007, p. 64-65)
- F. *Un comportamiento ético y atento a generar bienestar a la comunidad y desarrollo sostenible integrado en todos los aspectos de su organización* (Colombia Incluyente Org, 2010)
- G. *Un enfoque de negocios que integra un marco de respeto y compromiso con los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente, para contribuir con el desarrollo económico sostenible. Esta visión de negocios reemplaza el enfoque tradicional de carácter filantrópico, por el cual se*

apoyaba a una comunidad mediante acciones caritativas, por una nueva mirada, donde la RSE es parte integral de la estrategia de negocios y, por lo tanto, debe ser planificada y cuantificada con el fin de aumentar la rentabilidad y contribuir simultáneamente al logro de los objetivos estratégicos de las empresas (Centro Colombiano de Responsabilidad Social, 2005, p. 6)

H. El compromiso con la satisfacción de las necesidades del medio ambiente, de la sociedad y de los trabajadores, con una intensidad similar a la generación de valor para los propietarios, que se refleja tanto en las estrategias, compromiso con la satisfacción de las necesidades.(Valenzuela, 2005 citado en Córdoba, 2006, p. 29)

En este orden de ideas, el concepto dentro del presente documento corresponderá a la propuesta de Vives (2004) citada por Alea (2007), donde la RSE es vista como:

“Prácticas de la corporación que, como parte de la estrategia corporativa, en complementariedad y apoyo de las más importantes actividades empresariales, busca evitar daño y promover el bienestar de “stakeholders” (clientes, proveedores, empleados, fuentes financieras, la comunidad, el gobierno y el medio ambiente); a través de cumplir con reglas, regulaciones y voluntariamente ir más allá de ellas”. (Vives, 2004 citado en Alea, 2007, p. 4).

Razones por las cuales es válido afirmar que una empresa actúa con un modelo de responsabilidad para contribuir con el desarrollo económico sostenible, desde el momento en el que es consciente de la necesidad de actuar a favor de la sociedad que le dio origen y le permite subsistir. Para lo cual debe diseñar e implementar voluntariamente procedimientos de comunicación que permitan conocer las necesidades y expectativas de las partes interesadas, notificar sobre los efectos y consecuencias ambientales, económicas y sociales de su actividad empresarial.

Lo cual se logra al introducir los cambios necesarios en sus sistemas de gestión para integrar en sus planes un compendio de objetivos y estrategias correspondientes a las dimensiones social, económica y medioambiental; responder eficaz y eficientemente a los intereses de los grupos de interés, sin dejar de lado la búsqueda de beneficios y de progreso económico; y adoptar indicadores que faciliten monitorear el comportamiento frente al cumplimiento de la política de RSE.

En este sentido, la responsabilidad:

“no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ve en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad” (Alea, 2007, p. 2),

razón por lo cual las sociedad misma, puede actuar como veedora de las consecuencias e impactos de las actividades empresariales, reconociendo lo que hacen las empresas, ya sea positivo o negativo, e impidiendo que las organizaciones puedan *"barrer lo sucio debajo de la alfombra"* (Centro Empresarial de Inversión Social y el Pacto Global, 2004).

Por ello y dando respuesta a la creciente necesidad de información de los grupos de interés, las organizaciones han promovido la presentación de informes sobre Responsabilidad Social denominados “Memorias de sostenibilidad”, en los cuales informan sobre los beneficios generados por la incorporación de la RSE.

CONCEPTO ÉTICA EMPRESARIAL

La ética es definida por Córdoba (2006) como:

“Ciencia que estudia la moral y reflexiona sobre las diversas maneras de lograr el bien humano, debe aplicarse en todas las dimensiones empresariales. De manera apremiante, debe institucionalizarse para fortalecer la integridad del carácter organizacional y mantener una cultura responsable que esté presente en todos los ámbitos de la vida empresarial y que se extienda a la existencia humana” (Córdoba, 2006, p. 26),

proposición que orienta el alcance de la ética empresarial al estudio de las actuaciones, opiniones, valores y modelos de comportamiento de las empresas en los sectores público, privado o mixto.

Mientras que otros autores, como Puentes (2007) afirman que:

“a través de la construcción de una cultura empresarial ética se garantiza la transparencia y la equidad en las relaciones de las organizaciones. Todo lo anterior se orienta a la optimización de las condiciones de vida de las personas que trabajan en la organización y de los grupos de interés que interactúan con ella” (Puentes, 2007, p. 2),

la ética empresarial no es una teoría abstracta sino un cuerpo de conocimientos prácticos, orientados al tratamiento de las decisiones organizacionales que envuelven dilemas éticos o conflictos de valor.

Por otra parte, siguiendo a Montuschi (2009):

“la responsabilidad ética, que obliga a las empresas a cumplir con un comportamiento aceptable hacia los stakeholders. Es decir, hacer lo correcto, lo justo y lo equitativo más allá de lo que la ley requiere. Y así dado que puede verse a la legislación como a la porción de ética que está codificada, la responsabilidad ética correspondería a aquellas acciones que, a pesar de sus evidentes connotaciones morales, aún no se han convertido en obligaciones legales por no contar con el aval de la mayoría de la población o del grupo que detenta el poder” (Montuschi, 2009, p. 20),

la ética en los negocios se ocupa del estudio de las situaciones de negocios, actividades y decisiones correctas e incorrectas, buenas o malas de los individuos que hacen parte de la organización.

Argumentos conducentes a adoptar la propuesta de Montuschi (2009) como marco de referencia, para comprender que actuar éticamente es la forma en la que una organización reconoce su papel en la sociedad y ofrece su contribución al logro del bienestar social.

Razón por la cual, en el contexto de la ética empresarial la continuidad de una organización debe estar atada a la formulación de programas y acciones tendientes a aportar al desarrollo sostenible de la sociedad, y tal como lo indica Argandoña (2009) *“si una empresa no puede cumplir con sus responsabilidades legales y morales, quizá no debe continuar, sobre todo si para hacerlo debe trasladar sus cargas a otros stakeholders que no tienen ninguna culpa”* (Argandoña, 2009, p. 2).

Por ello, al reconocer que actuar responsablemente es una forma de autocontrol o autorregulación de las organizaciones para evitar que el gobierno imponga regulaciones directas y más costosas, las empresas emprenden los procesos culturales requeridos para incorporar el concepto de responsabilidad social en todos los ámbitos de la organización. Donde actuar éticamente, bajo un esquema de RSE se convierte en una estrategia de ahorro o de inversión, en la medida que previene la imposición de sanciones y facilita el ingreso a mercados que exigen la adopción de este tipo de medidas.

Según Satorras (2008), para que la actuación del empresario pueda ser considerada como éticamente responsable, existen tres líneas de comportamiento, a saber: por un lado, someter cada una de las actuaciones de los directivos a un mínimo común de conducta ética, acotando cualquier actividad o manifestación que pueda causar daños, sea en las libertades y derechos individuales, el bien común o el patrimonio de la sociedad. Por otro, antes de tomar cada decisión, evaluar la universalidad de su conducta, es decir, ¿qué ocurriría si todas las organizaciones actuaran de esa forma?, ¿cuál sería el resultado?, ¿cuál sería la reacción pública?, determinando si la decisión es socialmente sostenible; y finalmente, preveer, evaluar y valorar los impactos directos o indirectos, intencionales o no, que causará cada actividad programada.

Evidencia, conducente a reconocer que para que una organización pueda asumir el costo de las consecuencias de las actuaciones, requiere que los directivos vayan más allá del marco jurídico y basen su actuación en conceptos de justicia y equidad, y no meramente de legalidad. Implicando reconocer que el factor humano, en cabeza de la Alta Dirección, desempeña un papel preponderante en la gestión de políticas de RSE; ya que es este grupo el encargado de de la construcción del tejido cultural capaz de aportar al bienestar social y responder a las necesidades-expectativas de los grupos de interés de la compañía.

De acuerdo con lo anterior, y considerando que la ética reside en la acción humana, es evidente que los miembros de la plana ejecutiva de una organización son los encargados de adoptar estrategias socialmente responsables para dar respuesta a los requerimientos identificados en el plano de la ética empresarial.

RELACIÓN ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Alea (2007) en el documento “Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible” afirma que: *“la responsabilidad social empresarial es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente”* (Alea, 2007, p. 3), premisa bajo la cual cabe señalar que la adopción de este tipo de filosofía corporativa implica necesariamente el reconocimiento de un compromiso por parte de la empresa para contribuir a la transformación de la sociedad, instituyendo nuevos valores y comportamientos que faciliten el desarrollo sostenible y la creación de valor social.

Debido a que la empresa tiene repercusiones sociales la transparencia de las prácticas corporativas y la adopción de un modelo de responsabilidad social no es un lujo, sino un requisito ético, para regular las relaciones con los demás miembros de la sociedad en un marco de principios-valores capaz de propiciar un clima de confianza; por lo tanto para las organizaciones *“es esencial, reconocer que los valores representan un “capital ético” que apalanca la capacidad de crecimiento financiero al aumentar la unidad interna, moral, coherencia, orgullo, y la honestidad”*. (Goldsmith, 2002, citado en Alea, 2007, p. 4).

La implementación de una estrategia de negocios socialmente responsable requiere identificar las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés, para formular y cuantificar los programas que se llevaran a cabo para aportar al desarrollo sostenible de la sociedad, evidenciando que este compromiso debe ir mas allá que la adopción de una moda administrativa, puesto que implica verificar y adecuar cada una de las interacciones con su entorno (modelo productivo, adquisición de materias primas, forma de distribución, etc.) con el fin de lograr que la RSE se refleje *“...en un comportamiento ético y atento a generar bienestar a la comunidad y desarrollo sostenible integrado en todos los aspectos de su organización”* (Colombia Incluyente Org, 2010).

Para lo cual es necesario adoptar programas de seguimiento y evaluación para monitorear la adecuación y eficiencia de los programas implementados, tales como los y planes de auditoría ética. En el caso colombiano, el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial propone el cálculo de un índice para calibrar la comprensión de la situación de la responsabilidad social en cada empresa, mientras que la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales a través del grupo de investigación "Ética Empresarial y Empresariado Social" sugiere la implementación de otro tipo de herramienta de diagnóstico, como es la Auditoría ética.

Respecto a la primera propuesta, debe precisarse que la construcción de un indicador para "*medir la capacidad de la empresa de reconocer, prever y gestionar las consecuencias de su accionar al exterior y al interior de ella misma*" (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, 2005, p.1) implica considerar un conjunto de variables representativas de la realidad empresarial para comprender la situación de la responsabilidad social en cada empresa en sus cinco dimensiones (Entorno Organizacional, Autorregulación, Mercado, Comunidad y Medio Ambiente) a través de la evaluación de las prácticas y procesos.

A diferencia de la segunda postura, donde el grupo de investigación "Ética Empresarial y Empresariado Social" indica que la Auditoría ética, es la herramienta que permite determinar si el comportamiento de la empresa es acorde con la política de responsabilidad social y las necesidades de los stakeholder.

EXPERIENCIA DE ADOPCIÓN VOLUNTARIA - EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLIN (EPM)

EPM es un grupo empresarial que actúa en los sectores de Energía Eléctrica, Gas, Aguas y Telecomunicaciones, con inversiones en el territorio colombiano y Panamá; que a finales de la década de los noventa inicio su proceso de aprendizaje en la comprensión de la RSE, tal como se muestra a continuación:

- A. En el año 1998, identifica la necesidad de adoptar un enfoque más amplio para gestionar sus relaciones con la sociedad, y construye un modelo conceptual enfocado en la gestión social; con el cual aprende reconocer la

importancia de abordar deliberadamente el tema social enfatizando en las interacciones con la comunidad y medio ambiente.

- B. Posteriormente, en el año 2004 asimila el desempeño social en un contexto de sostenibilidad empresa-entorno -no de mero asistencialismo-, y reconoce la RSE como una forma de gestionar una red relaciones para generar impactos positivos mutuos ante cada grupo de interés; modificando su enfoque de gestión y diseñando estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.
- C. En el año 2006, al reconocer la complejidad de la conciliación del enfoque RSE desde diferentes disciplinas y la dificultad para concebir el equilibrio financiero-social desde el negocio, desarrolla un enfoque de comunicación y sensibilización que enfatiza en la Construcción de política Adhesión a Pacto Global y a Global Reporting Initiative.

Igualmente, cabe señalar que con el fin de vincular los negocios con los intereses y aspiraciones de la sociedad, EPM diseñó un modelo de gestión que promueve la convicción -desde el nivel directivo más alto hasta el más bajo nivel operativo- de reconocer la importancia de considerar los intereses más amplios de la sociedad al momento de tomar decisiones.

Actualmente, en el marco de la estrategia corporativa ilustrada en la **figura 1**, EPM definió su política de RSE de la siguiente forma:

“La Responsabilidad Social Empresarial debe ser el marco de actuación dentro del cual se desarrollan los objetivos estratégicos del Grupo Empresarial EPM, para contribuir al desarrollo humano sostenible a través de la generación de valor social, económico y ambiental, acogiendo temáticas sobre sostenibilidad contempladas en iniciativas locales, nacionales y mundiales.

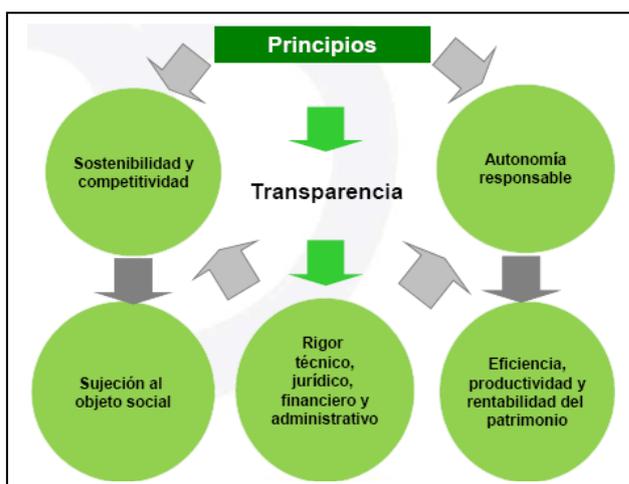
La actuación empresarial socialmente responsable tiene un fundamento ético, a partir del reconocimiento de los impactos que sus decisiones tienen sobre los grupos de interés; está articulada con el Gobierno Corporativo y se gestionará desde el quehacer diario de la empresa y de las personas que la conforman”.

Figura 1: La RSE en la Estrategia del Grupo EPM. Fuente: EMP, 2009



A partir de la cual formula relaciones gana-gana o de mutuo beneficio con los grupos de interés (Dueño, Empleados, Proveedores y Contratistas, Clientes, Comunidad y Medio Ambiente, Competidores o Colegas y Estado), tal y como estableció en el Convenio Marco de Gobernabilidad ha procurado una estructura con los principios incluidos en la **figura 2**.

Figura 2: Convenio Marco de Gobernabilidad. Fuente: EMP, 2009



Adoptando la transparencia como Principio fundamental de su gestión empresarial al incorporar la siguiente definición de este concepto:

“la corrupción no sólo es un problema ético o moral es además un problema económico. La corrupción podría estar determinando, desde el silencio y la clandestinidad, el éxito o fracaso de muchas otras políticas económicas y sociales. La corrupción podría estar dividiendo al mundo entre aquellos países que, tarde o temprano, accederán al desarrollo y otros que tropezarán sistemáticamente por el costoso asunto. Lo primero entonces es medir su impacto y lograr que la comunidad internacional tome medidas globales y locales para arrinconarlo” (EMP, 2009).

Razón por la cual, dentro del modelo de negocio adoptado por el grupo EPM la Transparencia como un pre-requisito de un comportamiento empresarial socialmente responsable, que facilita gestionar el quehacer diario de la empresa en función de la optimización de los impactos ocasionados sobre la sociedad.

CONCLUSIONES

Al comprender que *“el comportamiento ético y el cumplimiento de la ley en el curso de los negocios no son opcionales: son el camino para que las instituciones otorguen a la empresa su licencia legal para operar”* (Correa, 2004), es necesario reconocer que las organizaciones son grupos humanos, y que como tales, orientan sus actuaciones por los valores, y que estos pueden favorecer o perjudicar el bienestar social. Premisas bajo las cuales, la ética desempeña un papel fundamental en la adopción de decisiones socialmente responsables, donde contar con un “buen comportamiento” no es un valor agregado sino una respuesta a la exigencia ética.

No obstante, la búsqueda del bienestar mediante la creación de valor social a través de estrategias de RSE se dificulta en la medida que en este campo confluyen una normatividad de adopción voluntaria y una incipiente teorización. Por lo cual es destacable el modo en que las empresas, integran voluntariamente en su estrategia de gestión la preocupación respecto a la interrelación con el entorno social, económico y medioambiental.

Evidenciando que la RSE surge en el contexto organizacional como respuesta a la necesidad latente de un enfoque administrativo lo suficientemente amplio para gestionar la sostenibilidad de la empresa y Armonía-equilibrio del entorno al cual pertenece. Por ello, y al considerar que las políticas y prácticas adoptadas por los directivos de las compañías inciden mas allá de las fronteras físicas de la empresa, es imperativo admitir que antes de definir una política de responsabilidad social corporativa, el personal a cargo de esta labor debe conocer el origen y alcance de este concepto con el fin de minimizar el impacto negativo que puedan causar a la sociedad y maximizar el efecto positivo a las misma.

Siguiendo a Alea (2007) *“La responsabilidad social de la empresa supone, en sentido general, además del logro de los objetivos económicos; la aportación de beneficios al individuo, a los colaboradores y a la comunidad”*. (Alea, 2007, p.4), demostrando que la adopción de una política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), para generar valor haciendo el "bien", implica fortalecer la ética empresarial y pasar de una orientación de crear valor económico a una que busque crear valor social.

Donde, esta forma diferente de entender la empresa, basada en una serie de valores tiene como principal beneficio el fortalecimiento de la integridad del carácter organizacional, ya que la RSE no sólo evidencia las acciones que generan un impacto negativo, sino que también determina maneras de evitar dichos daños o al menos, repararlos y atenuarlos. Por ello quienes aplican esta filosofía determinarán en qué medida los planes, estrategias, proyectos, políticas y prácticas ejercidas por la organización son acordes con los valores éticos de la empresa con el fin de mejorar el desempeño social de la organización.

Razones por las cuales la implementación eficaz y eficiente de políticas de responsabilidad social requiere de un planteamiento estratégico que conduzca a una gestión integrada, en base a los principios y valores, redefiniendo la RSE como “*una dimensión de la ética Empresarial*” (Cortina, 2005). Donde la estrategia de negocios adoptada por la alta dirección para actuar en beneficio de sus partes interesadas, va más allá de prácticas puntuales e iniciativas ocasionales para incrementar la rentabilidad, competitividad y la sostenibilidad, ya que implica diseñar un sistema de administración con procedimientos, controles y documentos relativos a las políticas, prácticas y programas capaz de establecer sinergias entre los diferentes actores de la sociedad “*mediante la interacción y relación armónica con sus diferentes grupos de interés dando respuesta a sus expectativas financieras, sociales y ambientales de manera que se contribuya al desarrollo sostenible y a la creación de valor en todo el sistema*” (Centro Colombiano de Responsabilidad Social, 2005).

Sin embargo, esta forma de gestionar una organización, mediante la interacción y relación armónica con sus diferentes grupos de interés, no garantiza la permanencia en el mercado de una empresa socialmente responsable, pero si la hace más competitiva en la medida que:

- Genera buena reputación y desarrolla potencialmente sus habilidades para enfrentar a sus competidores (al cumplir normas y tener en cuenta a todos los afectados por la actividad empresarial).
- Armoniza sus capacidades para forjar un “clima ético” (apoyada en instrumentos como códigos éticos, los comités de seguimiento y las auditoría).

- Emplea sus recursos cognoscitivos para operar desde una identidad de empresa fundamentada en los valores éticos (al cohesionar a los miembros de la empresa desde valores compartidos y promover el compromiso con la eficiencia).
- Aumentar la eficiencia productiva (al potenciar el espíritu de equipo y el liderazgo)
- Aumenta el grado de probabilidad de mantener su “viabilidad” económica y social (a través de una buena relación calidad-precio).

Es por ello que, la responsabilidad Social Corporativa, para EMP no es un adorno ni un tema de filantropía, sino un tema de estrategia empresarial promovido desde el más alto nivel de la organización, que no se refiere únicamente a programas sociales o al trabajo con la comunidad, sino que incluye la manera como se asumen los compromisos con cada uno de los públicos de interés.

Por ello, producto de su compromiso con el bienestar de sus grupos de interés y dentro del marco de su estrategia de Responsabilidad Social, diseñó tres proyectos -enfocados a la universalización del servicio y al apalancamiento del desarrollo- para aportar al índice de desarrollo humano (IDH) y a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Estos son:

ESPERANZA DE VIDA	ACCESO AL SABER	BIENESTAR MATERIAL
Habilitación Vivienda Aguas	Programa de Educación	Vinculación a proyectos de desarrollo
Brigadas de mitigación de riesgos	Fundación EPM	Habilitación Vivienda Energía
Cobertura mediante empresas filiales de Agua	Programa de Beneficio para empleados	Antioquia iluminada
Gestión ambiental		Energía para el retorno
		Energía Prepago

El seguimiento y control permanente sobre el desempeño de estas iniciativas ha permitido que este grupo empresarial logre: diseñar ofertas de valor con calidad para sus clientes (comunicación clara y asertiva, y trato amable), aportar en el desarrollo humano sostenible y bienestar social (compromiso con el buen uso de los recursos naturales), construir relaciones de largo plazo con sus proveedores (cercanía al negocio), mejorar las expectativas de sus dueños-accionistas (dividendos crecientes

en el mediano y largo plazo), aportar al estado mediante la articulación con planes de desarrollo, desarrollar las competencias de su personal generando oportunidades de crecimiento profesional- personal y caracterizar su relación con los competidores y colegas con los principios de cooperación y respeto.

Por último, tal como lo indica Sajardo (2009):

“la responsabilidad de las compañías debe ir más allá de su rol puramente económico, para asumir un rol social. Esta corriente diferencia entre responsabilidades económico-legales (rol económico) y responsabilidades ético-sociales (rol social), y sostiene que las empresas deben cumplir un rol social (vinculado a sus responsabilidades sociales), además de sus funciones puramente económico-legales. Se ha pasado de la Responsabilidad Social Empresarial al concepto de la Ciudadanía Corporativa” (Sajardo, 2009),

la conceptualización y la práctica sobre la RSE están en constante evolución, y EMP no ha sido ajena a esta realidad, de hecho es un ejemplo destacable de compromiso ético y transparencia en la toma de decisiones.

Ejemplo de lo anterior es la inclusión del proceso estratégico de Responsabilidad Social Corporativa como parte fundamental de su mapa estratégico, para permitir la alineación de EPM con las tendencias de la RSE en Colombia y el mundo, y constituirse en un sujeto social activo con la generación de condiciones para el cambio y el desarrollo humano de la sociedad a la cual se debe. Permitiendo que EPM, recoja los frutos de su compromiso social derribado de su propia definición para este concepto, a saber:

“Compromisos obligatorios y voluntarios que asumimos para contribuir a la sociedad al construir relaciones basadas en la ética, transparencia y calidad con los públicos de interés, lo que repercute en la mejora continua de las actividades económicas, sociales y ambientales de la empresa y además asegura su sostenibilidad en el tiempo” (EMP, 2008),

recibiendo en 2007 el Premio a la Responsabilidad Social Empresarial en servicios públicos domiciliarios de Andesco y la Mención de Honor como Empresa con mejor desempeño social.

“La sostenibilidad en una construcción conjunta de los actores sociales que ninguno de ellos sólo podría logra”

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEA GARCÍA, A. 2007. *Responsabilidad social empresarial. Su contribución al desarrollo sostenible.* Disponible en: Revista Futuros No. 17, 2007 Vol. V. Disponible en: http://www.revistafuturos.info/raw_text/raw_futuro17/resp_social_empr.pdf

ARGANDOÑA, A. 2009. *La responsabilidad social de las empresas pequeñas y medianas.* Disponible en: http://socrates.ieem.edu.uy/articulos/archivos/606_responsabilidad.pdf

CENTRO COLOMBIANO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. 2005. *Responsabilidad social empresarial como eje fundamental del desarrollo y competitividad.* Disponible en: http://www.ccre.org.co/upload/dic2005_g.pdf

CENTRO EMPRESARIAL DE INVERSIÓN SOCIAL Y EL PACTO GLOBAL. 2004. *Responsabilidad Social Empresarial: una prioridad del mundo empresarial moderno.* Disponible en: Revista Futuros No. 6. Volumen 2.

COLOMBIA INCLUYENTE ORG. 2010. *Un compromiso con nuestro entorno social y natural.* Disponible en: <http://www.colombiaincluyente.org/contenido/contenido.aspx?catID=172&conID=656>

CÓRDOBA, M. 2006. *La auditoría ética: herramienta para fortalecer la integridad del carácter organizacional.* Disponible en: Revista N°16 de 2006. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/818/81802703.pdf>

CORREA, M. 2004. *Responsabilidad social empresarial: una nueva forma de hacer negocios.* Disponible en: Revista Futuros No. 6. Volumen 2.

CORTINA, A. 2005. *Ética de la empresa, no sólo responsabilidad social.* Revista de Empresa N°11 Enero - Marzo 2005. Disponible en: <http://www.etnor.org/html/pdf/adela/200502000.pdf>

CORTINA, A. 2000. *Las tres edades de la ética empresarial.* Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/opinion/edades/etica/empresarial/elpepiopi/20001129elpepiopi_11/Tes/

DUQUE, E. 2007. *La empresa social y su responsabilidad social.* Revista INNOVAR. Vol. 17, No. 30 de 2007. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512007000200005&script=sci_arttext#33#33

EMP. 2009, *II Encuentro de RSE: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL SECTOR PÚBLICO*. Universidad Nacional de Colombia – Sede Bogotá. Facultad de Ciencias Económicas. Septiembre 24. Memorias.

EMP. 2010, *Informe de sostenibilidad 2009*. Disponible en http://www.eppm.com/epm/institucional/acerca_cifras_balance.html?id=1

EMP. 2008, *Responsabilidad Social Corporativa: una convicción empresarial para un cambio social*. . Disponible en http://www.larepublica.com.co/RSE/memorias/050308_EPM-Bta.pps

GONZÁLEZ, J.; BONILLA, E. & GUERRERO, G. 2006. *Plan de gestión, Balanced Scorecard y análisis de la eficiencia y equidad tarifaria en la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Facatativá*. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-50512006000200005&script=sci_arttext#f12

MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL, Centro Virtual de Noticias. 2010. *Responsabilidad social empresarial*. Disponible en: <http://www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>

MONTUSCHI, L. 2009. *Consideraciones respecto de la ética en los negocios, la responsabilidad social empresaria y la filantropía estratégica*. Disponible en: http://www.ucema.edu.ar/~lm/ETICA_Y_NEGOCIOS_-ARTICULOS/Etica_en_los_negocios_RSE_y_filantropia_estrategica_DT_414.pdf

NIXON, J. 2004. *El futuro del desarrollo sustentable*. Revista Futuros No. 6. Volumen 2. Disponible en: http://www.revistafuturos.info/futuros_6/futuro_ds.htm

PODESTÁ, P. 2006. *Un acercamiento al concepto de cultura*. Disponible en: <http://www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/21/Podesta.pdf>

PUENTES, P. 2007. *Transparencia en la gestión ética del sector empresarial. El papel del líder*. Revista Futuros No. 19. Volumen 5. Disponible en: http://www.revistafuturos.info/raw_text/raw_futuro19/transparencia_empresarial.pdf

RODRÍGUEZ, A. & AGUILERA, J. 2005. *Persona ética y organización: hacia un nuevo paradigma organizacional*. Disponible en: Base de datos: http://www.esan.edu.pe/paginas/publicaciones/cuadernos/18_19/Cuad18-19-Rodriguez.pdf

SAJARDO, A. & SERRA, I. 2009. *Impacto económico y social de la Responsabilidad Social Empresarial en la Comunidad Valenciana*. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=17412326006>

SATORRAS, R. 2008. *Responsabilidad social corporativa: la nueva conciencia de las empresas y entidades*. Disponible en:

<http://site.ebrary.com/lib/umngsp/Doc?id=10311381&ppg=24>

SERVER, R. & **CAPÓ**, J. 2009. *La Responsabilidad Social Empresarial en un contexto de crisis. Repercusión en las Sociedades Cooperativas*. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa [en línea] 2009, [citado 2010-06-28]. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=17412326002>

SOLÍS, J. 2008. *Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo*. Disponible en: Base de datos: Academic Search Complete <http://www.bases.unal.edu.co:2109/login.aspx?direct=true&db=eoh&AN=0991160&lang=es&site=ehost-live>

TORRES, E. 2010. *Competir con Ética*. Disponible en: http://www.industriaalimenticia.com/Articles/CONCEPTOS_Y_COMENTARIOS/BNP_GUID_9-5-2006_A_10000000000000702331

TORRES, J. 2008. *Convergencia y gobernabilidad de la responsabilidad social*. Disponible en: <http://www.ccre.org.co/boletines/EDITORIAL.asp>