

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ANALISIS DE CASO DE RCN RADIO¹

RESUMEN

El concepto de Responsabilidad Social en Colombia, esta enfocado en el presente trabajo, como una herramienta al lector, para que forme su propia opinión frente a las prácticas de las diferentes organizaciones, ya sean estatales o particulares. El objetivo principal del presente artículo es el mostrar un marco teórico de los primordiales aspectos que encierran el concepto de Responsabilidad Social en Colombia, dividido en seis puntos, partiendo de los conceptos generales de la responsabilidad social, hasta llegar al análisis practico que RCN Radio le ha dado desde el año 2007 hasta su primer informe consolidado, con corte al año 2010. Para el logro de nuestro objetivo principal, utilizaremos el método deductivo, partiendo de las generalidades de conceptos tales como la moral y la ética y sus efectos en las organizaciones, el nacimiento de la ética empresarial en el mundo, como también de la responsabilidad social en Colombia, pasando por los diez principios del pacto global para luego sí particularizarlo en el caso específico que hemos tomado del grupo Ardila Lulle. Como hallazgo importante se encuentra el cumplimiento consiente de la responsabilidad social en la cadena de radio RCN, miembro del grupo Ardila Lulle y su direccionamiento.

Palabras claves: Responsabilidad Social, Grupos Económicos, deducciones tributarias, elusión fiscal, donaciones.

ABSTRACT

The concept of Social Responsibility in Colombia, is focused in this paper, as a tool to the reader to form his own opinion against the practices of different organizations, whether state or stateor private. The main objective of this article is to show a theoretical framework of the primary aspects that contain the concept of Social Responsibility in Colombia, divided into six points, based on the general concepts of social responsibility, to reach the practical analysis that RCN Radio will been given since 2007 to its first consolidated report, cut by 2010. To achieve our objective, we will use the deductive method, starting with an overview of concepts such as morality and ethics and their impact on organizations, the emergence of business ethics in the world, as well as social responsibility Colombia to the ten principles of the Global Compact itself then particularize in the specific case we have taken Ardila Lulle group. As important finding compliance is aware of social responsibility in the radio network RCN, Ardila Lulle group member and its addressing. Keywords: Social Responsibility, Economic Groups, tax deductions, tax avoidance, donations.

¹ Artículo desarrollado en el marco de la Maestría de Gestión de Organizaciones de la Universidad Militar Nueva Granada en la línea de investigación de Responsabilidad Social, con el objeto de llamar la atención de los administradores, presidentes gerentes de empresas y a todas aquellas personas que tengan oportunidad de leer el presente artículo, de la responsabilidad que todos tenemos para con los demás, la sociedad y el planeta, cuyos autores GUILLERMO PULIDO PÁEZ, JONNATHAN FRANCISCO FLOREZ LUNA y MARTHA LUCIA CIPAGAUTA CORREA alumnos de la Maestría de Gestión en Organizaciones, sienten la necesidad de crear la cultura de solidaridad mundial

INTRODUCCIÓN

El presente artículo aborda el tema de la Responsabilidad Social empresarial desde una revisión de literatura y posteriormente el análisis de caso de RCN radio, empresa de medios de comunicación. Siguiendo a Freeman, (1984) tradicionalmente se asume el hecho que toda actividad productiva debe tener cierta co-responsabilidad para con los stakeholders, tanto internos como externos, utilizando varias estrategias que apunten a la consecución de salvaguardar la dignidad de convivencia humana, social y ambiental.

El concepto de Responsabilidad Social es definida según la organización Consultora Creativa de R.S Crearse (2011) como: *“el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”*. Este concepto está ligado a una situación en particular, después de la dificultades que tuvo Estados Unidos en los años sesenta y setenta, dados por el desempleo, la pobreza, el racismo, la degradación urbana, el Committee for Economic Development en 1971, manifestó un conjunto de prioridades sociales que las empresas deberían de valorar entre las que se encontraban: el crecimiento económico y eficiencia, educación, empleo y formación, derechos civiles e igualdad de oportunidades, desarrollo urbano, polución, conservacionismo y ecología, arte y cultura y atención médica, se consideró que el debate de la responsabilidad social, debería ser asumida por las empresas, considerándose la responsabilidad social como una progresiva preocupación, por la integración de los diferentes elementos, contenidos en tres dimensiones como es la ética, la política y la económica, dimensiones que abarcan a las futuras generaciones, el estado, los proveedores, los clientes, los directivos y las estrategias organizacionales(Muñoz; 2008).

Coincide estas dos definiciones en manifestar que la responsabilidad social no solamente es aquella que produce y ofrece bienes y servicios de alta calidad, generando utilidades, puestos de trabajo y cancelando salarios dignos, sino también, aquella que propone alternativas de mejoramiento para las comunidades en las que tiene su acción de influencia, convirtiéndose en un modelo económico y social, el cual retribuya a la sociedad lo que de ella toma, mediante estrategias de intensión sostenibles.

Estos conceptos, no han sido de forma netamente discrecional por las unidades productivas, si no que se han venido generando hechos de tipo mundial, que han transformado de manera significativa la responsabilidad social de las empresas, como por ejemplo: la legitimidad de los derechos humanos y la responsabilidad del sector privado frente a ellos, concordantes con la aprobación de normas internacionales de trabajo dadas por la Organización Internacional del Trabajo OIT. Igualmente, la

veloz expansión de mercados a nivel mundial denominado Globalización de los Mercados, ha hecho que en países como el nuestro (Colombia), establezcan criterios y normas sobre condiciones laborales, ambientales, sociales, políticas y conocimiento mínimo sobre la existencia de la responsabilidad social, para garantizar una forma de comercio más justo y equitativo.

Para abordar el tema, debemos determinar cuál es la incidencia que tiene en las personas el concepto de ética y moral, al mismo tiempo, el impacto en las organizaciones, luego se mirara en forma breve pero precisa, cuáles han sido las causas de su surgimiento en el mundo y en Colombia específicamente, continuando con los ámbitos de aplicación de la Responsabilidad Social generalmente aceptados dentro del ámbito mundial, mostrando además, cuales son los beneficios tributarios que se tiene en Colombia al ejercer la Responsabilidad Social y, por último, se analiza desde el punto de la Responsabilidad Social una de las empresas del Grupo Económico de Ardila Lulle, RCN radio, cuyo análisis se hara desde el estudio de caso, obteniendo así los elementos que nos permitan determinar si existe una responsabilidad social organizacional objeto o sujeto en dicho caso.

1. Incidencia de la Ética y la Moral en la Responsabilidad Social

La responsabilidad social nos atañe a todos y cada uno de los seres del planeta; en las organizaciones, a los mandatarios de estado mediante las políticas gubernamentales, enmarcándolas en el ámbito normativo, garantizando su desarrollo e implementación, a los gerentes, presidentes y a todas aquellas personas que ejercen un poder decisorio en el futuro de los recursos naturales, sociales y políticos de las empresas y de las naciones que conforman el mundo, condicionándolo a ejercer dicha responsabilidad.

Leonardo Schvarstein (2003) en su libro “*Responsabilidad Social, Inteligencia Social*” ilustra el tema haciendo una distinción entre lo que es la obligación que atañe a la esfera privada o íntima de nuestra vida y la que corresponde a la esfera pública considerándolas dentro de un mismo ámbito: uno interno y otro externo o exigible.

El ámbito interno, lo considera como la obligación que tiene consigo mismo y con otras personas, en forma voluntaria, de dar sin que se lo exijan, mientras que en la externa es una obligación impuesta por un tercero con la connotación de que si incumple, será sancionado por ello, dado que ese tercero tiene el derecho y la autoridad de exigir el cumplimiento de sus compromisos y obligaciones. (Schvarstein; 2003).

Es claro entonces que la responsabilidad es una acción de una persona que puede ser condicionada a su real saber y entender, como también a su propio imaginario de la vida, la cual está dada por su cultura

adquirida y aprendida. Esta responsabilidad, dividida en interna y externa, tiene relación con el querer de la persona y la forma como observa su posición en el mundo y entorno en que vive y se desarrolla.

En las organizaciones, se observa el mismo concepto de responsabilidad interna y externa, partiendo del carácter de independencia y autonomía que asumen las organizaciones para tomar decisiones, actuar en forma civil, comercial, administrativa y penalmente, mediante su representante legal y sus directivos, quienes son unas personas naturales que conforma el pensar, el actuar y el deber ser de esa organización, reflejando su propia cultura y conocimiento de su medio ambiente en el cual convive con las organizaciones.

La responsabilidad interna parte del principio de la solidaridad para con sus integrantes y la sociedad, mientras que la externa de la exigencia de un tercero quien tiene el derecho a exigirla, como es el propio estado mediante sus organismos de vigilancia y control y la misma sociedad ya sea la sociedad civil o comercial.

En los tiempos modernos, la moral es un conjunto de juicios que los hace únicos, expresando un deber o valoración de bondad o maldad de manera incondicional, siendo los juicios morales aquellos en los que no tenemos que recurrir a nada más que a su emisión sin depender de la situación del actuante ya que tienen la pretensión de ser universalmente válidos tales como la expresión “robar es malo” es una ley moral, mientras que “robar es malo por que atenta contra la sociedad civil” sería una regla ética práctica, dado que lo moral es de expreso de cumplimiento sin condiciones ni miramientos.(4)

Es aquí, en donde se entra a conjugar los términos de la moral y la ética, siendo una organización moralmente responsable aquella que cumple con lo establecido por la ley, su entorno social y económico, mientras que la organización éticamente responsable, se describe cuando la organización va más allá del cumplimiento de su simple responsabilidad, motivada en la normatividad vigente y en efecto positivo o negativo de su acción.

Le Moüel, (1992), citado por Schvarstein, afirma que existen dos clase de organizaciones: las organizaciones *Objeto* y las organizaciones *Sujeto*, siendo las organizaciones objeto, las que simplemente cumplen en forma reactiva los requerimientos externos que se le imponen, mientras que las organizaciones Sujeto son capaces de establecer sus propias coherencias internas y organizar sus interacciones con el contexto en función de la preservación de las mismas. (Schvarstein; 2003).

Cabe entonces decir, que las organizaciones moralmente responsables son las misma organizaciones objeto, las que establecen su organización interna con base a las imposiciones externas y las organizaciones éticamente responsables serían las denominadas organizaciones sujeto, las cuales no sólo hacen uso y le dan cumplimiento de lo externo sino que también son abiertas a escuchar el clamor

interno de su organización, combinándolo con la obligatoriedad externa de su entorno social y económico.

En este orden de ideas, se podría afirmar que no solo hay organizaciones sólo objeto o sólo sujeto; sólo morales o sólo éticas, sino más bien que hay una tendencia en cada organización, en donde prime una sobre la otra.

El termino moral, se considera como el código o conjunto de “**principios, valores, patrones de conducta, prohibiciones e ideales de vida buena**”, los cuales determinan la forma de existencia de una sociedad en un momento histórico, convirtiéndose en la guía de los actos de las personas, a lo largo de su vida, creando condiciones y pautas de conducta, siendo la base para los juicios morales de sí mismo y de los demás, conformando así, el patrimonio moral de cada una de ellas (Martínez; 2005).

Por lo tanto, la moral social como la moral personal, conforman la moral vivida de cada persona, tutelada en mayor o menor termino por lo denominado, la moral pensada, la cual esta constituida por las doctrinas morales y las teorías éticas; entendiéndose por doctrinas morales tales como: la católica, capitalista, musulmán, comunista y, como teorías éticas, las que reflexionan sobre la moral, dándole sentido a lo que hacemos y somos, mediante métodos de análisis y explicaciones filosóficas; por lo que la ética, se considera como la ciencia que estudia de manera reflexiva la conducta humana, convirtiéndose en el saber vivir con calidad, encontrando el equilibrio con la dignidad y la sabiduría para obtener la felicidad, por ello, para ser ético, se debe tener una alta moral (Martínez; 2005).

Por tal motivo, para que nuestras vidas y las de las organizaciones, tengan sentido, se debe hablar de lo que es el valor moral, observándolos como aquellas cualidades que tienen los seres (personas o cosas) para establecer relaciones de sentido humanístico, de esta manera los valores tienen el carácter de sentido universal, cuando se refieren a la conducta humana: convirtiéndose en guías de conducta, encaminándolas hacia la autorrealización, y, en la medida en que la personalidad o individualidad se regula de forma consciente, se estructura una jerarquía de valores, las cuales varía conforme a las diferentes etapas de desarrollo de la vida, cuyo valor esta dado por la ayuda que le presta a su preservación de vida, permitiéndoles convivir en paz con los demás, aumentando su capacidad de libertad de acción, por lo que se puede definir, que la responsabilidad significa responder al llamado de los valores que demandan su realización (Martínez; 2005).

Igualmente, encontramos los principios morales, siendo una idea regulativa de nuestros actos, una guía o brújula mediante la cual orientamos nuestra actuación diaria, convirtiéndose en un derrotero, mediante el cual, podemos analizar las diferentes situaciones que día a día nos presenta la vida, desde donde poder definir racionalmente nuestros problemas prácticos (Martínez; 2005).

Así mismo, se debe conocer los hábitos morales o virtudes, los cuales se definen como una inclinación interiorizada para realizar un valor que le permite a la persona incorporar lo valioso de las situaciones de la cotidianidad, ya que los hábitos son la fuente de los actos recurrentes originado por el sistema de valores personales y la aplicación práctica de los mismos a las situaciones de la vida, por lo que reciben una gran influencia de la educación recibida en el hogar y de las instituciones educativas, de los medios de comunicación y las costumbres sociales.

Martínez (2005), menciona que solo al final, encontramos las acciones morales, las cuales se cristalizan mediante los actos virtuosos que se realizan en el diario vivir. Pero no todos los actos virtuosos garantizan la expresión de la virtud, ya que se puede ser veraz en lo que se hace y afirma; pero se puede, a veces, maquillar las cosas que se hacen o se dicen, ya que se dan casos en que los impulsos engeuecen a las personas, lo mismo cuando se está bajo el efecto del licor o de las drogas y para ello es necesario tener una escala de valores, expresada en principios morales e incorporados en actitudes virtuosas.

Ahora bien, desde este punto de vista pragmático e incluso utilitario, se puede afirmar, que la ética y la moral está dada tanto a las personas como a las organizaciones, que son figuras ficticias pero que actúan mediante sus representantes legales, los cuales transmiten e impregnan a la organización de sus propios principios, implantándolos en ellas de forma sistémica, obteniendo así, su propia identidad organizacional.

2. Cómo Surge la Ética Empresarial en el Mundo

El efecto que produce la guerra del Vietnam, deriva que en los años setenta hay una creciente movilización en contra de todo aquello que significa la cultura norteamericana, se critica las actividades de las organizaciones por sus consecuencias sociales, el papel imperialista en los territorios tercermundistas, mediante la implantación de nuevas empresas, se cuestiona las consecuencias ecológicas del desarrollo industrial y al sistema comunista como estilo de vida, llevando a una formulación de la Responsabilidad Social de la empresa que fuera más allá de los intereses individualistas de los propietarios y directivos de las organizaciones, pasando de la persona a la organización en sí para el tratamiento de los problemas, dándose la existencia de un contrato implícito entre la sociedad y la empresa, fundado en derechos y obligaciones, las cuales la sociedad demandará por su cumplimiento. (Lizcano; 2004)

En los años setenta fue un periodo en el cual se expandió la reflexión académica sobre las obligaciones de las empresas hacia los diversos grupos sociales, al igual que sobre la relación entre el desarrollo

humano y el desarrollo económico, manifestándose la necesidad de una formación económico- social, en el campo universitario. (Lizcano; 2004)

Este autor, cree que hacia finales de los años setenta e inicios de los ochenta, aparecen nuevas perspectivas en los Estados Unidos que fueron consolidando la Ética Empresarial, definiéndose como especialidad disciplinar en el año 1985, época en que la producción académica comenzó a sistematizarse y a crecer formalmente. A partir de 1981, empieza a escribirse en revistas, como en las de la universidad de Florida, en 1982, en revistas especializadas, en 1985, en la universidad de Winsconsin con la revista *Economics and Philosophy*.

En Europa, en los años setentas, se empieza a deslumbrar bajo los títulos de Economía y sociedad, Ética Social, Ética Económica, entre otros, entrando a resolver los problemas de Responsabilidad Social, mediante aproximaciones filosóficas y sociológicas, sin darle mayor relevancia a los códigos de ética empresarial, evitando utilizar el concepto de la ética de los negocios para legitimar las practicas comerciales de las empresas, dándole un mayor reconocimiento a los valores y a la autorregulación. (Lizcano, 2004)

Continua manifestando Lizcano (2004), que en Europa como en Norte América, se han creados centros dedicados a estudiar los problemas de la Ética Empresarial, dado los escándalos en el siglo XXI, con las empresas Enron y Parmalat, lo que ha hecho aumentar el interés por el cultivo de los valores éticos en el marco empresarial. Todo esto requiere observar la ética empresarial y organizacional, como un sistema y no como un problema aislado para solucionar complicaciones coyunturales de inmoralidad, los cuales se gestan en las organizaciones, creando un marco teórico que manifieste claramente, qué es la ética empresarial; partiendo obviamente de la comprensión de la misma empresa u organización dentro del sistema económico, observando la exigencia de valores dentro de ellas, para que la conducta colectiva como individual, esté conforme a la dignidad humana de las personas.

Igualmente, y después de la crisis ética de Enron, entre otras, se pone en boga una vez más la formación ética de los profesionales, poniendo en entre dicho aquellas facultades de donde salieron los profesionales que quebraron estas empresas por cuestiones éticas, ya que la confianza en las personas, se basa en una integridad moral, desconfiándose de las personas habilidosas y expertas en manejos creativos de tipo jurídico y contable, buscando una producción eficiente de resultados sin importar los medios para obtenerlos.

Horacio Martínez (2005), afirma que un plan de estudios para una facultad, descansa en tres pilares: ciencia, habilidades y valores éticos, en donde los valores éticos, deben permear toda la formación técnico-científica de los futuros profesionales, porque la honestidad, el espíritu de justicia, la

responsabilidad y otros valores, son los que le dan un talante moral, con base en tres elementos morales: El primero es una formación de valores o ideales que le dan sentido a las acciones humanas, desenmascarando los valores tergiversados, como el concepto de amistad, el cual termina en el amiguismo, reflejado en el clientelismo, manifestándose en contra de los logros reales de las personas. El segundo, es la formación en principios, formulándose las formas universales de cómo los valores deben ser aplicados a las situaciones de la vida diaria en forma correcta. Y el tercero son hábitos morales fruto del compromiso de llevar a la vida, un valor, lo cual, genera actos buenos en las personas, creando una actitud permanente de actuar correctamente.

Es responsabilidad entonces, de todas y cada una de las universidades, en sembrar la semilla de los buenos hábitos morales, en cada uno de sus graduandos entendiéndose que la Responsabilidad social organizacional, tiene un carácter dentro del marco económico, que hace que la empresa esté comprometida con el bien común de la comunidad donde ejerce dicha actividad, buscando un equilibrio entre la búsqueda moral de las empresas de su propio interés, con la aceptación de los límites que impone los legítimos intereses de los demás y la solidaridad humana, como también el buen ejemplo que deben dar sus directivas y empleados ya que ellos son el reflejo del querer ser de la organización, denominada universidad.

Unceta (2005) manifiesta que en nuestros días, ya las empresas no se preocupan solamente por fabricar un producto de altísima calidad o la prestación de un servicio excelente, si no también el contenido de de la Responsabilidad Social Empresarial integrando en forma voluntaria las preocupaciones sociales y ambientales en sus relaciones comerciales, observándose en este aspecto cómo la filantropía, el marketing social, y el buen gobierno corporativo, han pasado a orientar en forma permanente el día a día de las grandes organizaciones.

3. Cómo Nace la Responsabilidad Social en Colombia

Es en los años sesenta, hasta la actualidad se han creado fundaciones en Colombia, como entidades sin ánimo de lucro enfocadas en actividades de carácter humanístico, social, cultural y deportivo, pero de carácter e interés general, algunas de las más importantes y que tienen como origen sectores empresariales son:

Fundación Corona: *“fue creada en 1963 por la Familia Echavarría Olózaga, destacados empresarios colombianos que han estado ligados al desarrollo industrial del país a través de la creación y operación de La Organización Corona S.A. dedicada principalmente a la manufactura y comercialización de productos cerámicos”.*

De esta manera, la Fundación Corona representa el compromiso social de una familia y entiende su labor como la de apoyar programas y proyectos innovadores y de impacto, que contribuyan a mejorar las condiciones de equidad y pobreza en la ciudad de Medellín

Codesarrollo: Fue fundada en 1960, por representantes de la industria, la banca, la iglesia y otros sectores empresariales de Antioquia. Conforme a su página de internet, (www.fcodesarrollo.org), consultada en junio de 2011, durante 48 años ha trabajado por el desarrollo integral del hombre mediante una gestión socialmente responsable y acorde con los principios y valores que le dieron origen.

Ha hecho significativos aportes al desarrollo regional y nacional, en los ámbitos: urbano y rural; público, privado y solidario; industrial, microempresarial, hidroeléctrico y minero, entre otros, con programas y servicios dirigidos al logro del desarrollo sostenible. La Fundación Codesarrollo es una entidad privada sin ánimo de lucro, que mediante la gestión social y ambiental, busca el desarrollo sostenible y el bienestar de la comunidad, trabajando en alianza con los sectores público, privado y solidario. Para lograrlo, adelanta programas de investigación, educación, capacitación, autogestión, asesorías, consultorías y reciclaje.

La Fundación Carvajal: Es una organización sin ánimo de lucro creada en 1961 mediante la donación que hizo la familia Carvajal del 23% de las acciones del grupo Carvajal a la Fundación, convirtiéndola en su mayor accionista con el propósito de promover el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades más necesitadas del Valle del Cauca. En sus programas, diseña e implementa los eventos directamente en zonas de prioridad social. Promueve el empoderamiento en las comunidades. Facilita la articulación entre la comunidad y los sectores públicos, privados y educativos. No reemplaza al Estado en sus obligaciones, Opera en zonas donde inicialmente hay poca o ninguna presencia de otros actores, implementando programas sociales integrales con énfasis en generación de ingresos, pues considera que las falencias existentes en el país se subsanan atacando integralmente las carencias, midiendo el impacto de los programas para poder evaluar sus beneficios, mejorarlos y replicarlos en otras partes del país y del exterior. (www.fundacióncarvajal.org.co, consultada en el mes de junio del año 2011).

La Fundación para la Educación y el Desarrollo Social FES, refiere su creación en el año 1964 como iniciativa de un grupo de dirigentes del Valle del Cauca interesados en crear una agencia de promoción de esfuerzos a favor de la Educación Superior.

Una de sus primeras misiones fue trabajar a favor de la Universidad del Valle en la gestión de recursos nacionales e internacionales para su fortalecimiento. Posteriormente la FES amplió su campo de acción fijándose como meta el desarrollo social del país, fue así como en 1973 creó el grupo de investigación científica. El crecimiento paulatino en el manejo financiero de los recursos provenientes de organismos

nacionales e internacionales con destino a las entidades beneficiarias favorece su calificación de intermediación financiera, constituyéndose en 1975 como Compañía de Financiamiento Comercial ante la Superintendencia Bancaria.

En 1983 la FES se constituye formalmente como un ente jurídico en calidad de Fundación con el propósito de impulsar programas de orden nacional con apoyo internacional en temas relacionados con la Salud, la Educación, el Medio Ambiente y el Desarrollo Económico. En 1999, la Compañía de Financiamiento Comercial es oficializada y se separa de la Fundación FES que queda dedicada exclusivamente a acciones de desarrollo social.)

Durante los últimos 10 años, de manera silenciosa, la Fundación y en especial los equipos de Salud y Educación, han continuado su trabajo, gracias a la cualificación de estos equipos y a su capacidad de gestión de recursos, la FES ha trabajado con aliados internacionales y organizaciones tan importantes como: Banco Interamericano de Desarrollo BID, Fundación Ford, Universidad de Harvard, Organización Mundial de la Salud, OMS, Organización Panamericana de la Salud OPS y la Universidad de Tulan, entre otros.)

Fabricato. Fabricato y Enka, dos empresas de origen antioqueño, en los años setenta, producen su primer balance social en 1977, e Incolda y la FES, patrocinaron el estudio denominado “Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia”, haciéndose evidente la perentoria necesidad de unificar el criterio de la clase empresarial, acerca de su papel en el desarrollo del país, por lo que en el año 1979 Incolda dicta un seminario sobre el tema, adelantando estudios sobre la función social del empresario, determinando que su dedicación exclusiva es la de la consecución de un crecimiento material cuantitativo.

En los años ochenta, más concretamente en el año 1981, la ANDI (Asociación Nacional de Industriales), Determina el primer modelo de balance social, con base en el modelo Francés, mientras que en Medellín se realiza un congreso en donde se manifiesta la necesidad de incorporar en la toma de decisiones, el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, con el objeto de alcanzar metas con sentido ético y social, haciendo inversiones, teniendo en cuenta el interés público.

Ya en los años noventa y con el nacimiento de la constitución del 91, se introduce el principio de la propiedad, garantizando a los individuos la propiedad privada, pero resaltando que ella debe estar al servicio de la sociedad, por lo que la ANDI organiza un comité de RSE, con tres objetivos básicos: El primero se basan en el compartir experiencias, divulgando aquellas acciones de impacto que llegaron a adelantar algunas empresas; en segundo término, documentar e informar a los empresarios sobre el

tema y por último compartir con los empresarios las herramientas que sobre la RSE existiera, como por ejemplo, el Balance Social.

Para esta misma época, nace el Centro Colombiano de Responsabilidad Social (CCRE), la cual se ha dedicado a la divulgación, promoción, investigación y asesoría a empresas en temas relacionados a la RSE y a la ética organizacional. En la primer década del presente siglo, el ICONTEC, se hace a la tarea de buscar la normalización del tema de Responsabilidad Social en Colombia, estableciendo en el año 2003, el Comité Técnico de Normalización de Responsabilidad Social, actuando de manera descentralizada en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali.

Como un primer acercamiento al tema, se elabora una encuesta entre universidades y empresas, con el fin de crear un comité de normalización en el tema de Responsabilidad Social Empresarial. En la actualidad se trabaja un documento sobre lineamientos que les ayude a las empresas del país a entender mejor el concepto de RSE, ya que esta se entiende mejor, teniendo una visión integral de la sociedad y del desarrollo, entendido como el crecimiento económico y la productividad, estando asociadas con la mejor calidad de vida de la gente y con organizaciones comprometidas con las libertades y derechos de las personas.

Se observa que en el pasado, el tema de la Responsabilidad Social tuvo un origen totalmente filantrópico, fruto del pesar lastimero que generaban en las personas acomodadas de antaño, la pobreza y el hambre de la población Colombiana, el desarraigo por lo superfluo en la forma de vivir de épocas pasadas, por la carencia de la “civilización” y la tecnología en nuestro país

4. Los diez principios del pacto global

Hemos considerado para el presente artículo los diez principios del pacto global, tomados de la página de internet como el alcance de la Responsabilidad Social, ya que este está conformado por tratados, convenciones y declaraciones, proclamados internacionalmente por los Derechos Humanos, la Convención de Naciones Unidas contra la corrupción y la declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo, generándose así, los 10 principios, al rededor de los cuales, gira la actividad de la Responsabilidad Social en el mundo globalizado, organizados en cuatro categorías: la primera sobre Derechos Humanos, la segunda sobre Pautas Laborales, la tercera sobre Medio Ambiente, y por último sobre el tema de la Anticorrupción .

Derechos Humanos

El primer principio hace referencia al respeto que deben tener las empresas a los derechos humanos, dados a nivel internacional, es decir debe apoyar la dignidad de los seres humanos, las libertades

proclamadas universalmente: como el derecho de ser hombres libres diciéndole no a la esclavitud, repudiando la tortura sobre las personas, garantizándoles su seguridad personal, sin distinción de ninguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o cual quiere otro origen, ya sea social o económico.

El segundo principio trata sobre el compromiso que tienen las empresas, en evitar versen complicadas o comprometidas en abusos de los derechos humanos; para ello la Asamblea General de las Naciones Unidas, aprobó el 10 de diciembre del año 1984, la declaración Universal de los Derechos Humanos, pidiendo a todos los países miembros, que publicaran el texto de la declaración y se difundiera en los territorios miembros de la organización y en los establecimientos de educación sin distinción alguna.

Pautas Laborales

El tercer principio se circunscribe, al respeto que deben tener las empresas a la libertad de asociación y a la negociación colectiva; es importante en este mundo globalizado, la solución a problemas laborales utilizando como herramienta de solución, el dialogo entre trabajadores y empresarios, evitando así, un conflicto *que* lleve a los términos de hecho: como son las huelgas, que aunque hacen parte de las libertades laborales, afectan a la producción y a la economía de un país. Estos diálogos deben ser al mismo tiempo un factor de aprendizaje en equipo ya que el dialogo difiere de la discusión en cuanto a que éste se determina como en “peloteo”, mientras que el diálogo es una disciplina que implica aprender a reconocer, patrones de interacción y de defensa, que desgastan el aprendizaje en equipo, en el que están involucrados los trabajadores, los empresarios y los directivos de los gobiernos corporativos ²con sus intereses personales y grupales.

El cuarto principio tiene que ver con la eliminación, a todo trabajo obligatorio y forzoso; siendo este, elaborado por medio de la intimidación o necesidad de ejercerlo en las organizaciones, ya que ello castra las aspiraciones futuras de las personas, la esclaviza y las automatiza, perdiéndose para el futuro de la sociedad, el mejor médico, el mejor ingeniero, el mejor contador o el mejor carpintero, reduciendo la capacidad de productividad de las organizaciones ya que estas personas no tienen una motivación propia para el mejor desempeño laboral. Las personas deberían tener la opción de poder ejercer la profesión u oficio que les plazca, y no, las que les toca,

El quinto hace referencia a la abolición del trabajo infantil: el cual es una forma de explotación económica barata en los países subdesarrollados y aún en algunos países desarrollados; se dice, conforme a la Naciones Unidas (2011), que el 70 % de los niños y niñas trabajadores del mundo lo

² Se origina con la idea de la empresa moderna; identificándose con la delegación del poder sobre la toma de decisiones hacia administradores distintos a los dueños.

hacen en el sector agrícola y en estado de peligro, otro tanto, los utilizan para la guerra o para solicitar limosna en la calles de las grandes urbes en vía de desarrollo.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización de las Naciones Unidas, han venido trabajando en la estipulación de la edad mínima para la admisión del empleo al trabajo infantil, con el objeto de definirlo y reglamentarlo.

El sexto principio, nos lleva a la interpretación de la eliminación de la discriminación frente al empleo y la ocupación: siendo ella, la distinción o exclusión que la empresa hace en la elección del empleo, marcada por la diferencia de, sexo, credo, raza, ideología política, nacionalidad, estrato social o incapacidad física, acentuando así la desigualdad social que existe en el país.

Compromiso con el Medio Ambiente

Con relación al medio ambiente, encontramos entre ellas, el séptimo principio relacionado con que las organizaciones deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto a los problemas ambientales, teniendo su origen en la Declaración de Río, la cual ha sido aceptada por la mayoría de dirigentes políticos del mundo, siendo aplicado por cada uno de los estados, en relación a sus posibilidades tanto económicas, como jurídicas, sin alegar la falta de conocimiento científico o técnico, como razón para la no aplicación correctiva, cuando se observe una amenaza de producirse daños irreversibles al medio ambiente.

La adopción de iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental, es el octavo principio que toda organización debe tener en cuenta; llamado de atención que hiciera un grupo de accionistas en el año 1992, con la celebración en Brasil, de la Cumbre del Planeta, donde se puso de presente la fragilidad del mismo, la sobre población mundial, los modelos de industrialización y los desequilibrios sociales del mundo, haciéndose énfasis en el daño que se hace al ecosistema, la incapacidad que se tienen para sostener la vida en el planeta, como el de sostener el desarrollo económico y social a largo plazo.

El noveno principio que abarca el concepto del medio ambiente, esta dado por el de adelantar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para con el medio ambiente, siendo las organizaciones los motores de inicio con la contribución de crear dentro de las mismas: grupos e investigación, proclive a la conservación del medio ambiente, desarrollando programas de reciclaje de sus vertidos y productos, utilizando los recursos de una manera sostenible.

Compromiso contra la Corrupción

Por último, encontramos dentro del Pacto Global, el compromiso de las organizaciones de luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno, propuesto dentro de la Cumbre de Líderes del Global Compact, desarrollada el 24 de junio de 2004, el cual ha sido uno de los flagelos que no ha permitido que el país progrese y, se apliquen los recursos estatales en los programas de inversión social que se requiere, para deshabilitar la pobreza y la desigualdad social.

5. Cuáles son los beneficios tributarios sobre las donaciones en Colombia y su repercusión.

Como último elemento que nos permita entender el concepto de la Responsabilidad Social en las organizaciones, la legislación Colombiana mediante el Decreto 624 del 30 de marzo del año 1989³, establece en forma precisa, cuales son las deducciones que se les es permitido, para tomar partidas que se asignen como deducciones a la renta bruta de los contribuyentes.

Estas deducciones, son aquellas expensas realizadas durante el periodo fiscal⁴ en el desarrollo de las actividades productoras de renta, siempre y cuando tengan relación de causalidad con la actividad productora de renta y que sean necesarias y proporcionales de acuerdo con cada actividad.

A la luz de lo anterior, se puede afirmar, que la filantropía que ejercen algunos grupos empresariales del país, al hacer erogaciones de bienes con fines humanitarios, de desarrollo o para la ayuda de los menos favorecidos, no podrían ser deducidos de su renta bruta, ya que el pago para mejorar la educación, apoyar el deporte, mejorar la salud o apoyar a los damnificados por el invierno entre otros, en Colombia no tendría nada que ver con el objeto social de una empresa productora de gaseosas, comercializadora de carros, productora de radio cine o televisión o productora de azúcar; más sin embargo y con el objeto de incentivar esta clase de responsabilidad social, dada por el concepto de solidaridad, la legislación Colombiana, en su Estatuto Tributario E.T. establece la deducción de pagos o entrega de bienes a terceros siempre y cuando se haga bajo la figura de Donaciones y que en cuyo caso, cumpla con los siguientes requisitos:

1. Que la donación se haga a las entidades que no sean contribuyentes del impuesto de renta y complementarios, tales como la Nación, los Departamentos y sus asociaciones, los

³ Decreto 624 de 1989, por el cual se expiden los impuestos administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales (Estatuto Tributario: ET)

⁴ Periodo Fiscal: es el periodo comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre de cada año, el cual se le denomina igualmente, periodo gravable.

Distritos, los Territorios Indígenas, los Municipios y las demás entidades territoriales, las Corporaciones Autónomas Regionales y de Desarrollo Sostenible, las áreas Metropolitanas, las Asociaciones de Municipios, las Superintendencias, las Unidades Administrativas Especiales, las Asociaciones de Departamentos y la federaciones de Municipios, los Resguardos y Cabildos Indígenas, los establecimientos públicos y, los demás establecimientos oficiales descentralizados, siempre y cuando no se señalen en la Ley como contribuyentes.

2. Las asociaciones, corporaciones y fundaciones, sin ánimo de lucro, cuyo objeto social y actividad correspondan al desarrollo de la salud, la educación, la cultura, la religión el deporte, la investigación científica y tecnológico, la ecología y la protección ambiental, la defensa, protección y promoción de los derechos humanos y al acceso a la justicia o de programas de desarrollo, social siempre y cuando las mismas sean de interés general.
3. El valor a deducir por este concepto, no podrá ser superior al treinta por ciento (30%) de la renta líquida del contribuyente, determinada antes de restar el valor de la donación.

Ahora bien, el artículo 126-2 del E.T. establece que quienes hagan donaciones a la corporación “General Gustavo Matamoros D Costa” y a las fundaciones y organizaciones dedicadas a la defensa, protección y promoción de los derechos humanos y al acceso a la justicia, a organismos de deporte aficionado, tales como clubes deportivos, clubes promotores, comités deportivos, ligas deportivas, asociaciones deportivas, federaciones deportivas y Comité Olímpico Colombiano debidamente reconocida , que sean personas jurídicas sin ánimo de lucro, tienen derecho a deducir de la renta el 125% del valor de la donación.

En el ejemplo que a continuación se relaciona EN EL CUADRO N° 1, se puede observar los beneficios que obtiene una empresa, al ejercer su responsabilidad social, desde el punto de vista tributario.

CUADRO N° 1

EFFECTO TRIBUTARIO POR DONACIONES DADO EN MONEDA LEGAL Y EN MILES

Conceptos	Sin donación	A sin límite	B con límite del 30%	C con 125% con límite del 30%	D con 125% con límite del 20%
Ingresos	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Costos y deducciones	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000

Donación	0	10.000	9.000	9.000	6.000
Renta líquida	30.000	20.000	21.000	21.000	24.000
Impuesto 33%	9.900	6.600	6.880	6.880	7.920
Ahorro impuestos	0	3.300	2.970	2.970	1.980
Donación real	0	6.700	7.030	7.030	8.020
Porcentaje ahorro	0%	33%	30%	30%	20%

Nota. Datos tomados de Osorio (2012)

Cuando el contribuyente no realiza la donación el valor del impuesto sobre la renta es de \$ 9.900.000, mientras que efectuando una donación tipo A por valor de \$10.000.000, el impuesto disminuye a \$6.600.000 ahorrándose \$3.300.000 que representan el 33%.

Cuando las donaciones (B, C y D) están sujetas a una limitación para efecto de la deducibilidad, se calcula sobre la renta líquida del contribuyente donante sin restar el valor de la donación: B. Valor de la donación \$10.000.000 deducción procedente \$9.000.000 $(100.000.000 - 70.000.000) \times 30\%$, C. Valor de la donación \$10.000.000, sobre deducción \$12.500.000 deducción procedente \$9.000.000 $(100.000.000 - 70.000.000) \times 30\%$ y D. Valor de la donación \$10.000.000, sobre deducción \$12.500.000 deducción procedente \$6.000.000 $(100.000.000 - 70.000.000) \times 20\%$.

Como se puede observar cuando el valor de la donación se limita, el ahorro en impuestos representa el porcentaje del límite, por consiguiente es importante que el contribuyente donante efectúe una adecuada planeación tributaria, con el fin de evaluar la conveniencia de deducir el 100% ó 125% del valor de la donación, porque el valor del ahorro en impuesto puede aumentar y el porcentaje del ahorro disminuir.

6. Estudio de casos RCN radio, del grupo empresarial Ardila Lulle

La organización Ardila Lulle (O.A.L), cuyo gestor fundador y promotor es el Ingeniero Civil Carlos Ardila Lulle; quien tiene como punto de partida, su vinculación la industria de las gaseosas en la empresa de GASEOSAS LUX, a la cual llego a ser inicialmente gerente de planta, con el objeto de hacer la expansión de esta compañía en la ciudad de Cali; de paso, con la paulatina adquisición de las acciones de esa compañía, para acto seguido adquirir a Postobón, unificando ambas empresas, en la que fue nombrado como presidente en el año 1968, escenario desde el cual, daría inicio al aglutinamiento de las empresas de bebidas gaseosas durante las décadas finales del siglo XX, adquiriendo otras compañías

dedicadas a este mismo tipo de productos en otras regiones de Colombia; todo ello, bajo la misma dirección y cobertura empresarial de POSTOBON S.A. (Grupo Ardila Lulle 2011)

La Organización Ardila Lulle está conformada por más de 80 compañías que generan más de 40.000 puestos de trabajo en el país, entre gran variedad de compañías dedicadas a la producción y transformación de bienes y servicios en sectores como las comunicaciones, bebidas, entretenimiento, ingenios azucareros, empaques, agroindustria, seguros, vehículos, deportes, doblaje y sector automotor, entre otras(RCN; 2010).

Caso RCN Radio

Del grupo Ardila Lulle, tomaremos como referencia de estudio, la empresa más sonora, del grupo por aquello de su objeto social; difundir mediante las ondas sonoras información de diferente clase, como es: Radio Cadena Nacional (RCN RADIO S.A.), la cual cuenta con 164 emisoras en todo el país, estando su sede principal en la ciudad de Bogotá, la cual ocupa un área de 8.000 metros cuadrados, siendo uno de los proyectos de renovación urbana más importante de la zona, igualmente, entran en el concepto de la arquitectura sostenible en concordancia con el séptimo principio, dado en el Pacto Global.

Tiene un cubrimiento en 867 municipios, llegando su señal al 88% de los colombianos, mediante 51 sedes estructuradas en 8 regiones:(Regional Barranquilla, Boyacá, Bucaramanga, Cali, Eje Cafetero, Ibagué, Medellín y Bogotá)”(RCN; 2010).

Su misión se enmarca en: “RCN Radio es un medio de comunicación que transmite cultura entretenimiento e información veraz y oportuna con responsabilidad social empresarial. Con sus colaboradores y aliados lidera proyectos para ofrecer a su audiencia y anunciantes productos y servicios que contribuyen a su desarrollo económico y social procurando justo rendimiento a sus accionistas.”(RCN; 2010).

Su visión se circunscribe en: “Continuar y consolidar el liderazgo como la mejor empresa radial de Colombia a la altura de las más prestigiosas del mundo aumentando su base de contenidos en diferentes formatos novedosos y de calidad llegando a todo tipo de audiencias mediante el uso de las tecnologías más avanzadas.” (RCN; 2010).

Para lograr su visión, cuenta con cuatro principios y valores: 1. Dedicación total a satisfacer las necesidades de sus clientes. 2. Respeto al individuo a la comunidad y al medio ambiente, 3. Altos estándares de integridad ética y moral de su gente, 4. Permanente innovación tecnológica y de programación(RCN; 2010).

Se observa dentro de la misión, la visión y los principios y valores de RCN Radio, los diferentes elementos, que hacen parte fundamental de una sana planeación estratégica, enmarcando en su texto, los stakeholders que se deben tener en cuenta en la responsabilidad social de toda empresa que se dice ser: socialmente responsable.

RCN radio cuenta con un gobierno corporativo, el cual es la base fundamental del comportamiento de la sociedad, de cuya templanza dependen los procesos y estructura de toma de decisiones, permitiéndoles a sus empleados como también a su audiencia y anunciantes, una confianza en sus contenidos y disposiciones, partiendo su sostenibilidad, del más alto nivel organizacional.

La junta directiva, es la que ubica la política de la empresa, supervisa, controla y orienta la gestión de los diferentes procesos, haciéndoles seguimiento a los programas y estrategias para el logro de los objetivos propuestos, terminando siendo el enlace entre la empresa y los accionistas.

La presidencia, es la que lleva la representación legal de la compañía y su nombramiento es hecho por la junta directiva, correspondiéndole la dirección y vigilancia de las actividades de la empresa bajo los lineamientos trazados por la asamblea general de accionista y su junta directiva (RCN; 2010).

Cuenta además la cadena, con un Comité Ejecutivo y Estratégico, teniendo como función esencial, el de verificar cada mes, el cumplimiento de los lineamientos estratégicos y los objetivos establecidos por la Asamblea de Accionistas y la Junta Directiva, siendo liderado por la presidencia, e integrado por los ejecutivos de la alta dirección como son: La Vicepresidencia de Operaciones, la de Financiera, la de Mercadeo y Ventas, la Gerencia de Responsabilidad Social la Nacional Jurídica, la Gerencia Ejecutiva de Producción y Programación, la Gerencia de Gestión Humana y Calidad, la Dirección de Contabilidad y la Coordinación Nacional de Auditoría.

Se presume entonces, que esta empresa cuenta con un alto sentido de responsabilidad social desde su cúpula directiva, al incluir una gerencia de responsabilidad social, a partir del año 2007, dependiendo directamente de la presidencia de la compañía y de la Organización Ardila Lülle. Sus lineamientos éticos, descritos en forma implícita en la misión, visión y en sus valores, se verifican en los diferentes contratos de trabajo suscritos con sus trabajadores, en las políticas de conflictos de interés, en la política

de pauta responsable, en las normas de propiedad intelectual, en el manual del redactor⁵ y en los valores de contenido que rigen todo lo que emiten al aire.

Con estos lineamientos, buscan garantizar una gestión transparente en la integralidad de sus empleados, no sólo en su comportamiento interno, sino en los contenidos que se producen y en las decisiones editoriales que toman a diario, contando con instancias definidas para los casos donde se presenten dudas o reclamos, frente a las normas éticas o en situaciones donde se presenten posibles conflictos de interés (RCN; 2010).

Como responsabilidad frente a sus stakeholders externos (Radio Escuchas y anunciantes), en el año de 1996, empezaron a construir el camino hacia la cultura de la calidad, mediante la participación en el Premio Colombiano de la Calidad. En el año 2003, empiezan a formalizar las actividades y a formular los manuales de procedimientos, describiendo el desarrollo secuencial de las actividades por cada área, mientras que en el año 2007, deciden implementar el Sistema de Gestión de Calidad, con el objeto de aumentar su productividad, mejorando su desempeño, asumiendo el compromiso de responder con los más altos estándares de calidad a las expectativas de sus oyentes y anunciantes (RCN; 2010).

En el año 2008, implementan todos los procesos de Bogotá, certificándose en la norma ISO 9001 versión 2000, actualizándose en la versión 2008, en el año 2009. En ese mismo año se certifican otras regionales, para que luego en el año 2010, todas las emisoras de las diferentes ciudades de RCN Radio del país, fueran certificadas en la norma ISO 9001 versión 2008⁶(RCN; 2010).

6.2.2 Hechos de la Responsabilidad Social Empresarial

Partiendo de su mayor responsabilidad, la cual está dada por el impacto que puede generar los contenidos de RCN Radio en la sociedad, con base en la importancia que le dan al lineamiento ético que deben orientar todo lo que emiten al aire; RCN Radio, considera en su diario proceder, seis conceptos que afectan a los diferentes grupos de interés social, divididos en stakeholders o interesados internos y stakeholders o interesados externos. Dentro de los interesados internos, y como base en la sostenibilidad empresarial, se encuentra en primera instancia:

Interesados Internos

⁵ El Manual del Redactor contiene los lineamientos de la Cadena con relación al uso adecuado del idioma y la ética del ejercicio periodístico.

⁶ La ISO 9001:2008 es una norma internacional que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Dentro de los Stakeholders Internos, se destaca su labor en:

Gobierno Corporativo: el cual fomenta unos órganos de gobierno muy bien definidos, con independencia en el desarrollo de las actividades que conlleven al logro de los objetivos, asegurando una sostenibilidad en su estructura organizacional, con base en unos lineamientos éticos, asegurando una gestión transparente e integral de la actividad productiva de la empresa.

Sus Colaboradores: RCN Radio busca ser el mejor lugar para trabajar, enfocados en el bienestar de sus empleados y sus familias, manteniendo una inclusión diversa de empleados, fomentando su formación y desarrollo, previendo un clima organizacional de bienestar y buenas relaciones laborales.

Para lograr un buen clima organizacional, inquieran atraer y retener el mejor talento. Para cada uno de los procesos, mantienen perfiles de cargos cuidadosamente diseñados para vincular y promover el personal mejor capacitado, sin consideraciones de edad, género, estado civil, estrato social, creencia o raza. Vinculan profesionales y talentos oriundos de las 51 regiones del país donde tienen operaciones, brindándoles estabilidad y excelentes condiciones laborales. Para ello el 92% de sus colaboradores están contratados directamente por la empresa, con un total de 481 empleados en Bogotá y 991 en el resto del país; de ellos el 37 % son mujeres y el 63% hombres; con una antigüedad entre 0 y 5 años, 913 empleados, entre 6 y 15 años 312 empleados y más de 15 años 247 empleados. (RCN; 2010).

A nivel de presidente, vicepresidente, gerentes, directores, jefes y coordinadores, el promedio anual de capacitación por empleado es de 35,26 horas, a nivel de asesor, ingeniero, tesorera, supervisor, periodista, humorista, libretista, comentarista, DJ, locutor, productor, editor, operario, diseñador web y web máster es de 20,3 horas y a nivel de analista, auxiliar, técnico, electricista, secretaria, grabador recepcionista, guarda de seguridad, cobrador, mensajero conductor, transmisorista y asesora es de 22.34 horas al año. En consecuencia, con la importancia que se le asigna en RCN Radio a la educación, adelantan un programa ambicioso de formación orientado a mejorar las competencias, conocimientos y habilidades. Durante el periodo 2010, realizaron 229 acciones de formación. (RCN; 2010).

Consecuentemente, pusieron en marcha para el periodo 2010, una política de apoyo educativo, orientada a estimular el crecimiento y desarrollo profesional de sus colaboradores y sus familias; es así, como 73 empleados y sus familiares iniciaron en el periodo mencionado, sus carreras profesionales, diplomados, maestrías; asumiendo sólo el 30 % del valor de la matrícula; el 70% restante, fue asumido por la cadena de radio (RCN; 2010).

En alianza con el SENA y la Universidad EAN, realizaron en el 2010, programas especializados en gestión integral de radio, dirigido a 36 directores de emisoras a nivel nacional, desarrollándose durante 4 meses en las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla; han formado a 140 empleados a nivel

nacional en el Sistema de Gestión de Calidad, contribuyendo así a la formación de competencias técnicas para la adecuada implementación del sistema, en todo el país. Paralelo a estos esfuerzos, procuran mejorar el nivel educativo para poderlos promover dentro de la empresa. Es así, como el 9.5% fueron ascendidos internamente, luego de cumplir con los requisitos y perfiles de los cargos.

En el aspecto de **salud ocupacional**: la empresa procura mantener en todo el país, ambientes laborales sanos y seguros, identificando y controlando los riesgos relacionados con la salud y la seguridad de sus colaboradores, adelantando programas que van más allá de los de la ley, tomando acciones de seguimiento a los accidentes de trabajo proponiendo correctivos para evitar que se repitan; cuentan con comités de salud ocupacional, vigías de salud, brigadas de emergencia, un panorama de riesgos y planes de emergencias, formando permanentemente a sus colaboradores sobre el tema. Adicionalmente, cuentan con un proceso de seguridad encargado de la protección de los periodistas o empleados que estén en riesgo debido a la labor que desempeñan. En el 2010, capacitaron a 47 empleados en seguridad, con un promedio de 40 horas de formación al año y 333 personas en salud ocupacional (estilos de vida saludables y trabajo en alturas) con un promedio de 2.55 horas por empleado de todos los niveles.

La tasa de ausentismo en el periodo 2010, fue de 1.09%, mientras que los accidentes de trabajo en el país, fueron: uno por accidente de tráfico, uno por luxación, dos heridas, cuatro por traumas superficiales, cuatro por golpes o contusión, cuatro fracturas, seis por torcedura de esguince y diez por otros, para un total durante el año de 32 accidentes de trabajo.

Desde el punto de vista del **Clima Organizacional**: cada año se aplica una encuesta, para medir la percepción de los empleados con respecto a diferentes aspectos del entorno laboral; la elaborada en el 2010, arroja un resultado que en términos generales es bueno, el nivel de permanencia de los empleados es alto, así como su sentido de pertenencia y su nivel de compromiso, verificado con su rotación del año, el cual ascendió al 2.20%.

Se refuerza este clima laboral, con los pactos colectivos extralegales, beneficiando a 1287 trabajadores, invirtiendo la empresa más de 2.600 millones de pesos en auxilios de educación, alimentación, anteojos, transporte, maternidad, matrimonio, defunción, escolaridad, entre otros, habiendo entregado en el periodo de 2010, 10.770 auxilios.

Cuenta también, con un fondo de empleados, conformado por 360 asociados, mediante el cual promueven la cultura del ahorro, ofreciendo beneficios como préstamos personales y de vivienda en condiciones especiales. Para el periodo 2010, realizaron 300 préstamos por un valor de 814.9 millones de pesos.

Por último RCN Radio, cuentan con un Bienestar, el cual se encarga de la integración y el esparcimiento para el bienestar físico y mental de los empleados, contando con la **Casa Lúdica**, equipada de gimnasio, juegos de mesa y diversiones disponibles durante todo el día para sus colaboradores. Al menos tres veces al mes realizan actividades recreativas, deportivas, culturales y sociales tales como: campeonatos de ajedrez, pin pong, fútbolín, dominó, parques, billar, cartas, sesiones de masajes, celebraciones de fechas especiales, lectura, música en vivo y cine.

Cadena Sostenible de Proveedores: Aunque los proveedores técnicamente corresponde aun grupo de interés externo, para nuestro proyecto se relaciona como interno dada la división que hace la Cadena de Radio entre el desarrollo específico de su objeto social con relación a sus procesos de apoyo.

Trabajan para “fortalecer las relaciones con sus proveedores, garantizando transparencia entre las partes, la calidad de productos y servicios, en una cadena de valor cada vez más responsable”,

Consideran, que su compromiso con el desarrollo sostenible, debe abarcar toda la cadena de proveedores, cuyo criterio de compras se basa en juicios de oportunidad, precio y calidad, permitiéndoles contar con los insumos óptimos para la adecuada prestación del servicio. Además, garantizan que las firmas proveedoras sean legalmente constituidas y cumplan con las obligaciones en materia de seguridad social ponen en marcha acciones para integrar criterios de sostenibilidad en las compras, incluyendo proveedores de materiales reciclables, amigables con el medio ambiente y eficientes en costos.

Al ser consientes que los mayores proveedores son las empresas de energía, seguirán fortaleciendo sus relaciones, vigilando y controlando internamente los consumos. En total cuentan con 1.296 proveedores de los cuales el 99% son empresas nacionales, el 90% de sus proveedores corresponden a empresas medianas.

Como retos para los años venideros, se darán a la tarea de integrar criterios de sostenibilidad en las compras, ampliando el monitoreo sobre el cumplimiento por parte de sus proveedores en temas como trabajo infantil, derechos humanos y discriminación entre otros.

Medio Ambiente: Uno de los insumos que más utiliza la empresa es la energía eléctrica, consumiendo mensualmente 1.387.019 KW, aproximadamente, por ello ha venido invirtiendo en los últimos 5 años, más de 38 mil millones de pesos en un programa de renovación tecnológica hacia equipos más amigables con el medio ambiente, pasando el 98% de transmisores a equipos de estado sólido de alta eficiencia. Así mismo y debido a la alta temperatura de ambiente y condiciones específicas de operación, en algunas de las instalaciones donde se encuentran ubicados los transmisores, requieren de aire acondicionado para su buen funcionamiento; por lo que la cadena ha empezado a utilizar sistemas de

encapsulamiento de transmisores, encerrando los mismos en un área menor, para utilizar equipos de aire acondicionado más eficientes y de menor consumo(RCN; 2010).

Una de las amenazas que produce la empresa a los interesados internos son las radiaciones; por ello no sólo dan estricto cumplimiento a la normatividad vigente, sino que efectúan estricto control mediante mediciones constantes de campo electromagnético, demarcan las zonas de riesgo y le garantizan a los transmisoristas que viven en el área, medidas preventivas y técnicas para desarrollar sus funciones en condiciones optimas de salud y seguridad.

Dada la naturaleza del negocio, la producción de gases de efecto invernadero, no son significativos en sí, dado que este se produce solamente por el desplazamiento que hacen los colaboradores para llegar al sitio de la noticia o a su sitio de trabajo administrativo y estratégico, sin embargo y, como parte de las iniciativas de la cadena radial para contrarrestar este efecto, a través de la gerencia administrativa hacen estricto seguimiento a 46 vehículos que poseen disponibles en el país, logrando una disminución de 30 galones mensuales.

Con el fin de minimizar el impacto ambiental, asociado a los viajes de los directivos, instalaron en el año 2010, un sistema de videoconferencia que ha disminuido considerablemente los viajes en avión y por ende contribuyendo a la disminución de carbono.

Desde el punto de vista arquitectónico, RCN Radio, construyó su sede central en Bogotá, teniendo en cuenta conceptos de sostenibilidad con la asesoría de expertos en el tema, optimizando al máximo, el uso de la luz natural y racionando el consumo de energía, adecuaron la sede con sensores de luz, sensores de agua, secadores de aire en los baños y cocinas, para garantizar el uso racional de los recursos. Igualmente, han realizado inversiones en las ciudades que han venido siendo encaminadas a la protección del medio ambiente; como es el caso en la ciudad de Ibagué donde se encuentra los transmisores, sembrando 4.500 árboles en una extensión de 4 hectáreas, para contribuir con la reforestación de la zona. En las instalaciones de transmisión de Montería, realizaron un montaje para aprovechar las aguas lluvias y subterráneas y mediante una planta de tratamiento local convertirlas en agua potable.

RCN Radio, ha venido fomentando la conciencia ambiental de manera permanente, con sesiones especiales en los programas y noticieros, creando el programa especializado en el tema “VIDA RCN”, que se transmite a nivel nacional. Internamente, sensibilizan a todos sus empleados, sobre el cuidado del medio ambiente y el uso racional de los recursos invitándolos a reflexionar sobre el consumo de energía, agua papel y el reciclaje de residuos en las oficinas, utilizando mensajes de correo y

reforzándolo mediante avisos ubicados en sitios estratégicos, como baños, impresoras, computadores, tomas de luz entre otros.

Para el manejo de los residuos tales como por ejemplo cartuchos de impresoras, estos son donados a la fundación FIDES que trabajan para la calidad de vida de las personas con discapacidad cognitiva, el residuo de papel, lo donan a la Fundación Colombianitos que a su vez se lo venden a Kimberly Clark, para financiar sus programas sociales, las pilas y la baterías, ubicaron un contenedor especial en sus instalaciones para recoger todas las pilas y baterías para garantizar su correcto desecho. El reto para años venideros es definir metas corporativas en materia de ahorro de energía, papel, agua, viajes.

Interesados Externos

Estos se relacionan: en los contenidos responsables y las relaciones con la comunidad

Contenidos Responsables:

RCN Radio, involucra a los grupos de interés en una gestión sostenible, mediante una evaluación de desempeño con respecto a cada uno de los grupos con quienes interactúan, para identificar fortalezas y oportunidades de progresos, con el objeto, de responder a estos grupos con sus expectativas en forma oportuna y responsable.

Definir la responsabilidad de los contenidos en los medios de comunicación, es una tarea difícil de realizar, máxime, cuando no existen estándares o normas que lo regulen, por lo que calificar un contenido, mantiene un alto grado de subjetividad, inherente a las percepciones y creencias de la audiencia, dado que para lo que a una persona puede ser útil y entretenido, para otra puede ser considerado inútil e inmoral. Sin embargo RCN Radio ha considerado unos criterios éticos mínimos que orientan toda su programación, concretándose en los valores de contenido aplicados a las noticias y a los programas de entretenimiento; programación hablada, musical y deportiva, guiándose por los siguientes valores:

- | |
|--|
| <p>a. Calidad y Rigor: Su prioridad es producir información de la mayor calidad y en el momento oportuno, buscando ser los mejores y los primeros en difundir la noticia y la información, de calidad que surjan de fuentes confiables y variadas, manejando la información como prioridad de interés del oyente manteniendo independencia frente a las fuentes, dándole valor agregado a la misma. (RCN 2010)</p> |
| <p>b. Transparencia: Buscan diferenciar los contenidos editoriales de los comerciales. (RCN 2010)</p> |
| <p>c. Relevancia: Ofrecer a sus oyentes noticia e información importante, interesante, entretenida, útil y actual. (RCN 2010)</p> |

d. Pluralidad y Equilibrio: se orienta a respetar la pluralidad de pensamiento y expresión en la información y las opiniones que difunden. (RCN 2010)
e. Respeto: Se direcciona al uso de un lenguaje respetuoso en el cubrimiento de las noticias. (RCN 2010)
f. Responsabilidad: No hacen apología del delito, cuando lo consideran necesario, buscan asesoría especializada para capacitar al personal en el manejo de los contenidos sensibles. (RCN 2010)
g. Independencia Editorial: Buscan la independencia editorial de intereses políticos económicos y comerciales. (RCN 2010)
h. Calidad Humana: Ejercen su labor periodística, mediante el trabajo en equipo y mediante un clima de respeto y apoyo mutuo. (RCN 2010)
i. Presencia Regional: Esperan hacer presencia regional, cubriendo todas las noticias y los acontecimientos de todas las zonas del país. (RCN 2010)
j. Servicio a la Comunidad: Apoyar y cubrir iniciativas públicas y privadas en beneficio de la población. (RCN 2010)
k. Protección a los derechos humanos: hacen énfasis en la protección de los derechos de los niños y adolescentes, así como de las minorías y la población vulnerable, aplicando la regulación existente sobre protección a la audiencia. (RCN 2010)
l. Talento: Resaltan el talento nacional en los campos artísticos y deportivos. (RCN 2010)
m. Participación: Escuchan a sus oyentes y les ofrecen canales de expresión. (RCN 2010)

Publicidad Responsable:

Los anuncios publicitarios obviamente hacen parte fundamental de los contenidos de la programación y por ende, tienen una política de pauta responsable que aplica especialmente a los productos relacionados con la salud. Dicha política se refiere a que los productos que prometen curar enfermedades, tienen que contar con registro del Invima, evitando así anunciar productos o servicios que engañen o perjudiquen la salud e integridad de los oyentes.

Es apreciable, como el proceso comercial, tienen una relación con profundo respeto para con el área de programación y ambas dependencia, mantienen una política clara para aislar las decisiones editoriales, de intereses económicos o comerciales. Igualmente, RCN Radio, conserva 11.561 anunciantes; ninguno de los cuales, mantiene una posición dominante en términos de presencia publicitaria, lo que le garantiza a la compañía, cuidar una independencia y evitar influencias o acondicionamientos de cualquier anunciante, frente a su programación. (RCN; 2010).

En cuanto al mercadeo social, la Cadena de Radio es una de las que afecta en forma positiva las actitudes y comportamientos de los Colombianos, convirtiéndose en aliada de causas estratégicas para el país, creando una unidad especializada, encargada de investigar a fondo los retos de desarrollo social,

de hacer alianzas con las organizaciones expertas en el tema (Privadas, Estatales y ONG) y diseñar estrategias que ayuden al progreso del país. Este proceso ha realizado más de mil proyectos en áreas como: la salud sexual y productividad, prevención de violencia, educación ambiental, prevención de accidentes de tránsito, prevención de mortalidad infantil, entre otros, apoyando su implementación, mediante descuentos especiales y editoriales exclusivos, fomentando la evaluación del impacto para medir el efecto de la intervención. Durante el año 2010, lideraron 70 estrategias de mercadeo social en alianza con entidades públicas, fundaciones, gremios y empresas privadas por valor de 8 mil millones de pesos.

Relaciones con la Comunidad:

Para RCN Radio, y luego de un estudio sobre la efectividad de su intervención en cientos de consignas con fundaciones, se concentraron en el año 2010, a darle prioridad en sus esfuerzos económicos y financieros, a las áreas de la Educación, la cultura, la paz y la convivencia ciudadana, convencidos de que así, podrán optimizar sus aportes al progreso de Colombia

En Educación

Conforme a las pruebas de SABER (2009)⁷, el 43 % de los estudiantes de quinto grado se ubicó en el nivel mínimo de desempeño y el 26% en el nivel insuficiente, demostrando que más de la mitad de los estudiantes del país tienen ineficiencias para realizar una lectura no fragmentada de textos cortos, cotidianos y sencillos; por lo que los niños no estaban alcanzando las competencias requeridas para el nivel examinado. Por esta razón RCN Radio lideró en alianza con el Ministerio de Educación y RCN Televisión, desde el año 2007, el concurso nacional de cuento, con el objeto de contribuir a su solución. Como complemento del concurso nacional de cuento, apoyaron el programa de lecto-escritura, realizado en barrios vulnerables de Cartagena en alianza con la alcaldía, Mapfre, las fundaciones Plan y Hay Festival, con el objeto de capacitar a los docentes para enseñar mejor a leer y a escribir. (RCN; 2010).

En el 2010, beneficiaron a más de 2.500 niños y niñas de siete instituciones educativas, las cuales ya están mostrando progreso, conforme a la evaluación de impacto realizada en noviembre de 2010, incrementando su capacidad de análisis y comprensión de los textos. En apoyo y complemento a los programas anteriores, la cadena de radio, logro entregar 7.280 libros a establecimientos educativos, luego de una campaña de tres meses en las emisoras de Cartagena y del canal RCN.

⁷ Prueba SABER: es una evaluación nacional que se aplica periódicamente a estudiantes de educación básica de todo el país con el objeto de conocer el desarrollo de sus competencias básicas en el lenguaje, matemáticas y ciencias.

Con relación a la educación superior y a pesar que los índices de cobertura han aumentado, la gran mayoría de jóvenes siguen sin acceder a este nivel de formación y los que logran ingresar, la mitad, no se gradúan por razones socio-económicas, tales como: lugar de residencia, nivel de ingresos, nivel educativo de los padres, estudio y trabajo simultáneo o académicas. Por dicha razón, RCN Radio ha venido apoyando a la fundación Juan Pablo Gutiérrez Cáceres, dedicada a apoyar a los jóvenes que no llegan a contar con los suficientes recursos económicos para adelantar recursos de posgrado. Desde su creación esta fundación ha becado a 82 jóvenes. De la misma manera han venido apoyando a la fundación Solidaridad por Colombia fundada desde 1986, para mejorar el nivel educativo de los jóvenes de escasos recursos y con el apoyo de RCN TV, han apoyado a esta fundación convocando a los ciudadanos a participar en la caminata de la solidaridad; esta fundación ha beneficiado a 631 jóvenes en becas para educación superior en Bogotá y en el departamento de Córdoba. Igualmente, apoya el programa de Liderazgo para la Competitividad Global de la Universidad de Georgetown, junto con otras empresas de la organización Ardila Lülle, se han becado 22 jóvenes en los últimos cuatro años. (RCN; 2010).

Con relación a la educación especial en Colombia, cerca del 6.3% ⁸ de la población presenta algún tipo de discapacidad, incluyendo la cognitiva, por lo que han apoyado proyectos tales como la de la **Fundación para la Investigación y el Desarrollo de la Educación Especial – FIDES**, orientando la población con respecto a este tema y apoyando eventos culturales y deportivos. Para el 2010, apoyaron la realización del Festival de Artes de Cartagena y las olimpiadas Especiales de Medellín, que contaron con 3.500 participantes provenientes de más de 10 países y de todas las regiones de Colombia. (RCN; 2010).

En la Cultura:

En el campo de la Cultura, RCN Radio se ha venido preocupando por fomentar espacios que nos permitan celebrar nuestra historia, rescatar nuestras tradiciones, promover nuestra identidad nacional y regional. Han estado en eventos folclóricos y culturales de todas las regiones del país, procurando que nuestro patrimonio cultural perdure.

En procura de que los colombianos tengan eventos de alta calidad, se han vinculado a eventos como: Hay Festival, los festivales de Cine de Cartagena y Bogotá y el Festival de Música Clásica de Cartagena. El *Hay* Festival dona el 20 % de la boletería para los estudiantes y el 30% de los conciertos del Festival de Música Clásica son gratis.

⁸ Información estadística de la discapacidad, Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE 2005

En la Paz y la Convivencia

La Paz y la Convivencia han sido temas prioritarios para RCN Radio, con donaciones importantes de efectivo y pauta publicitaria; han apoyado, a fundaciones tales como: Ideas para la Paz, La asociación Tejido Humano, la Fundación Corazón Verde, el Premio Emprender Paz Vallenpaz, más todas las campañas de orientación ciudadana promovidas por la Policía y el Ejército Nacional.

Han acompañado a los secuestrados con el programa Noches de Libertad, dirigido por Antonio José Caballero, el cual se trasmite todos los domingos a nivel nacional. Durante más de 16 años durante el programa: La carrilera de las cinco, dirigido por Nelson Moreno, los familiares les envían mensajes de amor y solidaridad en sus propias voces a militares, policías, civiles, ganaderos y empresarios que son víctimas del secuestro

Donaciones

Para poder darle un verdadero impulso a las relaciones con la comunidad, RCN Radio ha donado en el periodo 2010, la suma de \$271.333.333 millones de pesos y en pauta publicitaria un neto de \$2.882.248.451 millones de pesos.

7. Conclusiones

La responsabilidad social en Colombia, tienen sus orígenes fundados en el concepto filantrópico de la caridad que se tiene hacia los demás, pero todo ello empieza a cambiar con el concepto de la empresa moderna, identificándose inicialmente con la delegación del poder sobre la toma de decisiones hacia administradores distintos a los dueños, denominado como: Gobierno Corporativo.

Esta práctica de empresa moderna, obligan a los administradores a pensar en la maximización de las utilidades como su único fin, sin importar los medios utilizables para alcanzarlo, entrando en prácticas poco ortodoxas, como la corrupción, entendida no solamente como aquella que utiliza el poder para ponerlo a su beneficio propio, sino también al hecho de faltar a la moral y a l ética, de sí mismo y de otras personas.

Este flagelo que tiene directa relación en el medio en que se nace, se crece, se vive y se convive, tiene su diagnostico en la carencia de una educación familiar y formal en valores y principios propios a una sociedad que se encuentra en crecimiento.

Muchos de nuestros administradores organizacionales, han sido personas experimentales, que han venido creciendo en forma profesional y técnica, mirando el concepto de la responsabilidad con la sociedad como estrategia para satisfacer necesidades que le generan a los usuarios, consumidores y, para la organización el incremento de sus utilidades, sin mirar más allá de lo que es la responsabilidad de devolver en forma generosa y espontánea a la sociedad y al medio ambiente lo que de ellas han tomado para su prestigio personal y empresarial.

También podemos decir que hay en Colombia organizaciones que han venido teniendo en cuenta, que para poder competir a nivel global, hay que tener la responsabilidad de una producción sostenible y sustentable, estando en paz con la sociedad y el medio ambiente, creando ambientes de desarrollo igualitarios que redundan en la producción empresarial y la social, como es el caso de RCN Radio.

Se pudo observar, que dentro de la organización se utiliza el concepto de ordenación Sujeto y objeto, manifiesto en las garantías extralegales que brinda a sus empleados y colaboradores, declarando una responsabilidad interna, siendo su origen de tipo electivo dado por una conducta ética, cumpliendo con la exigibilidad externa, obligatoria y moral dada por la exigencia de los entes externos de control, respectivamente.

Desde el punto de vista externo, RCN radio tipifica su responsabilidad, manteniendo contenidos responsables, notorios con una publicidad que cumpla los requisitos exigidos y enunciados en la misma, que contengan valores éticos y morales para que puedan ser publicados o emitidos, igualmente, contiene una cadena sostenible de proveedores, con políticas claras de recibos y pagos de productos.

Por otra parte, se debe resaltar el uso de las tecnologías amables con el medio ambiente, mediante estrategias de cambio paulatino de aquellas que afectan la capa de ozono por las que son ambientalistas en concordancia con el uso del reciclaje.

Las organizaciones que buscan ser competitivas, no solo a nivel nacional si no también a nivel global, se preparan e investigan en estrategias que redunden no sólo con los objetivos de la organización, sino también con el medio ambiente, su entorno y sostenibilidad de vida para las generaciones siguientes, como en la práctica se ha venido viendo con la cadena de radio en estudio.

Es evidente ver, como las organizaciones son el reflejo de sus directivos, de sus creencias y mitos, de sus paradigmas personales; los cuales se van transmitiendo por toda la red empresarial a lo largo de los años, o periodos que estos dirigentes o gerentes, están a cargo de las organizaciones. Por último, es esencial manifestar que se observa una clara elusión fiscal por vía de las donaciones, dada por la carencia de presencia estatal en los flagelos de educación, salud, la paz y la convivencia en general en nuestro país, lo cual conlleva en muchos casos a la corrupción; lo cual es evitado por la cadena radial,

mediante la independencia económica política y social, ya que el origen de sus recursos provienen de diversos clientes (11.561 anunciantes) que no alcanzan a tener posición dominante en el grupo ni en la cadena radial. La elusión tributaria que se observa en algunas organizaciones, son el fruto de la incapacidad del estado para poder cumplir con sus funciones constitucionales como es: la de salvaguardar la vida, los bienes y los derechos de los ciudadanos.

Por lo anterior se puede formular la siguiente pregunta: ¿Los grupos económicos encarnados en las organizaciones, al no tener deducciones tributarias y minimización de costos, encarnarían todos estos conceptos que manifiesta la teoría de la Responsabilidad Social?. RCN Radio, a utilizado este “derecho” siempre cumpliendo con los requisitos de ley para su aplicación, obteniendo ganancias significativas de tipo económico, crédito mercantil, en audiencia y liderazgo social, por lo que la respuesta a nuestra pregunta es muy difícil de responder; sólo el tiempo y las posibles reformas tributarias, nos podrán dar respuesta rotunda a esta pregunta; lo demás, solo serán especulaciones de tipo teórico.

BIBLIOGRAFÍA

- Freeman. R.E. (1984) *Strategic Management : A Stakeholder Approach*. Pitman Press, Boston.
- Lizcano, J. (2004). Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa
- Informe de Sostenibilidad 2010 RCN Radio
- Martínez H (2005). *El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial. Colombia*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana
- Muñoz Dueñas, María del Pilar (2008) *La responsabilidad social de las empresas: una variable mas a considerar en la cultura empresarial*. Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa. Congreso Nacional (22. 2008. Salamanca)
- Revista Dinero N° 383 Septiembre de 2011
- Revista Gerente N° 164 Octubre de 2011
- Schvarstein, L. (2003). *Responsabilidad Social, Inteligencia Social. Argentina*. Editorial Paidós SAICF
- Unceta Satrustegui, Alfonso (2005) *Empresas socialmente responsables en el escenario económico global. Aproximación a la noción de responsabilidad social corporativa* Politika: Revista de Ciencias Sociales = Gizarte Zientzien Aldizkaria, ISSN 1885-9488, N°. 1, 2005 , págs. 121-128

- **Localización:**

Infografía

Decreto 624 de 1989.

www.andi.com.co (junio 2011)

www.fabricato.com (junio 2011)

www.fcodesarrollo.org (junio 2011)

www.fundacioncarvajal.org.co (junio 2011)

WWW.fundacioncorona.org.co (junio 2011)

www.fundcionfes.org. (junio 2011)

www.declarante.com William Osorio Suárez (junio 2011)

(www.pactoglobal.org, consultada en el mes de junio de 2011)