

# EL FENÓMENO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

LAURA A. GALLEGO ECHEVERRI\*, CATALINA MUÑOZ MEJÍA\*\*, LUZ ADRIANA  
PINEDA GALVIS\*\*, MARIANA A. ROBAYO MARÍN\*\*

Universidad de San Buenaventura Medellín – Colombia

## Resumen

El presente artículo permitirá exponer brevemente el concepto y la normatividad actual frente al tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a nivel global. Presenta también, una aproximación inicial a la idea de RSE y muestra a las compañías como una estrategia necesaria de sostenibilidad económica, social y ambiental. Propone a la Responsabilidad Social Empresarial y su proceso como el resultado de una cadena integral de acciones que involucra a todos los integrantes de los grupos de interés.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Empresarial, direccionamiento estratégico, filantropía, ética.

**Abstrac**

This article will briefly outline the concept and the current regulations on the issue of Corporate Social Responsibility (CSR) globally. Also presents an initial idea of CSR and shows companies as a necessary strategy for economic, social and environmental sustainability approach. Submit for Corporate Social Responsibility and the process as the result of a comprehensive chain of actions involving all members of interest groups

**Key Words:** Corporate Social Responsibility, Strategic Management, Philanthropy, Ethics.

## INTRODUCCIÓN

El tema de responsabilidad social empresarial, actualmente se ha convertido en un fenómeno mundial de gran importancia, el cual compete a todos los actores relacionados en el campo empresarial, que se encuentran altamente implicados y obligados a que de una u otra forma se retribuya de manera bidireccional en un proceso gana-gana.

Es así como el concepto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE) toma fuerza, siendo el tributo activo y voluntario de las organizaciones al mejoramiento social, económico y ambiental, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido (Vélez Pareja, 2001); pasando de ser simples acciones dirigidas a la comunidad a convertirse en “un modelo estratégico de gestión que contempla los impactos económicos, sociales y ambientales asociados al desarrollo de las actividades de las organizaciones” (Instituto Argentino De Normalización y certificación “IRAM”, 2009) y así evidenciando el beneficio mutuo entre organización y sus grupos de interés.

Lo anterior implica concebir la organización en su contexto y cuestionarse sobre el cómo las prácticas organizacionales y las decisiones que desde aquí se toman

afectan la misma organización y su entorno; para lo cual es esencial la comprensión del concepto de RSE, los elementos implicados en esta y las acciones realizadas a nivel internacional, nacional y regional en las empresas, de lo cual se dará cuenta en esta revisión.

## **El Fenómeno De La Responsabilidad Social Empresarial**

En los últimos años a nivel mundial el rol desempeñado por las compañías ha ido cambiando, pasando de ser netamente económico a llegar a incluir dentro de la razón de ser de la empresa objetivos que encierren temas como el desarrollo social y la sostenibilidad de tipo ambiental; este nuevo planteamiento ha sido denominado como responsabilidad social empresarial y ha ido adquiriendo gran importancia, evolucionando principalmente en países europeos, Estados Unidos y Canadá; al mismo tiempo en Países como Argentina, Chile y Brasil se empiezan a realizar acciones empresariales que marcan una nueva pauta hacia el desarrollo de este concepto (Valenzuela, 2005).

Resulta primordial hacer una revisión del concepto que contribuya a la comprensión del mismo, de su relación con la ética y de su contraste con la filantropía de tal forma que genere las bases fundamentales para entender la

concepción de empresa hoy, lo que deben ser sus prácticas responsables y los obstáculos que presentan.

En primer lugar, dilucidar el concepto de ética dentro del marco empresarial es fundamental para dar cuenta del concepto de Responsabilidad Social, La ética busca la equidad en las dimensiones ambientales, económica, cultural y social entre las que converge la empresa, atendiendo el deber ser y considerando el impacto sobre estas; por otro lado debe llevar a encontrar el funcionamiento equilibrado, garantizando la sostenibilidad y el mejoramiento continuo a través de una mirada más amplia y no meramente capitalista. Por lo tanto como uno de los desafíos de las empresas, bajo la nueva cultura social y empresarial, es modificar el patrón de vínculos con todos aquellos con los cuales se relaciona, no sólo para reducir los riesgos, mejorar la productividad, la competitividad y optimizar las ganancias; sino también para contribuir a crear un clima social más armónico, más integrador y de mayor beneficio para todos los que se encuentran en la sociedad en la que actúa (Caravedo, 2011).

Para cumplir de manera ética ante lo que el contexto exige se han definido acciones que han marcado el desarrollo evolutivo en la concepción y aplicación de la responsabilidad social empresarial, dichas acciones podrían clasificarse según Caravedo en tres grupos, las primeras son las acciones filantrópicas que a pesar de que se destacaron durante muchos años no generaron resultados que permitieran a

la empresa impactar de manera significativa en el entorno, ya que iniciativas como donaciones o respaldar equipos deportivos y/o musicales y apoyar hospitales, no eran producto de un plan organizado que tuviera una sostenibilidad en el tiempo por el contrario se financiaban con recursos que provenían de las utilidades de los socios de las empresas o de capital personal (Caravedo, 2011).

Las acciones filantrópicas estaban siendo orientadas al dar o entregar beneficios a la comunidad y no a una relación de gana-gana donde la empresa también se viera beneficiada o retribuida por las donaciones que estaba haciendo y más que una inversión éstas eran gastos.

La cultura filantrópica de empresas y ciudadanos se ha plasmado en diferentes actividades, no sólo en obras de caridad para los desvalidos o pobres; al mismo tiempo ha servido también, para promover el arte, la investigación científica o la educación. Con el advenimiento de la preocupación por la mejora de la productividad del trabajo y la inquietud mundial por el medio ambiente, la cultura filantrópica dio paso a una comprensión más integral que hizo posible redefinir la filantropía tradicional empresarial y abrió la perspectiva de la responsabilidad social de la empresa o responsabilidad social corporativa. (Caravedo, 2011).

Las segundas acciones son las inversiones sociales que buscan una ganancia mutua entre inversionista y beneficiado, para lo cual se hace necesario un previo estudio que permita concluir qué tantos son los beneficios para ambas partes, siendo este tipo de acciones parte activa del proceso administrativo y financiero de la empresa a diferencia de las acciones filantrópicas. Por ejemplo, se podrían destinar recursos para evitar el deterioro ambiental, o instalar servicios de salud, educativos, o respaldar la creatividad cultural de la localidad, para ganar una reputación, imagen y confianza entre los miembros de la comunidad o evitar su pérdida (Caravedo, 2011).

Por último, están las acciones de RSE, las cuales a diferencia de las anteriores involucran todos los stakeholders (expresión utilizada para describir cualquier persona o entidad que es afectada por las actividades de una organización); por ejemplo, los trabajadores de una empresa, sus accionistas, las asociaciones de vecinos, sindicatos, organizaciones civiles y gubernamentales. Dichas acciones de Responsabilidad Social buscan beneficio integral y sostenible en el tiempo, lo que significa que debe permanecer a lo largo de la ejecución de los planes y proyectos dentro de la compañía, de acuerdo al establecimiento de una estrategia organizada y planeada, que está ligada a los objetivos empresariales de la compañía, o sea que es direccionada desde la gestión estratégica, lo que implicaría una mayor efectividad e impacto en el medio.

Por lo anteriormente expuesto se puede concluir que lo realmente significativo en todo el proceso de RSE, es que estas prácticas de responsabilidad dentro de la compañía sean sostenibles y favorezcan no sólo su desarrollo sino también el de la sociedad (Caravedo, 2011). Es así como el desarrollo dado a partir de modelos de gestión permiten un buen funcionamiento de la empresa, y también de la sociedad, al involucrar no solo los aspectos medioambientales, económicos y sociales sino también las expectativas de los grupos de interés

#### *Normativa ISO 26.000*

De acuerdo a la conceptualización previa y a los diversos avances en el tema nace la iniciativa de regular y hacer que las prácticas de Responsabilidad Social sean más eficientes a partir de la creación de la norma ISO 26.000, la que tiene como objetivo desarrollar un modelo de gestión integral que incluya aspectos económicos, ambientales y sociales. Es así como por iniciativa de la Organización Internacional de Normalización ISO y considerando la nueva tendencia de la RSE, aproximadamente desde el año 2001 se han venido realizando una serie de reuniones que buscan el desarrollo de una Guía que proporcione la aplicación de pautas con respecto a la Responsabilidad Social en cualquier tipo de organización y en la que se han definido la importancia de incluir algunos parámetros como los derechos humanos, el medio ambiente, las prácticas laborales, la comunidad y el desarrollo social, y aspectos del consumidor (Gallego M, 2003).



En este orden de ideas, la Organización Internacional de Normalización ha establecido que la ISO 26.000, con su publicación en el 2010, será una Guía con recomendaciones y directrices para las organizaciones interesadas en implementar la responsabilidad social en sus actividades y no tendrá como objeto certificar a las organizaciones que deseen aplicarla, ya que el cumplimiento de estas normativas básicas, corresponde con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad.(Gallego M, 2003)

Por otro lado, según Gallego en el 2003, esta guía resta importancia a la norma SA 8001 que solo contempla una parte del concepto mientras la ISO 26000 aborda como materias fundamentales 7 ejes principales: gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, practicas justas de operación, asuntos del consumidor, participación activa y desarrollo de la comunidad. Permitiendo así cumplir con el objetivo de proponer un modelo de gestión integral con sentido ético y social para las organizaciones que deseen incursionar en la responsabilidad social empresarial.

Por otro lado, desde que apareció el concepto de Responsabilidad Social de la empresa se han dado diferentes énfasis a los procesos asociados a este, según menciona Carroll en el 2006, se pueden distinguir diferentes tipos de responsabilidades en una empresa como son: la responsabilidad económica, que tiene que ver con el retorno a la inversión de los accionistas. La responsabilidad legal, que tiene que ver con las obligaciones que deben respetar y que son exigidas en las sociedades en las que actúan. La responsabilidad ética, que tiene que ver con

lo que esperaría una sociedad aunque no se constituya en una exigencia legal y finalmente la responsabilidad filantrópica, que tiene que ver con donaciones consideradas como deseables por la empresa, más allá de las responsabilidades legales y éticas. (Caravedo, 2011)

Lo anterior evidencia las diferentes connotaciones que se han venido dando desde las empresas para asumir las consecuencias sociales de sus acciones y como cada postura de esta aporta un elemento esencial para lo que hoy se considera como rse, pero además demuestra como las empresas empiezan a convertirse en actores políticos y ambientales, no solamente económicos, al retomar acciones que antes se concentraban en el gobierno y que desde la aplicación de la rse como modelo de gestión pasa a ser directamente un eje a considerar desde las organizaciones. (Caravedo, 2011).

De igual manera, y al concentrarse ya en la responsabilidad social de las empresas, se observa que empresas transnacionales han distinguido diferentes formas principales de llevar a cabo la rse, entre ellas una perspectiva limitada, la cual busca dar a la sociedad algo a cambio de los beneficios económicos percibidos. Una segunda forma de responsabilidad social sería una perspectiva equivalente, donde se busca responder al punto de vista de los denominados constituyentes, partes interesadas, públicos interesados o stakeholders; finalmente desde una perspectiva

extendida que se encuentra vinculada al «buen gobierno comunitario» reconociendo un rol político de la corporación en la sociedad. (Caravedo, 2011).

Por otro lado, el sector empresarial en los últimos años se ha enfrentado a uno de los desafíos más grandes a nivel económico llamado globalización, lo que exige que dentro de las organizaciones existan mayores niveles de competitividad y productividad siendo la Responsabilidad Social en la actualidad, una de las estrategias más efectivas para el logro de estos altos niveles de exigencia empresarial. La búsqueda de herramientas que permitan el sostenimiento de las empresas en el mercado actual ha llevado a que dichas instituciones encuentren en la Responsabilidad Social el componente fidelizador y generador de una imagen positiva ante una sociedad cada vez más persuadida por organizaciones y emporios económicos que solo buscan elevar sus altos índices de ganancias sin percatarse de las grandes acciones de corresponsabilidad que se deben tener no sólo con los accionistas de la empresa sino con todo el contexto social que lo rodea.

Así, considerando las implicaciones de la RSE, se puede percibir la necesidad de las empresas de apoderarse del concepto y lograr aplicarlo de una forma más efectiva. Y en un acercamiento a dicha necesidad, se puede definir la RSE como la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta el impacto que tienen los diferentes aspectos de sus actividades sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en

general, ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto. (Poncela, 2012).

Además, la responsabilidad social debe poner las necesidades humanas y la sustentabilidad ecológica por encima de sus intereses netamente económicos, para así dar cuenta de la verdadera esencia de este tipo de prácticas, debido a que algunas empresas nacionales e internacionales mediado por las exigencias de la globalización y en su afán por cumplir con indicadores económicos y de gestión que son imperiosos para el sostenimiento dentro de cualquier economía, han llevado a cabo sus prácticas de responsabilidad social con el propósito de incrementar ventas y generar reconocimiento entre los clientes o consumidores, y no tanto por el hecho de ser un compromiso con la sociedad.

Todo lo anterior podría verse como un interés global netamente capitalista, sin embargo se observan en contraposición empresas que asumen el tema de Responsabilidad Social como un compromiso que va más allá de los intereses financieros (Sklair&Miller, 2010). De las cuales se mencionaran algunas a continuación:

### *RSE a nivel internacional*

Desde una perspectiva mundial “la Responsabilidad Social Empresarial no es vista como una fórmula incuestionable de aplicación sino como una guía, una perspectiva para que las empresas puedan orientarse al abordar sus propias responsabilidades” (Caravedo, 2011).

A nivel global se han realizado estudios que permiten analizar como el tema de Responsabilidad Social es concebido por parte de las diferentes empresas y se han obtenido hallazgos tan importantes para el tema como lo es un estudio realizado en Estados Unidos, el cual permite vislumbrar que en gran parte de las empresas estadounidenses con programas de RSE, existe un comportamiento maximizador del beneficio, es decir que los objetivos sociales se mezclan con los objetivos económicos directamente, lo que permite que estas sean más sólidas en todo sentido (Peral, 2005)., dado que la importancia de estas es generar altos niveles de ingresos económicos y un significativo y benéfico impacto social.

Es en este país donde a lo largo de los años ha cambiado el foco principal de la RSE, pasando por procedimientos que mejoraran las condiciones medioambientales, durante los años 90, a un enfoque más amplio de operaciones con preocupaciones sociales y éticas más profundas que afectan a los grupos de interés; estos motivos

están relacionados directamente con la actividad social de la compañía, aquellos aspectos económicos como la creación de un mayor valor para los accionistas, la mejora en la reputación de la marca, la creación de unas mejores condiciones que motiven al empleado, o la protección del medio ambiente donde se encuentre la compañía. (Peral, 2005).

Dentro de los aspectos más importantes que motivan la actividad social de las empresas en Estados Unidos está la gobernabilidad y transparencia de las instituciones. El gobierno y accionistas son los principales promotores de la transparencia y buen gobierno entre las empresas, y aunque Estados Unidos posee una de las legislaciones más propicias para la filantropía y la responsabilidad empresarial, con desgravaciones importantes en el impuesto de rentas tanto de particulares como empresas, se puede considerar prácticamente que deja de lado aspectos importantes la acción del Gobierno en el fomento de la responsabilidad empresarial como tal (Peral, 2005).

Continuando con esta perspectiva internacional, se encuentra que en España se ha realizado una minuciosa revisión de la literatura académica alrededor de este tema, con la finalidad de desarrollar un marco teórico preliminar que permitiera la comprensión entre lo social y la empresa y así mismo la aplicación de estrategias sociales dentro de la gestión estratégica.

Como se menciona anteriormente, este importante estudio demostró que la RSE es vista como un instrumento que puede ser utilizado para crear valor adicional a la empresa. La RSE puede ser entendida como una estrategia social capaz de generar ventajas competitivas, debe ser cuidadosamente diseñada para que sea central a la misión de la empresa y que ante todo debe crear efectos diferenciadores al desarrollar capacidades únicas que creen un impacto positivo en la rentabilidad de la empresa (Toro, 2006).

En Latinoamérica, también se ha incursionado en el tema de RSE, en Argentina por ejemplo la investigación realizada por Roitstein (s/f) a empresas con capitales nacionales e internacionales, permitió conocer que la mayoría de los empresarios que están a cargo de dichas compañías conocen muy bien a nivel conceptual el tema de responsabilidad social empresarial y las implicaciones que favorablemente traen a la empresa, relacionando directamente esta temática con la identidad y cultura interna de la organización, su misión, visión, valores y creencias para una mayor apropiación y sentido en la aplicación de la RSE.

Así pues este autor menciona "todas las empresas analizadas han desarrollado canales institucionales para favorecer la participación y el compromiso de los empleados en una variedad de acciones con la comunidad. Las acciones cubren un amplio espectro que va desde la recolección de alimentos para comedores barriales hasta el desarrollo de micro emprendimientos sociales" (Roitstein, s/f). Visto de este

modo, las empresas en Argentina han ido incursionando de manera fuerte en este ámbito, por otra parte, un gran atractivo de la responsabilidad social para estas empresas es la construcción de ventajas competitivas y comerciales que redundan en una mayor rentabilidad económica.

### *RSE a nivel nacional*

Al hacer una revisión de como se ha desarrollado la RSE en Colombia, se puede analizar que en un país como este, en donde no se alcanzan a cubrir las necesidades de toda la población y donde las diferencias económicas y la brecha social se acentúan con mayor rapidez, la iniciativa privada como pionera en el tema de RSE, puede ofrecer salidas exitosas a muchos de los problemas que originan esta situación y puede también proyectarse como una fuente para las nuevas ideas, e incluso aliviar trámites al sector público (Agudelo, 2009). Se debe procurar entonces, generar procesos de RSE que respondan a necesidades básicas de un individuo o de un conjunto de ellos como parte de una sociedad y como lo menciona Agudelo en el 2009, la participación integral de todos los sujetos no debe limitarse a lo individual, debe superar el esfuerzo real propio.

De esta manera corresponde también contar con iniciativas comunitarias en las que no prevalezcan las definiciones establecidas de propiedad, que sirvan a



verdaderos y legítimos intereses comunitarios, y también generen ambientes de sostenibilidad en aspectos donde cada actor pueda generarla. La responsabilidad social empresarial aparece como un mecanismo eficaz para propiciar la generación de un recurso humano mejor preparado, y a su vez, permite a inversionistas extranjeros tener un doble beneficio a partir de su buena gestión e implementación. Primero, al establecer su actividad se puede garantizar un buen desarrollo del trabajo en productos o servicios y segundo, las organizaciones promotoras reciben la atención de la opinión pública y el mercadeo ajustado por llevar a cabo actividades de promoción del bienestar en la comunidad (Heincke, s/f)

Así mismo, la globalización trae consigo nuevos desafíos que hacen que las compañías Colombianas replanteen sus procesos y visiones frente a las comunidades a las cuales se dirigen, ya sea a nivel local, nacional o global, por lo tanto, los objetivos sociales, ambientales y humanos como sus estrategias y responsabilidades deben tomar un rumbo que este alineado a las exigencias mundiales. En Colombia, hay pocas empresas que ejercen esfuerzos por comprender lo que la RSE implica, y aún falta mucho para lograr llevar a cabo prácticas que generen prosperidad autosuficiente y sostenible, todo esto debido a que las empresas apenas están tomando conciencia en este tema.

Según los referentes conceptuales encontrados en una de las investigaciones hechas en Colombia llamada La RSE ¿Una herramienta para el desarrollo local

sostenible en Colombia?, se concluye allí que son las compañías extranjeras en Colombia las que han venido incursionado en la responsabilidad social pero carecen todavía de la proyección e integración necesaria para causar un impacto mayor (Heincke, s/f). Además, el desarrollo de la actividad económica de las compañías colombianas no tiene una legislación para regular el comportamiento empresarial en cuanto a responsabilidad social o por lo menos las políticas y lineamientos que existan no están pensados en la generación de un gran impacto a largo plazo que involucre a todos los agentes económicos que rodean la empresa.

No obstante lo anterior, algunas empresas nacionales están comprometidas con las prácticas de RSE, esto se evidencia en uno de los reportajes presentados por el Canal RCN en el año 2008, relacionados específicamente con esta temática, el canal da a conocer un concepto de Responsabilidad Social que ha sido acogido por la Organización Ardila Lulle y RCN Televisión, donde deducen que la RSE es el compromiso voluntario que las organizaciones asumen a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con los stakeholders y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales les permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, desarrollo social y el equilibrio ambiental y todo lo que en materia de desarrollo social se haga más allá de la ley (Chinauta, 2008)

De esta manera el objetivo fundamental de las prácticas de RSE que desarrolló RCN era la de informar, educar y empoderar a las audiencias para una mejor toma de decisiones. Esperaban contribuir a formar opinión pública, abrir debates sobre políticas públicas haciendo seguimiento y monitoreo, cubrir temas bajo la óptica del desarrollo sostenible creando opinión más calificada sobre el tema de RSE, y evaluando constantemente los proyectos de comunicación que llevaban a cabo.

Siendo RCN uno de los principales medios de comunicación a nivel nacional más visto por la población Colombia, se aprovechó para desarrollar prácticas de RSE en el ejercicio del periodismo, como la intervención de Contenidos a través de Novelas y dramatizados, algunos como Francisco el Matemático, Alicia en el País de las Mercancías, Todos quieren con Marilyn, El Ultimo Matrimonio Feliz ; productos desarrollados en alianza con entes gubernamentales como las Naciones Unidas, la DIAN, el Ministerio de Protección Social y otras instituciones; con la finalidad de apoyar la educación sexual, evitar el maltrato hacia la mujer, generar una sana convivencia y cultura de paz, la prevención de accidentalidad, la prevención de trata de personas, el consumo de alcohol y drogas y la participación política de jóvenes, entre otros (Chinauta, 2008).

También se diseñaron y emitieron campañas sociales lideradas por el canal RCN, el Instituto Nacional de Cancerología e Infancia Viva, para la prevención del cáncer de seno, cáncer de útero, promoción de estilos de vida saludables. Entre los

productos realizados estaban comerciales de tv, cuñas de radio, activaciones, afiches, eventos masivos, entre otros.

Otra de las líneas de trabajo de RSE del canal RCN, fue la educación y cultura, en donde también apoyada por otras entidades se pretendió incentivar la cultura, el gusto por las artes y la literatura. Entre los más destacados eventos que aún se mantienen en desarrollo, se encuentran el Hay Festival of Literature&Arts, El festival de Música y El Concurso de Cuento (Chinauta, 2008).

Por otro lado, a nivel educativo, específicamente en el ámbito universitario, también se han demostrado avances en RSE. Un estudio realizado por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá pretendió conocer los indicadores de Responsabilidad Social universitaria, a través de una revisión literaria, que dio como resultado importantes aportes al tema de estudio, y como producto una encuesta que sirvió como instrumento para conocer si las instituciones universitarias cumplen con indicadores en RSE(Vallaey, Cruz, Sasia. 2009).

Como resultado de ese trabajo, se obtuvo que los indicadores de la práctica de Responsabilidad Social más comunes en el ámbito educativo universitario se dirigen a mantener políticas de gestión ética y Calidad de vida institucional, políticas de gestión medioambiental responsable, políticas de formación académica socialmente

responsable, y por último la universidad debe poseer unas políticas de Investigación socialmente útil y de gestión social del conocimiento (Vallaey, Cruz et al. 2009).

Por lo anteriormente mencionado, la Asociación Nacional de Industrias (ANDI) priorizó las siguientes líneas de acción estratégica para la ANDI a) Ser referente en temas de RSE y actuar como centro de debate y reflexión; b) Participar en escenarios nacionales e internacionales, velando por el desarrollo de un marco adecuado que permita una contribución efectiva del sector privado al desarrollo sostenible; c) Desarrollar alianzas e iniciativas para potencializar el aporte del sector privado al desarrollo sostenible; d) Evidenciar el aporte del sector privado al desarrollo sostenible. (ANDI. 2011)

Resulta oportuno resaltar que en Colombia la ANDI realizó una encuesta de RSE en el año 2011, entre las empresas fueron las encuestadas colombianas que mantienen la inversión en responsabilidad social empresarial; donde su principal interés es llegar a todos los Afiliados con información, herramientas y asesoría que les permita desarrollar una gestión de RSE que responda a las especificidades de su negocio, en línea con las tendencias mundiales y en sintonía con las realidades y necesidades del país.

Los resultados obtenidos de esta investigación dieron a conocer que durante los últimos años el tema de RSE ocupa un lugar cada vez más importante en la agenda empresarial. En la encuesta realizada en el año anteriormente mencionado se les

pregunto a los empresarios a si ellos contaban con una política o estrategia de RSE y si en la empresa existían áreas específica que se ocupa de este tema. En esta dirección cabe destacar que el 73% de los encuestados cuenta con una política de RSE y el 68% de los mismos tiene dentro de su empresa un cargo específico para RSE. (ANDI. 2011)

Es importante resaltar otra investigación hecha en materia de RSE, que se dio específicamente en Colombia, realizada en Textiles Fabricato Tejcóndor donde se concluyó que allí se asume la Responsabilidad Social Empresarial como un compromiso serio de contribuir a la construcción de nuevas y mejores condiciones para la sociedad en su conjunto. En el año 2008, en Textiles Fabricato Tejcóndor gracias al trabajo del equipo humano, proveedores, distribuidores y accionistas, además del cumplimiento de los objetivos económicos y de las leyes colombianas, se generaron importantes beneficios que mejoraron el nivel de vida de los trabajadores y sus familias y además permitieron el desarrollo sostenible de la comunidad. (FabricatoTejcóndor. 2009).

Por otro lado, en la ciudad de Medellín Antioquia en torno a la responsabilidad social empresarial, con la intencionalidad de indagar qué entienden las empresas en Antioquia por RSE, caracterizar cuáles acciones desarrollan en ejercicio de la RSE y finalmente contrastar si hay coherencia entre los valores que defienden las empresas y las Acciones que desarrollan; los resultados ante estos objetivos muestran que en este sector, la RS se interpreta como gasto, no como inversión por tanto no se mide

su impacto, tal y como se mide el de las inversiones económicas, por otro lado, en la formulación de la estrategia no se tienen en cuenta todos los grupos de interés, concentrándose en solo: Empleados, comunidad y medio ambiente, lo que lleva a concluir que la RS no es una estrategia central que garantice la gestión empresarial. (Giraldo. S/f)

Lo anterior evidencia que en Colombia se ha ido tomando conciencia del impacto que tienen las acciones en responsabilidad social y como lo plantea Calderón (2010) en su investigación llamada RSE: el reto que enfrentan las empresas a nivel mundial y nacional, el propósito de la RSE debe ser una economía basada en conocimiento más competitivo y dinámico, que permita un crecimiento sostenible con mayores, mejores empleos y cohesión social.

La RSE ido tomando conciencia del impacto de su acción al contribuir al desarrollo económico y a mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local donde actúan y de la sociedad en conjunto, se constata igualmente que la responsabilidad social trasciende la filantropía y las acciones aisladas para ser parte inherente de su estrategia corporativa. (Rodríguez. 2010)

Para finalizar y hechas las consideraciones anteriores, se encontró que en el ámbito regional, otro importante hallazgo en materia de RSE en la ciudad de Armenia

Quindío, la lideró la Escuela de administración y Mercadotecnia de esta ciudad, desarrollando un proyecto denominado Gestión de la Responsabilidad Social en el sector Agroindustrial del departamento del Quindío, con el propósito de generar espacios de diálogo entre el Estado, la Academia y los Productores y proponer estrategias para el mejoramiento de la productividad y la oferta de productos con valor agregado a partir de una producción más limpia, buscando como resultado contribuir por efecto a mejorar la calidad de vida, a la sostenibilidad y a elevar el nivel de competitividad de las empresas de este sector.

Otra investigación realizada con relación al tema expuesto en el departamento del Quindío, se dio a conocer a través de un artículo de prensa del principal diario de circulación regional, el cual concluye que cerca de un 12% había crecido el volumen de certificaciones otorgadas por el Icontec a las empresas de la región en el primer semestre del año en comparación con el mismo periodo del año anterior; esto lo reveló el director ejecutivo nacional del Icontec, Fabio Tobón Londoño, quien participó en una nueva versión del Foro de Gerentes de la Cámara de Comercio de Armenia para hablar sobre las acciones de la institución en materia de implementación del sistema de gestión de responsabilidad social, confirmando que se evidencia la importancia que empieza a tomar entre las empresas en el sector por incluir prácticas de RSE en sus objetivos organizacionales.



## DISCUSIÓN

La RSE en Colombia, está en una etapa aún prematura comparada con la evolución que llevan las demás empresas a nivel internacional, lo cual significa que cada vez es mayor el desafío que a nivel nacional se debe enfrentar por parte de dichas compañías para alinearse con quienes ya han logrado mayores avances en este tema. Y este desafío se incrementa gracias a la incursión de empresas multinacionales que han liderado en el país las gestiones en tono a la RSE, sin embargo cabe resaltar que se están evidenciando por parte de compañías Colombianas resultados que aproximan cada vez más los procesos hacia una cultura de RSE, que dadas las circunstancias económicas del país, podrán generar crecimiento y desarrollo sostenible en el tiempo.

Las multinacionales son las pioneras en cuanto a la ejecución de planes de RSE, ya que ellas cuentan con la organización y recursos necesarios para ejecutar actividades encaminadas al desarrollo y progreso social, debido a que éstas requieren de inversiones significativas en cuanto recursos ya sean económicos, físicos y/o humanos, la participación activa de todos los grupos de interés, además del diseño de políticas claras y firmes que estén directamente relacionadas con los documentos normativos que son guía a la hora de ejecutar planes y estrategias como por ejemplo la norma ISO 26.000.

Es así como la norma ISO 26000, se presenta como una carta de navegación y herramienta efectiva para las empresas Colombianas, ya que la competencia actual hace que se deban implementar estrategias mucho más efectivas y alineadas a la norma, esto con el fin de generar mejoramiento continuo, de manera eficiente y acorde a lo que el medio exige actualmente.

La Responsabilidad Social ejercida en el ámbito empresarial busca obtener beneficios tanto económicos, políticos, ambientales y sociales, siendo estos fines los que han logrado hacer que se avance en la temática. Si se analiza con profundidad y con una visión integral actualmente las empresas están focalizando todos sus esfuerzos para satisfacer de una forma u otra a sus grupos de interés, los que están representados por proveedores, empleados, socios, clientes y todos aquellos involucrados con la compañía, pero esta intención de satisfacer las necesidades de los involucrados esta mas relacionada con actividades de tipo filantrópico que las de responsabilidad social como tal, ya que todavía falta que muchas empresas se alineen a lo que mundialmente se está consolidando como un paradigma a seguir, con referencia a la normatividad establecida para esta temática específicamente.

En referencia a un país como Colombia, es posible afirmar que el trabajo adelantado en relación a la RSE ha sido muy lento debido al desconocimiento de la norma, y a la mala interpretación que se le ha dado a la temática como tal; pero de

una u otra manera las empresas e instituciones que lideran estas prácticas han obtenido resultados significativos tanto social como económicamente; de esta manera los dirigentes de las compañías deberán entender que se deben realizar mayores esfuerzos para innovar en sus respectivos mercados con planes de RSE, transformando las acciones filantrópicas en el fomento de programas que impliquen mayor participación y un gana-gana para todos los grupos de interés, especialmente en un marco de competitividad que demanda el fenómeno de la globalización y los tratados actuales de libre comercio.

Se requerirá entonces una mayor sensibilización a las empresas en cuanto a la importancia de la RSE y de los múltiples beneficios tangibles e intangibles que obtendrán en el corto, mediano y largo plazo. Y una de las formas de lograr esto podría ser el conocimiento e implementación de la norma ISO 26000.

A nivel regional de acuerdo a la revisión planteada se observa que es importante generar espacios de capacitación para las pequeñas y medianas empresas que allí se encuentran establecidas, es claro que la RSE ha empezado por las grandes empresas y que el sector del Quindío tiene muy pocas, sin embargo no se puede afirmar que se han realizado acciones o no debido a la falta de documentación de dichas acciones en la región. Se hace necesario si no hay información hacer un diagnóstico de acciones en RSE que permita tener un conocimiento certero de la

actividad de las empresas y de lo que se podría hacer en torno a la comprensión de la RSE y su implementación.

## **CONCLUSIÓN**

Es así como el tema de RSE a nivel mundial se está consolidando como un elemento diferenciador a la hora de competir en los diferentes mercados, ya que las empresas que aplican la RSE son pioneras en cumplir con sus objetivos organizacionales, económicos y sociales, lo que les permite cumplir con el objeto para el cual fueron creadas en un inicio; pero para esto se requiere de un conocimiento y apropiación en un nivel más elevado por parte de las empresas regionales y locales, para así lograr estar al nivel competitivo de las empresas ya consolidadas en RSE, que si están cumpliendo con la normatividad relacionada con el tema y que tienen dentro de su direccionamiento estratégico incluidas acciones que permiten el cumplimiento de este eje diferenciador.

Si las empresas regionales y locales empiezan a considerar la norma como una guía para la implementación del concepto de RSE y la convierten en una herramienta de trabajo dentro del marco estratégico de la compañía, podrán alinearse a lo que globalmente se está convirtiendo en un paradigma a seguir como lo son las prácticas de RSE.

Se puede concluir también que el desarrollo de la RSE a nivel mundial se ha dirigido en general a todos los sectores; por ejemplo, en Estados Unidos la gobernabilidad y transparencia de las instituciones son lo más importante cumpliendo así con una de las materias fundamentales que propone la ISO 26000.

Las acciones en RSE, se han dado principalmente desde la acción voluntaria de las empresas, mas no direccionadas desde el gobierno, lo cual debería darse, ya que al fomentar modelos estratégicos de RSE, se favorece la sostenibilidad, repercutiendo necesariamente en desarrollo económico.

A nivel nacional se puede observar una marcada incursión en los sectores comercial y de servicios y a nivel regional se ha venido trabajando más específicamente en el sector agroindustrial por ser el sector de la economía que más representa el departamento.

En términos generales se puede esclarecer que la RSE apenas está siendo comprendida como una estrategia y que la norma podría ayudar a esta integración dentro de las prácticas empresariales, razón por la cual los grandes avances han estado en aras de dicha comprensión y en el inicio de integración de RSE a las empresas; como en el caso de otros países de Suramérica, se hace necesario llevar

a la comprensión de lo que implica la RSE en las empresas para poder plantear estrategias realmente eficientes en esa relación gana- gana.

## REFERENCIAS

- Agudelo, S. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial, Una mirada desde Colombia*. Revista de Negocios Internacionales. Vol. 2. No. 1. Pp. 3-11.
  
- ANDI. (2011). Encuesta de responsabilidad social empresarial 2011: Empresas colombianas mantienen la inversión en responsabilidad social empresarial. Recuperado el 24 de Agosto de 2012 de:  
[http://www.pactodeproductividad.com/admin\\_actualidad/informe\\_rse\\_nov2011.pdf](http://www.pactodeproductividad.com/admin_actualidad/informe_rse_nov2011.pdf)
  
- Caravedo, B. (1998). *La Responsabilidad Social de las empresas privadas en el Perú*. SASE-Servicios para el desarrollo. Lima: Perú.
  
- Chinauta. (2008). *Responsabilidad social RCN*. Extraído el 12 de septiembre:  
[www.mineducacion.gov.co/cvn/.../articles-175404\\_archivo\\_ppt2.ppt](http://www.mineducacion.gov.co/cvn/.../articles-175404_archivo_ppt2.ppt).
  
- FabricatoTejicóndor. (2009). *Informe de responsabilidad social empresarial*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2012 de:  
<http://www.fabricato.com/site/LinkClick.aspx?fileticket=q4nkV0qJUT8=&tabid=>

- Gallego, M. (2003) ISO 8000- Social Accontability. Norma universal que certifica en ética y responsabilidad social. Una mirada crítica “en: Revista Universidad EAFIT Vol. 39 N° 132. 2003. P. 44 – 52.
- Giraldo, G. (S/f). *Responsabilidad Social Empresarial En Antioquia*. Grupo De Historia Empresarial Universidad Eafit. Medellín: Antioquia.
- Heincke, M. (s/f). la responsabilidad social empresarial: ¿Una herramienta para el desarrollo local sostenible en Colombia?. Revista opera volumen N ° 5.
- El Instituto Argentino De Normalización Y Certificación (IRAM). (2009). *Especialista en “rafting” Requisitos de competencia*. IRAM-SECTUR 42701:2009
- Peral, E. (2005). *Characteristics of social responsibility in corporate America*. Business Commitment, Journal of foundation commitment and transparency. Recuperado el 12 de Noviembre de 2012.
- Poncela, E. (2012). *Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: España. Recuperado el 15 de Septiembre de 2012 de:



[http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=40&Itemid=63&lang=es](http://www.observatoriorsc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=40&Itemid=63&lang=es)

- Rodríguez, G. (2010). *La responsabilidad social empresarial: el reto que enfrentan las empresas a nivel mundial y nacional*. Revista Desarrollo Gerencial, No. 2 – pp. 86-117. Universidad Simón Bolívar. Barranquilla: Colombia
- Roitstein, F. (s/f). *La responsabilidad social empresarial en Argentina: tendencia y oportunidades*. Recuperado el 25 de Mayo del 2013.
- Sklair, L., Miller, D. (2010). *Capitalist Globalization, corporate social Responsibility and social policy*. Recuperado el 30 de Agosto del 2012
- Toro, D. (2006). *El enfoque estratégico de la Responsabilidad Social Empresarial: revisión de la literatura académica*. Recuperado el 15 de Agosto del 2012.
- Valenzuela, L. (2005). *Perspectivas de La Responsabilidad Social Empresarial*. Graficas JES. Manizales.
- Vallaeys, F., De la Cruz, C., Sasia, P. (2009). *Responsabilidad social universitaria - Manual de primeros pasos*, McGraw-Hill Interamericana.

- Vélez Pareja, I. (2001). Decisiones de inversión: enfocado a la valoración de empresas. Bogotá: Ceja.