

**DISEÑO DE UN INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. CASO  
LEITMOTIV LTDA.**

**BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2009**

**DISEÑO DE UN INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. CASO  
LEITMOTIV LTDA.**

**BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN**

**Pasantía para optar el título de  
Comunicador (a) Social y Periodista**

**Director  
JORGE MAURICIO ESCOBAR SARRIA  
Comunicador Social  
Con énfasis en Comunicación Organizacional**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI  
2009**

**Nota de aceptación:**

Aprobado por el comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Comunicador(a) Social y Periodista.

Com. JORGE MAURICIO ESCOBAR  
Director

Santiago de Cali, 13 de Febrero de 2009

Dedico este trabajo a Dios por haberme dado la fortaleza y la sabiduría para luchar con el objetivo de conseguir mis metas. A mi familia por su gran esfuerzo para apoyarme en todos los proyectos que emprendí durante la carrera universitaria. Dedico este trabajo al señor Jorge Hernán Mejía por darme la oportunidad de realizar mi pasantía en la empresa que dirige. A mis maestros que aportaron de sus conocimientos en mi formación profesional y también personal. Por último dedico el trabajo a todas las personas que de alguna manera tuvieron que ver con este proyecto.

Betty Dannides González Payán

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi familia por haber depositado toda su confianza en mí, por apoyarme siempre en los proyectos que emprendía durante mi estadía en la universidad y sobre todo, por su gran esfuerzo para ayudarme a salir adelante.

Agradecimientos muy sinceros a mi director de pasantía Jorge Mauricio Escobar Sarría, por su paciencia hacia mi y por resolver mis dudas e inquietudes, por compartirme su valioso conocimiento y por acompañarme en mi proceso de formación.

A La organización Leitmotiv Ltda. por abrirme las puertas y darme la oportunidad de aplicar mis conocimientos académicos en la elaboración de un Informe de Responsabilidad Social, para uno de los servicios que ofrece la organización.

A el señor Jorge Hernán Mejía, gerente general de Leitmotiv Ltda. por la confianza que puso en mí, cuando me encomendó la tarea de hacer posible que la Responsabilidad Social pudiera ser entendida, a través de un medio de comunicación.

A mi madre, por su apoyo incondicional y sobre todo por su preocupación, cariño y respeto hacia mi profesión.

Finalmente, agradezco a la Facultad de Comunicación Social, por avalar este proyecto y a todos los profesores que causaron mi admiración y respeto, en especial a la docente y amiga Ana Lucía Jiménez por guiarme en mi formación personal y profesional.

## CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	13
1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	14
2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	17
3. OBJETIVOS	19
3.1 OBJETIVO GENERAL	19
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
4. INTERESES DE LA PASANTÍA	20
4.1 INTERÉS ACADÉMICO	20
4.2 INTERÉS PROFESIONAL	21
4.3 INTERÉS LABORAL	22
5. FUNCIONES	23
5.1 FASES DE INVESTIGACIÓN	23
5.1.1 Búsqueda de bibliografía en bibliotecas de la ciudad	23
5.1.2 Búsqueda de bibliografía en librerías de la ciudad	23
5.1.3 Búsqueda de información a través de Internet	23
5.2.2 Realización de informes de lectura	23
5.2.3 Clasificación de información obtenida	23
5.3 REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS A EXPERTOS	24
5.4 ELABORACIÓN DE UN INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	24

6. INTERÉS Y APORTE PRODUCTIVO PARA LA ORGANIZACIÓN	26
7. MARCO CONTEXTUAL	27
8. MARCO TEÓRICO	28
8.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL	28
8.2 PACTO MUNDIAL	30
8.2.1 Declaración Universal de los Derechos Humanos	31
8.2.2 Declaración de Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo	31
8.2.3 La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo	31
8.2.4 La Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción	32
8.2.5 Principios del pacto mundial	32
8.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	33
8.4 RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA	36
9. METODOLOGÍA	39
9.1 DESARROLLO DEL PLAN METODOLÓGICO	40
9.1.1 Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número uno	41
9.1.2 Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número dos	42
9.1.3 Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número tres	43
9.2 OBJETIVOS CUMPLIDOS	44
9.2.1 Proceso	44
9.3 OBJETIVOS NO CUMPLIDOS	45
9.4 HERRAMIENTAS	45
9.5 PROCEDIMIENTOS	45
9.6 ELEMENTOS INNOVADORES	46

10. CRONOGRAMA	47
11. TALENTOS Y RECURSOS	50
11.1 TALENTO HUMANO	50
11.2 RECURSOS FÍSICOS	50
12. CONCLUSIONES	51
BIBLIOGRAFÍA	53
ANEXOS	55



## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Principios del Pacto Mundial	32
Cuadro 2. Desarrollo del plan metodológico	40
Cuadro 3. Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número uno	41
Cuadro 4. Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número dos	42
Cuadro 5. Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número tres	43
Cuadro 6. Cronograma de actividades por semana	47
Cuadro 7. Talento humano	50
Cuadro 8. Recursos físicos	50

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Formato de Realización de Informe de Visitas	55
Anexo B. Informe de visita número uno	56
Anexo C. Informe de visita número dos	57
Anexo D. Informe de visita número tres	58
Anexo E. Informe de visita número cuatro	59
Anexo F. Informe de visita número cinco	60
Anexo G. Informe de visita número seis	61
Anexo H. Informe de visita número siete	62
Anexo I. Formato de Realización de Informe de Lectura de un texto corto	63
Anexo J. Formato de Realización de Informe de Lectura de obra completa	64
Anexo K. Informe de lectura número uno	66
Anexo L. Informe de lectura número dos	68
Anexo M. Informe de lectura número tres	71
Anexo N. Informe de lectura número cuatro	73
Anexo O. Informe de lectura número cinco	75
Anexo P. Informe de lectura número seis	78
Anexo Q. Informe de lectura número siete	80
Anexo R. Informe de lectura número ocho	83
Anexo S. Informe de lectura número nueve	85

Anexo T. Informe de lectura número diez	87
Anexo U. Informe de lectura número once	89
Anexo V. Entrevista Rodrigo Salazar (Acopi Valle)	91
Anexo W. Entrevista Martha Montoya (Ingenio Manuelita)	93
Anexo X. Contenido del informe de responsabilidad social ¡Por un Mejor Vivir!	100
Anexo Y. Diseño del informe de responsabilidad social ¡Por un Mejor Vivir! (Ver archivo anexo)	

## RESUMEN

En este documento se plantea detalladamente el proceso de diseño y elaboración de un Informe de Responsabilidad Social que se le denominó ¡Por un mejor vivir!, dirigida a los clientes del sector privado de Leitmotiv Ltda., organización dedicada a prestar servicios de asesorías, consultorías y auditorías en la ejecución de proyectos del sector público y privado.

En esta propuesta se analizan las necesidades que tiene la organización Leitmotiv Ltda. de elaborar un documento que permita dar a conocer de una manera sencilla los diferentes enfoques de la responsabilidad social. Una vez analizada la importancia que está tomando la responsabilidad social en la sociedad del mundo actual, se procede a realizar la respectiva investigación de este tema, para luego hacer un pertinente análisis de las lecturas realizadas y así mismo pasar a elaborar un documento con un lenguaje sencillo, que permita comprender cada uno de los matices del tema a tratar.

En este proceso se explica detalladamente las estrategias y herramientas utilizadas para la realización y el diseño del informe, que se llevo a cabo teniendo en cuenta los siguientes procedimientos:

- Búsqueda y recolección de información y documentos que hablan sobre el tema de responsabilidad social.
- Realización de informes de visita
- Lectura y análisis de los documentos encontrados.
- Realización de informes de lectura, con el fin de sistematizar la información encontrada.
- Elaboración de un documento final con un lenguaje sencillo.
- Diseño de un informe acorde con el tema.

Los objetivos planteados en el proyecto, como identificar y analizar las distintas temáticas de la responsabilidad social, la selección de los contenidos que llevaría la cartilla y la realización de su respectivo diseño, se cumplieron a cabalidad, pues se realizó un documento con un diseño llamativo, además de su profundo contenido en cuanto al tema y de fácil comprensión.

## INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social (RS) es una tendencia que se ha implementado poco a poco en las grandes compañías con el fin de generar bienestar a todas las entes que rodean a dicha empresa, buscando siempre el beneficio para la sociedad.

Para Leitmotiv Ltda. el tema de la responsabilidad social es fundamental, sobre todo cuando esta organización ofrece servicios de asesorías, consultorías, interventorías y auditorías en materia de desarrollo social para el sector público y privado. En su plan de acción se enfatizan en varios campos, uno de ellos es la responsabilidad social, constantemente tratan esta temática en los proyectos para sus clientes y su intención es promoverla de tal manera que se convierta en un eje para la planeación y ejecución de proyectos para el desarrollo social.

El proyecto consistió en realizar un documento de conceptualización, basado en la revisión bibliográfica sobre la responsabilidad social empresarial (RSE), pues es sobre este tema que abunda información, de tal manera que permitiera comprender la responsabilidad social, de una forma sintetizada y clara.

Leitmotiv Ltda. es una organización que recientemente está incursionando en el mercado, se constituyó en septiembre de 2007, por lo tanto necesita reflexionar sobre el concepto de responsabilidad social, para que se aplique en todos los proyectos que emprende, en donde este concepto sea transmitido y difundido a sus clientes a través de un medio impreso que se pueda utilizar posteriormente como material básico y elemental, para la realización proyectos académicos, como charlas, exposiciones, talleres, entre otros.

Por lo anterior, el objetivo desarrollado de este proyecto fue la elaboración de un Informe sobre Responsabilidad Social ¡Por un mejor vivir!, en donde se conceptualizó y se documentó todo lo relacionado con el tema, de manera simplificada, concreta y entendible para cualquier persona.

## 1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Leitmotiv Ltda. es una organización privada, con ánimo de lucro, constituida en septiembre del 2007, conformada por un equipo de profesionales, que a partir de su experiencia, realizan asesorías, consultorías, interventorías, y auditorías en materia de desarrollo social e implementación de políticas públicas a organizaciones del sector público y privado con la firme intención de fortalecer la democracia participativa.

Leitmotiv Ltda. ofrece los siguientes servicios:

- Diseño de un programa denominado Gobierno Electrónico, para la implementación de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC accesibles). Este se ha convertido en una herramienta para la participación ciudadana, que permite, no sólo involucrar a las personas en el campo de la nueva sociedad de conocimiento, sino que además busca modernizar la gestión pública.
- Diseño de políticas de responsabilidad social, para la formulación de planes de desarrollo que tienen como intención la construcción de valor público. La idea es reconocer la historia como punto de partida y la participación de las personas en los procesos políticos y organizativos, que permiten identificar las necesidades de los ciudadanos, las cuales deben ser satisfechas, para alcanzar el estado de bienestar.
- Formulación de políticas de discapacidad, para la conformación de los Comités Municipales de discapacidad.
- Realización de charlas motivacionales. Se hace a partir de un testimonio de vida, superación y liderazgo, que permite entender que despertar las destrezas y cualidades de las personas, respetando su diferencia, logra generar bienestar individual para el desarrollo y el bienestar social.

La meta principal de Leitmotiv consiste en reconocer las diferentes oportunidades con las que cuentan las personas y las organizaciones, pertenecientes a los ámbitos públicos y privados, con el propósito de emprender las acciones que permitan aprovechar y desarrollar estas oportunidades, hacia el bienestar colectivo.

En este sentido, Leitmotiv, investiga, planea, acompaña, ejecuta y hace seguimiento de las estrategias ejecutadas por organizaciones públicas y privadas que aporten al logro del bienestar colectivo, a través de acciones como:

- Construcción de políticas públicas, para la participación y la inclusión.
- Formación de líderes cívicos y políticos, para guiar procesos.
- Conformación de espacios de discusión y participación, para consolidar propósitos.
- Rendición de cuentas, para visualizar acciones.
- Auditorías de procesos electorales, para garantizar resultados.

✓ **Misión de la empresa:** Realizar asesorías, consultorías, interventorías y auditorías en la construcción de desarrollo social e implementación de políticas públicas, brindando a nuestros clientes idoneidad y excelencia en el servicio, con la firme intención de fortalecer el municipalismo y la democracia participativa.

✓ **Visión de la empresa:** ser en el 2019 la más importante empresa iberoamericana de asesorías, consultorías, interventorías y auditorías en materia de desarrollo social e implementación de políticas públicas.

✓ **Productos de la empresa:**

**Línea uno: el ser humano como elemento fundamental en la construcción de bienestar social.**

- Conferencia de motivación: "Testimonio de vida, superación y liderazgo".
- Asesoría, consultoría, interventoría, auditoría y acompañamiento en asuntos relacionados con población en situación de vulnerabilidad (Discapacidad y afrodescendientes) o de pobreza.
- Formulación e implementación de Políticas Públicas Municipales, Departamentales y Nacionales para la atención a estas franjas poblacionales.
- Asesoría en Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC accesibles.
- Proyectos para la paz: asesoría y acompañamiento a líderes y organizaciones para que se incorporen a los movimientos internacionales tendientes a generar cultura de Paz en el mundo.

**Línea dos: focalización de las intenciones de las comunidades en el logro del mejoramiento de su bienestar en procesos sostenibles y democráticos.**

Asesoría y consultoría en el reconocimiento e implementación de:

- Valor público: asesoría y consultoría en el reconocimiento de valor público
- Responsabilidad social: asesoría y consultoría en el reconocimiento de exigencias ético-sociales y medio ambientales voluntarias, que trasciendan las responsabilidades legales y que contribuyan a la construcción de bienestar.
- Planes de desarrollo: asesoría y consultoría en la formulación y diseño de planes de desarrollo

- Consejos de política social: implementación de los consejos de política social en los entes territoriales como co - responsables de la formulación de las políticas públicas.

**Línea tres: soporte tecnológico como instrumento para sistematizar la información en los procesos de construcción de bienestar social.**

Asesoría y consultoría en el diseño e implementación de:

- Gobierno electrónico: estrategias de gobierno electrónico.
- PETI: Planes Estratégicos de Tecnologías de la Información (PETI)
- Atención Ciudadana: implementación de políticas y programas de atención ciudadana.

Rendición de cuentas:

- Implementación de procesos de rendición de cuentas en entidades públicas.



## 2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El mundo actual está afrontando una serie de problemáticas que día a día en vez de mejorar, se están acrecentando y están afectando a la humanidad entera. Dichas problemáticas empiezan desde la contaminación del medio ambiente, el lugar donde habitamos se está deteriorando; la violencia que se ha llevado consigo la vida de miles de personas y las constantes guerras entre Estados no cesan; el desorden y la desigualdad social, la insatisfacción de las necesidades básicas y la carencia de oportunidades, son algunos de los flagelos que enfrenta la humanidad y que están llevando a todas las sociedades al camino de la destrucción.

Frente a esta situación por resolver, no se puede ser indiferente, es necesario que el Estado, los gobiernos locales, las organizaciones empresariales, los medios de comunicación, las entidades educativas, los núcleos familiares, la sociedad civil, los profesionales, asuman una posición de liderazgo, y vean la responsabilidad social como una herramienta significativa o una alternativa que podría aportar al mejoramiento de la calidad de vida de todos.

Colombia no es la excepción, pues este es un país que día a día sufre por las consecuencias de la violencia por parte de los grupos armados, es un país donde se hace visible la desigualdad social y la pobreza. Y si lo simplificamos más, la ciudad de Cali tampoco está exenta de dichas problemáticas.

Por este motivo, varias organizaciones han visto la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como la manera de contribuir a la mejora de las condiciones de vida, por tal razón han implementado en sus políticas internas, programas de RSE, como la vía más efectiva para el desarrollo tanto de la empresa, como para los entes que la rodean.

Pero no sólo las empresas deben ser las responsables de velar por el bienestar de la comunidad, la misma sociedad debe preocuparse por el desarrollo de sí misma, desde los hogares, desde las profesiones, desde su propio negocio y desde sus propias acciones.

Leitmotiv Ltda. preocupada por las distintas problemáticas que aquejan a las sociedades actuales, se siente con el compromiso de concebir ideas y ejecutar propuestas de participación, a través de los proyectos que promueven con sus clientes, para generar un cambio social, donde el gobierno y las grandes empresas, no sean los únicos responsables de resolver dichas dificultades de la sociedad, sino que sea la sociedad misma que se preocupe por emprender planes de acción que permitan un desarrollo para estas mismas. Leitmotiv Ltda. cree en la responsabilidad social, como el camino más viable para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y la generación del bienestar común.

Pero Leitmotiv Ltda. necesita profundizar en el tema de la responsabilidad social, teniendo en cuenta que el Diseño de Políticas de RS para la Formulación de Planes de Desarrollo, es uno de los servicios que ofrece. Por esta razón, requiere tener mayor conocimiento y apropiación del tema, para luego idear estrategias que permitan ofrecer un servicio más especializado en la formulación y Diseño de Políticas de RS. Así mismo, lograr un posicionamiento de la organización a través de su propio programa o plan de responsabilidad social, que facilite la ejecución de los otros objetivos que tienen como organización.

Por otro lado, a raíz de la falta de conocimiento del tema de la RS, no se sabe cuáles son sus diferentes enfoques, o cuál es su concepto universal o si existen teorías del tema y hay un desconocimiento si la RS es una obligación, es una norma o una Ley. Y esta situación no permite realizar una buena asesoría a los clientes que están interesados en conocer la RS, no permite hacer una buena formulación de estrategias en materia de RS, dependiendo del caso que exponga la empresa que solicite de los servicios de Leitmotiv Ltda.

De esta manera y como aporte de este proyecto al posicionamiento del programa de Diseño de Políticas de RS, con un planeamiento estructural desarrollado a partir de estrategias creativas en el campo de la investigación, es necesario realizar una conceptualización de responsabilidad social y una manera de profundizar en el tema para luego trasmitirlo a los clientes de la organización.

Por lo expuesto anteriormente, este trabajo académico pretende desde la aplicación de herramientas de la investigación, educación y desarrollo resolver la siguiente pregunta problema: **¿Cómo se puede posicionar el concepto de responsabilidad social, en el sector privado al cual se dirige la organización Leitmotiv Ltda.?**

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un Informe de Responsabilidad que logre que este concepto se presente de manera instructiva, sea conocido y entendido por el sector privado, al cual se dirige la organización Leitmotiv Ltda.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar y analizar las distintas temáticas que aborda la responsabilidad social.
- Establecer los contenidos que deben ser tratados para realización de un informe de responsabilidad social.
- Diseñar un informe de responsabilidad social.

## 4. INTERESES DE LA PASANTÍA

### 4.1 INTERÉS ACADÉMICO

La organización Leitmotiv Ltda. nació con el propósito de contribuir, a través de sus servicios, al mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Su intención es brindar apoyo para el fortalecimiento de ideas, plasmadas en proyectos encaminados al desarrollo social. En pocas palabras, los objetivos de Leitmotiv, Ltda. giran en torno a generar bienestar colectivo.

La realización de la conceptualización de la responsabilidad social y las distintas temáticas que hacen parte de esta práctica, es una iniciativa del gerente general de Leitmotiv Ltda., él y los miembros de la organización son conscientes de que la RS proporciona los principios y cualidades para llevar a cabo sus objetivos como empresa.

Los ciudadanos ven a diario las constantes problemáticas de la sociedad en donde se desenvuelven, estas se hacen visibles día a día en los noticieros, periódicos, en Internet, en los espacios urbanos por donde se transita, y siempre surge una gran pregunta: ¿quién se estará haciendo cargo de estos problemas?, ¿los gobiernos locales?, ¿el Estado?. Y más que dar la responsabilidad a solo unos cuantos para que solucionen los problemas de la sociedad, es necesario que se empiece desde los quehaceres cotidianos, a darle un giro a esta situación, porque está afectando directamente a todas las personas sin ninguna excepción.

Por este motivo, es de vital importancia que las necesidades planteadas de la organización de conceptualizar la responsabilidad social, para su aprendizaje y aplicabilidad, hacen parte de un trabajo académico en el que el análisis y la aplicación de referentes teóricos de este tema, ayuden a conseguir los objetivos de Leitmotiv Ltda., y que además pueda ser compartido a la sociedad, para que el concepto de responsabilidad social sea entendido.

Como aporte al aprendizaje del estudiante, también es conveniente realizar esta investigación, con el firme propósito de escudriñar el tema de responsabilidad social, ya que ésta ha sido la herramienta para el mejoramiento de la calidad de vida de miles de individuos y para contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad. El objetivo principal, como se mencionó anteriormente, consiste en realizar una conceptualización de esta temática, de tal manera que pueda ser entendido por todos y pueda ser aplicado.

En esta etapa, se aplicarán los conocimientos en técnicas de investigación, se realizará un análisis e interpretaciones de los textos que se consultaron y se

elaborará un documento donde se pueda plasmar lo investigado de manera sintética y entendible para cualquier clase de público.

## **4.2 INTERÉS PROFESIONAL**

Leitmotiv Ltda. es una organización que recientemente está consolidando, es decir que por ser nueva en el mercado tiene el propósito de darse a conocer y de expandirse, está en busca de nuevos clientes para desarrollar los distintos proyectos que tienen para ofrecer, para ello necesita de credibilidad, de tal manera que se vaya fortaleciendo a medida que va aprendiendo de las experiencias adquiridas en cada servicio que ofrece.

Por lo anterior, es de gran importancia para la organización profundizar y comprender el tema que se está convirtiendo en lo primordial y de mayor relevancia en las agendas de las distintas empresas del país, como lo es la responsabilidad social empresarial (RSE). Esto no sólo con el objetivo de aplicarla a su misma organización y para trasmitirla a sus clientes a través de asesorías, sino también en un contexto más académico, como por ejemplo, en la realización de charlas, conferencias, entre otros.

Pero es evidente que la organización debe profundizar en el tema de RS, para así mismo incluirla como uno de los servicios de asesoría que pueda ofrecer a otras organizaciones del sector privado, interesadas en aplicarla a sus estrategias de negocios.

Es allí cuando surge el gran reto de un futuro comunicador social, de desempeñarse no como estudiante, sino como profesional, teniendo en cuenta que el trabajo a realizar va a ser la columna vertebral de toda una serie de procesos que estarán encaminados a promover la responsabilidad social a otras organizaciones del sector privado.

El estudiante a veces está sujeto a lo que le diga su profesor, debe ser guiado y para tomar decisiones es necesario consultarlo primero. El profesional por su parte debe tener criterio para tomar decisiones, en el caso de esta pasantía se debieron tomar decisiones de acuerdo con lo debió ir o no, en dicho documento, o medio de comunicación que se elaboró para trasmitir de forma sintetizada, clara y precisa todos los temas concernientes a la responsabilidad social, que luego serán utilizados como punto de partida para futuras charlas, asesorías o conferencias sobre el tema, de la organización hacia sus clientes.

### **4.3 INTERÉS LABORAL**

El interés laboral surge a partir del gran reto que es plantear un nuevo proyecto, en una nueva organización para que luego sea enseñado a otras personas u organizaciones interesadas en conocer el tema de responsabilidad social.

Además el objetivo no es solamente que los clientes de Leitmotiv Ltda. conozcan el documento, sino que también personas ajenas a la organización lo puedan conocer y encuentren en él un documento de fácil lectura en donde encontrarán múltiples datos de por qué se originó la responsabilidad social, para qué se dio y cómo ha llegado a ser tan importante para la sociedad actual.

Por otro lado, esto es un reto para el comunicador social, de integrarse a temas de relevancia coyuntural que resultan ser claves para la organización moderna.

## 5. FUNCIONES

### 5.1 FASES DE INVESTIGACIÓN

**5.1.1 Búsqueda de bibliografía en bibliotecas de la ciudad.** Se estableció un cronograma de actividades en donde se planteó la visita por días a las diferentes bibliotecas de la ciudad, de algunos centros educativos, especialmente de las principales universidades de Cali. Así mismo se realizó la visita a la Universidad del Valle, Universidad Javeriana, Universidad ICESI y la Universidad Autónoma de Occidente. Además se hizo la respectiva visita la Biblioteca Departamental.

**5.1.2 Búsqueda de bibliografía en librerías de la ciudad.** También se visitaron algunas librerías de la ciudad, con el objetivo de conocer nuevos títulos del tema, y así mismo adquirirlos para la organización, pero no se encontró, por lo general los interesados en adquirir libros del tema son las universidades y es allí donde se puede encontrar esta bibliografía.

**5.1.3 Búsqueda de información a través de Internet.** La búsqueda en Internet es quizá la más extenuante, pues es a través de este medio que se encuentra toda la información, por eso mismo hay que saber seleccionarla y extraer lo más relevante. Por este motivo, la búsqueda en Internet fue de una manera muy cautelosa y selectiva, dándole relevancia a lo más coyuntural.

### 5.2 FASE DE CLASIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

**5.2.1 Realización de informes de visita.** Los informes de visita se realizaron en base a un formato, esto con el objetivo de registrar a dónde se fue, quién se entrevistó o que empresa se visitó. (Ver Anexo A).

**5.2.2 Realización de informes de lectura.** Los informes de lectura se realizaron con el objetivo de resumir lo que se leyó durante la etapa de búsqueda de información, con el fin de clasificarla, resumirla y retenerla, de tal manera de que cada vez que necesitara alguna información, se supiera donde encontrarla. (Ver Anexo I).

**5.2.3 Clasificación de información obtenida.** Después de haber realizado los informes de lectura, que sirvieron para clasificar la información, para luego

empezar a construir el documento con los temas que se habían seleccionado, los cuáles serían parte de la cartilla de Responsabilidad Social. También se empleó parte de la información que se usó en el del Marco teórico del proyecto, pues para la realización de este ensayo se utilizó la misma referencia bibliográfica.

### **5.3 REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS A EXPERTOS**

Se entrevistaron a varias personas con el objetivo de conocer el panorama actual y local de cómo se maneja la Responsabilidad Social en la práctica.

### **5.4 ELABORACIÓN DE UN INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

La elaboración de la Cartilla consistió en primera medida, y luego de haber hecho la selección de temas importantes, en la elaboración de un índice que permitiera redactar el documento final y luego de haber terminado esta fase, se pasó a la fase de su diseño, que estuviera acorde con el tema, que fuera llamativo y que además manejara un concepto visual de acuerdo a los temas planteados en la cartilla. El índice que se realizó fue el siguiente:

- **Introducción**
- **Panorama de la Responsabilidad Social** (explicar como se dio inicio al concepto de RS)
- **Antecedentes de la Responsabilidad en Colombia** (Dar a conocer a través de diferentes épocas, la evolución del concepto de RS)
- **Normativa de la Responsabilidad Social**
  - Pacto Global
  - Convenio de Kioto
  - Norma ISO 26000
  - Normatividad en Colombia (GTCRS)
- **Conceptos de Responsabilidad Social** (Mostrar conceptos de RS , con el fin de conocer las diferentes visiones que se tiene acerca del tema)
- **Responsabilidad Social Empresarial** (Este es un tema obligado, pues la RSE es la que más se ha aplicado en las organizaciones)



- **Presentación de algunos Casos interesante de prácticas de RSE** (Dar a conocer ejemplos de empresas colombianas que manejan la RSE)
- **La academia y la Responsabilidad Social** (Mostrar cuáles son los grupos de investigación aprobados y reconocidos por Colciencias que están trabajando en el tema de RS)
- **Conclusiones y Recomendaciones**
- **Bibliografía**

## **6. INTERÉS Y APORTE PRODUCTIVO PARA LA ORGANIZACIÓN**

Leitmotiv es una organización que busca reconocer las diferentes oportunidades con las que cuentan las personas y las organizaciones, pertenecientes a los ámbitos públicos y privados, con el propósito de emprender las acciones que permitan aprovechar y desarrollar estas oportunidades, hacia el bienestar colectivo, por lo tanto, es importante que la organización tenga un documento en donde esté plasmada la conceptualización de responsabilidad social. Esto con el fin de apropiarse de esta temática para luego trasmitirla a los sectores a los cuales se dirige, en donde se abran caminos hacia el logro de los objetivos de la organización, como lo es generar, a través de acciones, el bienestar común.

Para Leitmotiv Ltda. es de gran importancia tener un conocimiento más profundo de lo que significa la Responsabilidad Social, pues carece de información acerca del tema. Por esta razón, contar con un pasante de Comunicación Social que se dedique a realizar una investigación sobre el tema, será muy útil, debido a que la organización pretende dar a conocer la responsabilidad social, a través de charlas, conferencias y asesorías, pero para esto es necesario que la organización esté empapada de la RS, la conozca a profundidad y esto se logrará teniendo un documento que contenga toda la información pertinente a este tema de una forma fácil de comprender.

Como producto final, la organización contará con un documento interesante del tema de Responsabilidad Social, donde el Informe será un instrumento que orienta sobre la temática.

## 7. MARCO CONTEXTUAL

La investigación Diseño de un Informe de Responsabilidad Social. Caso Leitmotiv Ltda., se realizó en un tiempo determinado de 4 meses, laborando 4 horas diarias. El informe se realizó debido al interés que le surgió a la organización Leitmotiv Ltda. una empresa con ánimo de lucro que se dedica a la realización de asesorías, consultorías e interventorías para proyectos sociales tanto del sector público y privado. La organización está ubicada en la ciudad de Cali, capital del departamento del Valle del Cauca.

La pasantía se realizó con el objetivo de fortalecer el programa de Diseño y Formulación de Políticas de Responsabilidad Social, que maneja el Gerente General de Leitmotiv Ltda. el señor Jorge Hernán Mejía. El estudio e investigación de la Responsabilidad Social y la redacción y diseño del informe se realizó entre los meses que comprenden desde Junio de 2008 hasta Octubre del mismo año.

La idea de la realización del informe surge a raíz de la gran preocupación de la organización por la problemática social que enfrenta el país y así mismo, el Valle del Cauca, y su gran interés por conocer y reflexionar sobre temas actuales y de gran importancia como lo es la Responsabilidad Social, que es una práctica que se desarrolla para solucionar dichas problemáticas de corte social como la desigualdad, la falta de oportunidades, entre otras, para luego trasmitirlo a los clientes a través de charlas, conferencias y asesorías, a través de un informe.

## 8. MARCO TEÓRICO

### 8.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL

La responsabilidad social es una actitud voluntaria y de compromiso consigo mismo, con las personas y el medio que nos rodea, en donde nuestras acciones logran un impacto positivo en la sociedad en general, encaminadas hacia el bienestar común. Según Boris Cornejo y Ángela Venza en su texto Responsabilidad Social una empresa de todos, la responsabilidad social se entiende “como la adopción de una posición ética de uno o varios actores sociales, consistente en el libre y activo compromiso por resolver los problemas de desarrollo de la sociedad y construirla como comunidad democrática, sustentable y solidaria”<sup>1</sup>.

Por otro lado, se le conoce a la responsabilidad social como el impacto que causen las acciones de individuos o grupos a la sociedad. También podemos llamar responsabilidad social al “compromiso de una persona con su propia sociedad”<sup>2</sup>. Y para la tradición Kantiana la responsabilidad “es la virtud individual de concebir libre y conscientemente las máximas universalizables de nuestra conducta”<sup>3</sup>.

De acuerdo a lo anterior, podemos decir que en general, la responsabilidad social comprende varios aspectos de actitudes voluntarias, éticas y morales que generan o no bienestar en las sociedades actuales. “La responsabilidad social busca la sostenibilidad equitativa entre los factores económicos, sociales, culturales y ambientales”<sup>4</sup>.

La responsabilidad social, hoy en día es un tema de gran interés sobre todo para las grandes organizaciones, que ya sea por prestigio o por voluntad propia, implementan en sus políticas oficiales la responsabilidad social, pues ante el alejamiento de dichas entidades y las sociedades que se ven afectadas por las acciones de estas mismas, asumen la responsabilidad social con el fin de cumplir con una condición que ayude a posibilitar y construir proyectos que generan el bien, tanto para la empresa como para los entes que la rodean.

---

<sup>1</sup> CORNEJO, Boris y VENZA, Ángela. Responsabilidad social: una empresa para todos. Ecuador: Fundación Esquel, 1998. p. 17.

<sup>2</sup> Wikipedia: la enciclopedia libre [en línea]. Florida: Wikimedia Foundation, 2008. [consultado 27 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad_social).

<sup>3</sup> Ibíd., Disponible en Internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad_social).

<sup>4</sup> La Responsabilidad Social en todas las esferas [en línea]. Colombia: Universia, 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.universia.net.co/laboral-empresarial/destacado/la-responsabilidad-social-en-todas-las-esferas.html>

El término responsabilidad social es un concepto de la vida moderna, que se ha implementando en las diferentes organizaciones y que poco a poco ha tomando forma y posición en las entidades que lo aplican, pues en épocas pasadas, a lo que hoy conocemos como responsabilidad social, se le denominaba “caridad”, “solidaridad”, ó “filantropía”, en donde se prestaba una ayuda o colaboración a las personas o grupos más vulnerables. Hoy en día, la responsabilidad social hace un gran aporte al desarrollo sostenible de la humanidad, más que una ayuda “caritativa”, vista desde lo que se puede aportar como personas para el desarrollo de la sociedad.

Hay que tener en cuenta que no existen tribunales especializados que se encarguen de juzgar la responsabilidad social que no esté prevista en normas jurídicas y esto es lo que la diferencia de la responsabilidad jurídica. También la responsabilidad social no se limita a la valoración del ejercicio del poder a través de una autoridad estatal, aquí los sujetos responsables vendrían siendo las empresas privadas y los profesionales y esta es la gran diferencia que tiene de la responsabilidad política.

El tema de la responsabilidad social está empezando a tomar más fuerza en estos últimos tiempos, pues los principios de la responsabilidad social y su filosofía iban en una dirección contraria a los objetivos de las grandes empresas, como es el de tener mayor productividad para así generar grandes ingresos y lograr ser más competitivas en el mercado. Sin embargo, lo que no se tenía en cuenta era que “las acciones con responsabilidad social no son un gasto, son una inversión que genera Ganancias y Utilidades.”<sup>5</sup> Por esto, hoy en día las empresas se están preocupando cada vez más por incluir en sus políticas internas el tema de la Responsabilidad Social, para estar en sintonía con las exigencias del mundo actual.

Pero veamos en qué momento la responsabilidad social toma gran apogeo en el mundo entero.

“Hace más de 20 siglos, en la Roma clásica, se establecían los mecanismos para que un ciudadano pudiese vincular el rendimiento de determinados bienes al cuidado de la sepultura y a la cobertura de los gastos que motivasen los actos sociales que, en fechas conmemorativas, llevasen a cabo los herederos del fallecido”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> La Responsabilidad Social de la empresa. Un buen negocio [en línea]. Colombia: Portal Monografías, 1997. [consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos13/bune/bune.shtml>

<sup>6</sup> GUARDANS CAMBÓ, Rafael. Experiencia europea. Citado por: CORNEJO, Boris y VENZA, Ángela. Responsabilidad social: una empresa para todos. Ecuador: Fundación Esquel, 1998. p. 90.

Más adelante, nacieron algunos establecimientos de misericordia y caridad, como orfanatos, asilos, hospitales a los cuales los ciudadanos podían hacerles donaciones de cualquier tipo. La iglesia por su parte era la protagonista de este tipo de prácticas de beneficencia. Y durante el Renacimiento, la práctica que estuvo de gran crecimiento fue el mecenazgo artístico, el cual consistía en el patrocinio financiero para los artistas y científicos, para que pudieran desarrollar sus obras, sin exigirles nada a cambio.

En el año 1889 se publica el primer documento que desarrolla ampliamente una clara doctrina de responsabilidad social, se trata de la carta la carta Rerum Novarum escrita por el Sumo Pontífice León XIII, que habla sobre la situación de los obreros de la época. Y así poco a poco se da paso a una perspectiva diferente que protegía a los trabajadores de los maltratos, el abuso y la explotación laboral.

Por otra parte, en Europa nacen los distintos movimientos como el comunista, anarquista, fascista y nacionalsocialista, que junto con las dos guerras mundiales y el proceso de reconstrucción, dan paso a una nueva mentalidad más conciente del respeto de los derechos humanos, desarrollando un sentido de responsabilidad por la sociedad. Y en el siglo XX en Europa y Estados Unidos comienzan a proliferarse las fundaciones.

A partir de los años noventa la Responsabilidad Social evoluciona, después de la llegada de la globalización, la conciencia ecológica, el crecimiento de la actividad económica y el desarrollo de nuevas tecnologías. Lo cierto es que este tema toma fuerza y se da a conocer gracias al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Es por esto que actualmente "... la responsabilidad social de la empresa moderna, tal como es concebida hoy, poco tiene que ver con la forma como se efectuaba la filantropía empresarial en el pasado. Anteriormente consistía en efectuar obsequios, mientras que hoy se vincula con aspectos centrales a la gestión, como la estrategia y el mercadeo"<sup>7</sup>.

## **8.2 PACTO MUNDIAL**

La extrema pobreza que viven algunas naciones y la desigualdad social motivó al Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, a plantear durante el Foro Económico Social de Davos en 1999, la idea de realizar un Pacto Global entre las Naciones Unidas y el empresariado mundial.

"El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cuál las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios

---

<sup>7</sup> GÓMEZ, Henry y MARQUEZ, Patricia. Responsabilidad social corporativa como estrategia de negocio. Bogotá: Proceditor Ltda., 2004. p. 18.

universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción”<sup>8</sup>. Las organizaciones que se adhieren al Pacto Mundial, son organizaciones que están convencidas en que las actividades empresariales basados en principios universales “contribuyen a la construcción de a un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades mas prósperas”<sup>9</sup>.

Es por esto, que las empresas que asumen este compromiso, contribuyen al desarrollo sostenible de las sociedades, y más cuando el mundo enfrenta crisis por la violación de los derechos humanos, los derechos laborales, la contaminación del medio ambiente y la corrupción.

**8.2.1 Declaración Universal de los Derechos Humanos.** Realizada el 10 de diciembre de 1948 en París, aprobada y proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas. La asamblea pidió a todos los países miembros que el texto fuera publicado, expuesto y enseñado en los establecimientos educativos, y distribuido sin ninguna excepción a todo el país. Esta declaración está compuesta por un preámbulo y treinta artículos que describen los derechos de carácter civil, político, social, económico y cultural para todas las naciones del mundo.

**8.2.2 Declaración de Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo.** Estos derechos son promovidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), fundada en 1920 en el marco de las negociaciones que se abrieron en la Conferencia de la Paz realizada primero en París y luego en Versalles al finalizar la Primera Guerra Mundial. Este es un organismo especializado de las Naciones Unidas que pretende fomentar la justicia social, los derechos humanos y los derechos laborales internacionalmente reconocidos. La OIT vela por el cumplimiento de los derechos fundamentales como libertad sindical, derecho de sindicación, derecho de negociación colectiva, abolición del trabajo forzoso, e igualdad de oportunidades y de trato.

**8.2.3 La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo.** Esta declaración se dio a cabo en Río de Janeiro, adoptada en la conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo en junio de 1992. Esto se dio con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenible en las sociedades, haciendo énfasis en el derecho de los seres humanos de disfrutar de un ambiente

---

<sup>8</sup> El Pacto Mundial [en línea]. Estados Unidos: Naciones Unidas, 2007. [consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet:

<http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

<sup>9</sup> Ibíd., Disponible en Internet: <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

sano y agradable y el derecho a que los Estados pueden hacer uso de los recursos naturales, haciéndose responsable de ellos, velando por el cuidado y la protección del medio ambiente.

**8.2.4 La Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.** Esta convención se aprobó en diciembre de 2003 en Mérida (México), pero entró en vigencia el 14 de diciembre de 2005. Este es el primer instrumento internacional jurídico que lucha contra la corrupción. Esta convención ofrece promover una respuesta mundial al problema de la corrupción mundial.

De acuerdo a lo anterior así es como nace el Pacto Global que promueve los diez principios básicos:

### 8.2.5 Principios del pacto mundial

Cuadro 1. Principios del Pacto Mundial

ÁREA	PRINCIPIOS
<b>Derechos Humanos</b>	<p><b>1:</b> Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional;</p> <p><b>2:</b> Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.</p>
<b>Derechos Laborales</b>	<p><b>3:</b> Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;</p> <p><b>4:</b> Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;</p> <p><b>5:</b> Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil;</p> <p><b>6:</b> Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.</p>
<b>Derechos Ambientales</b>	<p><b>7:</b> Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales</p> <p><b>8:</b> Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental</p> <p><b>9:</b> Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente</p>
<b>Lucha contra la Corrupción</b>	<p><b>10:</b> Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.</p>

Fuente: Los diez principios [en línea]. Estados Unidos: Portal Naciones Unidas, 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.un.org/spanish/globalcompact/principes.htm>



El Pacto Mundial, originado por las Naciones Unidas, es una iniciativa que está abierta a todas las empresas que quieran comprometerse con los principios y valores universales mencionados anteriormente. Cualquier empresa puede adherirse a este Pacto Global, no importa su tamaño, lo realmente importante es que se considera que todas estas empresas están en condiciones de ayudar a promover el desarrollo de la sociedad, a través de prácticas socialmente responsables.

### **8.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

La responsabilidad social plantea que las empresas deben perseguir un amplio abanico de objetivos, incluyendo el de ser responsables socialmente, que ayuden a sobrevivir la organización. Centrarse únicamente en la producción de bienes y servicios para obtener mejores beneficios puede perjudicar, a largo plazo, el rendimiento de la compañía, además de afectar su supervivencia. En definitiva, la responsabilidad social tiene un efecto positivo sobre el resultado de las empresas<sup>10</sup>.

La responsabilidad social está vista como una inversión que da como resultado la obtención de grandes lucros, pues si el capital humano que rodea a la gran organización está conforme y se siente satisfecho, comprendido y con todas sus necesidades satisfechas, este aportará un trabajo impecable, realizado con gusto, por ende, la productividad será mejor y dichas empresas obtendrán mejores ingresos. Además no tiene sentido que una empresa se dedique solo a producir, sin medir el impacto social que la compañía puede causar, sabiendo que este impacto podría afectar directamente a la organización, pues ésta está compuesta por sus trabajadores, las familias de éstos, los proveedores, los clientes, las comunidades que la rodean y hasta el mismo medio ambiente. “las investigaciones indican que la responsabilidad social está relacionada positivamente con elevados resultados financieros”<sup>11</sup>.

Pero las empresas en el afán de generar productividad, en una sociedad donde solo se produzca y se venda, con el fin de llegar a ser más competitivas, han olvidado el impacto que puede causar las acciones de dichas empresas en el entorno social, humano y ambiental. Y no solo esto, “la responsabilidad social puede llegar a generar cierta controversia porque sus valores van en sentido opuesto al individualismo, que sugiere que tanto los individuos como las empresas

---

<sup>10</sup> GÓMEZ MEJÍA, Luis R y BALKIN B., David. Administración parte II, Ética y Responsabilidad Social. España: Ediciones McGraw- Hill, 2003. p. 62.

<sup>11</sup> *Ibíd.*, p. 62

deben ser capaces de perseguir sus propios intereses con un mínimo de interferencia por parte del gobierno o de terceras partes<sup>12</sup>, pero es indispensable tener en cuenta que enfocarse sólo en las ganancias y la rentabilidad de una empresa es un acto carente de visión ética y responsable, inclusive corriendo el riesgo de afectar a la propia empresa.

Además, debemos tener presente que no sólo las grandes empresas actúan irresponsablemente frente a la forma de cómo contribuimos o no al mejoramiento de nuestras sociedades. También todos los estamentos que hacen parte del Estado como el gobierno y las políticas que implementan, las empresas, las universidades, los medios de comunicación, los núcleos familiares, el ciudadano común, entre otros, forman la cultura y ellos también son responsables de los daños ocasionados en la sociedad. “Tener una visión clara de lo que es una conducta responsable, acompañada por actos y comunicación, es de interés tanto para las empresas como para la sociedad”<sup>13</sup>

Frente a las distintas situaciones por resolver, que relacionan directamente a la sociedad, podemos decir que una empresa que implementa la responsabilidad social en sus políticas es una empresa que se preocupa por el desarrollo sostenible de sus colaboradores, el manejo ambiental como consecuencia de su actividad productiva y de la comunidad donde asienta y opera su empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno<sup>14</sup>

Los Stakeholders son los diferentes grupos de interés los cuales son un conjunto de colectivos que pueden ser afectados por una organización y sus actividades, o tener incidencia sobre ellas. Según la clasificación incluida en el “Código de gobierno para la empresa sostenible”, las partes interesadas son:

---

<sup>12</sup>. Ibíd., p. 63.

<sup>13</sup> BLACK, Sam. ABC de las Relaciones Públicas, Relaciones con la comunidad y Responsabilidad Social Corporativa. Argentina: Edición Gestión 2.000, 1993. p. 125.

<sup>14</sup> ¿Qué es RSE? [en línea]. Colombia: Portal Centro Colombiano de Responsabilidad Social, 2008. [consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: [http://www.ccre.org.co/upload/2art03\\_g.pdf](http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf)

- Accionistas e inversores
- Empleados
- Socios estratégicos
- Creadores de opinión y conocimiento
- Comunidades locales
- Países y sociedades
- Administración pública
- Proveedores y Subcontratistas
- Instituciones financieras
- Clientes

Una empresa con responsabilidad social es una empresa que promueve el desarrollo humano sustentable, protege los derechos humanos y laborales, protege el medio ambiente y lucha contra la corrupción. Y si a esto se le suma que la empresa que aplica la responsabilidad social obtiene muchos beneficios, como el mejoramiento de su imagen y logra mayor identidad y sus colaboradores tendrán sentido de pertenencia.

Existe un documento conocido como el Libro Verde impulsado por la Comisión de las Comunidades Europeas, con el propósito de fomentar las prácticas de responsabilidad social empresarial en sus estrategias de negocio. Este documento presenta una propuesta de cómo se debe manejar la responsabilidad social en una organización de tal manera que atienda a las expectativas de cada uno de los grupos de interés o stakeholders mencionados anteriormente.

El Libro Verde propone que la responsabilidad social comprende dos dimensiones. La primera es la dimensión interna, donde las prácticas responsables en lo social afectan directamente a los trabajadores y se refiere a la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad de ellos. En esta dimensión hay que tener en cuenta: la gestión de recursos humanos, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo, tener en cuenta la adaptación al cambio, la gestión del impacto ambiental y los recursos naturales.

La segunda dimensión es la dimensión externa, la relación que tiene las empresas con sus clientes externos, la responsabilidad no solo debe tratarse con los empleados, sino también con las comunidades y el espacio donde se encuentra ubicada la empresa. En esta dimensión habrá que tener en cuenta algunas gestiones para realizar con: las comunidades locales, los socios comerciales, proveedores y consumidores. Para llevar a cabo un buen marco de responsabilidad social es necesario hacer parte del programa de gestión y tener presente los Derechos Humanos, Derechos del trabajo (OIT) y los distintos problemas ecológicos mundiales.

## 8.4 RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA

Colombia es un país que día a día la violencia por parte de grupos armados, trae consigo tragedias irreparables, como por ejemplo el desplazamiento forzoso de campesinos hacia las grandes ciudades. Esta situación es la que está aumentando los niveles de pobreza en las ciudades más importantes del país, porque no hay espacio para los campesinos, ellos deben vivir en invasiones donde no hay servicios públicos, ni servicios de salud y tampoco educación; también hace falta oportunidades de trabajo para estas personas, hace falta capacitación, por este motivo se ven obligados a delinquir y la inseguridad y la corrupción en las ciudades aumenta.

En Colombia ya se está trabajando en el tema de RS, con el fin de combatir dichas problemáticas, por ejemplo, las empresas colombianas también están aplicando la responsabilidad social, como una forma de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de miles de personas, que por alguna razón u otra no tienen oportunidades de salir adelante. El presidente de la ANDI Luis Carlos Villegas, dio a conocer que Colombia es el noveno país adherible al Pacto Global, dijo que la ANDI ha venido promoviendo la responsabilidad social que tienen las instituciones, “desde la ANDI, hemos venido promoviendo esta iniciativa, desde que fue propuesta por la ONU, adoptando códigos de conductas y creo que debe de estar en todas las agendas públicas y privadas, además de la responsabilidad de ley, tienen una responsabilidad con la gente”<sup>15</sup>

En Colombia por lo menos 87 entidades se han adherido al Pacto Global y 81 empresas de estas han presentado sus informes acerca de cómo ha sido su aporte al desarrollo de la sociedad.

Pero para que Colombia lograra esta conciencia frente a la responsabilidad social, también tuvo un proceso de muchos años, que al igual como se dio en el mundo entero, que comenzó desde las prácticas filantrópicas hasta llegar a un concepto amplio de responsabilidad social empresarial.

En Colombia hay una rica tradición filantrópica, ligada a factores religiosos. En la primera mitad del siglo anterior, familias estrechamente ligadas a la Iglesia Católica, debido a preocupaciones morales, crearon numerosas fundaciones. A partir de 1950, las fundaciones gradualmente se fueron convirtiendo más en empresas que sustentadas en las familias, si bien las familias permanecen fuertemente conectadas a ellas. La segunda mitad del

---

<sup>15</sup> Cali sede del Foro de Responsabilidad Social: “Las empresas deben de ser buenos ciudadanos corporativos” [en línea]. Colombia: Portal Gobernación Valle del Cauca, 2008. [consultado 29 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=3322>

siglo vio la llegada de una cultura empresarial más moderna, y se comienza acerca de la responsabilidad social de las empresas. Cabe señalar que Peter Drucker enseñó en los años 50 en la Universidad del Valle, dejando una duradera influencia sobre las empresas colombianas. Hubo una ola de creación de fundaciones entre 1957 y 1965, y otras nuevas han surgido en los últimos diez años.<sup>16</sup>

Ya en 1977 las empresas Fabricato y Enka, dos empresas antioqueñas, toman la iniciativa de medir su gestión social a través del primer Balance Social. Por su parte Incolda y FES patrocinan la realización del estudio “Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia” donde se hizo evidente la necesidad de unificar criterio de clase dirigente sobre su papel en el desarrollo del país. Y en 1979 Incolda dicta seminarios sobre el tema y realiza estudio sobre la función social del empresario. “Por esta época surgen algunas críticas al empresariado por dedicarse a buscar solamente un crecimiento material, cuantitativo”<sup>17</sup>

En 1981 la ANDI elabora el primer modelo de Balance Social, basado en el modelo francés. Y en 1991 Constitución de 1991 introduce principio de función social de la propiedad en donde se garantiza a los individuos el derecho a propiedad privada y se resalta la importancia de que la propiedad privada esté al servicio de la sociedad.

Por lo anterior, cabe anotar que Colombia lleva trabajando en el campo de la responsabilidad social durante muchas décadas, aunque antes la visión estaba un poco enfocada hacia la filantropía, y no cabe duda que es partir de ahí que se genera un proceso de construcción del concepto tan amplio que hoy en día se conoce. Hoy por ejemplo la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI, define la responsabilidad social como en todas aquellas iniciativas que hacen las compañías voluntariamente para promover el desarrollo de sus trabajadores, integrar los temas sociales y ambientales a sus operaciones y aportar a la comunidad que les ha permitido ser y crecer.

Cabe mencionar que en Colombia se han proliferado un sinnúmero de organizaciones sin ánimo de lucro dedicadas a la lucha por conseguir una sociedad más justa y equitativa, a parte de la labor que realizan las diferentes empresas desde sus políticas internas, tanto para su beneficio como para el de la

---

<sup>16</sup> AGÜERO, Felipe. La responsabilidad social en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Miami, 2002, 88 p. Informe preliminar traducido por Jacobo Schatan (CENDA) para el Grupo RSE-CHILE. Escuela de Estudios Internacionales. Universidad de Miami.

<sup>17</sup> TAMAYO, Jenny. El reto de la Comunicación frente a la responsabilidad social empresarial. En: V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. (1ra: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003. p.15-27.

comunidad que rodea la empresa. Así mismo, actualmente se dio a conocer la Guía Técnica Colombiana de Responsabilidad Social, promovida por el Incontec, con el fin de presentar unos marcos nacionales de la forma que se debe aplicar el tema, teniendo en cuenta que es un acto voluntario y como se ha mencionado, aún la responsabilidad social no es juzgada, es decir no es obligatorio que las empresas y distintas organizaciones la asuman.

El principal objetivo de esta guía es proporcionar lineamientos para:

- Establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de Responsabilidad Social en la gestión.
- Involucrar a las partes interesadas (stakeholders) en una gestión socialmente responsable.
- Comunicar y evidenciar este enfoque a las partes interesadas (stakeholders).
- Fortalecer a las organizaciones en términos de confiabilidad, transparencia y creación de valor para todas las partes interesadas (stakeholders).
- Proveer herramientas necesarias para llevar a cabo procesos voluntarios de verificación y auditoría ética y social y así mismo garantizar sostenibilidad económica, social y ambiental.

## 9. METODOLOGÍA

Para la realización del Informe de Responsabilidad social “¡Por un mejor vivir!”, fue necesario remitirse en primera instancia, a la concepción de ideas que permitan construir un objetivo del contenido del documento y su diseño e imagen visual; es decir, lo que se quiere decir en el informe para el público al cual se dirige la organización. Simultáneamente, se debe pensar en la manera de cómo se hará la investigación del tema, la clasificación de la información más relevante y la redacción del documento.

La investigación contó con la búsqueda de información, búsqueda de lecturas, libros, artículos de revista, trabajos de grado, entre otros que permitieran dar cuenta de lo que significa la responsabilidad social, los temas que aborda y cómo se maneja dependiendo del contexto. Luego de esta búsqueda se pasó a realizar la lectura de los documentos seleccionados, para después realizar un informe de cada lectura realizada, con el fin de clasificar la información, resumirla, sintetizarla y organizarla.

Luego de este proceso se realizó la selección de temas más importantes que debían ir en el documento final. Como resultado se obtuvo el índice del Informe de Responsabilidad Social. Con esta herramienta se pudo comenzar a redactar el documento, y así mismo darse cuenta de la información que tal vez hacía falta, para luego ir en busca de ella, pero ya de una forma más precisa. Cabe anotar, que parte del ensayo del Marco Teórico de este documento se usó para la construcción del contenido de la Informe de Responsabilidad Social, debido a que se utilizó la misma referencia bibliográfica, y por supuesto la redacción es del mismo autor.

Después de la redacción de documento, se llegó a la fase final, que es la elaboración de su diseño, para esto se contacto a una persona especializada, que presentó varias propuestas, donde finalmente se eligió la más adecuada y llamativa para el tema.

Cabe anotar que en un principio el proyecto se concibió como un Manual de Responsabilidad Social, pero a medida que el trabajo se construía, se pudo observar que el documento, más que un manual, en donde se dan una serie de instrucciones para llegar a un objetivo, es un profundo informe en donde se encuentra datos interesantes del tema, como su historia y evolución, los diferentes enfoques de la RS, las normas que rigen esta nueva tendencia empresarial, los grupos académicos que la investigan, entre otras características propias de un informe. Por tal motivo, se tomó la decisión de llamar el documento Informe de Responsabilidad Social: ¡Por un mejor vivir!

## 9.1 DESARROLLO DEL PLAN METODOLÓGICO

Cuadro 2. Desarrollo del plan metodológico

<b>Jerarquía de objetivos</b>	<b>Supuestos</b>	<b>Metas</b>	<b>Indicadores</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Propuesta - Objetivo general:</b> Diseñar una cartilla de Responsabilidad que logre que este concepto se presente de manera instructiva, sea conocido y entendido por el sector privado, al cual se dirige la organización Leitmotiv Ltda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disponibilidad y flexibilidad horaria.</li> <li>- Compromiso por parte de los actores involucrados.</li> <li>- Apoyo de las directivas de la organización Leitmotiv Ltda.</li> </ul>	Elaboración de un documento escrito que contenga la estrategia para elaborar el manual de Responsabilidad Social	Número de documentos elaborados.
<b>Jerarquía de objetivos</b>	<b>Supuestos</b>	<b>Metas</b>	<b>Indicadores</b>
<p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar y analizar las distintas temáticas que aborda la Responsabilidad Social.</li> <li>• Establecer los contenidos que deben ser tratados para realización de un Informe de Responsabilidad Social.</li> <li>• Diseñar un Informe de Responsabilidad Social.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fácil acceso a las fuentes de información y a la información ofrecida por las mismas.</li> <li>2.-Disponibilidad y flexibilidad horaria del cuerpo directivo.</li> <li>3. Compromiso del cuerpo directivo.</li> <li>4. Conocimiento y manejo adecuado del tema a tratar.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Un archivo donde esté la información sobre el tema de responsabilidad social.</li> <li>2. Jerarquización de los temas, a través de la identificación de los más relevantes.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Número de documentos encontrados y analizados.</li> <li>2. Número de temas escogidos para el contenido del manual.</li> </ol>



### 9.1.1 Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número uno

Cuadro 3. Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número uno

Actividad	Indicador y meta	Responsable	Tiempo	Recursos
Recolección de información y búsqueda de fuentes bibliográficas acerca de la Responsabilidad Social.	Obtener algunos documentos y casos de responsabilidad social para su posterior lectura y análisis.	Betty González	Cuatro semanas	- Espacio físico (oficina Leitmotiv Ltda.) - Internet - Computador - Papel - Impresora
Realización de informes de cada lectura.	Tener una herramienta que permita sintetizar las lecturas y clasificarlas			
Realización de entrevistas a expertos del tema	Tener la apreciación de expertos que orienten y faciliten el desglose de los contenidos del informe de Responsabilidad Social		Dos semana	- Grabadora periodística - Computador

### 9.1.2 Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número dos

Cuadro 4. Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número dos

Actividad	Indicador y meta	Responsable	Tiempo	Recursos
Organizar la información obtenida de acuerdo a los informes de lectura.	Jerarquización de la información.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Betty González</li> <li>- Dr. Jorge Hernán Mejía</li> <li>- Jorge Mauricio Escobar Sarria</li> </ul>	1 semana	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Papel</li> <li>- Computador</li> <li>- Impresora</li> </ul>
Seleccionar los temas más importantes de la Responsabilidad Social	Definición de los temas que serán tratados en el Informe de Responsabilidad Social			

### 9.1.3 Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número tres

Cuadro 5. Actividades a realizar para lograr el objetivo específico número tres

Actividad	Indicador y meta	Responsable	Tiempo	Recursos
Organizar el contenido del Informe de Responsabilidad Social	Tener un documento en donde esté el contenido que tendría el manual para su posterior diseño	Betty González	4 Semana	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Papel</li> <li>- Computador</li> <li>- Impresora</li> </ul>
Definición de Colores y diseño del Informe en el programa Page Maker	Posibles diseño para el manual		1 Semana	
Diagramación del Informe en el programa Page Maker y Corle Draw	Tener el diseño definido		4 Semana	

## 9.2 OBJETIVOS CUMPLIDOS

**9.2.1 Proceso.** La propuesta inició no solo con la aprobación del comité académico de la Universidad Autónoma de Occidente, sino con la aceptación del Gerente de Leitmotiv Ltda. Una vez trazados los objetivos principales que eran la búsqueda de información de todo lo relacionado con la responsabilidad social, para su posterior análisis, lectura y elaboración de un documento que permitiera dar a conocer el tema con un lenguaje sencillo, que cualquier persona pudiera entender.

En primer lugar se realizó un plan de visitas a bibliotecas y librerías en un cronograma de actividades por semana, con el objetivo de buscar cualquier clase de información que diera cuenta del tema de responsabilidad social. Se visitaron las bibliotecas de varias universidades de la ciudad, en donde se prestaron algunos libros y revistas que contenían la información requerida. También se leyeron dentro de la universidad Autónoma, algunos de los trabajos de grado que de alguna manera también hacían referencia al tema del proyecto.

También se realizó una búsqueda por Internet, aquí se tuvo que clasificar y seleccionar muy bien la información, la de mayor relevancia, la más actual, la que no se repitiera, para luego después de tener toda esta documentación, pasar a leerla.

Las lecturas se realizaron de manera minuciosa y analítica, para luego poder realizar los informes de lectura que se hicieron en un formato que permitía dar cuenta del tema principal de las lecturas, del autor, la fecha, el argumento y demás elementos esenciales que permitieran hacer un buen resumen y síntesis del texto.

Después de haber realizado los informes de lectura, se hicieron algunas entrevistas a personas de diferentes organizaciones, que estaban manejando el tema de la responsabilidad social y que estaban haciendo proyectos para promoverla. Allí se conoció la opinión de expertos y ellos permitieron dar un panorama más claro y verídico de lo que decían las lecturas sobre la responsabilidad social.

Posteriormente, se pasó a redactar el documento que involucrara los temas más importantes de la responsabilidad social, como su historia, evolución, normatividad, entre otros. Durante este proceso, se iba conociendo lo que le hacía falta al documento, entonces se pasó a seguir investigando pero de forma más específica, que permitiera completar la información que ya se había obtenido durante la etapa de investigación.

Finalmente se logró tener el documento, realizarle las respectivas correcciones ortográficas y de redacción, para hacerle el diseño final.

### **9.3 OBJETIVOS NO CUMPLIDOS**

Aunque el proceso se cumplió en su totalidad, se necesitó realizar cambios de forma, pues a medida que se elaboraba el documento final, saltó a relucir que no era un manual, porque un manual es un documento donde se da una serie de instrucciones para lograr un objetivo. El documento resultante fue más bien un informe, en donde se plasmó información sobre el tema, la historia, las normas, sobre cómo se maneja el tema en Latinoamérica y en Colombia, entre otros países. Y ninguno de estos temas tratados correspondía a una serie de instrucciones sobre cómo se hace en un manual.

Por este motivo, se decidió cambiar el nombre del documento de Manual de Responsabilidad Social al de Informe de Responsabilidad Social.

### **9.4 HERRAMIENTAS**

Para la realización de este proyecto se necesitó tanto del empeño del Gerente general de Leitmotiv Ltda., el equipo de trabajo de la organización y por su puesto, la asesoría del coordinador de pasantía

Para la elaboración de los informes de lectura y la redacción del Informe de Responsabilidad Social se utilizó las siguientes herramientas de Microsoft Office como: Microsoft Word. También se contó con una grabadora periodística para realizar las entrevistas a expertos del tema. Además se usó los programas de diseño como Corel Draw y Adobe Page Maker.

Para la labor de investigación se utilizaron herramientas de oficina como papelería y los medios de comunicación fundamentales.

### **9.5 PROCEDIMIENTOS**

Los procedimientos utilizados en el proyecto de pasantía se implementaron gracias a la disponibilidad de, los recursos económicos que brindó la organización para gastos de transporte cuando se realizaban las visitas a las bibliotecas de la ciudad, gastos de fotocopia, impresión, papelería y sobre todo los honorarios del Diseñador Gráfico, quien se encargó de realizar el diseño del informe sobre Responsabilidad Social.

Para la elaboración de los informes de lectura se tuvo en cuenta el modelo de informe de lectura del texto “Herramientas para el Investigador Joven”. También se ideó la presentación de los informes de visita con un formato que especificaba el día, la hora, fecha, desarrollo de la visita, entre otros elementos.

Luego llegó la fase en donde había que seleccionar los temas que serían tratados en el Informe de Responsabilidad Social. Para esto se hizo un posible índice que se modificó con el tiempo y que luego fue aprobado por el Gerente general de Leitmotiv Ltda. Después de la aprobación del índice se dio inicio al proceso de redactar el contenido de cada tema. En este proceso se realizaron cuatro versiones, que poco a poco iban mejorando y cambiando con las anotaciones y aportes del coordinador de la pasantía. La última versión fue la definitiva y la que se diagramó en los programas de diseño, para su presentación final.

## **9.6 ELEMENTOS INNOVADORES**

El diseño de un Informe de Responsabilidad Social, permitió dar a conocer de manera instructiva todo lo relacionado con el tema. Esto con el fin de que cualquier persona lo pueda entender y aplicar, ya sea para su empresa u organización de cualquier tipo.

El informe también pretende profundizar en los diferentes enfoques de la Responsabilidad Social de tal manera que se pueda comprender en todas las esferas de la sociedad, como por ejemplo en el núcleo familiar, en las instituciones educativas, la sociedad civil, entre otros.

El elemento innovador de la propuesta va ligado directamente con lo expuesto anteriormente, pues existen muchos de documentos relacionados con la responsabilidad social empresarial, para ser aplicada no solo en empresas, si no en cualquier tipo de organización. Este documento presenta varios temas que permiten su comprensión, como por ejemplo de dónde surgió, el por qué surgió y se añade un panorama de cómo se emplean en los diferentes países latinoamericanos, especialmente en Colombia, los distintos conceptos que se manejan dependiendo del contexto de cada organización, entre otros temas. Por lo tanto, esta investigación permitió realizar un análisis profundo de textos y documentos que ya existen sobre la responsabilidad social, para luego hacer una conceptualización general de lo que significa responsabilidad social y los temas que van ligados a ésta.

## 10. CRONOGRAMA

Cuadro 6. Cronograma de actividades por semana

<b>SEMANA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>	<b>RESPONSABLE</b>
24 de marzo al 28 de marzo	Recolección de la información, sobre todo lo relacionado con la organización Leitmotiv Ltda.	Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González
31 de marzo al 4 de abril	Estudio y análisis del caso de Leitmotiv Ltda. para posterior formulación de propuesta	Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González
7 al 11 de abril	Investigación teórica construcción del marco teórico.	Internet, Biblioteca Universidad Autónoma de Occidente.	Betty González
14 al 18 de abril	Elaboración del Anteproyecto	Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González
21 de Abril	Presentación de la Propuesta a la Universidad Autónoma	Universidad Autónoma De Occidente	
25 de Abril	Presentación de la Propuesta al Gerente General de Leitmotiv Ltda.	Oficina Leitmotiv Ltda.	
28 de abril <b>13 de mayo</b> <b>28 de mayo</b>	Avances y correcciones del proyecto Sustentación del Proyecto Entrega de Correcciones	Universidad Autónoma De Occidente	Betty González Universidad Autónoma De Occidente

Cuadro 6. (Continuación).

<b>SEMANA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LUGAR</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>23 Junio al 4 de Julio</b>	Recolección de información y búsqueda de fuentes bibliográficas acerca de la Responsabilidad Social.  Realización de informes de cada lectura.	Biblioteca Universidad Autónoma de Occidente Biblioteca Departamental Cali  Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González
<b>7 al 18 de Julio</b>	Recolección de información y búsqueda de fuentes bibliográficas acerca de la Responsabilidad Social.  Realización de informes de cada lectura.	Biblioteca Universidad Autónoma de Occidente Biblioteca Departamental Cali  Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González
<b>21 de Julio al 1 de Agosto</b>	Recolección de información y búsqueda de fuentes bibliográficas acerca de la Responsabilidad Social.  Realización de informes de cada lectura.	Biblioteca Universidad Autónoma de Occidente Biblioteca Departamental Cali Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González
<b>4 al 15 de Agosto</b>	Realización de entrevistas a expertos del tema	Personales	Betty González
<b>18 al 29 de Agosto</b>	Organizar la información obtenida de acuerdo a los informes de lectura.  Seleccionar los temas más importantes de la Responsabilidad Social	Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González Dr. Jorge Hernán Mejía
<b>1 al 12 de Septiembre</b>	Organizar el contenido del manual de Responsabilidad Social	Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González Dr. Jorge Hernán Mejía



Cuadro 6. (Continuación).

<b>15 al 26 de Septiembre</b>	Definición de Colores y diseño del manual en el programa Page Maker	Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González
<b>29 de Septiembre al 10 de Octubre</b>	Diagramación del manual en el programa Page Maker	Oficina Leitmotiv Ltda.	Betty González
<b>13 de octubre</b>	Realización informe final	Universidad Autónoma de Occidente	Betty González

## 11. TALENTOS Y RECURSOS

### 11.1 TALENTO HUMANO

Cuadro 7. Talento humano

GRUPO DE TRABAJO DIRECTO	GRUPO DE TRABAJO INDIRECTO
<p><b>Grupo de trabajo Leitmotiv Ltda.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Gerente general: Dr. Jorge Hernán Mejía</li> <li>➤ Practicante de Mercadeo: Diana Cristina Potes</li> <li>➤ Comunicadora Social: Bellanira Ruiz</li> </ul>	<p><b>Entrevistas con Expertos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mauricio Escobar- Docente Universidad Autónoma de Occidente</li> <li>➤ Martha Montoya- Comunicadora Social Ingenio Manuelita</li> <li>➤ Rodrigo Salazar- Gerente Acopi Yumbo</li> <li>➤ Sandra Moncada- Directora Ejecutiva ACRIP</li> <li>➤ Esteban Moreno- Director Un Techo para mi País Cali</li> </ul>

### 11.2 RECURSOS FÍSICOS

Cuadro 8. Recursos físicos

RECURSO	CANTIDAD
Grabadora periodística	1 Personal
Casetes de audio	3 para entrevistas
Computador	1
Impresora	1
Internet	Red inalámbrica
Oficina	
Teléfono/ Celular	
Revistas	
Periódicos	

## 12. CONCLUSIONES

El diseño de la propuesta planteada en el proyecto de pasantía, logró que se realizara un Informe de Responsabilidad Social como objetivo general, el cual se hizo con un lenguaje sencillo, para que cualquier persona pueda entender los temas que allí se tratan.

Además de ello, se dan a conocer los temas referentes a la Responsabilidad Social, que se no se tenían tan evidentes en la organización, o por lo menos que la organización necesitaba profundizar, pues la información que se presenta en Internet es muy extensa y hay que saber seleccionarla. Con la revisión de los contenidos académicos de distintas investigaciones y conferencias dadas en Latinoamérica y la visualización de dos documentales sobre el mismo tema, se pudo construir un marco histórico de responsabilidad social. Es decir, se pudo conocer con más precisión, el concepto de la Responsabilidad Social y cómo ésta pasó de ser un acto filantrópico a lo que hoy conocemos como una estrategia para fortalecer la competitividad y reconocimiento de las organizaciones.

También se logró conocer y plasmar en el documento, que la Responsabilidad Social a pesar de que es una acción voluntaria, tiene normas que la rigen; tiene un marco de referencia con el objetivo de que no se aplique de cualquier manera, sino bajo unos parámetros más válidos y ya estipulados en escenarios internacionales. Las empresas que deciden acatar estas diferentes normas, guías y estándares se someten a seguir esos modelos, pero teniendo en cuenta que es una acción voluntaria, pero que redundará en gran beneficio para ellas, tanto que más que un gasto se considera una inversión.

Por otro lado, el documento permite conocer el panorama de la Responsabilidad Social en Colombia, la historia sobre cómo llegó al país y cómo ha evolucionado, además muestra que Colombia también cuenta con su propia norma o guía de RS. Así mismo, se conocieron algunos casos de diferentes organizaciones nacionales pertenecientes a diversos sectores, que plantearon sus propuestas de trabajo en cuestiones de Responsabilidad Social.

A esto se le suma, que se pudo conocer a los diferentes grupos de investigación de varias universidades del país, que se encuentran avalados y reconocidos por la prestigiosa entidad de investigación colombiana Colciencias.

Con la investigación, se logró realizar un profundo rastreo de todas las temáticas que aborda la Responsabilidad Social; los diferentes enfoques y matices que le han dado a este tema, en las distintas organizaciones de Latinoamérica y el resto del mundo.

Por otro lado, el Informe de Responsabilidad Social es un profundo análisis del tema, que reúne de una forma precisa y resumida todo lo que envuelve a la RS, es decir que muchos de los documentos que hablan sobre la temática, la

mayoría de veces se enfocan en uno de los temas como es la historia, o sus normas, o los casos de empresas, pero ninguno de estos documentos tratan todo lo relacionado con la RS. Por lo anterior, se puede afirmar que el trabajo de investigación que se realizó, permitió un profundo informe de todo lo concerniente a la RS.

Por último, podemos ver que el Informe de Responsabilidad Social, es una herramienta para cualquier persona que quiera empaparse de este tema que actualmente es de gran importancia para Colombia ya que permite y promete una mirada esperanzadora para la construcción de una sociedad más sustentable.

## BIBLIOGRAFÍA

ANAYA, Sophie. La Responsabilidad Social, como aprendizaje en la empresa: El caso Met- Mex Peñoles. En: V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. (9na: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003. 123p.

ANONIMO. La RSE (Responsabilidad Social Empresarial): Cuestión de modo, no de moda. En: Publicidad y Mercadeo. Mayo, 2007, No 315, p. 73

BLACK, Sam. ABC de las Relaciones Públicas, Relaciones con la comunidad y Responsabilidad Social Corporativa. Argentina: Edición Gestión 2.000, 1993. p. 125.

Cali sede del Foro de Responsabilidad Social: "Las empresas deben de ser buenos ciudadanos corporativos" [en línea]. Cali: Gobernación Valle del Cauca 2008. [Consultado 29 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=3322>

CORNEJO, Boris y VENZA, Ángela. Responsabilidad social: una empresa para todos. Ecuador: Fundación Esquel, 1998. 320p.

El Pacto Mundial [en línea]. Estados Unidos: Naciones Unidas en español, 2006. [Consultado 27 de marzo 2008]. Disponible en Internet: <http://www.un.org/spanish/globalcompact>

El Pacto Mundial [en línea]. Estados Unidos: Naciones Unidas, 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

Responsabilidad social [en línea] Colombia: EPSA, 2008. [Consultado 27 de marzo 2008] Disponible en Internet: <http://www.epsa.com.co/Responsabilidadsocial/PactoMundial/tabid/331/Default.aspx>

GIRALDO REYES, Beatriz Helena. Algunas ideas sobre responsabilidad social. En: Revista Universitas Xaveriana No. 36, p. 24. Cali: Pontificia Universidad Javeriana, 2006.

GOMEZ MEJÍA, Luis R. y BALKIN, David B. Administración parte II, Ética y Responsabilidad Social. España: Ediciones McGraw- Hill. 2003. p. 62.

GÓMEZ, Henry y MÁRQUEZ, Patricia. Responsabilidad social corporativa como estrategia de negocio. Bogotá: Proceditor Ltda., 2004. 60p.

La Responsabilidad Social de la empresa. Un buen negocio [en línea]. Colombia: Monografías, 1997. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos13/bune/bune.shtml>

La Responsabilidad Social en todas las esferas [en línea]. Colombia: Universia: 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.universia.net.co/laboral-empresarial/destacado/la-responsabilidad-social-en-todas-las-esferas.html>

Los diez principios [en línea]. Estados Unidos: Portal Naciones Unidas, 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.un.org/spanish/globalcompact/principes.htm>

Reseña de Leitmotiv Ltda. [en línea]. Santiago de Cali, 2007. [Consultado 26 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.leitmotiv.com.co/>

Wikipedia: la enciclopedia libre [en línea]. Florida: Wikimedia Foundation, 2008. [Consultado 27 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad_social)

TAMAYO, Jenny. El reto de la Comunicación frente a la responsabilidad social empresarial. En: V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. (1ra: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003 15-27p.

TORO, Olga Lucía. Responsabilidad Social, ciudadanía y comunicación: Nuevas oportunidades, nuevos desafíos En: V Simposio Latinoamericano de comunicación organizacional. (8va: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003. 109p.

VALERO, Edgar Augusto y CAMACHO REYES, Karina. El lado oscuro en las prácticas de responsabilidad social corporativa del sector floricultor. En: Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales Vol. 16, No. 27, 2006. p. 73-90.

## ANEXOS

### Anexo A. Formato de Realización de Informe de Visitas



#### Diseño de un informe de responsabilidad social Pasantía

#### Acta de visita no. XX

<b>Empresa / Organización:</b>		<b>ACTA No XX</b>
		Tipo de visita (Marque con X) * Entrevista Experto: ( ) * Búsqueda Bibliográfica: ( ) * Otra (Cuál): _____
<b>FECHA:</b>	<b>HORA:</b>	<b>LUGAR:</b>
<b>Asistentes a la visita</b>		
<b>TEMARIO – ORDEN DEL DIA:</b>		
<b>DESARROLLO:</b>		
<b>ANOTACIONES A LA VISITA:</b>		
<b>COMPROMISOS PENDIENTES LUEGO DE LA VISITA:</b>		
<b>RESPONSABLE ACTA:</b>		
<b>PRÓXIMA VISITA</b>		
<b>FECHA:</b>	<b>HORA:</b>	<b>LUGAR:</b>

## Anexo B. Informe de visita número uno



### Diseño de un informe de responsabilidad social Pasantía Betty Dannides González Payán

#### Anexo 1. Acta de visita no. 1

<b>Empresa / Organización:</b> Universidad Autónoma de Occidente.		<b>ACTA No XX</b>
		Tipo de visita (Marque con X) * Entrevista Experto: ( ) * Búsqueda Bibliográfica: (x) * Otra (Cuál): _____
<b>FECHA:</b> MARTES 24 de Junio	<b>HORA:</b> 4: 00 PM	<b>LUGAR:</b> Biblioteca UAO
<b>Asistentes a la visita</b>		
Betty Dannides González Payán		
<b>TEMARIO – ORDEN DEL DIA:</b>		
*Solicitar carta de Facultad para poder sacar libros de la biblioteca. *Buscar bibliografía sobre el tema de Responsabilidad Social en los buscadores. *Seleccionar los libros *Retirar los libros de la biblioteca.		
<b>DESARROLLO:</b>		
Se solicito la carta respectiva a la facultad de comunicación, para poder hacer la consulta de los libros, pero la entregaron al día siguiente. Al otro día volvía a la universidad y se reclamó la carta. En la biblioteca se hizo la búsqueda de la bibliografía de acuerdo al tema. Se encontraron tres Trabajos de Grado referente a la Responsabilidad Social. Y estos documentos no los pueden prestar. Por otro lado los libros que están en la biblioteca de la Autónoma son sobre todo de administración y creo que no son pertinentes para el desarrollo del trabajo. También., durante la búsqueda se halló dos conferencias que se encontraban en video, sería interesante verlas y sacar anotaciones de estas.		
<b>ANOTACIONES A LA VISITA:</b>		
Se tiene pendiente ver los trabajos de grado También sería interesante ver las conferencias que se encuentran en video.		
<b>COMPROMISOS PENDIENTES LUEGO DE LA VISITA:</b>		
Volver a la universidad Autónoma con el fin de ver los documentos que no se pueden prestar.		
<b>RESPONSABLE ACTA:</b>		
<b>BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN</b>		
<b>PRÓXIMA VISITA</b>		
<b>FECHA:</b> Martes 1 de Julio	<b>HORA:</b> -----	<b>LUGAR:</b> UAO



## Anexo C. Informe de visita número dos



### Diseño de un informe de responsabilidad social Pasantía Betty Dannides González Payán

#### Acta de visita no. 2

<b>Empresa / Organización:</b> Librería Atenas		<b>ACTA No XX</b>
		Tipo de visita (Marque con X) * Entrevista Experto: ( ) * Búsqueda Bibliográfica:(x ) * Otra (Cuál): _____
<b>FECHA:</b> MARTES 24 de Junio	<b>HORA:</b> 10: 00 AM	<b>LUGAR:</b> Librería Atenas
<b>Asistentes a la visita</b>		
Betty Dannides González Payán		
<b>TEMARIO – ORDEN DEL DIA:</b>		
*Buscar bibliografía sobre el tema de Responsabilidad Social en los buscadores. *Seleccionar los libros *Posible compra de libros		
<b>DESARROLLO:</b>		
En la librería se hizo la búsqueda de la bibliografía. Y no se encontraron libros referentes al tema de Responsabilidad Social.		
<b>ANOTACIONES A LA VISITA:</b>		
<b>COMPROMISOS PENDIENTES LUEGO DE LA VISITA:</b>		
<b>RESPONSABLE ACTA: BETTY GONZÁLEZ</b>		
<b>BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN</b>		
<b>PRÓXIMA VISITA</b>		
<b>FECHA:</b> -----	<b>HORA:</b> -----	<b>LUGAR:</b> -----

## Anexo D. Informe de visita número tres



### Diseño de un informe de responsabilidad social Pasantía Betty Dannides González Payán

#### Acta de visita No. 3

<b>Empresa / Organización:</b> Librería Nacional		<b>ACTA No 3</b>
		Tipo de visita (Marque con X) * Entrevista Experto: ( ) * Búsqueda Bibliográfica:(x ) * Otra (Cuál): _____
<b>FECHA:</b> Martes 24 de Junio	<b>HORA:</b> 12: 00 PM	<b>LUGAR:</b> Librería Nacional Chipichape
<b>Asistentes a la visita</b>		
Betty Dannides González Payán		
<b>TEMARIO – ORDEN DEL DIA:</b>		
*Buscar bibliografía sobre el tema de Responsabilidad Social en los buscadores. *Seleccionar los libros *Posible compra de libros		
<b>DESARROLLO:</b>		
En la librería se hizo la búsqueda de la bibliografía. Hay algunos libros en la base de datos pero no se encuentran disponibles en ninguna sede.		
<b>ANOTACIONES A LA VISITA:</b>		
<b>COMPROMISOS PENDIENTES LUEGO DE LA VISITA:</b>		
<b>RESPONSABLE ACTA:</b>		
BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN		
<b>PRÓXIMA VISITA</b>		
<b>FECHA:</b> -----	<b>HORA:</b> -----	<b>LUGAR:</b> -----

## Anexo E. Informe de visita número cuatro



### Diseño de un informe de responsabilidad social Pasantía Betty Dannides González Payán

#### Acta de visita No. 4

<b>Empresa / Organización:</b> Universidad del Valle		<b>ACTA No 4</b>
		Tipo de visita (Marque con X) * Entrevista Experto: ( ) * Búsqueda Bibliográfica: (x) * Otra (Cuál): _____
<b>FECHA:</b> Jueves 26 de Junio	<b>HORA:</b> 2: 00 PM	<b>LUGAR:</b> Univalle
<b>Asistentes a la visita</b>		
Betty Dannides González Payán		
<b>TEMARIO – ORDEN DEL DIA:</b>		
* Buscar un contacto que pueda prestar libros de la biblioteca de Univalle * Buscar bibliografía sobre el tema de Responsabilidad Social en los buscadores * Seleccionar los libros * Prestar los libros.		
<b>DESARROLLO:</b>		
Primero se logro hacer el contacto con una persona que tiene acceso a la biblioteca de Univalle, para posterior préstamo de libros. Se hizo una búsqueda de títulos referente al tema y luego se clasificaron los más pertinentes. Finalmente se realizó el préstamo de libros. Los libros prestados fueron:		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilidad Social Una empresa de todos. Autor: Cornejo, Boris y Venza, Ángela (1998)</li> <li>- Responsabilidad Social de la empresa y finanzas sociales. Autor: Ibáñez Jiménez, Javier Wenceslao (2004)</li> <li>- Responsabilidad Social Corporativa. Autor: Gómez, Henry y Márquez Patricia (2004)</li> </ul>		
<b>ANOTACIONES A LA VISITA:</b>		
Hay otros títulos muy interesantes para estudiar, pero en el momento se encontraban prestados.		
<b>COMPROMISOS PENDIENTES LUEGO DE LA VISITA:</b>		
Realizar una segunda visita para prestar más títulos y ver artículos de revista.		
<b>RESPONSABLE ACTA:</b>		
<b>BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN</b>		
<b>PRÓXIMA VISITA</b>		
<b>FECHA:</b> Miércoles 2 de julio	<b>HORA:</b> 2:00 PM	<b>LUGAR:</b> Univalle

## Anexo F. Informe de visita número cinco



### Diseño de un informe de responsabilidad social Pasantía Betty Dannides González Payán

#### Acta de visita No. 5

<b>Empresa / Organización:</b> Pontificia Universidad Javeriana		<b>ACTA No 5</b>
		Tipo de visita (Marque con X) * Entrevista Experto: ( ) * Búsqueda Bibliográfica:(x) * Otra (Cuál): _____
<b>FECHA:</b> Viernes 27 de Junio	<b>HORA:</b> 2: 00 PM	<b>LUGAR:</b> PUJ
<b>Asistentes a la visita</b>		
Betty Dannides González Payán		
<b>TEMARIO – ORDEN DEL DIA:</b>		
* Buscar un contacto que pueda prestar libros de la biblioteca de Univalle * Buscar bibliografía sobre el tema de Responsabilidad Social en los buscadores * Seleccionar los libros * Prestar los libros.		
<b>DESARROLLO:</b>		
<p>Primero se logro hacer el contacto con una persona que tiene acceso a la biblioteca de la universidad Javeriana, para posterior préstamo de libros.</p> <p>Se hizo una búsqueda de títulos referente al tema y luego se clasificaron los más pertinentes. Finalmente se realizó el préstamo de libros. Los libros prestados fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional: Autor: Varios Ponentes 2003</li> <li>- La responsabilidad del Comunicador Social frente a la realidad del país. Autor: Memorias del Seminario Nacional de Ética 1991</li> </ul> <p>También se encontraron interesantes artículos de revista, los artículos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revista Publicidad y Mercadeo. Edición especial sobre Responsabilidad Social: 5 Artículos</li> <li>- Algunas ideas de responsabilidad social. Autor: Beatriz Helena Giraldo Reyes. Revista Universitas Javeriana</li> <li>- El lado oscuro de las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa del sector floricultor. Autor: Edgar Augusto Valero y Karina Camacho Reyes. Revista Innovar.</li> <li>- El nobel a la Responsabilidad Social. Autor: Bruce Mac Master. Revista Dinero</li> </ul>		
<b>ANOTACIONES A LA VISITA:</b>		
Hay otros títulos muy interesantes para estudiar, pero en el momento se encontraban prestados.		
<b>COMPROMISOS PENDIENTES LUEGO DE LA VISITA:</b>		
Realizar una segunda visita para prestar más títulos y ver artículos de revista.		
<b>RESPONSABLE ACTA:</b>		
<b>BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN</b>		
<b>PRÓXIMA VISITA</b>		
<b>FECHA:</b> Pendiente	<b>HORA:</b> Pendiente	<b>LUGAR:</b> Univalle

**Anexo G. Informe de visita número seis**



**Diseño de un informe de responsabilidad social  
Pasantía Betty Dannides González Payán**

**Acta de visita no. 6**

<b>Empresa / Organización:</b> Ingenio Manuelita- Martha Montoya		<b>ACTA No 6</b>	
		Tipo de visita (Marque con X) * Entrevista Experto: ( x ) * Búsqueda Bibliográfica: ( ) * Otra (Cuál): _____	
<b>FECHA:</b> Martes 29 de Julio	<b>HORA:</b> 8: pm	<b>LUGAR: Residencia Martha Montoya</b>	
<b>Asistentes a la visita</b>			
Betty Dannides González Payán			
<b>TEMARIO – ORDEN DEL DIA:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentar el motivo de la entrevista</li> <li>- Realizar Preguntas</li> <li>- Hacer un pequeño conversatorio, acerca de dudas y demás</li> </ul>			
<b>DESARROLLO:</b>			
Se realizó la entrevista a Martha Montoya, ella es la Jefe de Gestión Social y Servicios Administrativos, en el área de Recursos Humanos del Ingenio Manuelita, por su experiencia en su labor, tiene conocimientos sobre el tema de responsabilidad social. Durante su testimonio explicó lo que significa hacer responsabilidad social, las experiencias de Manuelita frente a este programa y dio algunas recomendaciones sobre el tema. El testimonio de ella es bastante completo y aclara desde la experiencia todo lo que mencionan los documentos bibliográficos.			
<b>ANOTACIONES A LA VISITA:</b>			
La persona entrevista fue muy abierta con su preguntas, respondió a cabalidad todas las dudas e inquietudes.			
<b>COMPROMISOS PENDIENTES LUEGO DE LA VISITA:</b>			
<b>RESPONSABLE ACTA: BETTY GONZÁLEZ</b>			
<b>BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN</b>			
<b>PRÓXIMA VISITA</b>			
<b>FECHA:</b> -----	<b>HORA:</b> -----	<b>LUGAR:</b> -----	

**Anexo H. Informe de visita número siete**



**Diseño de un informe de responsabilidad social  
Pasantía Betty Dannides González Payán**

**Acta de visita no. 7**

<b>Empresa / Organización:</b> Acopi Yumbo entrevista Rodrigo Salazar		<b>ACTA No. 7</b>	
		Tipo de visita (Marque con X) * Entrevista Experto: (x) * Búsqueda Bibliográfica: ( ) * Otra (Cuál): _____	
<b>FECHA:</b> Miércoles 13 de Agosto	<b>HORA:</b> 9:00 A.M.	<b>LUGAR:</b> ACOPI YUMBO	
<b>Asistentes a la visita</b>			
Betty Dannides González Payán			
<b>TEMARIO – ORDEN DEL DIA:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentar el motivo de la entrevista</li> <li>- Realizar Preguntas</li> <li>- Hacer un pequeño conversatorio, acerca de dudas y demás</li> </ul>			
<b>DESARROLLO:</b>			
<p>Se realizó la entrevista a Rodrigo Salazar, él es el Gerente de Acopi Valle, actualmente trabaja por incorporar la Responsabilidad Social en las estrategias de negocios de las micro, pequeñas y medianas empresas del Valle del Cauca, que se encuentran vinculadas en el gremio empresarial ACOPI. Durante su testimonio explicó la importancia de aplicar la Responsabilidad Social en los negocios, por eso su labor está encaminada a realizar capacitaciones para los empresarios.</p>			
<b>ANOTACIONES A LA VISITA:</b>			
La persona entrevista fue muy abierta con su preguntas, respondió a cabalidad todas las dudas e inquietudes.			
<b>COMPROMISOS PENDIENTES LUEGO DE LA VISITA:</b>			
<b>RESPONSABLE ACTA: BETTY GONZÁLEZ</b>			
<b>BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN</b>			
<b>PRÓXIMA VISITA</b>			
<b>FECHA:</b> -----	<b>HORA:</b> -----	<b>LUGAR:</b> -----	

**Anexo I. Formato de Realización de Informe de Lectura de un texto corto  
Diseño de un informe de responsabilidad social**



**Betty Dannides González Payán  
Informe de lectura**

<b>Reseña de un texto corto</b>	
<p><b><u>Contexto y origen</u></b></p> <p>Género del texto (indica los límites del texto)</p> <p>Competencias del autor</p> <p>Intención del autor y tema que aborda</p> <p>Objetivos específicos del texto</p> <p>Tipo de análisis</p> <p>Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata</p> <p><b><u>Esquema y análisis</u></b></p> <p>Tesis propuesta</p> <p>Desarrollo de la tesis</p> <p>Hilo conductor</p> <p>Elementos esenciales de la argumentación</p> <p><b><u>Balance</u></b></p> <p>Principales enseñanzas del texto</p>	

## Anexo J. Formato de Realización de Informe de Lectura de obra completa



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura

Reseña de una obra completa	
Situación de la obra	
Género de la obra	
Asunto principal que se trata en la obra	
Objetivo que se propone el autor	
Organización general de la obra	
Metodología	
Límites de la discusión	
Características distintivas de la obra	
Tesis propuesta	
Elementos principales de la demostración	
Tesis propuesta	



Elementos principales de la demostración	
Balance crítico	
Primer aspecto criticable	
Segundo aspecto criticable	
Tercer aspecto criticable	
Aporte principal	

## Anexo K. Informe de lectura número uno



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura

<b>Reseña de un texto corto</b>	
<p>Cornejo, Boris y Venza, Ángela (1998). Responsabilidad social: una empresa para todos. Ecuador: Fundación Esquel, 1998. INVESTIGACIÓN SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ECUADOR, II Nociones y conceptos sobre Responsabilidad social. Pág. 17.</p>	
<p><b><u>Contexto y origen</u></b></p> <p>Género del texto (indica los límites del texto)</p> <p>Competencias del autor</p> <p>Intención del autor y tema que aborda</p> <p>Objetivos específicos del texto</p> <p>Tipo de análisis</p> <p>Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata</p> <p><b><u>Esquema y</u></b></p>	<p>El texto es una síntesis de los hallazgos obtenidos en una investigación realizada en Ecuador sobre las nociones que tiene la sociedad civil sobre Responsabilidad Social..</p> <p>Mostrar los resultados del estudio realizado a los ecuatorianos de clase media alta y alta acerca de las nociones que tienen sobre Responsabilidad Social.</p> <p>El objetivo del autor consiste en identificar que las nociones que se tiene a la disposición de colaborar con el fin de generar bienestar común, esta ligada profundamente a una tradición andina popular, una tradición católica tales como caridad, beneficencia, entre otras; y una tradición ideológico- política contemporánea. Pero la fundación Esquel propone un concepto alternativo como lo es Responsabilidad social.</p> <p>El análisis que se realiza en el texto es descriptivo, porque muestra a través de resultados de encuestas las percepciones de la sociedad civil, además es interpretativo, porque interpreta dicho resultados para sacar unas conclusiones.</p> <p>La influencia coyuntural es política- social, pues el texto se realiza en un momento en que la fundación Esquel de Ecuador necesita formular estrategias que conlleven al desarrollo sustentable del país, motivados por la pobreza y desigualdad social que se vive, y para ello empieza a realizar un estudio sobre la Responsabilidad social, a partir de conocer las nociones que se tienen sobre ella.</p>

<b><u>análisis</u></b>	
Tesis propuesta	Esquel propone un concepto alternativo, el de Responsabilidad Social, que integra anteriores conceptos que se utilizaban para mencionar las actitudes de las personas interesadas en colaborar en el desarrollo equitativo de la sociedad.
Desarrollo de la tesis	La proposición de utilizar un nuevo concepto que describa la intención de tener una ética renovada frente a los problemas y necesidades sociales, que no se encargue solo de resolver los problemas momentáneamente, sino de raíz.
Hilo conductor	La investigación realizada en Venezuela a personas de clase media alta y clase media.
<b><u>Balance</u></b>	
Principales enseñanzas del texto	El texto da a conocer las nociones que tienen las personas sobre Responsabilidad, que no está lejos de ser un común denominador, no solo en el país en el que se hizo el estudio, sino en otros países latinoamericano. También plantea un nuevo concepto que es el que más se asemeja a lo que realmente es la Responsabilidad Social.

## Anexo L. Informe de lectura número dos



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura

<b>Reseña de un texto corto</b>	
TAMAYO, Jenny. El reto de la Comunicación frente a la responsabilidad social empresarial. En: V SIMPOSIO DE LATINOAMERICANO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. (1ra: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003 p. 15-27.	
<b><u>Contexto y origen</u></b>	
Género del texto (indica los límites del texto)	El texto es una ponencia de un experto en un simposio de comunicación organizacional y está dirigido a profesionales en la comunicación.
Competencias del autor	Jenny Tamayo, comunicadora social de la universidad de la Sabana y especialista en gerencia de la comunicación de la universidad Pontificia Bolivariana. Docente de varias universidades de Colombia y ha ocupado diversos cargos en medio y departamentos de entidades y gremios de Bogotá, Cali, Barranquilla y Medellín.
Intención del autor y tema que aborda	Cuestionar y analizar los retos que tiene un Comunicador Social frente a la Responsabilidad Social.
Objetivos específicos del texto	Dar a conocer el concepto de responsabilidad social y mostrar los antecedentes de cómo se ha manejado este tema en Colombia, el impacto que ha causado, y cómo se deben manejar las comunicaciones frente a la RSE.
Tipo de análisis	El autor hace un análisis de tipo argumentativo.
Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata	Esta ponencia fue preparada bajo una coyuntura social. Colombia enfrenta crisis sociales como pobreza y desigualdad, y al igual que la empresa privada y el Estado, la academia también se preocupa por formar profesionales que salgan a la vida laboral con una visión clara de cómo enfrentar las problemáticas sociales y que desde sus saberes aporten a

<p><b><u>Esquema y análisis</u></b></p>	<p>la mejora del país, ligados a un tema como lo es la responsabilidad social.</p>
<p>Tesis propuesta</p>	<p>La responsabilidad social es indispensable para el desarrollo del país y el comunicador social debe asimilarla con el fin de construir espacios a través de su gestión para ejercer esta ideología.</p>
<p>Desarrollo de la tesis</p>	<p>La tesis se desarrolla en 4 momentos donde exponen los antecedentes de la responsabilidad social en Colombia, donde fue vista como una forma de ayudar a los mas necesitados y de que las empresas tuvieran una mejor imagen y así mismo, una mayor productividad. Los diferentes conceptos que se tienen sobre la responsabilidad social empresarial, sus beneficios e impactos y cómo debe actuar el comunicador frente al este tema.</p>
<p>Hilo conductor</p>	<p>La Responsabilidad Social en Colombia se hace visible desde los años sesenta en donde se crean las primeras fundaciones, hasta nuestros días.</p>
<p>Elementos esenciales de la argumentación</p>	<p>El autor estructura su tesis en cuatro momentos. En el primero hace un recorrido por los antecedentes históricos de Colombia cuando se constituyeron las primeras fundaciones como Fundación Carvajal, entre otras, y cómo desde este momento se empieza a manejar un concepto de responsabilidad social, además señala que la academia también empieza a jugar un papel importante en el desarrollo de este tema, porque se empieza a debatir sobre RS. Aunque el tema luego empieza a ser visto como una manera de vender o “maquillar” la imagen de las empresas. Y la malinterpretación del concepto, visto como no como un aporte a la sociedad, sino como una ayuda caritativa. Donde se realizaba por mero altruismo. “Impera la lógica de la caridad y no de la planeación”.</p> <p>El segundo momento habla acerca de por qué se habla de responsabilidad social empresarial, ya que empieza a crearse una relación directa entre la empresa y la comunidad. Luego pasa a dar unos conceptos sobre RSE, los impactos que ésta ha tenido, porque al fin y al cabo la empresa depende del bienestar tanto de sus clientes internos y externos y del medio ambiente. Y por último, habla del papel que debe desempeñar el comunicador, que no solo se limite a la realización de boletines, sino que se preocupe por generar espacios que den rienda suelta a la Responsabilidad Social.</p>

<p><b><u>Balance</u></b></p> <p>Principales enseñanzas del texto</p>	<p>El principal aporte es que la responsabilidad social, no solo depende de la gran compañía hacia sus stakeholders, también depende de todos, en la intención que le pongamos a nuestros quehaceres y labores diarias. También deja un claro panorama de cómo se ha visto este tema en Colombia, desde sus inicios hasta ahora. E invita al comunicador a ser un pilar importante en las compañías a través de grandes gestiones, que no se limiten a labores operativas.</p>
--	--

## Anexo M. Informe de lectura número tres



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura

#### Reseña de un texto corto

TORO, Olga Lucía. Responsabilidad Social, ciudadanía y comunicación: Nuevas oportunidades, nuevos desafíos En: V SIMPOSIO DE LATINOAMERICANO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. (8va: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003 p. 109.

#### Contexto y origen

Género del texto (indica los límites del texto)

El texto es una ponencia de un experto en un simposio de comunicación organizacional y está dirigido a profesionales en la comunicación.

Competencias del autor

Olga Lucía Toro, filósofa y Magister en estudios latinoamericanos. Fundadora y directora de varias organizaciones No-gubernamentales, ha sido asesora de identidades sin fines de lucro en el campo de la mujer, el desarrollo social y el fortalecimiento internacional.

Intención del autor y tema que aborda

Dar a conocer el estado en que se encuentra la Responsabilidad social en Colombia y en otros países. El compromiso del ciudadano y la manera de cómo se comunica la RS.

Objetivos específicos del texto

Consiste en mostrar que la RS es un tema obligado ya que se está manejando en el mundo empresarial, dar un repaso por los inicios de la RS en Colombia y enmarcarla en contextos históricos para poder comprenderla; revelar cómo se comunica la RS.

Tipo de análisis

Hace un análisis de tipo expositivo.

Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata

Esta ponencia fue preparada bajo una coyuntura social. Colombia enfrenta crisis sociales como pobreza y desigualdad, y al igual que la empresa privada y el Estado, la academia también se preocupa por formar profesionales que salgan a la vida laboral con una visión clara de cómo enfrentar las problemáticas sociales y que desde sus saberes aporten a la mejora del país, ligados a un tema como lo es la responsabilidad social.

#### Esquema y

<b><u>análisis</u></b>	
Tesis propuesta	La responsabilidad social no es un deber exclusivo de las empresas, porque al fin y al cabo es lo que necesitan ellas para ser competitivas, si no que es un deber de todos.
Desarrollo de la tesis	Según el autor del texto Colombia a pesar de que en algunos años se manejaba el tema de RS, aún le falta apropiarse de él, convertirlo en algo propio de la cultura, y esto está ligado a que existe una Ley, pero no se ha dado a conocer. Y para entender esto, el autor enmarca la RS en contextos históricos y cómo pasó de filantropía a Responsabilidad Social y la necesidad que surge de ponerla en práctica debido a distintos fenómenos sociales. Finalmente presenta una visión de RS y cómo debería manejarse.
Hilo conductor	El hilo conductor es la crisis colombiana frente a la Responsabilidad Social, y poco a poco con el paso de los años ha ido descendiendo. En Colombia la RS debe ser parte de nuestra cultura.
Elementos esenciales de la argumentación	Para el autor la Responsabilidad Social es un tema obligado en el gremio empresarial, ya sea por competitividad, posicionamiento o supervivencia, pero en Colombia el tema se había venido trabajando pero entró en descenso; en las universidades esta cátedra pero ningún estudiante la matricula los créditos. el tercer sector, por ejemplo, es el único que sabe trabajar con las comunidades menos favorecidas, y aunque se aprobó una Ley del voluntariado en 2002, pero no se conoce, lo que significa que no hace parte de la cultura colombiana y para que la RS tenga gran impacto necesita que se genere a escala y no en un momento determinado. Por otro lado, el autor hace un recorrido histórico para saber cómo la RS se ha visto en los distintos contextos, antes era vista como filantropía (una ayuda voluntaria) que surge a raíz de los problemas sociales y las crisis económicas. Entonces surge la necesidad de atacar estos problemas, teniendo en cuenta que no sólo el Estado es el que debe solucionarlos, sino las empresas y la sociedad civil. Para unos la RS consiste en que el la empresa debe sostener buenas relaciones con sus stakeholders, pero eso es una necesidad para que la empresa se mantenga. Según el autor, la Responsabilidad debe ser compromiso de toda la ciudadanía.
<b><u>Balance</u></b>	
Principales enseñanzas del texto	El texto enseña que la Responsabilidad Social no es solo compromiso de las empresas, porque finalmente las empresas necesitan sostener sus buenas relaciones para ser competitivas y mantenerse en el mercado, porque la Responsabilidad social, “se fundamenta en la ética civil lo que implica la noción de bien común.”, y en esto no solo deben trabajar las empresas, si no la ciudadanía en general.



## Anexo N. Informe de lectura número cuatro



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura

<b>Reseña de un texto corto</b>	
<p>ANAYA, Sophie. La Responsabilidad Social, como aprendizaje en la empresa: El caso Met- Mex Peñoles. En: V SIMPOSIO DE LATINOAMERICANO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. (9na: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003 p. 123.</p>	
<b><u>Contexto y origen</u></b>	
Género del texto (indica los límites del texto)	El texto es una ponencia de un experto en un simposio de comunicación organizacional y está dirigido a profesionales en la comunicación.
Competencias del autor	Sophie Anaya es licenciada en periodismo por la escuela de periodismo Carlos García. Con Industrias Peñoles ha participado en el desarrollo de sus programas de Responsabilidad Social, gracias a los cuales se han hecho acreedores por dos años consecutivos al reconocimiento de la Empresa Socialmente Responsable que otorga el centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI.
Intención del autor y tema que aborda	Dar a conocer el caso de Responsabilidad Social de una gran empresa mexicana, minero –metalúrgica más grande de América Latina, llamada Met – Mex Peñoles.
Objetivos específicos del texto	Su objetivo es exponer la crisis que enfrentó la empresa metalúrgica cuando unos estudios revelaron que la comunidad que se encontraba a su alrededor presentaban altos niveles de plomo en la sangre, especialmente los niños que son los más propensos a enfermedades, y cómo la comunicación jugó un papel importante a la hora de llevar a cabo estrategias para intervenir y superar la crisis. Como dice la propia autora, cumplir con las leyes no es suficiente y hasta que Met- Mex Peñoles no tuvo este inconveniente, no trascendió su forma de llevar a cabo la RS
Tipo de análisis	Hace un análisis de tipo expositivo.
Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata	Esta ponencia fue preparada bajo una coyuntura social. Colombia enfrenta crisis sociales como pobreza y desigualdad, y al igual que la empresa privada y el Estado, la academia también se preocupa por formar profesionales que salgan a la vida laboral con una visión clara de cómo enfrentar las problemáticas sociales y que desde sus saberes aporten a la mejora del país, ligados a un tema como lo es

<b><u>Esquema y análisis</u></b>	la responsabilidad social.
Tesis propuesta	Existe una escala llamada Generaciones de Empresas Socialmente Responsables, elaborada por expertos del tema de RS, donde cada empresa se ubica en una generación, la idea es alcanzar la tercera generación de ESR. La industria metalúrgica se encontraba en la primera generación RSE, luego de la crisis pasó a ser de la Tercera generación.
Desarrollo de la tesis	Generaciones de ESR se divide en 4 fases, la primera fase es la base, donde toda empresa cumple con las leyes estipuladas; la segunda fase se llama Primera generación de RSE, en donde hay prácticas filantrópicas, y esto era lo que hacía Met- Mex Peñoles, se dedicaba a dar donaciones a la Cruz Roja y otras identidades y hasta ahí no mas. La tercera fase es llamada segunda generación RSE, donde hay innovación de procesos y productos, y nuevos modelos de gestión que posibilite una sustentabilidad a largo plazo que tiene que ver con el medio ambiente y con la interacción con la sociedad. Y por último se encuentra la tercera generación RSE, aquí se manejan los Multi-stakeholders, estándares y asociaciones, fortalecimiento de las instituciones y políticas públicas, las empresas se convierten en promotoras de desarrollo sustentable.
Hilo conductor	La crisis que vivió Met- Mex Peñoles, cuando un estudio dio como resultado que gran parte de la población presentaba altos niveles de plomo en la sangre. El autor cuenta como la superaron, el papel que jugó la comunicación y cómo la empresa pasó de estar en la primera generación de RSE a la tercera.
Elementos esenciales de la argumentación	Un estudio realizado por una universidad local, y patrocinado por Industrias Peñoles, dio como resultado que las personas que vivían en las comunidades aledañas a la planta, presentaban un alto nivel de plomo en la sangre, lo que trajo un gran despliegue de medios de comunicación y una gran preocupación por parte de las autoridades y de la comunidad. A la empresa se le exigía el bajar sus operaciones a la mitad, lo que significaría pérdidas para la compañía. Pero la empresa preocupada empezó a llevar a cabo varias gestiones para mejorar la situación, como estudios para saber cómo había surgido el problema y cómo se podría solucionar. La empresa actuó inmediatamente, lo mostraban en los medios de comunicación y se hacían ruedas de prensa, para darle a conocer a la comunidad que estaban contribuyendo para que el problema se solucionara. Además la comunidad veía claramente la manera como se estaba actuando frente a esta situación. Met Mex-Peñoles pasó de estar en la primera generación de RSE, a situarse en la tercera, porque antes la empresa se dedicaba a cumplir con la ley y a dar donaciones, pero no le hacía un seguimiento a la comunidad y el medio ambiente. Esta gran crisis fue el motor principal para crear alianzas con la comunidad y así mismo contribuir al desarrollo social y ecológico.

## Anexo O. Informe de lectura número cinco



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura

<b>Reseña de una obra completa</b>	
GOMEZ, Henry y MÁRQUEZ, Patricia. Responsabilidad social corporativa como estrategia de negocio. Primera edición. Bogotá: Proceditor Ltda., 2004. 49 p.	
Situación de la obra	Esta obra es la primera edición de Cátedra Corona 10 de la Universidad de los Andes, para la facultad de administración. El libro presenta la conferencia realizada en noviembre del 2003, sobre un estudio de Responsabilidad Social en América Latina, especialmente el caso de Venezuela. La conferencia fue realizada por Henry Gómez y Patricia Márquez, dos profesores especializados en el tema de administración y RSE.
Género de la obra	
Asunto principal que se trata en la obra	
Objetivo que se propone el autor	El objetivo que se proponen los autores es dar a conocer las actividades de acción social realizadas por empresas venezolanas a partir de los años 60, la situación de la Responsabilidad social en el mundo, sobre todo en Latinoamérica; los factores influyentes sobre la modalidad de alianzas con fines sociales. También pretenden examinar nuevas oportunidades de acción a través de medidas que acerquen la RSC a la estrategia de los negocios.
Organización general de la obra	El texto está organizado en tres partes. La primera es la introducción, en donde muestran un caso específico de Responsabilidad Social, la situación de delincuencia que se presentó a los alrededores de la empresa venezolana C.A. Ron Santa Teresa y qué hicieron para responder a la crisis. Seguidamente se presentan los antecedentes en Venezuela sobre RS y cómo se encuentran las empresas frente a este tema. Por último se presenta a manera más general el caso de Latinoamérica frente a la RS, para terminar explicando como se puede aplicar para que la RS y la estrategia de negocio vayan de la mano.
Metodología	La argumentación es descriptiva, ya que el autor enuncia casos, cuenta un poco de historia y expresa la manera de cómo la RS se puede convertir en una estrategia de negocios, más que la de tener una buena imagen. El texto documenta, informa, no pone en debate nada. Aunque durante enuncia claramente que las políticas e ideologías del primer mandatario de Venezuela, Hugo Chávez, interfieren un poco en la labor de las empresas venezolanas.
Límites de la discusión	
Características	Los autores utilizan un estilo sencillo, debemos tener en cuenta que

distintivas de la obra	<p>el texto es una conferencia, por lo tanto se basa en la muestra de ejemplos, para que sus ideas sean presentadas de una forma más clara y precisa, y que el público al cual se están dirigiendo puedan entender de lo que se está hablando. Se apoya en una documentación y en conceptos ya dichos en otras obras escritas</p>
Tesis propuesta 1	<p>Las experiencias de algunas empresas venezolanas, conllevan a que se le de un nuevo giro a la práctica de responsabilidad social corporativa, que antes se limitaba a destinar recursos a la educación, la salud, pero sin lograr detener las amenazas de la comunidad que afectaban directamente la empresa. La RS debe estar dirigida a detener dichas amenazas. Hay que replantear la responsabilidad social, lo que significa actuar sobre las condiciones sociales del entorno en que operan las empresas, utilizar mecanismos que además de ser viables, se adapten mejor a las necesidades del medio.</p> <p>En Venezuela por ejemplo, las principales empresas de este país se han propuesto replantear la RS con el propósito de enfrentar la actual coyuntura del país, pero aún falta establecer alianzas que impliquen emprendimientos a escala mayor, tales alianzas puede ser con la microempresa, sociedad civil, entre otros. Es claro que la empresa privada es el actor de mayor poder económico mundial, por lo tanto éstas están adquiriendo cada vez conciencia de cómo pueden influir ellas en el desarrollo económico y social del mundo.</p>
Elementos principales de la demostración	
Tesis propuesta 2	
Elementos principales de la demostración	<p>En el caso de América Latina en cuanto al manejo de RS, es que ha carecido de tradición filantrópica, como la que existe en Estados Unidos, en este país es común ver ayudas benéficas y demás, (si una empresa se va a cerrar en una zona, hay que consultarlo que la iglesia del sector, porque eso generaría desempleo); en Latinoamérica no se cuenta con la mayor preocupación por parte de organismos oficiales que velen por la protección del medio ambiente como en Europa, ni tampoco con el denso tejido de organizaciones benéficas en las ciudades a lo largo y ancho de países como Estados Unidos, en este país se cuenta con la participación obligado de cuanto empresario y gerente que resida en la comunidad donde esté asentada la empresa. Las empresas latinoamericanas colaboran con proyectos de orden social, pero no les hacen seguimiento a dichos proyectos. Convertir las donaciones ocasionales en Responsabilidad Social es una práctica que no se ha generalizado en América Latina, pero esta política está siendo impulsada por diversas corrientes que distinguen los tiempos por los cuáles está pasando el continente.</p> <p>La mejor forma de las empresas para acercarse a la comunidad, es generando una alianza con organizaciones que no sea de carácter empresarial, pero tiene sus contra cuando de negocios se trata, pues lo que está buscando una empresa, principalmente es su beneficio propio, su rentabilidad y sostenimiento. Surgen entonces otro tipo alianzas, cuando el Estado no responde a las necesidades de la población y nace el sector informal que atiende un inmenso mercado de consumidores pobres, lo que posibilita acercarse aún más la responsabilidad social a la estrategia de negocios. Mientras más el producto de aquella gran multinacional llegue a los sectores de</p>
Balance crítico	
Primer aspecto criticable	

Aporte principal	<p>las ciudades más marginados, se estará generando más empleo. Aunque el texto expone los antecedentes de responsabilidad en Venezuela, expone como se da ésta en América Latina y presenta casos, realmente el texto no dice de cómo hacer Responsabilidad social, sino cómo ésta puede convertirse en una estrategia de negocio.</p> <p>El texto le da privilegios a la estrategia de negocios, de cómo vender más, cómo la compañía puede llegar a otros sectores no tan favorecidos, al fin y al cabo está dirigido para administradores que en un futuro cuando están manejando grandes compañías, tendrán que mostrar balances y excelentes resultados de su gestión</p>
------------------	---

## Anexo P. Informe de lectura número seis



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura

<b>Reseña de un texto corto</b>	
ANONIMO. La RSE (Responsabilidad Social Empresarial): Cuestión de modo, no de moda. En Revista Publicidad y Mercadeo No 315. Pág. 73 Mayo de 2007.	
<b><u>Contexto y origen</u></b>	
Género del texto (indica los límites del texto)	El texto es un artículo de la Revista Publicidad y Mercadeo. Esta es una edición especial, donde el tema principal es la Responsabilidad Social Empresarial, la revista se tituló: Les enseñan a pescar y luego les compran el pescado.
Competencias del autor	
Intención del autor y tema que aborda	La intención del artículo es aclarar que la RSE no es un tema de moda que se está aplicando en las organizaciones para estar a la vanguardia ante las exigencias de la globalización, sino que es un tema importante para generar sostenibilidad en las sociedades actuales y las que vienen en camino, que además resulta ser rentable a la hora de hacer estrategias de negocios.
Objetivos específicos del texto	Dar a conocer los tres ejes que existen y que enmarcan la RS, según Cesar Andrés Rodríguez, director de proyectos Del Centro Colombiano de Responsabilidad I Empresarial (CCRE)
Tipo de análisis	El análisis es expositivo.
Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata	Colombia es un país que se está documentando e informando sobre Responsabilidad Social, y algunas empresas ya lo están manejando, por este motivo la revista Publicidad y Mercadeo decidió realizar un especial en este número sobre el tema, como dar a conocer cómo se está manejando en Colombia.

<p><b><u>Esquema y análisis</u></b></p>	
<p>Tesis propuesta</p>	<p>La Responsabilidad Empresarial se mueve en tres ejes, todos ellos interdependientes, a través se desenvuelve la RSE.</p>
<p>Desarrollo de la tesis</p>	<p>Los tres ejes son: el alto interés de la época actual por conservar el medio ambiente. La necesidad de que las empresas no dejen de existir, que se reproduzcan para que generen empleo , que generen riquezas y que se extiendan a muchos lugares, y por último las acciones filantrópicas, lo que tiene que ver con invertir en la comunidad, las acciones sociales y en proyectos sostenibles.</p>
<p>Hilo conductor</p>	<p>El testimonio de Cesar Andrés Rodríguez, director de CCRE</p>
<p>Elementos esenciales de la argumentación</p>	<p>La Responsabilidad Social está abarcando los marcos legales y de gestión, por ejemplo la ISO publico la norma 26000 en responsabilidad social, también existen otros lineamientos como el Global Reporting Initiative (GRI), la SA 8000 o la AA 1000 y cada empresa aplica sus modelos de gestión de acuerdo al que más se adapte a su funcionamiento. Aunque en Colombia las empresas se desenvuelven todavía tienen la idea de que RS es mitad filantropía y la otra mitad el cumplimiento con la ley.</p>
<p><b><u>Balance</u></b></p>	
<p>Principales enseñanzas del texto</p>	<p>Es evidente la aclaración de cómo se encuentra Colombia frente a la responsabilidad social, y de cómo se está manejando.</p>

## Anexo Q. Informe de lectura número siete



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura

<b>Reseña</b>	
LIBRO VERDE Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Presentado por la Comisión de las Comunidades Europeas. 2001.	
<p>Situación de la obra</p> <p>Género de la obra</p> <p>Asunto principal que se trata en la obra</p>	<p>Este libro es un documento básico en que la unión Europea manifiesta su propósito de fomentar la práctica de responsabilidad social en las empresas europeas, este documento es una lectura obligada para los interesados en aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en sus estrategias de negocios.</p>
<p>Objetivo que se propone el autor</p>	<p>El objetivo que se propone la Comisión de las Comunidades Europeas es dar a conocer el Libro Verde para iniciar un amplio debate de cómo podría la Unión Europea fomentar la responsabilidad social a nivel europea e internacional, especialmente cómo aprovechar las experiencias de este campo para mejorar y fomentar el desarrollo de práctica innovadoras.</p>
<p>Organización general de la obra</p>	<p>El texto está organizado en 4 temas específicos. El primero es la introducción, el motivo por el cual se decidió desarrollar el Libro Verde, el aporte que tiene en un marco donde ya se tienen bastantes avances sobre el tema de RSE; la segunda parte define el concepto de RSE tanto en su dimensión interna, como debe tratarse dentro de las empresa y en su dimensión externa, la relación de las empresas y sus clientes. El tercer tema que aborda el Libro Verde es el enfoque global de la RS de las empresas, donde explica que no solo basta con reconocer la RS como factor importante para el desarrollo de las empresas, sino que se debe adoptar prácticas de gestión pertinentes. Y en el último capítulo invita a los distintos organismos a opinar sobre el Libro Verde para el buen desempeño de la RS en las empresas.</p>
<p>Metodología</p> <p>Límites de la discusión</p>	<p>El texto es expositivo, da cuenta de cómo las empresas deben fomentar la Responsabilidad Social, citando ejemplos de experiencias, casos y demás argumentos para reforzar las ideas expuestas inicialmente.</p> <p>El texto comprende de un lenguaje sencillo, pues este documento es universal, que se ha publicado sin ninguna restricción para que</p>



<p>Características distintivas de la obra</p>	<p>cualquier organismo pueda hacer uso de él, y para que se puedan conocer las distintas experiencias de la Unión Europea en el campo de la responsabilidad social.</p>
<p>Tesis propuesta 1</p>	<p>La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. La responsabilidad social comprende dos dimensiones, la primera es la dimensión interna, donde las prácticas responsables en lo social afectan directamente a los trabajadores y se refiere a la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad de ellos. En esta dimensión hay que tener en cuenta: la gestión de recursos humanos, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo, tener en cuenta la adaptación al cambio, la gestión del impacto ambiental y los recursos naturales. La segunda dimensión es la dimensión externa, la relación que tiene las empresas con sus clientes externos, la responsabilidad no solo debe tratarse con los empleados, sino también con las comunidades y el espacio donde se encuentra ubicada la empresa. En esta dimensión habrá que tener en cuenta algunas gestiones para realizar con: las comunidades locales, los socios comerciales, proveedores y consumidores. Para llevar a cabo un buen marco de responsabilidad social es necesario hacer parte del programa de gestión y tener presente los Derechos Humanos, Derechos del trabajo (OIT) y los distintos problemas ecológicos mundiales.</p>
<p>Elementos principales de la demostración</p>	<p>Existen empresas que reconocen el gran valor de la responsabilidad social, pero aún no han incorporado unas prácticas de gestión pertinentes. Los trabajadores y directivos necesitan medidas de formación para adquirir competencia en el tema, porque las empresas no deben ser las únicas en asumir la responsabilidad social, también las partes interesadas como trabajadores y consumidores. Para esto, las empresas deben tener una planeación previa de sus valores, objetivos, principios y códigos de conducta, esto obliga también a tener a añadir una dimensión social y ecológica en los planes y presupuestos, esto también obliga a la empresa a dar capacitaciones del tema, par que todos, tanto empleados como directivos vayan en una misma dirección. Para esto, es necesario tener algún tipo de auditorias para evaluar la calidad de lo que se ofrece y saber cómo va la empresa, también es importante presentar informes y balances. Para esto existen diversas organizaciones que han elaborado algunos modelos de cómo presentar dichos informes. Existen unas muy importantes como el la norma de Responsabilidad Social 8000 y el Global Reporting Initiative, estos se centran en la internacionalización de las normas sociales y la elaboración de informes sociales. Las grandes empresas que ya han avanzado en este tema, pueden ayudar a las PYME para que orienten sus estrategias de negocio. La calidad de trabajo que se debe ofrecer no es solo brindar unas buenas condiciones en el lugar de trabajo y la satisfacción del empleado, es importante que este participe y se sienta parte de la</p>
<p>Tesis propuesta 2</p>	<p>Existen empresas que reconocen el gran valor de la responsabilidad social, pero aún no han incorporado unas prácticas de gestión pertinentes. Los trabajadores y directivos necesitan medidas de formación para adquirir competencia en el tema, porque las empresas no deben ser las únicas en asumir la responsabilidad social, también las partes interesadas como trabajadores y consumidores. Para esto, las empresas deben tener una planeación previa de sus valores, objetivos, principios y códigos de conducta, esto obliga también a tener a añadir una dimensión social y ecológica en los planes y presupuestos, esto también obliga a la empresa a dar capacitaciones del tema, par que todos, tanto empleados como directivos vayan en una misma dirección. Para esto, es necesario tener algún tipo de auditorias para evaluar la calidad de lo que se ofrece y saber cómo va la empresa, también es importante presentar informes y balances. Para esto existen diversas organizaciones que han elaborado algunos modelos de cómo presentar dichos informes. Existen unas muy importantes como el la norma de Responsabilidad Social 8000 y el Global Reporting Initiative, estos se centran en la internacionalización de las normas sociales y la elaboración de informes sociales. Las grandes empresas que ya han avanzado en este tema, pueden ayudar a las PYME para que orienten sus estrategias de negocio. La calidad de trabajo que se debe ofrecer no es solo brindar unas buenas condiciones en el lugar de trabajo y la satisfacción del empleado, es importante que este participe y se sienta parte de la</p>
<p>Elementos principales de la demostración</p>	<p>Existen empresas que reconocen el gran valor de la responsabilidad social, pero aún no han incorporado unas prácticas de gestión pertinentes. Los trabajadores y directivos necesitan medidas de formación para adquirir competencia en el tema, porque las empresas no deben ser las únicas en asumir la responsabilidad social, también las partes interesadas como trabajadores y consumidores. Para esto, las empresas deben tener una planeación previa de sus valores, objetivos, principios y códigos de conducta, esto obliga también a tener a añadir una dimensión social y ecológica en los planes y presupuestos, esto también obliga a la empresa a dar capacitaciones del tema, par que todos, tanto empleados como directivos vayan en una misma dirección. Para esto, es necesario tener algún tipo de auditorias para evaluar la calidad de lo que se ofrece y saber cómo va la empresa, también es importante presentar informes y balances. Para esto existen diversas organizaciones que han elaborado algunos modelos de cómo presentar dichos informes. Existen unas muy importantes como el la norma de Responsabilidad Social 8000 y el Global Reporting Initiative, estos se centran en la internacionalización de las normas sociales y la elaboración de informes sociales. Las grandes empresas que ya han avanzado en este tema, pueden ayudar a las PYME para que orienten sus estrategias de negocio. La calidad de trabajo que se debe ofrecer no es solo brindar unas buenas condiciones en el lugar de trabajo y la satisfacción del empleado, es importante que este participe y se sienta parte de la</p>

<p>Tesis propuesta 3</p> <p>Elementos principales de la demostración</p>	<p>empresa, la única forma de lograrlo es que la misma empresa lo incluya en toma de decisiones importantes que lo puedan afectar a él mismo.</p> <p>Algunas encuestas demuestran que los consumidores además de querer productos buenos, también quieren que sean seguros, los consumidores quieren tener la seguridad de que se produce de manera responsable desde el punto de vista de lo social. El comportamiento social de una empresa influye mucho en la decisión de compra de un servicio o un producto. Las personas quieren productos que garanticen que no se está haciendo maltrato, que no hay explotación infantil, ni ningún otro aspecto reprochable.</p>
--	---

## Anexo R. Informe de lectura número ocho



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura

<b>Reseña de un texto corto</b>	
VALERO, Edgar Augusto y CAMACHO REYES, Karina. El lado oscuro en las prácticas de responsabilidad social corporativa del sector floricultor. En Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales Vol. 16, No. 27, p. 73-90. 2006	
<b><u>Contexto y origen</u></b>	
Género del texto (indica los límites del texto)	El texto es un artículo de la Revista Innovar. Esta es una revista de Ciencias Administrativas y Sociales, donde se publican distintas investigaciones de docentes y expertos.
Competencias del autor	Edgar Augusto Valero es sociólogo y profesor de sociología de la Industria y el Trabajo de la universidad Nacional de Colombia, además es investigador del grupo Trabajo, Empresa y Sociedad. Karina Camacho es estudiante de la maestría en sociología de la universidad Nacional de Colombia, también pertenece al grupo de investigación Trabajo, Empresa y Sociedad.
Intención del autor y tema que aborda	La intención del artículo es mostrar el estado en que se encuentra la Responsabilidad Social en el sector floricultor de la Sabana de Bogotá.
Objetivos específicos del texto	Los autores quieren dar a conocer que estas prácticas han contribuido a algunas mejoras, pero aún falta el reconocimiento al actor laboral y el diálogo social.
Tipo de análisis	El análisis es expositivo.
Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata	Las empresas colombianas están avanzando en los procesos e implementaciones de programas de responsabilidad social, por lo tanto este hecho causa gran interés en especialistas e investigadores para llevar a cabo estudios e investigaciones.
<b><u>Esquema y análisis</u></b>	
Tesis propuesta	El sector floricultor a finales de los años sesenta empezó a incrementar su producción debido a la gran demanda internacional, sus principales clientes son EEUU y Europa, por lo tanto aumentó el empleo. Para el año 2002 el sector generó 94270 empleos
Desarrollo de la	



## Anexo S. Informe de lectura número nueve



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura No. 11

<b>Reseña de un texto corto</b>	
<p>GUARDANS CAMBÓ, Rafael. Experiencia europea. En Cornejo, Boris y Venza, Ángela (1998). Responsabilidad social: una empresa para todos. Ecuador: Fundación Esquel, 1998. P. 90.</p>	
<p><b><u>Contexto y origen</u></b></p> <p>Género del texto (indica los límites del texto)</p> <p>Competencias del autor</p> <p>Intención del autor y tema que aborda</p> <p>Objetivos específicos del texto</p> <p>Tipo de análisis</p> <p>Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata</p> <p><b><u>Esquema y análisis</u></b></p> <p>Tesis propuesta</p>	<p>El texto es una exposición en una Conferencia Internacional sobre Responsabilidad Social y Ciudadanía, acerca de la experiencia de Europa a través de siglos en RS.</p> <p>Miembro fundador y Director General de la Fundación Desarrollo Sostenido, ex Secretario General de CODESPA.</p> <p>Dar a conocer el motivo por el cual se creo la fundación Esquel, sensibilizar y mostrar que la fundación prefiere dirigirse a la ciudadanía no con palabras ni discursos, sino con sus acciones.</p> <p>Dar a entender que no sólo basta con armar discursos y teoría sobre la Responsabilidad Social, también hay que llevar esta teoría a la práctica, y que todos, tanto el Estado como la sociedad civil pueden hacer parte de este proceso, para el desarrollo de la sociedad.</p> <p>El análisis es argumentativo y demostrativo. Pues el autor expone sus ideas y las argumenta con ejemplos y hechos.</p> <p>La influencia coyuntural es política- social, pues el texto se realiza en un momento en que la fundación Esquel de Ecuador necesita formular estrategias que conlleven al desarrollo sustentable del país, motivados por la pobreza y desigualdad social que se vive, y para ello empieza a realizar un estudio sobre como se puede abordar la Responsabilidad social para mejorar la situación crítica del país.</p> <p>El derecho es simple reflejo de la vida social que el Viejo Continente ha producido para dar cabida a la responsabilidad social de los ciudadanos.</p> <p>En la Roma Clásica por ejemplo, se determinaban mecanismos para que los herederos de un fallecido, pudieran utilizar la ganancia de determinados bienes para el cuidado de la sepultura y a la cobertura de los gastos que motivasen los actos sociales, que en fechas</p>

Desarrollo de la tesis	conmemorativas se llevaran a cabo. Más adelante comenzaron a nacer establecimientos de misericordia y caridad, hospitales a los que los ciudadanos podían donar cualquier tipo de bienes. Durante la Edad Media se consolida la personalidad de la Fundación, la iglesia quién era la titular de esta práctica tiene una personalidad jurídica y también sigue haciendo lo mismo hasta hoy. La evolución de las fundaciones en la Europa Continental, se da cuando se da inicio a un amplio concepto de Responsabilidad Social, ya conocido hoy por la sociedad.
------------------------	--

## Anexo T. Informe de lectura número diez



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura No. 10

<b>Reseña de un texto corto</b>	
<p>MARCHÁN, Cornelio. Buscar la salida es tarea de todos. En Cornejo, Boris y Venza, Ángela (1998). Responsabilidad social: una empresa para todos. Ecuador: Fundación Esquel, 1998. P. 78.</p>	
<b><u>Contexto y origen</u></b>	
Género del texto (indica los límites del texto)	El texto es una exposición en una Conferencia Internacional sobre Responsabilidad Social y Ciudadanía, acerca de la labor que desempeña la fundación Esquel de Ecuador.
Competencias del autor	Cornelio Marchán es el presidente ejecutivo la Fundación Esquel, ha sido Ministro de Planeación, Director de Petroecuador, miembro de la junta monetaria del Ecuador y consultor para diversas organizaciones internacionales como UNICEF.
Intención del autor y tema que aborda	Dar a conocer el motivo por el cual se creo la fundación Esquel, sensibilizar y mostrar que la fundación prefiere dirigirse a la ciudadanía no con palabras ni discursos, sino con sus acciones.
Objetivos específicos del texto	Dar a entender que no sólo basta con armar discursos y teoría sobre la Responsabilidad Social, también hay que llevar esta teoría a la práctica, y que todos, tanto el Estado como la sociedad civil pueden hacer parte de este proceso, para el desarrollo de la sociedad.
Tipo de análisis	El análisis es argumentativo y demostrativo. Pues el autor expone sus ideas y las argumenta con ejemplos y hechos.
Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata	La influencia coyuntural es política- social, pues el texto se realiza en un momento en que la fundación Esquel de Ecuador necesita formular estrategias que conlleven al desarrollo sustentable del país, motivados por la pobreza y desigualdad social que se vive, y para ello empieza a realizar un estudio sobre como se puede abordar la Responsabilidad social para mejorar la situación crítica del país.
<b><u>Esquema y análisis</u></b>	
Tesis propuesta	Con herramientas adecuadas, las personas más pobres se pueden convertir en actores de desarrollo, y con esta ideología nace la fundación Esquel, convencidos que se creó para buscarle una respuesta a la sociedad civil y no para ser su representante. La fundación nació en un contexto cargado de incertidumbre, en una

<p>Desarrollo de la tesis</p>	<p>crisis que se atravesaba en los 90 con la caída del muro de Berlín y el derrumbe del socialismo. Los partidos políticos no representaban a quienes decían representar, el Estado no podía ser el responsable de todos los problemas sociales, y la pobreza seguía aumentando y la población perdía su participación en las decisiones. Por este motivo se necesitaba propuestas menos teóricas y más prácticas. Por lo tanto, Esquel se fijó unos objetivos encaminados hacia el apoyo a la autogestión de los actores sociales, a la contribución de formar una política basada en el diálogo y en el consenso, cambiar el estilo de hacer política en el país y, crear un desarrollo donde participen el Estado, la sociedad civil y el sector privado. La fundación Esquel cree que lo más importante es construir capacidades en los individuos y en las organizaciones para fortalecer el combate contra la pobreza, también apoya las iniciativas provenientes de la comunidad. Creen firmemente en que la riqueza es mucho más que el conjunto de bienes y servicios que se pueden adquirir, la riqueza está compuesta por intangibles como el conocimiento, la transparencia de los negocios, por la participación ciudadana, la moral, la ética, por un medio ambiente sano y por el respeto a los demás.</p>
-------------------------------	---



## Anexo U. Informe de lectura número once



### Diseño de un informe de responsabilidad social Betty Dannides González Payán Informe de lectura No. 12

<b>Reseña de un texto corto</b>	
GIRALDO REYES, Beatriz Helena. Algunas ideas sobre responsabilidad social. En Revista Universitas Xaveriana No. 36, pág. 24. Cali: Pontificia Universidad Javeriana, 2006.	
<b><u>Contexto y origen</u></b>	
Género del texto (indica los límites del texto)	El texto es un artículo de una revista universitaria.
Competencias del autor	Beatriz Helena Giraldo es Sicóloga y especialista en Gerencia Social de la Universidad Javeriana de Cali, es Magister en Administración Universitarias de la Universidad de Costa Rica, Investigadora Cátedra UNESCO de este mismo país, Asesora del Comité de Desarrollo y Responsabilidad Social de la ANDI (Valle del Cauca)
Intención del autor y tema que aborda	Dar algunas nociones de lo que significa Responsabilidad Social.
Objetivos específicos del texto	Mostrar cómo algunos empresarios han adoptado este tema con gran importancia, debido a que es fundamental para la estrategia de negocios, ante los nuevos cambios que enmarca el siglo XXI
Tipo de análisis	El análisis es argumentativo. El autor lanza una idea y luego pasa a argumentarla.
Influencia de la coyuntura sobre los asuntos que trata	El artículo fue realizado en Cali, donde la responsabilidad social se ha hecho visible en las empresas del Valle del Cauca, por lo tanto dar explicaciones de la importancia de este tema, es motiva para se siga fortaleciendo, y más cuando las empresas de hoy buscan rentabilidad y sustentabilidad.
<b><u>Esquema y análisis</u></b>	
Tesis propuesta	Enfrentarse al nuevo siglo, con todos los cambios que trae, la globalización y las consecuencias de ésta, hace que el tema de Responsabilidad Social se vuelva prioritario. Este concepto tuvo

Desarrollo de la tesis	<p>origen en los movimientos creados por consumidores y grupos sociales que presionaron para que las grandes organizaciones asumieran la responsabilidad de sus acciones y el impacto en la sociedad y el medio ambiente. Hoy existen códigos y leyes que dan cuenta de lo que se conoce como Responsabilidad Social. Aparece una declaración de los Principios y Derechos Fundamentales del Trabajo que las empresas deben cumplir. Para las empresas esto significa asumir el cambio para poder enfrentar un mercado cada día más competitivo en una sociedad más exigente y mejor informada. Muchas de las empresas empezaron a invertir en RS., teniendo en cuenta, que ante la pobreza que enfrenta el mundo esto es clave para el desarrollo, si las empresas son rentables y sostenibles. Por ello, la RS debe ser algo más que un conjunto de leyes que se deben cumplir, para beneficio individual, sino que debe ser una forma de contribuir al desarrollo. Los beneficios de la empresa serán mayor competitividad, el posicionamiento en un mercado con un valor agregado y el crecimiento de la organización.</p>
------------------------	--

## **Anexo V. Entrevista Rodrigo Salazar (Acopi Valle)**

- ¿Para usted qué significa la responsabilidad social?

Frente a un país como Colombia, con tantas necesidades económicas, es justo que los empresarios retribuyan parte de sus utilidades para ayudar a un entorno que inicialmente debe incluir los trabajadores, y sus familias, y también las comunidades circundantes. Esto con el objetivo de llegar a los estratos con más necesidades con un programa sostenible y no de simple asistencialismo. Por el simple hecho de estar en Colombia, es más que una obligación moral, que con el tiempo se puede convertir en una obligación legal, porque la Ley lo exige.

No hay una cultura para la Responsabilidad Social y nosotros como organización estamos en la obligación de influir en los empresarios de que este tema es una cultura, porque Colombia es un país de moda y la idea es que la Responsabilidad Social no sea una moda, por esto hay que culturizar al empresario y hacerle entender que esto es un buen negocio para él.

Porque el trabajador que se siente ayudado y siente apoyo para su familia e hijos, son trabajadores que aumentaran su productividad y rendimiento y esto es conveniente para cualquier empresa.

En la forma como ellos ven los negocios, es grave que se le diga a un empresario que la responsabilidad Social da rentabilidad, la idea es que se sensibilicen y que se motiven a colaborar y a desarrollar proyectos sostenibles desde sus empresas y con sus trabajadores, y que lo vean como una colaboración con la gente de su país.

- ¿Cómo se práctica la responsabilidad social en Acopi Valle? ¿Cómo están trabajando?

Nosotros hacemos unos seminarios con la Cámara de Comercio y con BID.

No queremos que nada de lo que se haga sea por conseguir protagonismo y algunas empresas ya tienen fundaciones y están manejando unos programas de Responsabilidad Social. Son 300 empresas inscritas y 25 de ellas están afiliadas a las charlas y seminarios que hacemos sobre Responsabilidad Social.

Actualmente estamos manejando un proyecto que se llama Acabados para madres comunitarias, este proyecto lo crea Acopi y la Cooperativa de Impresores y Papeles, en donde se escogieran 40 madres comunitarias desplazadas para que aprendan el oficio de acabados gráficos y productos finales. Estas madres las escogen la Curia y la Gobernación del Valle del Cauca que hayan llegado desplazadas. La idea es crearles la empresa y manejarla.

También manejamos otro programa como es el de afiliarse con centros de educación superior para que los hijos de los trabajadores puedan ingresar a la educación superior, la alianza también es con centros tecnológicos y el Sena, con el objetivo que los trabajadores y sus hijos reciban capacitación y así mismo el ingreso familiar aumente. Los empresarios están buscando una alianza para conseguir el 50 o 80% de la matrícula.

Inicialmente la empresa tenía un concepto tradicional que era solo ganar, pero más adelante se dio cuenta que debía tener un compromiso más allá de cumplir con las leyes. Y por esta razón algunas empresas se han concientizado y ya tienen un programa permanente de RS. Por eso nosotros seguimos trabajando para hacer más conciencia de eso y la filosofía es que el empresario sepa que tiene una obligación con la comunidad.

- ¿Desde cuándo las pequeñas y medianas empresas comenzaron a interesarse por aplicar a sus estrategias de negocio la RSE?

La RS siempre estuvo muy ligada a la gran empresa, pues ellos por sus grandes capacidades, producción y ganancias pueden contribuir un poco más a inversiones de tipo social. Por esto, estamos tratando de que la Micro, Pequeña y Mediana empresa utilicen un porcentaje de su utilidad a ayudas comunitarias, es decir a la inversión social, que la Mipyme no se conforme con dar un salario, aunque la filosofía dice que ayudar a las personas con oportunidades y cubrir sus necesidades básicas es una obligación del Estado, por eso queremos a través de los proyectos que tenemos, generar un cambio mental, que haga parte de la cultura empresarial de este gremio y que se concienticen. Esos empresarios que hacen parte de este gremio están vinculando a sus hijos profesionales en la junta directiva de sus empresas, por eso estamos realizando estas charlas para que ellos también se concienticen y en sus estrategias de negocios vinculen la RSE.

El 99.8% de las empresas que existen en Colombia son Mipyme (Micro, Pequeña y Mediana Empresa), solo el 2% son grandes empresas. La Microempresa tiene de 1 a 10 empleados y unos activos hasta de 200 salarios mínimos; la Pequeña empresa tiene de 11 a 50 empleados y unos activos hasta de 5000 salarios mínimos y la Mediana empresa tiene de 51 a 200 empleados y un activo hasta de 30 mil salarios mínimos. Pero de este gran universo de empresa en Colombia, el 60% son empresas informales, o sea que no existen legalmente. No pagan seguridad social, ni parafiscal, ni Sena, ni Bienestar Familiar. Los trabajadores son explotados, porque a veces no les pagan ni el salario mínimo. Por eso, nosotros trabajamos porque estas empresas informales se conviertan en empresas formales, legales, que los trabajadores estén protegidos. Estas empresas que no están formalizadas no tienen cargas laborales, ni pagan impuestos, entonces por ese motivo hacen el trabajo más barato y esto afecta las otras empresas que si están formalizadas y que legalmente existen.

## **Anexo W. Entrevista Martha Montoya (Ingenio Manuelita)**

- Existen varios puntos de vista de lo que significa responsabilidad social, para usted ¿cuál es la definición más indicada?
- ¿Cómo sabemos si una organización es socialmente responsable?

Responsabilidad social es responder con habilidad a las expectativas legítimas de los diferentes grupos de interés de una organización. Esto quiere decir que cualquier organización, desde empresa en el sector productivo, una fundación, un colegio, una junta de acción comunal, la institución que sea, establece unas relaciones con los diferentes grupos de interés de su entorno y el ser socialmente responsable es eso, responder con habilidad a expectativas legítimas que esos grupos de interés tienen respecto a ella.

Por ejemplo una organización del sector productivo, la primera expectativa que tiene que satisfacer de manera legítima es a los grupos de interés por los cuales ella existe, como el caso de Manuelita que produce azúcar, esa azúcar tiene que satisfacer a esos clientes, debe ser de excelente calidad, tiene que tener un precio competitivo, tiene que ser entregada con oportunidad a quien la requiere, y tiene que cumplir con las expectativas de ese grupo para el cual ella pretende atender. Ese es digamos como la primera expectativa que hay que satisfacer.

Si es una fundación satisfacer a los grupos a los cuales están dirigidos sus servicios, si es un colegio, a sus alumnos con la calidad de educación; si es una junta de acción comunal, a los vecinos que los han elegido, en fin... ese es un primer grupo de interés, se podría de decir que es como la razón de ser de esa organización. Si esa institución u organización pierde su razón de ser, la responsabilidad social de ahí en adelante ya no existe. Yo existo porque hay alguien en la sociedad que requiere de mis servicios como institución, nazco y existo porque hay alguien requiere de lo que yo hago, cuando la sociedad ya no requiere de eso entonces pierdo mi razón de ser, mi objeto social no se está cumpliendo y eso para lo cual fue creada la institución ya no le sirve a nadie, sinceramente de ahí no hay ninguna responsabilidad social.

La primera regla de oro para que una organización sea socialmente responsable, que va siendo hoy sostenible, de perdurar en los años, porque su razón de ser sigue siendo importante y la sociedad lo sigue requiriendo, eso para la cual fue creada, lo haga bien, lo haga dentro de unos parámetros que le permitan ser una organización exitosa. Si ese objeto para el cual fue creada ya se cumple, ya empezamos a pensar de que la empresa esta siendo bien para lo cual fue creada y empieza a establecer otras redes de relación para los diferentes grupos de interés. Quiere decir, por ejemplo que para quienes la crearon llámese accionistas, para una empresa del sector productivo, los vecinos que eligieron esa junta de acción comunal o los dueños que fundaron ese colegio, o las personas que donaron para una fundación, ese es un primer grupo de interés que tiene que ver satisfecho sus expectativas, su expectativa

legítima es que ese aporte que hicieron no se pierde, que redunde en algo. Si para la fundación donaron algo para ella, pues que cumpla su propósito, que el colegio sea exitoso, que les rente algo, en el sector productivo igual, vas ubicando unos grupos de interés con unas expectativas legítimas, si yo invierto allí, yo pretendo que eso me rente.

¿Qué otros grupos de interés vas encontrando? Cualquier organización para cumplir su objeto social requiere de talento humano, o sea hay unas personas que agregan valor con su trabajo y que hacen posible que el objeto social de esa organización se cumpla, esos somos los colaboradores de las empresas, somos un grupo de interés muy importante, porque si nosotros vemos satisfechas también nuestras expectativas, pues vamos a entregar lo mejor de nosotros. Y qué expectativas legítimas tiene un colaborador, las más normales, lo mínimo, es que le paguen a tiempo, que tenga una seguridad social para ellos y sus familias, que se cumplan las leyes laborales del país en el trabajo, eso en un principio. Después, que le paguen mejor cada vez, que se pueda desarrollar como personas, que pueda adquirir vivienda, que pueda educar a sus hijos, esta es una expectativa de cualquier persona donde quiera que esté trabajando, en la medida en que la persona permanece más allí pues sus expectativas se van haciendo más finas, cuando van satisfaciendo una necesidad, pues va queriendo satisfacer otras en su escala y desarrollarse como ser humano y tener una mejor calidad de vida, y eso es perfectamente legítimo. Y este es otro grupo de interés.

Existen los clientes o el objeto social para el cual existe la organización, están quienes fundaron o crearon o aportaron para llegara a ser una institución, las personas que trabajan allí, otro grupo de interés es la comunidad local donde trabaja esa institución. Como por ejemplo Manuelita que trabaja con las comunidades del entorno, como Palmira, el Cerrito. Definitivamente, donde estoy, eso me obliga una labor con ese entorno local. Como institución debe ser percibido como un buen vecino, como institución respetuosa, de las leyes, de las personas, que aunque ejerzo una actividad económica, no trasciendo los límites de la libertad de otro y en mi relación con esa comunidad, si es que yo genero empleo, lo genero en para ese sector. Que si estoy allí, genero empleo allí mismo.

Otro grupo de interés el cual no se puede apartar una institución es el Gobierno, uno sin ellos no va a ninguna parte, de todas maneras el gobierno siempre está reglamentando tu actividad de alguna manera, establece parámetros, hay que declarar, entregar certificados, el gobierno te vigila, te tributa. Este siempre será un grupo de interés con el que hay que satisfacer sus expectativas, si no se paga los impuestos, te multan, si no entregas documentos a tiempo, vas a tener problemas. Y según tu actividad económica como institución u objeto social, van apareciendo otros.

Con cada uno de esos grupos de interés, que cada organización tiene que hacer su análisis de cuáles son, se genera una expectativa legítima y el que yo sea socialmente responsable, quiere decir que cuando mi actividad la ejerzo

bien, yo voy estableciendo esas redes de relaciones adecuadas y eso me garantiza a mi que yo soy sostenible en los años. Y eso es responsabilidad social, que una organización sea sostenible, porque tengo una armonía con esos grupos de interés. Esto es para que entiendan como es que hoy se mira este tema, no es un tema de la filantropía, no es cuestión de que lo que a mi me sobra, lo regalo y ya, eso es bueno claro...pero este no es el concepto de responsabilidad social empresarial, es hacer las cosas bien desde el principio, con el medio ambiente. Yo debo respetar el medio ambiente y no comprometer recursos de futuras generaciones, porque sino definitivamente en los años no seré sostenible, ni mucho menos voy a ser bien percibido por un vecino, además eso no lo va a permitir ni el Estado ni la sociedad, ni es bueno para los trabajadores, ni para las finanzas ni para nada.

Hoy las empresas se están basando en unos pilares, y esos pilares son los sistemas de gestión como la ISO 9000, para asegurarme con mis clientes, la 14.000 con el tema ambiental, la 18000, con todo lo que es salud y seguridad con mis trabajadores, son pilares que se van adquiriendo y las empresas empiezan a mirar esos sistemas integrados de gestión, entonces cuando yo me reviso como empresa voy cuidando de todas esas partes y finalmente me puedo lanzar ya en la plataforma de responsabilidad social, porque ya voy asegurándome con todos los grupos de interés, y finalmente llegó allí, que es como una sombrilla, la sombrilla más grande que hay en sistemas de gestión, ya existe la ISO 26.000 que es la norma de responsabilidad social o la Guía Colombiana que también marca este mismo camino.

- ¿Desde qué momento las empresas empiezan a preocuparse por la responsabilidad social, por qué pasa a ser tan importante?

El tema empieza a ser muy importante, cuando los países en desarrollo, empiezan a exigir...aquí en el país y en América latina, muy desde los europeos que empiezan a presionar a quienes exporten o quienes les vendan también estén en esa misma cadena, sean organizaciones que respeten la ley, el medio ambiente, que no empleen a menores de edad, que tengan códigos de ética, que sean transparentes, y una serie de condiciones, , entonces se empieza a mirar que una empresa que produzco lo mismo que otras, estén en ese marco, es una empresa que es un mejor socio de negocio para mi, porque esa empresa es más sostenible, que empiece una relación con él y que sea duradera y si esa empresa cumple con esas características, es sostenible. Eso empieza a tomar fuerza cuando comienza esa apertura económica y nos empezamos a relacionar y nos empiezan a mirar como potenciales proveedores las multinacionales, las empresas desarrolladas, y también cuando empezamos a tener en cuenta que apostarle al tema de responsabilidad social es apostarle a ser buenos negocios, y a que mi inversión sea sostenible en los años, pensando de esta manera estoy yendo al éxito del negocio con certeza.

Cuando hablamos de lo contrario, de empresas que empiezan a tener problemas con grupos de interés esos son como semáforos en rojo que se van

prendiendo, empieza a decirte tienes un riesgo aquí, este grupo de interés tuyo te está marcando, está inconforme, está protestando, no se siente bien, los proveedores se sienten mal pagados, la comunidad no está de acuerdo con tu labor, el gobierno no te ve con buenos ojos, los medios no hablan bien de ti, entonces, si yo quiero trabajar en una estrategia de responsabilidad social tengo que empezar a revisar como están todos esos grupos y luego hacer gestión de esos riesgos, lo que quiere decir es que si yo tengo algún presupuesto yo voy a tener que hacer la inversión estratégica en empezar a satisfacer esas expectativas de esos grupos de interés para que ese semáforo empiece a bajar a amarillo y finalmente a verde, porque sino estoy empezando a tener problemas con mi negocio. El concepto es ese, es un concepto de sostenibilidad de cualquier actividad.

- ¿Conoce datos sobre los inicios de la responsabilidad social?

Eso tiene unos inicios en los 70, las primeras personas que empezaron a interesarse por estos temas, lo que yo conozco, son los antioqueños, que empezaron a inquietarse por los temas de los manuales de balance social, que ya se estaban manejando en Francia, y hubo una visita de algunas personas de empresas de Medellín a Francia para conocer esas experiencias y ya en esa época como desde el año 75-76 ya en ese país se le exigía a empresas de gran tamaño presentar balance social y de ahí se trajo el modelo de un balance social, que salió a la luz pública como un trabajo entre la ANDI, la OIT, entre otros, y una asociación de Comunicadores Organizacionales que existe en Medellín que se llama CECORP, sacaron el primer manual de balance social y de ahí empezó el interés en el país de reportar que se está haciendo en materia de bienestar de los grupos de interés, sobre todo de trabajadores, el cumplimiento con la ley, pero no tan completo como hoy en día. Eso estuvo por mucho tiempo, las primeras empresas en utilizarlos fueron FABRICATO.

Después se creó un concurso a nivel del país de las empresas con los mejores balances sociales. Pero el concepto evolucionó un poco más allá porque el manual se quedó corto, La revisión última se le hizo en el 2001 y ya hoy en día evolucionó a un concepto más internacional que son los reportes de sostenibilidad. Aquí en América Latina la Asociación de Empresarios Cristianos hicieron un trabajo interesante, en Brasil hay trabajo interesante del Instituto Ethos, en Argentina IARSE, en Chile está la fundación Prohumana, estos son esfuerzos posteriores.

- ¿Cómo es el manejo de la responsabilidad social en el Ingenio Manuelita?

El manejo de la Responsabilidad Social es que como el mismo esquema que te mencioné ahora, desde mi cargo y desde la gerencia de Recursos Humanos, atendemos básicamente dos grupos de interés: los colaboradores tanto como propios como tercerizados, junto a sus familias y la comunidad del entorno local, porque los otros grupos de interés los atiende otras áreas de la compañía. Con los accionistas y dando cuenta de cómo vamos en el aspecto financiero se encarga el Gerente General, la Gerencia Financiera; con los



clientes se encarga el área de Mercadeo y Servicio al Cliente; con el tema Medioambiental pues tenemos un área de Aseguramiento de la Calidad y Medio Ambiente, y esta se encarga de estar pendiente del monitoreo del tema ambiental y dar cuenta de que vamos bien con los indicadores. Tenemos el tema de las relaciones con los proveedores de caña, que lo atiende la Gerencia de Campo; con otros proveedores de insumo, los atiende el área de Materiales y Compras, pero nosotros desde nuestra gerencia, atendemos las expectativas legítimas de lo que son trabajadores propios, sus familias y la comunidad local.

Desde la estrategia general de la empresa, la ves por perspectivas; la perspectiva financiera pretende satisfacer los accionistas, la perspectiva de capital humano, de la gente de tener un desarrollo, un plan de carrera, de sentirse en una empresa que sea para ellos un buen lugar para trabajar, la comunidad también puede ver en nosotros que somos apoyo para que ellos gestionen sus propias soluciones como comunidad, no es que vamos a hacer sustitución del Estado, pero si vamos de la mano con ellos para que encuentren una mejores alternativas de calidad de vida como comunidad. Está marcado así de esa manera, como una empresa que hace gestión de sus riesgos, que está todo el tiempo mirando sus riesgos con todos esos grupos y atendiéndolos de manera adecuada, cumpliendo con la sociedad, con los proveedores pagando oportunamente, cumpliendo con lo que pacta, cumpliendo con la legislación laboral y cuando puede hacerlo porque su negocio va bien y supera las dificultades y de alguna manera bonifica con beneficios sea vivienda, lo que pueda hacer por su personal en la medida de las necesidades que uno tenga. Pero es este esquema, un esquema que paso de ser muy filantrópico en su momento, paso a ser un esquema muy estratégico, de estar muy atento a sus grupos de interés a hacer una inversión que satisfaga esas expectativas para mantenerse en un buen entorno de negocio que sea sostenible.

- ¿Cuáles son los programas específicos que se manejan con la comunidad?

Pues nosotros dentro de nuestro entorno de negocio, hemos definido que hay unas comunidades que para nosotros es muy importante, porque dentro de ellas viven nuestros colaboradores, tenemos áreas de cultivo nuestras y queremos ser percibidos como buenos vecinos. Sabemos que nuestra entidad económica genera unos impactos ambientales, pero queremos que a pesar de eso, seamos percibidos como una empresa socialmente responsable y digamos que tener en cuenta lo que le pasa a la comunidad, por estrategia siempre buscamos participar en programas donde vayamos como acompañados de otros, no solos y sabemos que la alcaldía tienen un proyecto para esa comunidad y hay una posibilidad de inversión allí, porque eso tienen un propósito a mediano o largo plazo de mejorar los indicadores de desarrollo, salud, educación, de calidad de vida, pues le apostamos a eso y nos sumamos a esos esfuerzos de la mano con el gobierno municipal y de la misma comunidad.

Por ejemplo hay una necesidad muy sentida de Palmira es el tema de una sede de la Universidad del Valle de Palmira, ese es un sueño largamente acariciado, entonces la empresa tiene un área de desarrollo urbano se sienta con el gobierno en el POT y se define que dentro de la mejor área de la ciudad, se define donarla para que se haga la universidad ahí. Pero no se queda en eso, ya se creo la fundación de apoyo a la universidad, Manuelita está ahí, esta en la junta e invitando a otros empresarios a hacer parte del proyecto, porque sabemos que se necesitan otras cosas, construir la sede y promete ser una sede muy grande que albergue a estudiantes de toda esa región. Y esta es una iniciativa que nos llena de orgullo estar participando en ella.

También estamos participando de manera muy activa en un proyecto cultural de Palmira que se trata de la construcción del Museo Arqueológico de Palmira, que es un museo que pretende recuperar todo el tema de la cultura Malagana, que hubo saqueo de todo ese hallazgo, entonces hoy se unen una fundación y Manualita que fue una de la gestoras y que hoy día está conformada por todas las empresa más representativas de la ciudad, donde todo el mudo ha puesto de su parte y el proyecto ya por lo menos está muy adelante, y en este momento solo existen una sala de exposiciones temporales, pero la idea es que este museo sea de lujo y pueda incentivar al turismo de la región.

Tenemos otros programas con la comunidad de Rozo, allá existe una corporación que se llama Corporrozo, y ellos han identificado una serie de proyectos que quieren desarrollar y han identificado sus problemáticas más graves, por ejemplo en el tema de aguas. La empresa ha estado acompañando en estructurar una asociación de usuarios del agua, que es un recurso escaso, y siendo Manualita un usuario debe promover este proyecto, para que entre todos logremos este recurso se cuide, se maneje bien y no sea una dictadura de unos pocos haciendo uso de un recurso que es escaso y si esto se logra hay la posibilidad de que otros proyectos agrícolas en esa región que tiene muchas zona con actividad agrícola.

Estos son algunos de los programas que tenemos ahora con la comunidad, nosotros siempre además de lo filantrópico, lo filantrópico siempre se va a ver como donaciones, eso es la herencia de la época de la filantropía que son donaciones que uno muchas veces no sabe cual es el resultado final de eso. Eso es una tradición, pero eso no es para nosotros tema de responsabilidad social, es bueno y si sigue haciendo hasta donde más se pueda, pero el verdadero tema de responsabilidad social está muy amarrado a satisfacer expectativas de grupos de interés, de nuestra gente, de las comunidades del entorno del negocio, porque si no es así pues el negocio no seria sostenible.

Y a nivel interno, con la gente que trabaja con nosotros, de nomina ya hay un trabajo de muchos años, son un grupo de personas que ya la mayoría tiene solucionado su tema de vivienda, con sus hijos el tema de educación y hay un relativo bienestar con la gente que siempre ha sido de nomina de Manuelita. De un tiempo para acá, con la apertura económica se dio inicio a las cooperativa y esto le ha dado un alivio a la empresa, porque ellas son grupos que se

organizan y contratan con nosotros su trabajo, pero ellas vienen a nosotros de contratista, de estar en unas condiciones muy bajitas en el tema de salud, vivienda, y en este momento son ellos son un grupo de interés de prioridad.

Nuestra primera prioridad es existir, si tu fracasa como empresa, entonces no le puedes dar empleo a nadie, y si no hay empleo, pues esto generará pobreza.

- ¿Cuáles serían las recomendaciones acerca de cómo debemos hacer responsabilidad social?

El primer tema definitivamente es que dentro de la estrategia de la empresa, dentro la misión, visión, eso le interese a los dueños, que realmente estén consientes de que si ellos quieren un negocio sostenible, lo tienen que hacer con responsabilidad social y desde la misma estrategia de la empresa, se diseñe pensando en definir cuales son los grupos de interés claves para le empresa, y que esa estrategia contemple satisfacer las expectativas de esos grupos. Vuelve y juega, con los accionistas, tener un gobierno corporativo muy transparente, que de cuentas a ellos de todas las finanzas, que los administradores cumplan con ese cometido de del dinero que le dieron a manejar allí. Con los clientes, el manejo del tema de la calidad, de las buenas prácticas, que asegure que es un producto de buena calidad desde su proceso mismo con el que se hace, desde los proveedores y trabajadores que lo están manipulando. Y mantener ese equilibrio la responsabilidad tiene tres ejes, social, económico y ambiental. El económico es que tú no puedes ser una empresa quebrada, tiene que ser una empresa rentable, pero esa la rentabilidad de que manera la logro: con responsabilidad social, cuidando el medio ambiente, con tus trabajadores en la parte social que ellos estén bien.

## **Anexo X. Contenido del informe de responsabilidad social ¡Por un Mejor Vivir!**

### **INDICE**

#### **➤ INTRODUCCIÓN**

#### **➤ PANORAMA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

- Referente Histórico
- Responsabilidad Social en Latinoamérica

#### **➤ ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA**

- Década del 60
- Década del 70
- Década del 80
- Década del 90
- A partir del año 2000

#### **➤ NORMATIVIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

- El Pacto Global
- Protocolo de Kioto
- Norma ISO 26000
- Global Reporting Initiative (Iniciativa para el Reporte Global)
- Norma SA 8000
- Normatividad en Colombia

#### **➤ ALGUNOS CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

- Definiciones de Organizaciones No Gubernamentales y/o Fundaciones
- Definiciones de otras organizaciones

#### **➤ RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

- Generaciones de Empresas Socialmente Responsables
- Hexágono de la Responsabilidad Social

#### **➤ LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA ACADEMIA**

#### **➤ PRESENTACIÓN DE ALGUNAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

#### **➤ CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **➤ BIBLIOGRAFÍA**

## INTRODUCCIÓN

Las sociedades actuales están afrontando una serie de oportunidades para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, pues día a día vemos cómo las problemáticas que afectan a la población se están acrecentando. Dichas dificultades, empiezan desde la contaminación del medio ambiente, el lugar donde habitamos se está deteriorando; la violencia que se está llevado consigo la vida de miles de personas inocentes, porque las constantes guerras entre grupos armados y la lucha por el poder no cesan; el desorden y la desigualdad social, la insatisfacción de las necesidades básicas y la carencia de oportunidades, está generando que se agranden las dificultades socioeconómicas de las sociedades y cada día más, con un panorama poco alentador.

Frente a esta situación por resolver mencionada anteriormente, no hay que ser indiferentes, es necesario que el Estado, los gobiernos locales, las grandes empresas, las distintas organizaciones, las entidades educativas, los núcleos familiares, la sociedad civil, los profesionales, asuman una posición diferente, con el firme propósito de contribuir al desarrollo de las sociedades, a través de la Responsabilidad Social (RS) como una alternativa que está dando resultado y está encaminada hacia el logro del bien común.

Es por esto que Leitmotiv Ltda., una organización que se dedica a prestar servicios de asesorías, consultorías e interventorías para proyectos del sector público y privado, pensando en la gran importancia que tiene el tema de RS, pensó en idear una forma de hacerla conocer y entender.

La siguiente cartilla tiene como objetivo presentar las distintas temáticas que aborda la RS, los distintos conceptos que existen, los antecedentes, con el fin de ver la evolución que ha tenido y por qué es tan importante para la sociedad actual.

En la primera parte del documento se expone la panorámica de la RS, en este tema se conocerá cómo la humanidad desde la edad media se ha preocupado por el vecino, ofreciendo ayuda de cualquier tipo, ya sea material, cuando éste lo ha necesitado, y cómo este ejercicio pasa de ser una acción caritativa a un concepto más amplio, en donde las acciones de una identidad o una persona deben ser con responsabilidad para no que no altere o perjudique el medio ambiente y la tranquilidad de las sociedades, ó que dichas acciones empiecen a remediar los daños ya causados, y cómo desde este momento se llega al concepto de responsabilidad social. Así mismo, veremos el panorama de la responsabilidad social en América Latina y el trabajo de las más importantes organizaciones sin ánimo de lucro que se han preocupado por difundir el tema de responsabilidad social.

Más adelante, en el siguiente tema, se conocerán los antecedentes de la RS en Colombia, cómo llegó al país y cómo se ha manejado con el transcurrir de los años, desde el momento en que algunos empresarios colombianos

alrededor de la década del 60, decidieron crear las fundaciones con el objetivo de ayudar a las comunidades más necesitadas.

Luego se conocerán algunas de las diferentes normas o reglamentaciones que se han publicado y aprobado para medir la manera de cómo se debe manejar la responsabilidad social en las distintas organizaciones, además de cómo se debe implementar dentro de las políticas y objetivos de una organización la Responsabilidad Social como herramienta para contribuir al desarrollo sostenible de las sociedades actuales, esto con el objetivo de revelar los alcances que se van dando año tras año. Aquí se dará a conocer el Pacto Global y los 10 principios impulsados por las Naciones Unidas; algunas normas que están por ser aprobadas como la ISO 26000, o aquellas que ya hacen parte de la estrategia de negocios de empresas como la SA 8000; el protocolo de Kioto, que fomenta el cuidado del medio ambiente y la disminución de emisión gases a la atmosfera, con el fin de reparar algunos daños ya causados.

También se presentarán la selección de algunos conceptos claves de Responsabilidad Social, la idea es conocer como ven este tema las distintas entidades, ya sea una empresa, una organización no gubernamental, organizaciones públicas y privadas, entre otras; qué conceptos se manejan y cómo ha evolucionado a lo largo de los años.

En el siguiente tema se expone la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), los diferentes grupos de interés (Stakeholders), cómo se deben atender a sus expectativas y qué se logra cuando una empresa aplica este tema en sus estrategias de negocio.

Del mismo modo, se conocerá el manejo que le ha dado la academia al tema de RS y cómo éste está incursionando cada vez más en ella. Se expondrán algunos grupos de investigación de diferentes universidades del país que están trabajando en el tema de RS que se encuentran registrados y reconocidos por Colciencias.

Así mismo, se presentan algunos casos de RSE, son diferentes propuestas de organizaciones de distinta naturaleza, aquí veremos como es el manejo de la RSE en la práctica.

Por último se dan a conocer algunas recomendaciones para tener en cuenta, donde se especificará cómo se debe manejar la responsabilidad social en una organización.

## **PANORAMA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

### **Referente Histórico**

El concepto de Responsabilidad Social, antes de ser denominado así, se le conocía como filantropía. Aunque a lo largo de los años se han encontrado grandes diferencias entre los dos conceptos, porque la Responsabilidad Social

más que ayudar a los más necesitados, es una forma de relacionarse con los distintos grupos de interés, en el caso de las organizaciones empresariales, satisfaciendo cada una de sus expectativas, con el objetivo de que la organización sea sostenible, "... la responsabilidad social de la empresa moderna, tal como es concebida hoy, poco tiene que ver con la forma como se efectuaba la filantropía empresarial en el pasado. Anteriormente consistía en efectuar obsequios, mientras que hoy se vincula con aspectos centrales a la gestión, como la estrategia y el mercadeo"<sup>18</sup>. La Responsabilidad Social garantiza la sostenibilidad de las sociedades, lo que conlleva al bienestar de todos y no el de unos pocos.

Pero lo que sí es cierto, es que este concepto tiene sus orígenes en la filantropía que ha sido practicada desde hace más de 20 siglos. En la Roma Clásica por ejemplo, se determinaban mecanismos para que los herederos de un fallecido, pudieran utilizar la ganancia de algunos bienes para el cuidado de la sepultura y a la cobertura total de los gastos que motivasen los actos sociales, que en fechas conmemorativas se llevaran a cabo. (CORNEJO – VENZA 1994)

Más adelante, ya en el siglo IV comenzaron a nacer instituciones denominadas "*piae causae*" ó establecimientos de misericordia y caridad, hospitales, orfanatos y asilos, entre otros, a los que los ciudadanos podían donar cualquier tipo de bienes. Y gracias a la sociedad civil organizada quién impulsó la puesta en marcha de oportunos mecanismos jurídicos, se logró que los *piae causae* fueran concebidos como sujetos de derecho dotados de capacidad propia y de una personalidad jurídica tácita. También durante la Edad Media dentro del marco de la doctrina jurídico-canónica, se consolida la personalidad de la Fundación, es decir, vista como persona jurídica dotada de unos bienes, aunque la iglesia seguía siendo la titular de esta práctica de beneficencia. Y durante el Renacimiento el mecenazgo\* artístico y cultural fue el que tuvo gran apogeo.

Entre los siglos XIX y XX, el concepto tiene una evolución y se empiezan a conocer documentos importantes para regir la responsabilidad social. En 1.889 se publica la carta Rerum Novarum escrita por el Sumo Pontífice León XIII, sobre la situación de los obreros. Este es el primer documento que desarrolla ampliamente una clara doctrina sobre Responsabilidad Social del empresariado, adaptada a la realidad de la industrialización, su objetivo era propiciar un gran reto para el empresariado católico.

Ya en 1.899 en Estados Unidos Andrew Carnegie publica su Gospel of Wealth (Evangelio de la riqueza), donde expresa su punto de vista y dice que empresarios como él eran vigilantes temporales de la riqueza y tenían que

---

<sup>18</sup> GÓMEZ, Henry y MARQUEZ, Patricia. Responsabilidad social corporativa como estrategia de negocio. Bogotá: Proceditor Ltda., 2004. p. 18

\* El Mecenazgo es el patrocinio financiero de artistas o científicos, a fin de permitirles desarrollar su obra sin exigir en contrapartida créditos monetarios inmediatos

distribuirla. En 1911 y 1913 aparecen fundaciones de renombre como Carnegie y Rockefeller.

Luego en Europa continental aparecen los nuevos y radicales movimientos sociales como anarquista, comunista, fascista y nacionalsocialista, que al igual que las dos guerras mundiales y el proceso de reconstrucción, traen consigo el gran cambio en el pensamiento y las actitudes, desarrollando el sentido de responsabilidad social.

Durante la mitad del siglo XX tanto en Europa como en Estados Unidos se proliferan las Fundaciones, se consolida el papel del ciudadano y se da inicio a un amplio concepto de responsabilidad social.

Por otro lado, cabe mencionar que la responsabilidad social también tuvo sus inicios después del nacimiento de las corporaciones, hoy por hoy una institución dominante en el mundo actual, y las consecuencias que trajeron gracias a su existencia y funcionamiento.

La corporación moderna nació durante la era industrial, hacia el año de 1712, cuando el inglés Thomas Newcomen inventó la bomba de vapor para reducir agua de las minas de carbón, con el objetivo de que los mineros pudieran sacar más carbón en vez de achicar agua con los baldes. La idea era producir más carbón por hora. Luego la bomba de vapor se fue mejorando y ya se utilizaba en otras industrias para lograr mayor productividad. Hoy en día el sistema es el mismo, pero se producen más cosas y mucho más sofisticadas. (Chomsky 2002)

Pero, ¿cómo se explica que actualmente las corporaciones sean tan importantes en la vida moderna? Al comienzo las corporaciones eran asociaciones de personas autorizadas por el Estado para realizar alguna función en beneficio de la sociedad, por ejemplo, construir un puente para facilitar el transporte de las personas. Eran muy pocas las compañías constituidas, y las que existían tenían estipulaciones específicas en las autorizaciones por el Estado, como por cuánto tiempo podían operar de acuerdo a su capital, lo que podían realizar, no podían tener otra corporación, entre otras. Legalmente y culturalmente la corporación era considerada una entidad subordinada, su fin era servir al pueblo, realizar actividades para el beneficio del pueblo.

La revolución industrial y la guerra civil produjo el crecimiento de las corporaciones, se dio la expansión de las líneas ferroviarias y así mismo se obtenían grandes subsidios federales de tierras, bancos y de manufactura pesada. Los abogados corporativos de ese siglo vieron la necesidad de tener más poder para operar, y ellos quisieron derrumbar algunas restricciones que históricamente habían tenido las corporaciones. Por eso, sacaron provecho de la Enmienda No. 14 que se aprobó después de la guerra civil, esta enmienda consistía en darle los mismos derechos a la gente negra, donde ningún Estado podía privar a una persona de su vida, libertad o propiedad sin debido proceso



legal. Esta Enmienda se declaró para prevenir que los Estados le quitaran la vida, la libertad propiedad a los afroamericanos, que durante mucho tiempo de la historia sufrieron este flagelo. Pero las corporaciones se aprovecharon de esto y reclamaron argumentando que una corporación era una persona, y la corte suprema lo admitió. Las corporaciones se convirtieron en personas jurídicas, con derechos, era tratadas como personas especiales y hoy hacen parte de de la sociedad. (Chomsky 2002).

Pero estas “personas”, es decir, las empresas y organizaciones durante la historia y desde su existencia, no han tenido conciencia moral, se han preocupado sólo por sus accionistas y por obtener grandes beneficios y resultados, por encima del bien público. El funcionamiento de las corporaciones ha traído un efecto secundario y han causado grandes daños a la sociedad. Por ejemplo, la mano de obra barata y la explotación infantil, las grandes compañías llegan a lugares donde hay mucha pobreza, ofrecen empleo, y las personas la ven a la compañía como un salvador, y esta población trabaja por muy bajo costo, sin saber que los productos que ellos hacen se venden a muy altos precios. Se han ocasionado daños a la salud humana, cuando nace la era petroquímica, se inventa la sustancia sintética y cualquier producto se puede elaborar de manera sintética, sin conocer lo perjudicial que esto puede ser para la salud. Se han producido daños a los animales y a la biosfera, prácticamente se ha ido destruyendo poco a poco el medio ambiente, y el futuro no es para nada alentador si se sigue en la misma línea.

A raíz de estas grandes problemáticas, comienza la preocupación por el medio ambiente, por la sociedad y por el desarrollo de esta misma, que sea sustentable y que futuras generaciones puedan disfrutar de un ambiente sano, donde haya salud, donde perduren las especies y donde haya armonía en el medio ambiente y la sociedad. Es aquí donde la responsabilidad social nace y empieza a jugar un papel importante dentro de la sociedad, más allá del concepto de filantropía y de dar ayuda solo por caridad.

### **Responsabilidad Social en Latinoamérica**

En América Latina influenciados por la mentalidad anglosajona que le ha llegado desde Estados Unidos, también se ha avanzado en la reflexión sobre la responsabilidad social y la creación de fundaciones y proyectos sociales por parte del sector empresarial, teniendo en cuenta que es un beneficio, no solo para las sociedades, sino también para ellos mismos.

Existen proyectos que promueve la Bussines Partners for Development (BPD), junto al CARE Internacional, el Banco Mundial e importantes empresas transnacionales en sectores como el petróleo, minería y agua, que buscan apoyar nuevas vías de acción, que permitan fomentar el desarrollo de diversas comunidades pertenecientes a países como Argentina, Bolivia, Colombia, Haití y Venezuela. Estos proyectos tienen el objetivo de generar el desarrollo sostenible, mientras permanezca la explotación fijada en dicha zona. Estos

proyectos abarcan programas de educación, salud, pequeños negocios, microcrédito y gobierno local. (Gómez Henry y Márquez Patricia 2004).

El ejemplo de la Bussines Partners for Development (BPD), muestra una iniciativa en temas de responsabilidad social que nace a la raíz de la gran preocupación por el medio ambiente y los recursos que se están agotando por causa de la explotación de ellos por parte de importantes organizaciones empresariales.

Por otra parte, cabe mencionar que la pobreza en América Latina crece considerablemente, y es justo que las grandes empresas que operan en estos países, sobre todo multinacionales, se preocupen por el bienestar de la sociedad y más cuando el actor de mayor poder económico mundial es la empresa privada. Además está visto que una comunidad que está satisfecha y haya suplido sus necesidades básicas, puede producir más porque trabaja de manera eficiente, causando beneficio a la compañía donde labora.

Por lo anterior, países como Brasil, Chile, Argentina y Colombia, se han destacado por llevar a cabo adelantos en algunos procesos en materia de Responsabilidad Social, ya sea en las grandes empresas que operan en dichos países, organizaciones no gubernamentales, sin ánimo de lucro, ó distintas instituciones, que buscan fomentar el desarrollo económico y social en las diferentes comunidades.

Existen importantes organizaciones como el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social de Brasil, organización no gubernamental creada con la misión de movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de manera socialmente responsable. Actualmente, el instituto Ethos tiene alrededor de 1.370 asociados<sup>19</sup>, empresas brasileras de distintos sectores y tamaños. Estas empresas tienen unas ventas anuales que ascienden aproximadamente el 35% del PIB<sup>20</sup> brasileño y emplea a unos 2 millones de personas, por lo que resulta importante para esta organización establecer normas éticas y estrategias que permitan establecer reglas para el buen funcionamiento de las relaciones con los empleados, clientes, proveedores, accionistas, el medio ambiente y por supuesto, con la comunidad. El fin de esta organización es desarrollar conocimiento a través del intercambio de experiencias para ayudar a las empresas a examinarse frente a sus propias prácticas de gestión y poder profundizar en el compromiso de las empresas con la responsabilidad social.

Actualmente el Instituto Ethos cuenta con tres programas especializados, muy importantes. El primero se llama *Tejiendo Redes Sostenibles*, su principal

---

<sup>19</sup> Instituto Ethos de Brasil. Acerca del Instituto Ethos [en línea]. Brasil: 2008. [Consultado 18 septiembre de 2008]. Disponible en Internet:

<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3334&Alias=Ethos&Lang=pt-BR>

<sup>20</sup> *Ibíd.*, Disponible en Internet:

<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3334&Alias=Ethos&Lang=pt-BR>

objetivo es aumentar la productividad y la sostenibilidad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), y la ampliación de oportunidades en el mercado y así mismo contribuye al desarrollo del país. Este programa está liderado por el Instituto Ethos, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y el Banco de Interamericano de Desarrollo (BID).

El otro programa que maneja el Instituto Ethos es conocido como el *Grupo de Trabajo ETHOS- ISO 26000*. Este proyecto tiene como fin contribuir a la potenciación del papel de las empresas que participan en el Instituto Ethos en casos emergentes y el proceso de redacción de la norma de responsabilidad social ISO 26000. La idea es que las empresas participen en la construcción y elaboración de la norma que está próxima a salir.

Por último, otro de los programas que maneja el Instituto Ethos se le denomina GRES, Grupo Referencial de Empresas en la Sostenibilidad. Este es un programa de cooperación de las empresas con el fin de promover el intercambio de conocimientos relacionados con la administración de procedimientos para llevar a cabo una gestión sostenible.

El Instituto Ethos también cuenta con sus *Premios Instituto Ethos*, el cual posee los siguientes galardones como el Ethos Valor – Award, Premio Ethos de Periodismo dirigido a periodistas y el premio Balance Social para las empresas.

Al igual que el Instituto Ethos en Brasil, también en países como Argentina existen otras importantes organizaciones en materia de responsabilidad social, que se preocupan por su difusión y aprendizaje, es el caso del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial IARSE, una organización que trabaja para constituirse en un centro de referencia nacional en materia de responsabilidad social de las empresas, de la misma manera se preocupa también por fomentar el compromiso del sector de negocios de Argentina con el desarrollo sustentable de esta nación.

Argentina, al igual que la gran mayoría de países latinoamericanos, enfrenta una gran crisis económica, política, social y moral, y este es un punto de partida para generar un cambio social y cultural, para encontrar las soluciones o respuestas que permitan mejorar esta crisis. Y las empresas como generadoras de ingresos y con la atribución que se les ha dado de tener el poder, son actores importantes a la hora de pensar en desarrollar estrategias que permitan el desarrollo sustentable del país. Es por esto, que IARSE se preocupa por difundir y enseñar la responsabilidad social, mediante prácticas y experiencias, como una alternativa de generar el cambio que tanto se espera. Quizá uno de los programas más importantes que maneja este instituto es conocido como el Programa Proequidad, consiste en “promover el concepto y la práctica de la RSE en Argentina, en orden a contribuir a un cambio cultural en las organizaciones empresariales y en la percepción comunitaria de estos valores”. Este programa se desarrolla con el apoyo de la Fundación W. K. Kellogg.

Otros de los proyectos que maneja el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, es el Programa NexosRSE, que se lleva a cabo con el apoyo de la Fundación AVINA. El objetivo del proyecto es “Fortalecer los nexos entre los distintos nodos de Responsabilidad Social Empresaria de Argentina para que desarrollen, con una perspectiva de permanente crecimiento y autonomía, actividades e iniciativas tanto locales, como regionales dedicadas a promover el concepto y la práctica de la RSE”.

Por su parte en Chile existe una organización sin ánimo de lucro que desarrolla su trabajo en la responsabilidad social empresarial y ciudadana, se trata de la Fundación Prohumana, constituida en 1.998 como resultado de la elaboración de un proyecto llamado “La acción filantrópica como elemento de la responsabilidad social”. Y gracias a este estudio, se recolectó información y se dio inicio a la reflexión del tema, lo que conllevó a la realización de una propuesta frente a la responsabilidad social. Durante su funcionamiento, la Fundación Prohumana ha establecido nexos y alianzas estratégicas con las instituciones más prestigiosas de Chile y el mundo, con el objetivo de fortalecer sus relaciones y brindarle un mejor servicio a la comunidad.

Chile también cuenta con una organización sin fines de lucro llamada Acción Empresarial AE, creada en mayo del año 2000 y su objetivo es promover la responsabilidad social entre las empresas que operan en el país. Las áreas de acción de Acción Empresarial son: Ética Empresarial, Calidad de Vida Laboral, Medio Ambiente, Compromiso con la Comunidad y Comercialización y Marketing Responsable. Esta organización ha sido impulsada por la Confederación de la Producción y el Comercio CPC, junto con Bussines for Social Responsibility BSR, institución con sede en EEUU, que cuenta con más de 1400 empresas asociadas.

En México también han tenido grandes avances en materia de responsabilidad social empresarial, e instituciones como el Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI, se ha preocupado por promover este tema, de tal manera que las organizaciones empresariales de cada país estén bien orientadas en los temas que conciernen a la responsabilidad social. Esta es quizá la organización más importante, que agrupa empresas, fundaciones e individuos que promueven una cultura de responsabilidad social.

En Perú cuentan con una organización que promueve la responsabilidad social en ese país llamada Perú 2021. Esta institución fue creada en 1.994 y a lo largo de los años han venido trabajando en la difusión y promoción de la responsabilidad social, como metodología de gestión empresarial, para que la empresa se convierta en agente de cambio para alcanzar el desarrollo sostenible de este país.

Como vemos, parte de los países de Latinoamérica cuentan con organizaciones que se han preocupado por promover y enseñar la responsabilidad social, con el apoyo de diferentes instituciones que ya han avanzado en el estudio y aprendizaje de este tema. Cada una de éstas cuentan

con sus propias políticas y estrategias de gestión, pero el fin de cada una de ellas es generar el desarrollo sustentable de estos países, con la colaboración del sector empresarial, con el propósito de combatir los problemas sociales, económicos y ambientales de esta región del mundo.

## **ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA**

En Colombia siempre ha existido una tradición filantrópica ligada a factores religiosos, las familias que estaban estrechamente relacionadas con la Iglesia Católica, debido a sus preocupaciones morales, siempre se interesaron por hacer obras benéficas para favorecer a los más necesitados. A lo largo de los años en Colombia se ha avanzado en prácticas de responsabilidad social y este tema comenzó a hacer parte de la gestión de los negocios cuando empresarios decidieron crear fundaciones, estas fundaciones están ligadas a empresas familiares y son ellos mismos quienes realizan sus propios programas de inversiones sociales. También es importante recordar que Peter Drucker\*, con su enseñanza en la Universidad del Valle dejó una duradera influencia sobre las empresas colombianas, lo que produjo la creación y expansión de fundaciones en este país.

A continuación se presentan algunos hechos importantes a partir de la década del 60 para conocer y entender cuál ha sido la evolución de la Responsabilidad Social en Colombia.

### **Década del 60**

En 1960 nace la Fundación Codesarrollo por iniciativa de representantes de la industria, la banca, la iglesia y otros sectores empresariales de Antioquia. En Cali hacia el año 1961 la familia Carvajal crea la fundación, por iniciativa del señor Manuel Carvajal Valencia. Mas tarde, hacia el año de 1962 la fundación Carvajal atiende el llamado de la Arquidiócesis de Cali para trabajar con las comunidades menos favorecidas.

En 1963 se crea la Fundación Corona en Medellín por iniciativa de la familia Echavarría Olózaga, quienes comprometidos con el desarrollo económico del país, ejercen un sentido profundo de responsabilidad para con la sociedad en que viven. En un principio la fundación se llamó Fundación Santa Elena, y nació con el propósito de promover el crecimiento integral de las comunidades cercanas al área de influencia de las plantas manufactureras. En ese entonces, la fundación operaba en forma directa programas asistenciales de educación, vivienda y salud, principalmente. Más adelante y nuevamente en Cali, en el año 1964 se crea la Fundación FES, con un capital de \$24.000.000 los cuales

---

\* Drucker 1909 - 2005. Es considerado el más acertado de los exponentes en temas de administración, sus ideas y modismos vienen influenciando el mundo corporativo desde los años 40. Drucker es el primer científico social que utiliza la expresión "post-modernidad". Peter Drucker es el pensador más influyente del mundo en el campo de la administración de empresas.

fueron aportados por un grupo de dirigentes del Valle del Cauca interesados en crear una agencia de promoción de esfuerzos a favor de la Educación Superior, la cual tuvo sede en la Universidad del Valle.

Hoy estas fundaciones aún existen, dentro de sus esfuerzos se han desarrollado programas a beneficio de la educación, la salud, la vivienda y la construcción de una mejor calidad de vida, para las comunidades que no tienen oportunidades de salir adelante y de superarse. Por esta década también se abre el programa de Maestría en la Universidad del Valle con conferencistas como Peter Drucker aquí se da inicio al primer espacio donde se debate el concepto de Responsabilidad Social entre la academia y los empresarios.

### **Década del 70**

Fabricato y Enka fueron las primeras empresas que empezaron a inquietarse por los balances sociales, que ya se estaban manejando en Francia y hubo una visita de algunas personas de estas empresas de Medellín a este país, con el objetivo de conocer esas experiencias. En Francia ya se le exigía a empresas de gran tamaño presentar balance social, de ahí se trajo el modelo de un balance social.

Después de haber conocido la experiencia francesa Fabricato y Enka, tomaron la iniciativa de medir su gestión a través de la realización del primer Balance Social. La primera es una empresa dedicada a la producción de textil, fundada en 1920 e inició operaciones en 1923 en el Municipio de Bello – Antioquia; la segunda fue fundada en 1.964 para la producción de polímeros y fibras sintéticas de poliamida (Nylon) y poliéster, destinados a la industria textil y como material de refuerzo para la fabricación de llantas.

Incolda\* y FES patrocinan la realización del estudio “Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia” donde se hizo evidente la necesidad de unificar el criterio de clase dirigente sobre su papel en el desarrollo del país. Y en 1.979, Incolda dicta seminarios sobre el tema y realiza estudio sobre la función social del empresario. Por esta década surgen algunas críticas para el empresariado. Las críticas apuntan a que el empresariado sólo buscaba su crecimiento material, cuantitativo, dejando a un lado el compromiso social con las comunidades y sus trabajadores.

### **Década del 80**

En 1981, la ANDI (*Asociación Nacional de Empresarios de Colombia*) elabora el primer modelo de Balance Social, basado en el modelo francés, junto con la

---

\* INCOLDA -Centro de Desarrollo de Bogotá- es una fundación privada sin ánimo de lucro creada por la Asociación Nacional de Industriales – ANDI - y por un grupo de empresarios del sector privado en el año de 1.959 para apoyar el desarrollo integral de quienes se dedican a la administración de las empresas tanto públicas como privadas, a través de programas de educación continuada que promuevan el desarrollo social y económico acorde con las necesidades de la sociedad y las nuevas tendencias del mercado y la globalización

Organización Internacional del Trabajo (OIT) y una asociación de Comunicadores Organizacionales llamada CERCOP, de ahí empezó el interés en el país de reportar que se está haciendo en materia de bienestar de los grupos de interés, sobre todo de trabajadores, el cumplimiento con la ley, pero no tan completo como hoy en día. CERCOP en esta misma década realiza un congreso con el objetivo de llamar la atención sobre la necesidad de incorporar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial en la toma de decisiones, alcanzar objetivos económicos en términos éticos y sociales y efectuar inversiones sociales y proceder por el interés público.

Después se creó un concurso a nivel del país de las empresas con los mejores balances sociales. Pero el concepto evolucionó un poco más allá porque el manual se quedó corto, La última revisión se hizo en el 2001 y ya hoy en día evolucionó a un concepto más internacional que son los reportes de sostenibilidad.

En 1.986 la Cámara Junior inicia un programa de proclamación de la empresa con mejor proyección social. Por esta época también, algunos autores comenzaron a afirmar que la Responsabilidad Social era usada como maquillaje para vender una buena imagen de la empresa.

### **Década del 90**

La Constitución de 1.991 introduce principio de función social de la propiedad y se garantiza a los individuos el derecho a propiedad privada. Resalta la importancia de que la propiedad privada esté al servicio de la sociedad.

Evoluciona el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y la ANDI lo define así: “Es el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general”

En 1.994 se crea el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial CCRE, una organización no gubernamental sin ánimo de lucro, y nace gracias a la iniciativa y los aportes de la Fundación Social y con el apoyo de la Fundación Interamericana (IAF). El CCRE ha venido trabajando en la investigación, desarrollo, divulgación y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

### **A partir del año 2000**

Actualmente Colombia cuenta con distintas fundaciones dedicadas al desarrollo de la sociedad. Estas fundaciones han sido creadas por iniciativas de los grandes empresarios, aún existen las primeras fundaciones que se crearon en los años 60 como la fundación Carvajal, Corona, Fes y Codesarrollo, se han mantenido a lo largo de las décadas, mejorando cada vez más sus servicios.

Por otro lado el nuevo siglo marca un interés profundo y las personas comienzan a interesarse por el tema y vemos que la academia también comienza a preocuparse por difundir esta ideología en distintas facultades como Administración, Ingeniería Industrial, Comunicación Social, entre otros, dando a conocer el tema, debatiéndolo e investigando. Por ejemplo, en la facultad de administración en ingeniería industrial de los Andes, debido a su tradición de investigación histórica de las empresas se comenzó a desarrollarse un camino para el conocimiento de la responsabilidad social.

Este nuevo siglo también despierta el interés de las Pequeñas y Medianas Empresas PYMES por el tema y se comienza a incorporar la responsabilidad social en sus estrategias de negocios, debido a que empiezan a conocer la importancia del tema y lo útil que es a la hora de contribuir al bienestar de sus diferentes grupos de interés y así mismo al desarrollo sostenible del país.

Por otra parte, desde el año 2004 se ha venido realizando una serie de reuniones con el objetivo de crear una Guía Standard para Colombia que proporcione pautas para el desarrollo de responsabilidad social en las diferentes organizaciones, la idea es crear un modelo de gestión integral que incluya aspectos ambientales, económicos y sociales. Esta fue una iniciativa de la Organización Internacional de Normalización ISO. En el momento esta guía llamada Guía Técnica Colombiana de Responsabilidad Social se encuentra en proceso de consulta pública, para su posterior aprobación y divulgación.

En la actualidad, un reporte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, arrojó cifras en donde se demuestra que Colombia es uno de los países latinoamericanos más avanzados en incorporar las prácticas de Responsabilidad Social en las estrategias de negocios. Lo anterior, da cuenta de que a través de los años Colombia ha ido consolidando el tema y se ha preocupado por expandirlo a cuenta de tener bienestar tanto para las empresas como para las sociedades en donde se desempeñan.

Por eso, es de gran importancia mencionar la evolución que ha tenido el concepto desde los años 60 cuando se empezaron a manifestar las primeras prácticas filantrópicas tradicionales, que se acercaban un poco a lo que hoy en día conocemos como Responsabilidad Social Empresarial. Hoy por hoy es un concepto que representa diferentes acciones orientadas a generar bienestar común, tanto para la empresa, como para los entes que la rodean.

La Responsabilidad Social antes concebida como un compromiso exclusivo de la empresa y el Estado para contribuir con el desarrollo, hoy se concibe como un acto voluntario, de parte de todos los entes de la sociedad y no sólo del Estado, los gobiernos locales o la empresa privada. Hoy es una acción colectiva, por la lucha del bienestar de toda la comunidad, porque le compete a toda la sociedad.



## **INDICIOS DE LA NORMATIVIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

La Responsabilidad Social hoy en día es tan importante, que pasó de ser un acto voluntario, a considerarse un aspecto que todas las grandes organizaciones deben incluir en sus prácticas empresariales. Ésta debe hacer parte de la estrategia de negocio de cualquier empresa, ya sea por prestigio, rentabilidad, buena imagen, sostenibilidad, o cualquier aspecto que traiga beneficios tanto para las empresas, como para los grupos internos y externos a los cuales se dirige. Por eso, actualmente existen diferentes lineamientos que las empresas pueden adherir a sus políticas y estrategias de negocio, para el mejoramiento de sus procesos, por competitividad y porque al mismo tiempo, con la responsabilidad social se puede contribuir al desarrollo de las sociedades.

A continuación presentaremos algunos de los lineamientos o algunos documentos normativos que rigen la Responsabilidad Social de las empresas.

### **El Pacto Global**

La extrema pobreza que viven algunas naciones y la desigualdad social motivó al Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, a plantear en 1999 durante el Foro Económico Social de Davos, la idea de realizar un Pacto Global entre las Naciones Unidas y el empresariado mundial. El objetivo del Pacto Global es la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial, desde el desarrollo de valores universales, que se apliquen en las empresas que se adhieran al Pacto Global, sin importar cuál sea su tamaño.

“El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cuál las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción”<sup>21</sup>. Las organizaciones que se adhieren al Pacto Mundial, son organizaciones que están convencidas en que las actividades empresariales basados en principios universales “contribuyen a la construcción de a un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades mas prósperas”<sup>22</sup>.

Es por esto, que las empresas que asumen este compromiso, contribuyen al desarrollo sostenible de las sociedades, y más cuando el mundo enfrenta crisis por la violación de los derechos humanos, los derechos laborales, la contaminación del medio ambiente y la corrupción.

---

<sup>21</sup> El Pacto Mundial, “¿Qué es el Pacto Mundial?” [en línea]. Estados Unidos: Portal Naciones Unidas 2007. [Consultado 28 de Marzo, 2008]. Disponible en Internet:

<http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

<sup>22</sup> *Ibíd.*, Disponible en Internet: <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

La idea del Pacto Global es que las organizaciones empresariales incorporen en sus prácticas empresariales los diez principios formulados, para combatir dichas problemáticas. Estos diez principios se basan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, La Declaración relativa a los principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo y La Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

### Los diez principios del Pacto Global

ÁREA	PRINCIPIOS
<b>Derechos Humanos</b>	<p><b>1:</b> Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional;</p> <p><b>2:</b> Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.</p>
<b>Derechos Laborales</b>	<p><b>3:</b> Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;</p> <p><b>4:</b> Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;</p> <p><b>5:</b> Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil;</p> <p><b>6:</b> Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.</p>
<b>Derechos Ambientales</b>	<p><b>7:</b> Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales</p> <p><b>8:</b> Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental</p> <p><b>9:</b> Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente</p>
<b>Lucha contra la Corrupción</b>	<p><b>10:</b> Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.</p>

## **Protocolo de Kioto**

Es el tratado medioambiental más ambicioso del mundo, firmado en 1997 en la ciudad japonesa de Kioto, por eso lleva su nombre. Esto se llevo a cabo durante el Tercer Congreso de las Partes del Convenio Marco sobre Cambio Climático de la ONU, en donde asistieron representantes de 125 países.

Este protocolo exige que los países industrializados reduzcan sus emisiones de gases contaminantes como el dióxido de carbono en un promedio de 5% entre los años 2008 y 2012, con relación a las emisiones registradas en 1990. Los países que más hayan contaminado el medio ambiente en el pasado, serán los que deberán reducir en un porcentaje alto sus emisiones de gases. En febrero de 2005 el acuerdo entró en vigor, después de que 55 naciones que suman el 55% de las emisiones de gases<sup>23</sup> que causan el efecto invernadero, lo ratificaron.

Este convenio es el único mecanismo internacional para hacer frente al cambio climático y minimizar sus impactos a causa de la contaminación, especialmente por fábricas y grandes industrias. Este convenio contiene objetivos legalmente obligatorios para que los países industrializados reduzcan las emisiones de los 6 gases de efecto invernadero de origen humano como dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), metano (CH<sub>4</sub>) y óxido nitroso (N<sub>2</sub>O), además de tres gases industriales fluorados: hidrofluorocarbonos (HFC), perfluorocarbonos (PFC) y hexafluoruro de azufre (SF<sub>6</sub>).

## **NORMA ISO 26000**

Esta norma será una guía que expondrá lineamientos en materia de Responsabilidad Social que La Organización Internacional para la Normalización (ISO), ha decidido emprender. La guía, será publicada a comienzos de 2009, como ISO 26000, y será de uso voluntario, no incluirá requisitos y de esta manera, no será una norma certificable.

Para cumplir con este propósito se ha designado a un Grupo de Trabajo de ISO en responsabilidad Social (WG RS), liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT) para que desarrollen la Norma Internacional para la Responsabilidad Social.

---

<sup>23</sup> Protocolo de Kioto, “¿Qué es el Protocolo de Kioto?” [en línea]. Estados Unidos: Portal Green Peace, 2008. [Consultado 28 de marzo 2008]. Disponible en Internet: <http://archivo.greenpeace.org/Clima/Prokioto.htm>

## PROPÓSITOS Y RESULTADOS ESPERADOS NORMA ISO 26000

PROPÓSITO DE LA NORMA ISO 2600	RESULTADOS ESPERADOS CUANDO UNA EMPRESA APLIQUE LA NORMA ISO 26000
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.</li> </ul>
<p>➤ Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los stakeholders incluyendo los empleadores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a RS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders (incluyendo los empleadores)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Hacer también un análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.</li> </ul>

## NORMA SA 8000

Impulsada por el *Council on Economic Priorities*, una identidad sin fines de lucro, y aplicada por SAI (Social Accountability Internacional). El SAI es una organización No Gubernamental creada en 1.997 en Estados Unidos que se dedica al desarrollo, control e implementación de normas de Responsabilidad Social que sean demostrables y voluntarias. Esta norma ha sido diseñada según los modelos de las normas ya establecidas como la ISO 9000 e ISO 1401 aplicables a Sistemas de Gestión de Calidad y de Gestión Ambiental.

Esta norma se basa en varias normas de derechos humanos internacionales existentes, como por ejemplo la *Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas* y la *Convención Internacional de los Derechos del Niño de la ONU*.

La norma SA 8000 se basa en nueve pautas para certificar el desempeño de las empresas, este modelo es transparente, medible y verificable:

<b>1. TRABAJO INFANTIL</b>	Se prohíbe el trabajo infantil, además las empresas deben destinar fondos para la educación de los niños que pierdan su trabajo a raíz de esta norma
<b>2. TRABAJO FORZADO</b>	No se puede exigir a los trabajadores que entreguen sus documentos de identidad, ni que paguen "depósitos" como condición de su empleo.
<b>3. HIGIENE Y SEGURIDAD</b>	Las empresas deben cumplir con las normas básicas para generar un ambiente de trabajo saludable y seguro.
<b>4. LIBERTAD DE ASOCIACIÓN</b>	Se deben proteger los derechos de los trabajadores de crear y asociarse libremente a sindicatos y gestionar convenios colectivos, sin miedo a la represión.
<b>5. DISCRIMINACIÓN</b>	No se permite ninguna clase de discriminación por raza, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, etc.
<b>6. PRACTICAS DISCIPLINARIAS</b>	Se prohíbe el castigo corporal, la coerción física y mental y abuso verbal de los trabajadores.
<b>7. HORARIOS DE TRABAJO</b>	Se establece trabajar un máximo de 48 horas a la semana, con un día libre. Y un límite de 12 horas extras remuneradas con una tarifa especial.
<b>8. REMUNERACIÓN</b>	Los salarios deben cumplir con las normas legítimas y además deberán proveer suficientes ingresos para cubrir las necesidades básicas.
<b>9. GESTIÓN</b>	Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

## **GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Iniciativa para el Reporte Global)**

Esta es una organización independiente, de orden No Gubernamental, fue creada en 1997 por una convocatoria realizada por la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA). Su objetivo es desarrollar y difundir la Guía Para La Elaboración De Memorias De Sostenibilidad, la primera versión salió en el año 2.000, la segunda en el 2.002 y la tercera en el año 2.006.

El objetivo del Global Reporting Initiative es mejorar la calidad, rigidez y utilidad de los reportes de sustentabilidad, con el fin de que alcance el nivel de los reportes financieros, pero este balance se basa en la implementación del Triple Balance, económico, social y medioambiental. Este reporte es fuerte en el contenido medioambiental y también posee algunos indicadores para medir la gestión de Responsabilidad Social de las empresas.

### **Normatividad en Colombia Guía Técnica Colombiana (GTC) de Responsabilidad Social**

Colombia es un país que indudablemente ha avanzado vertiginosamente en los temas que comprende la Responsabilidad Social, pues esta nueva ideología ha pasado a ocupar los primeros lugares en la agenda de prioridades de las empresas del país.

Es por esto que hoy en día Colombia cuenta con una Guía Técnica Colombiana de Responsabilidad Social, un documento que busca orientar, por medio de lineamientos y recomendaciones, a las empresas que, independientemente de su tamaño, naturaleza, productos o servicios, quiera abordar el tema, de acuerdo a la cultura y problemáticas propias del país.

La iniciativa la tuvo el Comité Técnico de Normalización 180 de INCONTEC, luego de cuatro años de construcción, trabajo, y después de una consulta pública, donde se expuso a la opinión de diferentes grupos de interés con el fin de mejorar su contenido y responder a las necesidades de la realidad colombiana. Esta guía se hizo de acuerdo a los parámetros internacionales, otras normas y guías mencionadas anteriormente como la SA 8000, el Global Reporting Initiative (GRI), la norma ISO 26000, entre otras.

El principal objetivo de esta guía es proporcionar lineamientos para:

- Establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de Responsabilidad Social en la gestión.
- Involucrar a las partes interesadas (stakeholders) en una gestión socialmente responsable.
- Comunicar y evidenciar este enfoque a las partes interesadas (stakeholders).

- Fortalecer a las organizaciones en términos de confiabilidad, transparencia y creación de valor para todas las partes interesadas (stakeholders).
- Proveer herramientas necesarias para llevar a cabo procesos voluntarios de verificación y auditoría ética y social y así mismo garantizar sostenibilidad económica, social y ambiental.

Por otro lado, cabe mencionar que en Colombia existen otras organizaciones que plantean estrategias u otras formas, que no son precisamente normas, o modelos de gestión, para velar por el desarrollo de la sociedad. Esta claro que el Estado y los gobiernos locales también son responsables de construir una sociedad justa y equitativa, donde se cumplan los derechos de los ciudadanos y podríamos decir que este sería una manera de hacer posible la Responsabilidad Social. Estas organizaciones se encargan de hacer visible a la comunidad los programas que están encaminados al desarrollo de la sociedad, y que sean los ciudadanos mismos quiénes juzguen el papel que desempeñan algunas organizaciones.

Es por esto, que podemos mencionar a organizaciones como ONG por la Transparencia y una ONG llamada Colnodo.

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) son una forma de agrupación de la sociedad civil, comprometida con la construcción del Estado Social y Democrático de Derecho que trabaja por el bien común, es por esto que se llevo a cabo la iniciativa llamada ONG Por la Transparencia, con el fin de hacerse visibles presentando información pública permanente, sistemática y calificada sobre ellos mismos, teniendo en cuenta que esta red es la mejor manera de dar a conocer lo que son y lo que hacen, con el propósito de lograr credibilidad y respaldo del público. Su mayor interés es consolidar una cultura de transparencia dentro del sector de las ONG colombianas, aquí se vinculan organizaciones que están interesadas en dar a conocer a través de sus portales un mínimo de información de lo que desarrollan, haciéndose visibles al público en general. Actualmente ONG por Transparencia cuenta con 53 organizaciones de distintas regiones del país.

Por otro lado, en conjunto con la Confederación Colombiana de ONG se ha avanzado en el diseño y puesta en práctica de ejercicios sistemáticos de Rendición Social de Cuentas (RSC), como una manera de presentar a la sociedad algunos de los principales aportes que le hacen las ONG al desarrollo del país. Como muestra de lo anterior, en el 2007 se llevaron a cabo 5 ejercicios de RSC en distintas partes de Colombia en el que participaron 213 ONG del país.

Por otra parte, *Colnodo* junto a la Corporación Transparencia por Colombia tienen un proyecto que se llama Internet para la Rendición de Cuentas, esta es una herramienta que se encarga de fortalecer la transparencia de la información pública y facilitar el control social. Este proyecto permite que las Alcaldías Municipales puedan publicar información para la ciudadanía, donde las personas se pueden enterar de lo que está pasando y lo que se está

haciendo. Esta herramienta también permite apoyar ejercicios de rendición de cuentas en audiencias públicas por parte de las autoridades locales, esto contribuye a la disminución de riesgos de corrupción, además de acercarse a un concepto de gobierno transparente. Todo esto con el objetivo de que se cumplan los derechos del ciudadano de estar informado y poder crear espacios de opinión.

## **ALGUNOS CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

La Responsabilidad Social se ha convertido en un tema de gran interés en la sociedad actual, conocerla, entenderla y ponerla en práctica es una tarea que muchas organizaciones están realizando, con el objetivo de lograr un bienestar para todos. Por esto es importante conocer su conceptualización, pero no existe una definición única de Responsabilidad Social, sino varias que contienen alcances y matices distintos, dependiendo de quién la defina. Cada institución u organismo elabora su concepto de Responsabilidad Social, de acuerdo a sus intereses ó dependiendo de cual sea el que más se aproxime a su gestión. Pero lo que si es cierto es que en cada uno de estos conceptos, se admite que la Responsabilidad Social es una actitud voluntaria, que busca emprender acciones para el bien colectivo.

A continuación presentaremos los conceptos de algunas importantes organizaciones que se han preocupado por promover y desarrollar la Responsabilidad Social y de personas que han trabajado en el tema y que por lo tanto se les podría denominar como expertos.

## **DEFINICIONES DE ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES Y/O FUNDACIONES**

### **FUNDACIÓN ESQUEL – ECUADOR 1994**

“Es la adopción de una posición ética de uno o varios actores sociales, consistente en el libre y activo compromiso por resolver los problemas del desarrollo de la sociedad y construirla como comunidad democrática, sustentable y solidaria”.

### **CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA CEMEFI 2002**

“La Responsabilidad Social Empresarial es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo”.

Esta responsabilidad lleva, por tanto, a la actuación conciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus participantes: inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y



comunidad. La acción responsable integral se da en función a cuatro líneas estratégicas de competencia: Ética empresarial / Calidad de vida / Vinculación y compromiso con la Comunidad y su desarrollo / Cuidado y Preservación del Medioambiente.”

### **AÇÃO EMPRESARIAL PELA CIDADANIA – BRASIL 2002**

“Es la gestión con objetivos y compromisos que sobrepasan el ámbito de supervivencia del propio negocio, ampliándose hacia el ejercicio del papel de agente coresponsable del desarrollo social, político y económico de su ambiente; de la práctica de acciones asociadas a una mejora de la calidad de vida, a una ética en las relaciones y al ejercicio de la ciudadanía, tanto en la empresa como en el ambiente externo.”

### **FUNDACION PROHUMANA – CHILE 2002**

Es la responsabilidad que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad (local y global). La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.”

### **CentraRSE – GUATEMALA 2006**

“La RSE no es filantropía, no son acciones sociales independientes, y no son obligaciones ni imposiciones a las empresas. La RSE, más bien, es una estrategia o una forma de actuar de la empresa en su interrelación con todos los actores que la rodean y que se convierte en una ventaja competitiva”

### **CSR EUROPE 2007**

“La Responsabilidad Social Corporativa gira en torno a conductas esenciales de las empresas y la responsabilidad por su impacto total en las sociedades en las cuales operan. La Responsabilidad Social Corporativa no constituye una opción adicional ni un acto de filantropía. Una empresa socialmente responsable es aquella que lleva adelante un negocio rentable, teniendo en cuenta todos los efectos ambientales, sociales y económicos -positivos y negativos- que genera en la sociedad”.

### **INSTITUTO ETHOS DE BRASIL 2007**

“La responsabilidad social empresarial es la forma de gestión definida a partir de la relación ética y transparente de la empresa con todos los grupos con los cuales ella está relacionada y por el establecimiento de objetivos empresariales compatibles con el desarrollo social sostenible, conservando recursos

ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y fomentando la reducción de las desigualdades sociales.”

**FORUM EMPRESA Foro de Empresa y Responsabilidad Social de las Américas – 2007**

“Aunque no existe una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ésta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es vista por las compañías líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. La RSE es un amplio set de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”.

**CCRE Centro Colombiano De Responsabilidad Empresarial – Colombia 2008**

“La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.”

**CentraRSE – GUATEMALA 2008**

“La Responsabilidad Social Empresarial es una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país.”

**Centro Interamericano Para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional- 2008**

“La definición de la responsabilidad social de la empresa admite varias acepciones, pero todas coinciden en que se trata de un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Se emplea para describir una amplia variedad de iniciativas de orden económico, social y medioambiental tomadas por empresas, que no se fundan exclusivamente en requisitos jurídicos y son, en su mayoría, de naturaleza voluntaria.”

### **INSTITUTO ETHOS – BRASIL 2008**

"Responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".

### **CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA. 2008**

“Entendemos por RESPONSABILIDAD como la “obligación de responder ante hechos o situaciones”, y RESPONSABILIDAD SOCIAL es la obligación de responder ante la sociedad en lo general y sus constituyentes en lo específico. Entonces la RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, es la capacidad de entender y dar respuesta al conjunto de solicitudes que los diversos entornos le piden a la empresa. Además, es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común.”

### **FUNDACIÓN ESQUEL- ECUADOR 2008**

Para Esquel, la Responsabilidad Social es la actitud y las prácticas que asumen las organizaciones y los individuos para responder frente a la sociedad por las consecuencias de sus acciones. Es la expresión de la solidaridad con los menos favorecidos por el modelo excluyente de desarrollo. Es el interés por construir una sociedad que sea democrática, justa, equitativa, que privilegie el desarrollo sostenible y que trabaje en beneficio de quienes menos tienen.”

### **FUNDACIÓN PROHUMANA – CHILE 2008**

“La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.”

### **FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD – ESPAÑA 2008**

“La empresa del futuro no podrá limitarse a ser una mera explotación económica en el sentido tradicional del concepto. Adquirirá un mayor protagonismo en la sociedad en tanto que sea socialmente responsable, lo cual incorpora aspectos como que sus productos y servicios sean aceptados por los ciudadanos, cumpla estrictamente la normativa vigente, sus directivos tengan un comportamiento ético intachable, conceda una importancia adecuada a la

relación con sus empleados, sea respetuosa con el medio ambiente o apoye a las personas más desfavorecidas de las comunidades en las que opera.”

### **FUNDEMAS Fundación Empresarial Para La Acción Social - El Salvador kbf**

“RSE es la toma de decisiones de la empresa relacionadas con los valores éticos, cumplimiento de requerimientos legales y respeto hacia la gente, las comunidades y el medio ambiente. Es un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se reflejan a lo largo de las operaciones empresariales y de los procesos de toma de decisión, el cual es apoyado e incentivado por los mandos altos de la empresa”.

### **DEFINICIONES DE OTRAS ORGANIZACIONES**

#### **LIBRO VERDE de la Comisión de las Comunidades Europeas**

“Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”

#### **ANDI (Asociación Nacional De Empresarios Colombianos) 2008**

“La Responsabilidad Social se traduce en todas aquellas iniciativas que hacen las compañías voluntariamente para promover el desarrollo de sus trabajadores, integrar los temas sociales y ambientales a sus operaciones y aportar a la comunidad que les ha permitido ser y crecer.”

#### **World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza**

“La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida.”

#### **Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra**

“La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente.”

#### **Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos**

“La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”.

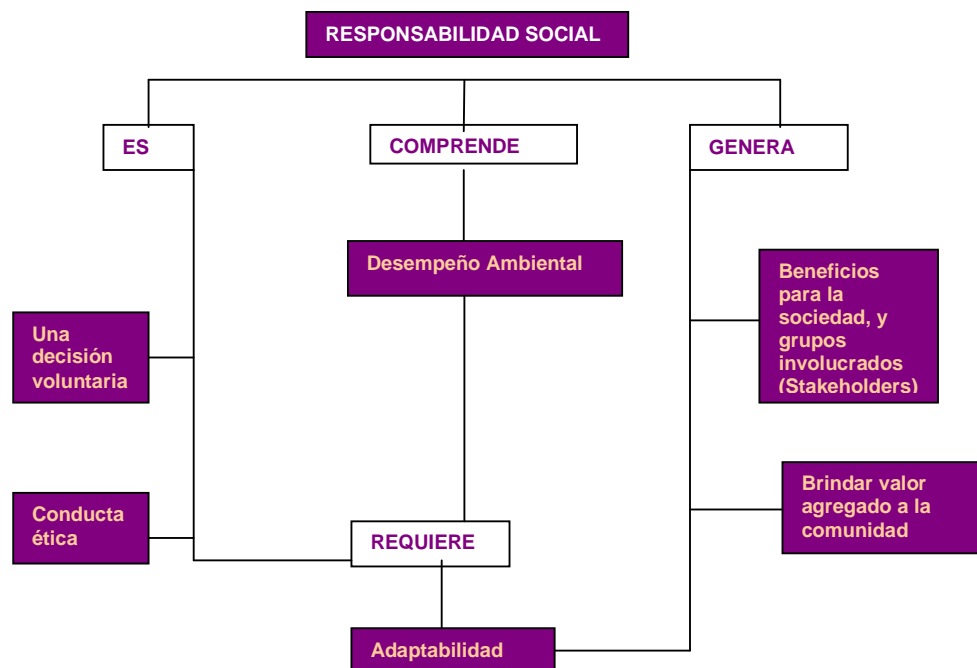
#### **Conferencia de Valdemar De Oliveira Neto Director del Instituto Ethos, en Encuentro de Endeavour en Argentina. ABRIL 2002.**

Es la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo”

Todas las definiciones anteriores son diferentes, pero la gran mayoría de ellas convergen en los siguientes elementos comunes:

- Que todas las empresas asumen la responsabilidad social como una decisión voluntaria.
- Que las empresas tienen un compromiso, y se trata de que sus operaciones agreguen un valor social a la comunidad.
- La conducta ética. La ética va más allá de lo que se espera tradicionalmente de los negocios, o sea que sean transparentes, esta conducta ética involucra a la sociedad con unas prácticas de negocio aceptables.
- El desempeño ambiental de una compañía. En las definiciones siempre se resalta la preservación del medio ambiente como prioridad, pues de éste es que salen los recursos y la idea de la responsabilidad social es que se cuide y conserve para las futuras generaciones.
- Que las empresas deben atender las expectativas de sus grupos de interés ó stakeholders, algunos conceptos hacen una lista concreta de ellos y éstos son los colaboradores y sus familias, los consumidores, proveedores, accionistas, la comunidad y el medio ambiente y cada uno de ellos debe beneficiarse de alguna manera de las operaciones de la empresa.
- La capacidad de adaptabilidad, lo que es bien importante adaptar la RS al contexto y realidad de las sociedades en las que funcionan las empresas, la idea es plantear modelos de RS que se acomoden según las particularidades del medio donde se desarrollan.

### MAPA CONCEPTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

“La responsabilidad social plantea que las empresas deben perseguir un amplio abanico de objetivos, incluyendo el de ser responsables socialmente, que ayuden a sobrevivir la organización. Centrarse únicamente en la producción de bienes y servicios para obtener mejores beneficios puede perjudicar, a largo plazo, el rendimiento de la compañía, además de afectar su supervivencia. En definitiva, la responsabilidad social tiene un efecto positivo sobre el resultado de las empresas”<sup>24</sup>.

La responsabilidad social está concebida como una inversión que da como resultado la obtención de grandes lucros, pues si el capital humano que rodea a la gran organización está conforme y se siente satisfecho, comprendido y con todas sus necesidades suplidas, este aportará un trabajo impecable, realizado con gusto, por ende, la productividad será mejor y dichas empresas obtendrán mejores ingresos. Además no tiene sentido que una empresa se dedique solo a producir, sin medir el impacto social que la compañía puede causar, sabiendo que este impacto podría afectar directamente a la organización, pues ésta está compuesta por sus trabajadores, las familias de éstos, los proveedores, los clientes, las comunidades que la rodean y hasta el mismo medio ambiente.

Pero algunas empresas en el afán de generar productividad, en una sociedad donde sólo se produzcan y se venda, con el fin de llegar a ser más competitivas, han olvidado el impacto que puede causar sus acciones en el entorno social, humano y ambiental. Y es indispensable tener en cuenta que enfocarse sólo en obtener ganancias es un acto carente de visión ética y responsable, inclusive corriendo el riesgo de afectar a la propia empresa.

Frente a las distintas situaciones por resolver, que relacionan directamente a la sociedad, podemos decir que una empresa que implementa la responsabilidad social en sus políticas es una empresa que se preocupa por el desarrollo sostenible de las sociedades, el manejo ambiental como consecuencia de su actividad productiva y de la comunidad donde asienta y opera su empresa.

El Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) tiene un concepto que abarca en gran medida las distintas concepciones de autores e instituciones que se preocupan por promover y dar a conocer la Responsabilidad Social “La Responsabilidad Social Empresarial es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de

---

<sup>24</sup> GOMEZ, Mejía Luis R. BALKIN, David B. Administración parte II, Ética y Responsabilidad Social. Ediciones McGRAW- HILL. p. 62.

quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno”<sup>25</sup>.

Los Stakeholders son los diferentes grupos de interés los cuales son un conjunto de colectivos que pueden ser afectados por una organización y sus actividades, o tener incidencia sobre ellas. Según la clasificación incluida en el “Código de gobierno para la empresa sostenible”, las partes interesadas son:

- Accionistas e inversores
- Empleados
- Socios estratégicos
- Creadores de opinión y conocimiento
- Comunidades locales
- Países y sociedades
- Administración pública
- Proveedores y Subcontratistas
- Instituciones financieras
- Clientes

Entonces, de esta manera podemos decir que una empresa con responsabilidad social es una empresa que promueve el desarrollo humano sostenible, protege los derechos humanos y laborales, protege el medio ambiente y lucha contra la corrupción. Y si a esto se le suma que la empresa que aplica la responsabilidad social obtiene muchos beneficios, como el mejoramiento de su imagen y logra mayor identidad y sus colaboradores tendrán sentido de pertenencia.

Cualquier organización ya sea una empresa productora, de servicios, un colegio, entre otras, establece unas relaciones con los diferentes grupos de interés de su entorno, que ya haya identificado, y el ser socialmente responsable es responder con habilidad a expectativas legítimas que de dichos grupos de interés (stakeholders) tienen respecto a la organización.

La primera expectativa que se tiene que satisfacer de manera legítima es la del grupo de interés por el cuales ella existe, estos son sus *Clientes*, que son la razón de ser de esa organización. La organización existe porque hay alguien en la sociedad que requiere de sus servicios como institución, cuando la sociedad ya no requiere de ellos, entonces se pierde la razón de ser. Y las expectativas de este primer grupo de interés son que el producto o servicio sea de excelente calidad, que tenga un precio competitivo, que sea entregada a tiempo (en el caso de proveedores) y con oportunidad a quien lo requiere.

Otro grupo de interés muy importante son los Accionistas, y podríamos decir que su expectativa legítima es que ese aporte que hicieron no se pierda, que con el tiempo sea productivo y genere ingresos, ganancias.

---

<sup>25</sup> ¿Qué es RSE? [en línea]. Colombia: Portal Centro Colombiano de Responsabilidad Social. 2008. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: [http://www.ccre.org.co/upload/2art03\\_g.pdf](http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf)

Hay otro grupo de interés que necesita de una vital atención a sus expectativas y estos son los Colaboradores. Cualquier organización para cumplir su objeto social requiere de talento humano, o sea hay unas personas que agregan valor con su trabajo y que hacen posible que el objeto social de esa organización se cumpla. Este grupo de interés tienen unas expectativas básicas, por ejemplo, que le paguen a tiempo y lo justo, que tenga seguridad social para él y sus familias, y estas expectativas se van haciendo cada vez más finas, a medida que van satisfaciendo las necesidades básicas, pues van queriendo satisfacer otras en su escala y desarrollarse como ser humano y tener una mejor calidad de vida.

La Comunidad también hace parte de estos grupos de interés de cada organización. Definitivamente, donde se encuentra la empresa, eso la obliga a tener una labor con ese entorno local. Como institución debe ser percibida como un buen vecino, como institución respetuosa, de las leyes, de las personas, que aunque ejerza una actividad económica, no trasciendo los límites de la libertad de otro y la mi relación con dicha comunidad, si es generar empleo para ese sector y no para ningún otro como se ven algunos casos en empresas colombianas.

Otro grupo de interés el cual no se puede apartar una institución es el Gobierno, sin ellos, ninguna organización llega a sus objetivos empresariales, porque ellos siempre están reglamentando la actividad económica de alguna manera, establece parámetros, hay que declarar, entregar certificados, el Gobierno vigila y tributa.

También encontramos al Medio Ambiente, porque hay que respetarlo y no comprometer los recursos de futuras generaciones, porque sino definitivamente en los años no la empresa no será sostenible, además de que ella necesita de estos recursos, tampoco será percibido como un buen vecino, además eso no lo va a permitir ni el Estado ni la sociedad.

El **Libro Verde** de Comisión Europea, plantea que La responsabilidad social comprende dos dimensiones, allí también se exponen esos distintos grupos de interés.

La primera es la Dimensión Interna, donde las prácticas responsables en lo social afectan directamente a los trabajadores y se refiere a la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad de ellos. En esta dimensión hay que tener en cuenta: la gestión de recursos humanos, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo, tener en cuenta la adaptación al cambio, la gestión del impacto ambiental y los recursos naturales.

La segunda dimensión es la Dimensión Externa, la relación que tiene las empresas con sus clientes externos, la responsabilidad no solo debe tratarse con los empleados, sino también con las comunidades y el espacio donde se encuentra ubicada la empresa. En esta dimensión habrá que tener en cuenta algunas gestiones para realizar con: las comunidades locales, los socios



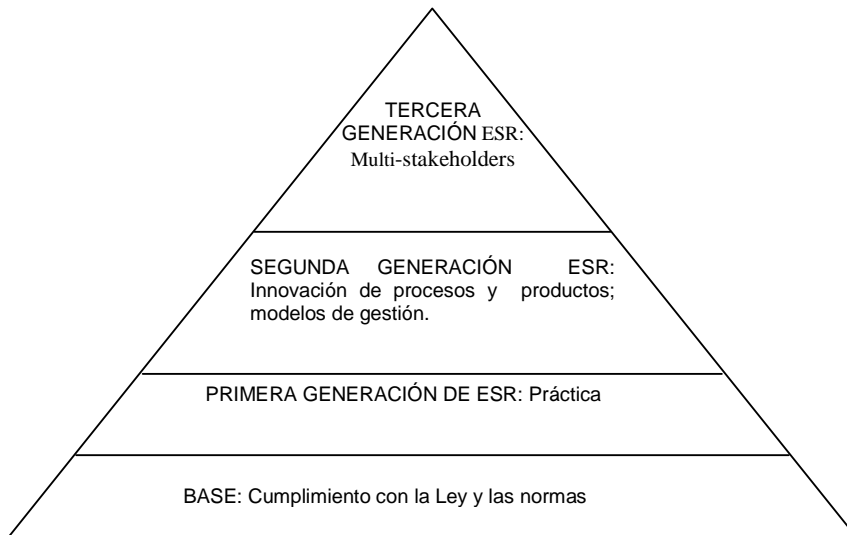
comerciales, proveedores y consumidores. Para llevar a cabo un buen marco de responsabilidad social es necesario hacer parte del programa de gestión y tener presente los Derechos Humanos, Derechos del trabajo (OIT) y los distintos problemas ecológicos mundiales.

### **Generaciones de Empresas Socialmente Responsables**

Existe una escala llamada Generaciones de Empresas Socialmente Responsables, elaborada por expertos del tema de RS, donde cada empresa se ubica en una generación, la idea es alcanzar la tercera generación de ESR. La industria metalúrgica se encontraba en la primera generación RSE, luego de la crisis pasó a ser de la Tercera generación.

Generaciones de ESR se divide en 4 fases, la primera fase es la base, donde toda empresa cumple con las leyes estipuladas; la segunda fase se llama Primera Generación de RSE, en donde hay prácticas filantrópicas, cuando las empresas se dedican a dar donaciones a la Cruz Roja y otras identidades y hasta ahí no mas. La tercera fase es llamada Segunda Generación RSE, donde hay innovación de procesos y productos, y nuevos modelos de gestión que posibilite una sustentabilidad a largo plazo que tiene que ver con el medio ambiente y con la interacción con la sociedad. Y por último se encuentra la Tercera Generación RSE, aquí se manejan los Multi-stakeholders, estándares y asociaciones, fortalecimiento de las instituciones y políticas públicas, las empresas se convierten en promotoras de desarrollo sustentable.

## Generaciones de empresas socialmente responsables<sup>26</sup>

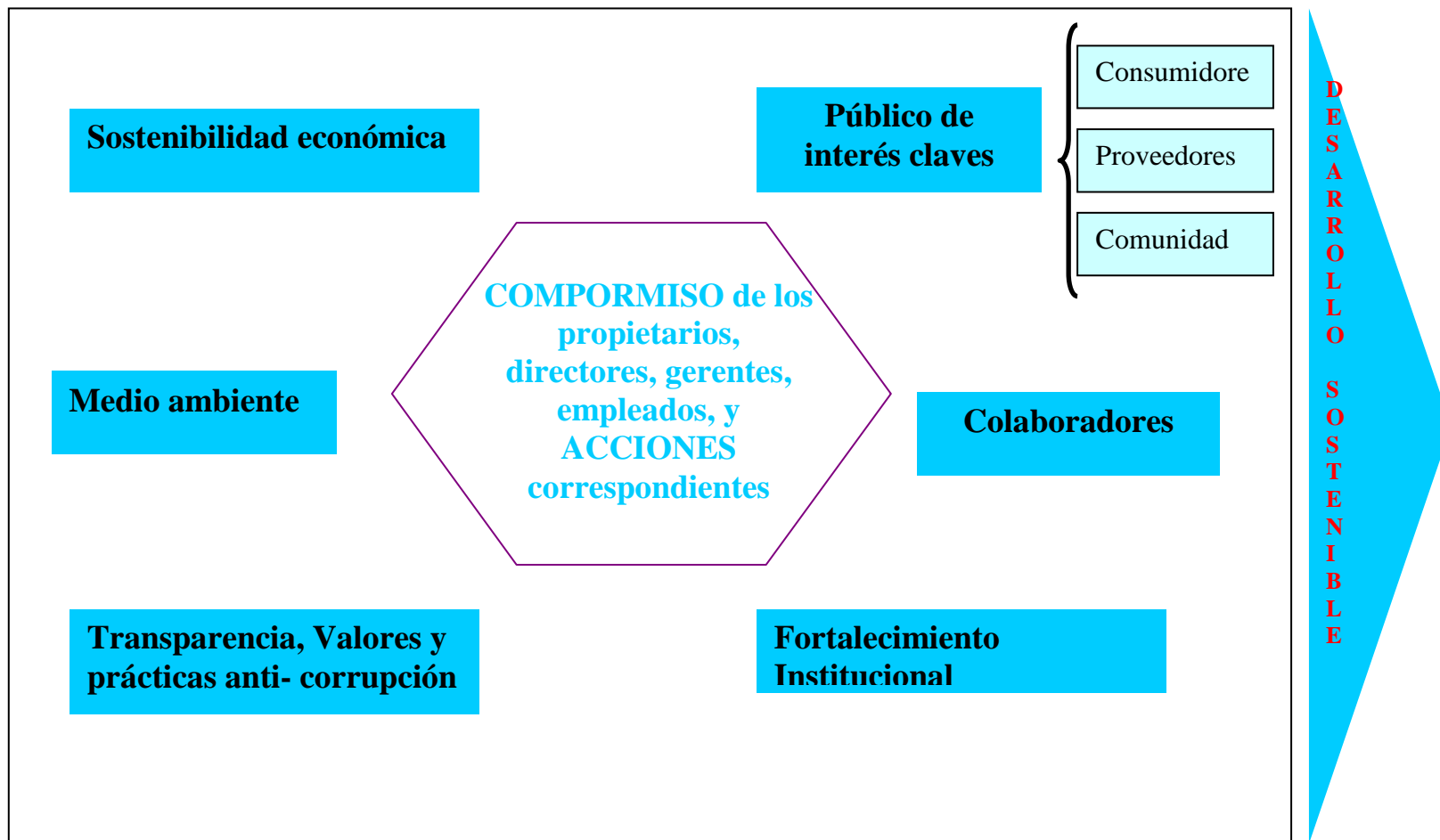


### Hexágono de la Responsabilidad Social

Este es un modelo conceptual apropiado que abarca en gran medida lo que se pretende atender en la Responsabilidad Social Empresarial. Este modelo se llama así porque comprende seis categorías sobre las cuales la empresa deberá enfocarse de manera integral para alcanzar una conducta de responsabilidad para con la sociedad donde opera. Las seis categorías definidas son: Transparencia, valores y prácticas anti-corrupción; colaboradores; públicos de interés clave (clientes, proveedores y comunidad); medio ambiente; fortalecimiento Institucional; y sostenibilidad económico.

---

<sup>26</sup> ANAYA, Sophie. La Responsabilidad Social, como aprendizaje en la empresa: El caso Met-Mex Peñoles. En: V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. (9na: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003 p. 123.



FUENTE: Diseño y Elaboración de un Modelo de RSE para Costa Rica, INCAE, 2004

## **Compromisos que debe tener una organización con sus grupos de interés:**

- **Transparencia, valores y prácticas anti- corrupción:**

Es importante tener en cuenta que cuando se constituye una organización debe tener unos valores que la identifiquen, que le sirvan para cumplir tanto la misión como la visión. Además debe tener un código de ética que rija el buen comportamiento de los miembros de la compañía, esto con el fin de que se puedan lograr los objetivos organizacionales a través del respeto, cumplimiento de normas y el buen clima laboral.

- **Colaboradores:**

Los colaboradores de cualquier organización son un aporte importante para el buen funcionamiento de la empresa. Si un colaborador esta bien y se siente a gusto, este aportará un trabajo impecable, con calidad y compromiso. El colaborador debe tener seguridad social, igualdad de oportunidades, se le debe fomentar el desarrollo profesional, debe tener una libre asociación, una remuneración justa, donde él pueda suplir sus distintas necesidades.

- **Públicos de interés claves:**

- **Consumidores:** Gracias a ellos existe la empresa, son ellos los que han requerido de un servicio o producto, por lo tanto la empresa tiene la responsabilidad de brindarles a ellos productos de excelente calidad. Que estos productos le ofrezcan salud y seguridad para quién los consume. La empresa debe brindar información completa de ellos, además los clientes tienen derecho a una atención al cliente, seguridad y garantía.

- **Proveedores:** La idea es que la gran empresa contribuya al desarrollo de estos proveedores, en especial a aquellas, micro y pequeñas empresas, mediante la colaboración para su desarrollo. Se debe seleccionar bien a estos proveedores, para que el producto final sea de calidad.

- **Comunidad:** Toda empresa debe comprometerse con la comunidad donde opera, teniendo programas de apoyo y desarrollo para dicha comunidad en temas de salud y educación, además que se genere empleo en el sector, con esto se contribuye al desarrollo de la sociedad.

- **Medio Ambiente:** Las empresas deben medir su impacto ambiental de sus actividades productivas, por lo tanto, las empresas tienen la responsabilidad de preservar el medio ambiente para las futuras generaciones. Además deben tener alianzas que les permita para llevar a cabo iniciativas en la educación ambiental.

- **Fortalecimiento Institucional:** Las empresas deben participar para contribuir al fortalecimiento de instituciones públicas, participando en proyectos de gobierno,

apoyando el desarrollo de políticas públicas y asegurando la transparencia política. La empresa privada es actor económico más poderoso, hacer buen uso de esta característica para contribuir al desarrollo de la sociedad es un acto responsable.

- **Sostenibilidad Económica:** Par que una empresa pueda sobrevivir y para que pueda realizar cada una de las características mencionadas anteriormente, tiene ante todo la responsabilidad de ser rentable económicamente y cuando se cumple esta condición se asegura la sostenibilidad de las empresas a través de los años. Una empresa rentable es una empresa que puede emprender los proyectos para mejorar la calidad de vida, es una empresa que asegura el trabajo y el pago de sus empleados. La sostenibilidad económica es vital para que se pueda realizar un ejercicio de responsabilidad social empresarial.

## **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA ACADEMIA**

Como se pudo observar en los temas anteriores, la responsabilidad social se ha convertido en una alternativa para combatir los problemas globales, que se ha practicado en distintas organizaciones de tipo social, empresarial, con el fin de que dicha organización obtenga a través de ella, beneficios tanto para la organización como para los entes que la rodea. El fin de aplicar la responsabilidad social en las estrategias de una organización es obtener el bienestar común, para lograr un mundo mejor, un mundo donde se logre que el medio ambiente, las sociedades, los recursos, sean sostenibles.

El futuro de la responsabilidad social está en manos de todos los ciudadanos, no basta con que el Estado, el gobierno local, los grandes empresarios, fundaciones y ONGs se preocupen por el bienestar de las personas, es importante que todos, desde sus hogares y actividades diarias se preocupen por contribuir para tener un mundo mejor.

Por este motivo es necesario que la academia se vincule con este gran proyecto de vida y tenga la Responsabilidad Social en su currículo, o en el pensum académico, para que ésta sea enseñada y aplicada desde que las escuelas.

Lo importante es que el tema se ha proliferado, ya no es una moda, donde las empresas acogían la responsabilidad social para estar a la vanguardia de las grandes multinacionales que la estaban aplicando. Hoy en día y cada vez más las personas desde la academia y las organizaciones entienden que la responsabilidad social va mas allá de dar unas donaciones a los más necesitados.

Es por esto que el estudio de la responsabilidad social se ha convertido en un interés para estudiantes de administración e ingeniería industrial, es decir los futuros gerentes de importantes empresas del país. También la responsabilidad social se ha convertido en un tema tan importante que ya es estudio de muchas investigaciones en Colombia.

Existen grupos de investigación registrados y reconocidos por Colciencias que trabajan temas de Responsabilidad social.

Según el directorio de esta entidad, Colombia cuenta con nueve grupos de investigación que trabajan temas de responsabilidad social empresarial. Dos de ellos son reconocidos y avalados por Colciencias. Los siete restantes están registrados en la institución, de los cuales 5 de ellos se encuentran avalados.

Los grupos de investigación reconocidos y avalados por Colciencias son los siguientes:

- Organizaciones, Conflictos y Responsabilidad Social, de la universidad ICESI de la ciudad de Cali, creado en el año 2001. Este grupo cuenta con 9 proyectos de los cuáles uno de ellos se titula: Responsabilidad Social Empresarial: Una tensión entre lo público y lo privado.
- Ética empresarial y Empresariado Social – ETHOS, de la universidad Nacional de Colombia de la ciudad de Manizales. Cuenta con 8 proyectos, uno de ellos llamado Línea de Investigación: Responsabilidad Social, en esta línea se pretende conceptualizar el tema, medir la RSE con el balance social e informes sociales y desarrollar técnicas de medición aplicables para algunas empresas. De esta línea de investigación se han desarrollado 11 productos. Algunos de ellos son:
  - Aproximación a un primer modelo de intervención empresarial para organizaciones socialmente más responsables. (El objetivo de este proyecto es construir un primer modelo de intervención empresarial, para contribuir con herramientas administrativas idóneas en el cumplimiento de la Responsabilidad Social.)
  - El Concepto de la Responsabilidad Social y su Significado en el Nuevo Contexto,
  - La Responsabilidad Social Empresarial hacia el Desarrollo Humano. Caso estudio: Asociación Nacional de Empresarios ANDI. Seccional Caldas. (Este trabajo tiene el objetivo de caracterizar las políticas y prácticas de Responsabilidad Social de este gremio empresarial, con el fin de reconocer cuáles se deben fortalecer o r modificar, o crear otras para que generen mayor impacto.)
  - Medición de la Responsabilidad Social Empresarial. (El trabajo pretende contribuir al Mejoramiento en la forma de medir la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) basado en el análisis de los modelos existentes, a fin de proponer un mecanismo de gestión empresarial simplificado e idóneo)
  - Proyecto de Balance Social para la Empresa C.I. Color Siete S.A. Primera fase: Desarrollo de Informe Social
  - Proyecto de creación del modelo de Balance Social de la Cámara de Comercio de Manizales a nivel Interno y Regional,

- Proyecto de creación del modelo de balance social en investigación y desarrollo
- Proyecto de mejoramiento del modelo de balance social con base en experiencias nacionales e internacionales
- Responsabilidad social: Un análisis conceptual.

Ahora veamos cuáles son los grupos que están registrados y avalados en Colciencias:

- Responsabilidad social y empresarial, de la universidad El Bosque de Bogotá, fue creado en el 2003.
- Observatorio- Responsabilidad Social Empresarial – ORSE, este grupo es de la Fundación Universitaria Agraria de Colombia, de Bogotá. Creado en el 2004. Este grupo cuenta con proyecto llamado Responsabilidad Social Empresarial que tiene por objetivo fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de practicas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders).
- Grupo de Investigación en Responsabilidad Social- GRS, de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío, de la ciudad de Armenia. Este grupo se creó en el 2007. Cuentan con dos proyectos llamados Fundamentación del proyecto de investigación marco en Responsabilidad Social y La Responsabilidad Social como generadora de Capital Social en las cadenas de valor del Departamento del Quindío.
- Grupo de Investigación de Responsabilidad Social Ambiental GIRSA, de las instituciones: Universidad Piloto De Colombia, Fundación Universitaria Empresarial De Al Cámara De Comercio De Bogota y Fundación Universitaria Monserrate. Creado en el año 2005.
- Los Estudios Ciencia-tecnología -Sociedad y la Responsabilidad Social Profesional, de las instituciones: Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca, Universidad Pedagógica Nacional de Bogotá. Este grupo fue creado en el año 2000.

Y estos son los grupos que se encuentran registrados en Colciencias, pero que aún no han sido avalados por la institución:

- Responsabilidad Social y Jurídico Empresarial, de la Corporación Universitaria De Colombia Ideas, creado en el 2008.
- Responsabilidad social y ética universitaria, de la Institución Universitaria Inpahu de Bogotá, creado en el 2008.

## **PRESENTACIÓN DE ALGUNAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

A continuación veremos tres casos de organizaciones de distinta índole (ONG, Empresa privada, Gremio Empresarial) que tienen dentro de sus políticas un programa de Responsabilidad Social. Los tres ejemplos son una muestra de algunas prácticas llevadas a cabo en materia de RS de una organización, aquí se plantea claramente que aplicar la Responsabilidad Social es un proceso en constante construcción y evolución, que poco a poco va generando grandes resultados.

### **Gremio Empresarial ACOPI Valle del Cauca (Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas)**

ACOPI, es la organización gremial de Colombia que agrupa a las microempresas formales y a las pequeñas y medianas empresas de los diferentes sectores productivos. Es una entidad sin ánimo de lucro, una Federación Nacional de la PYME, fundada el 27 de Agosto de 1951, como resultado de la fusión de entidades afines del orden regional que existían en ese momento en cuatro de las más importantes ciudades del país.

El director de ACOPI del Valle, Rodrigo Salazar, cree que frente a un país como Colombia, con tantas necesidades económicas, es justo que los empresarios retribuyan parte de sus utilidades para ayudar a un entorno que inicialmente debe incluir los trabajadores y sus familias, y también las comunidades circundantes. El objetivo es llegar a los estratos con más necesidades con un programa sostenible y no de simple asistencialismo.

ACOPI como organización, trabaja constantemente para influir en los empresarios para que apliquen el tema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con el objetivo de darles a entender que esto es un buen negocio, que la RSE pueda convertirse en algo que más que una obligación, por cumplir normas y leyes, y sea algo cultural. La idea es hacerles ver a los empresarios que el trabajador que se siente ayudado y siente apoyo para su familia e hijos, son trabajadores que aumentaran su productividad y rendimiento y esto es conveniente para cualquier empresa.

Por este motivo, ACOPI junto a la Cámara de Comercio y el BID, realizan unos seminarios sobre Responsabilidad Social Empresarial. Actualmente en el Valle son 300 empresas inscritas en el gremio empresarial y 25 de ellas están afiliadas a las charlas y seminarios que hacen sobre el tema.

Con la labor de Responsabilidad Social que se está emprendiendo en ACOPI, no pretenden que lo se haga sea por conseguir protagonismo y esto ya lo tienen claro algunas empresas que se han acogido a este programa. Algunas de ellas



también ya tienen fundaciones y están manejando unos programas de Responsabilidad Social.

Inicialmente la empresa tenía un concepto tradicional que era solo ganar, pero más adelante se dio cuenta que debía tener un compromiso más allá de cumplir con las leyes. Y por esta razón algunas empresas se han preocupado por este tema y ya tienen un programa permanente de RSE. Por eso, ACOPI sigue trabajando para hacer más conciencia de eso y la filosofía es que el empresario sepa que tiene una obligación con la comunidad.

Actualmente ACOPI junto con la Cooperativa de Impresores y Papeles están manejando un proyecto, en donde el objetivo es escoger 40 madres comunitarias desplazadas para que aprendan el oficio de acabados gráficos y productos finales. Esto lo están realizando con el apoyo de la Gobernación del Valle del Cauca y la idea es crearles la empresa para que estas madres progresen junto con sus familias.

Por otra parte, La RS siempre estuvo muy ligada a la gran empresa, pues ellos por sus grandes capacidades, producción y ganancias podían contribuir un poco más a inversiones de tipo social. Por esto, en ACOPI, desde hace dos años están tratando de que la Micro, Pequeña y Mediana empresa utilicen un porcentaje de su utilidad a ayudas comunitarias, es decir a la inversión social, que la Mipyme no se conforme con dar un salario. Muchos de los empresarios aún piensan que cubrir las necesidades de quienes más carecen de oportunidades es una obligación del Estado, la idea de los seminarios es poder cambiar parte de la cultura empresarial de este gremio y que ellos se concienticen. Además, esos empresarios que hacen parte de este gremio están vinculando a sus hijos profesionales en la junta directiva de sus empresas, por eso realizan charlas para que ellos también se concienticen y en sus estrategias de negocios vinculen la RSE.

“El 99.8% de las empresas que existen en Colombia son Mipyme (Micro, Pequeña y Mediana Empresa), solo el 2% son grandes empresas. La Microempresa tiene de 1 a 10 empleados y unos activos hasta de 200 salarios mínimos; la Pequeña empresa tiene de 11 a 50 empleados y unos activos hasta de 5000 salarios mínimos y la Mediana empresa tiene de 51 a 200 empleados y un activo hasta de 30 mil salarios mínimos. Pero de este gran universo de empresa en Colombia, el 60% son empresas informales, o sea que no existen legalmente. No pagan seguridad social, ni parafiscal, ni Sena, ni Bienestar Familiar. Los trabajadores son explotados, porque a veces no les pagan ni el salario mínimo. Por eso, nosotros trabajamos porque estas empresas informales se conviertan en empresas formales, legales, que los trabajadores estén protegidos. Estas empresas que no están formalizadas no tienen cargas laborales, ni pagan impuestos, entonces por ese motivo hacen el trabajo más barato y esto afecta las otras empresas que si están formalizadas y que legalmente existen”. (SALAZAR, Rodrigo 2008)

## **CASO CREPES & WAFFLES**

Crepes & Waffles es un restaurante, que nace de la idea de una pareja de universitarios de sexto semestre de administración de empresas del Colegio de Estudios Superiores de Administración. En 1980 se abrió el primer punto de venta en Bogotá, en la Carrera 11 con Calle 85, era una pequeña crepería con un estilo rústico, una barra de madera y un ambiente joven e informal.

Poco a poco Crepes & Waffles fue mejorando sus recetas y cada día más este restaurante se hacía popular. Hoy ya es una empresa nacional que abrió sus puertas en Cartagena, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga (Colombia), Quito (Ecuador), Ciudad de Panamá (Panamá), Caracas (Venezuela), Lima (Perú), Ciudad México (México) y Madrid (España).

Con una ideología de contribuir permanente al progreso de su gente, esta empresa 100% colombiana, se proyecta hacia el fortalecimiento de su estructura organizacional para seguir creciendo y así mismo contribuir a través de su aporte y sus prácticas de Responsabilidad Social, al mejoramiento de la calidad de vida de los que se encuentran a su alrededor.

La principal característica de Crepes & Waffles es que la mayoría de sus empleadas son madres cabeza de familia, que desempeñan labores de producción, servicio y administración. Crepes & Waffles cree en la responsabilidad que tienen las mujeres por hacer progresar sus hogares y considera fundamental en la preparación de alimentos el toque de afecto que la mujer pone en todo lo que hace.

En materia de Responsabilidad Social, esta empresa desarrolla constantemente planes de adquisición de vivienda para sus empleados, la empresa trabaja constantemente en el mejoramiento de la calidad de vida de ellos, a través de programas de salud, planificación familiar, orientación socio familiar, recreación, educación, con el claro objetivo de que contribuyen con el crecimiento personal y profesional de la gente.

Hacia el año de 1990 el padre de la fundadora de Crepes & Waffles, Beatriz Fernández, junto con el padre S. J. Alfonso Llano, empezaron a resolver el problema más urgente que tenían los empleados en esa época, algo que no tenía solución ni con una capacitación, ni con ninguna charla, porque las personas necesitaban vivienda y salud. Entonces empezaron un plan de vivienda social y hasta el 2005 ya habían entregado alrededor de 400 casas, no regaladas sino con préstamos del restaurante. Cada año se visitan, en promedio, 20 de los empleados para buscarles un proyecto de vivienda en conjuntos cerrados. Y el éxito ha sido total.

A esto se le suma que, toda persona, después de un año de trabajar con Crepes & Waffles, tiene derecho a un plan de medicina prepagada por cuenta de la empresa, la ideología de sus dueños es que es bueno ayudar a la gente, a ellos les gusta hacerlo, pero su mayor necesidad es que sus empleados entiendan que no todo es gratis y regalado. Beatriz Fernández cambió el concepto de empresa, porque Crepes & Waffles es, según ella, de todos, porque todos viven de ella y si no se cuida, simplemente se acaba.

El programa de Responsabilidad Social de Crepes & Waffles no solo busca que sus empleados crezcan integralmente, sino también su grupo familiar. Es por esto, que a partir del año 2008 se empezó a implementar un programa de capacitación para los hijos de las empleadas, que aunque cuentan con una profesión, se enfrentan a un mercado laboral difícil. La capacitación consiste en incentivar a estos jóvenes para que no terminen sus estudios con el ánimo de conseguir trabajo, sino crear su propia empresa.

El éxito de esta empresa es el valor que le ponen a la cadena de producción y la manera como se lo hacen saber a sus empleados, la idea de sus dueños es crear cada día más un sentido de pertenencia de sus empleados para la empresa. Por esto, han adoptado una metodología que consiste en que todos los días, alrededor de la 11:45 de la mañana, todas las sucursales se conectan para recibir un mensaje de la señora Beatriz Fernández, quién ofrece frases de aliento y de ánimo para las personas que considera lo más valioso de Crepes & Waffles.

### **CASO UN TECHO PARA MI PAÍS COLOMBIA (ONG)**

Un Techo para mi País (UTPM) es una organización no gubernamental latinoamericana, que se creó con el objetivo de combatir la extrema pobreza en la que se encuentran algunas comunidades del continente.

Nació en Chile en 1997, luego de que algunos jóvenes universitarios apoyados por Felipe Berríos S. J. denunciaron la situación de extrema pobreza que viven millones de personas en los asentamientos de las distintas ciudades. Para combatir esta problemática se ha venido desarrollando un programa que consiste en la construcción de viviendas de emergencia y la ejecución de planes de habilitación social. Es por esto, que surge la necesidad de convocar a toda la comunidad para darles a conocer la situación que viven más de 200 millones de latinoamericanos, y así mismo iniciar un proceso de concientización y compromiso de la sociedad, haciéndoles entender que el desarrollo de esta misma no sólo le compete al Estado y los gobiernos locales, sino que todas las personas pueden aportar para que se de el progreso. Por este camino se da inicio una nueva forma de construir un mundo sin injusticias e igualdad de condiciones.

Desde el año 2001 UTPMP empezó a expandirse y hoy hace presencia en 12 países. Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador,

Guatemala, México, Paraguay, Perú y Uruguay, en donde con la ayuda de miles de voluntarios, en su mayoría jóvenes universitarios, aportan al progreso de Latinoamérica.

A partir de su creación, UTPMP ha construido más de 32.000 viviendas de emergencia en toda Latinoamérica, ayudando a la erradicación de 400 asentamientos que nacen a raíz de la violencia, el desplazamiento forzoso y la falta de oportunidades en los países latinoamericanos. Además se han desarrollado diferentes planes de intervención social como programas de educación, salud, nivelación de estudios, capacitaciones en oficios básicos, fomento productivo, microcréditos, asesoría legal, entre otros.

Un Techo para mi País tiene un modelo de intervención que se enfoca en tres etapas básicas para dotar a las personas de algunas herramientas para que salgan de la situación de pobreza y luego se sostengan por sí solos. La primera etapa consiste en construir una vivienda de emergencia, que se realiza con el apoyo de los voluntarios universitarios y últimos años de colegios y las donaciones de empresas privadas.

Esta primera etapa es el incentivo que las familias necesitan para seguir trabajando para alcanzar su objetivo de una mejor calidad de vida. La segunda etapa consiste en una habilitación social, que se hace en los distintos asentamientos a través de la formación en oficios básicos, educación, salud, microcréditos, asistencia jurídica y trabajo comunitario. La tercera y última etapa, es la de la adecuación de la vivienda final, después de dar el primer paso, como lo es la construcción de una vivienda de emergencia y luego de un proceso de habilitación social, las familias ya tienen unas herramientas suficientes para ampliar su vivienda, mejorarla, renovarla y así mismo continuar con una mejor calidad de vida.

Un Techo para mi País es un programa que involucra a toda la sociedad, liderado por jóvenes universitarios, aquellos que serán los futuros profesionales y empresarios del país, quienes tendrán bajo su responsabilidad los altos mandos y quienes tomarán decisiones importantes que afectará directamente o indirectamente a la sociedad, este un programa en el cual se pueden involucrar empresas que están interesadas en dar donaciones, este es un programa que ejerce la Responsabilidad Social en conjunto, donde todos están comprometidos por un mismo objetivo: contribuir al desarrollo de países que viven situaciones de extrema pobreza

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Después de haber hecho un recorrido por el tema de la Responsabilidad Social, sus antecedentes históricos, cómo pasó de ser vista como un acto simplemente de caridad a un amplio concepto que mezcla los distintos entes de la sociedad;

las normas que la rigen que se pueden adherir de forma voluntaria para el mejoramiento de calidad de vida de las personas a través del respeto de los Derechos Humanos, del Medio Ambiente y del trabajo; cómo en Latinoamérica a raíz de los problemas socioeconómicos que vive el continente, comienza a convertirse en un tema de suma importancia para las distintas organizaciones y cómo llega a Colombia, los inicios que tuvo la Responsabilidad Social desde los años 60 con la creación de importantes fundaciones. Además también se pudo conocer cómo se puede aplicar el tema en las distintas empresas, involucrando las partes interesadas, atendiendo a sus distintas expectativas con el propósito de generar el bienestar colectivo, el bienestar para toda la sociedad.

Así mismo, con su estudio y análisis podemos reunir todos estos elementos y decir que:

- La Responsabilidad Social es un tema que ha tomado gran importancia a través de los años, debido a que es una alternativa que ha permitido mejorar la calidad de vida de los menos favorecidos en la sociedad actual.
- A raíz de la preocupación que surge por el Medio Ambiente y la explotación de los recursos naturales, la Responsabilidad Social también ha permitido se lleven a cabo estrategias, convenios y protocolos que tomen medidas para lograr una sostenibilidad, no sólo en el ámbito económico y social, sino también con el medio ambiente.
- De alguna manera también se ha logrado que los Derechos Humanos y Laborales se protejan y que la corrupción sea debidamente vigilada y castigada.
- A través de la Responsabilidad Social se está logrando que las empresas, como principales causantes del daño al medio ambiente, se preocupen, tomen medidas y asuman las consecuencias y tomen responsabilidad y empiecen a llevar a cabo proyectos para remediar los daños causados y comiencen a respetar los derechos del trabajador que por muchos años han sido violados.
- Así mismo, está visto que el papel de las empresas va más allá de su mera función económica, hay que contribuir con acciones positivas para la sociedad y participar en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y también del medio ambiente, que es donde se habita.
- Las empresas deben identificar y asumir la responsabilidad de los impactos que generan desde la compra de su materia prima hasta el uso del producto final del consumidor.
- Las empresas deben considerar en sus estrategias de negocios, algunos temas que son claves como : Ética, valores y principios de Negocios, Derechos Humanos, Laborales, el Trabajo y el Empleo; *Gobernabilidad Corporativa para*

poder administrarse a si mismos; El medio ambiente y su cuidado, los Proveedores y los productos; tener Inversión Social, hay que vincularse solidariamente con las comunidades, y así mismo generar el Desarrollo económico, atender y mejorar el campo de la Salud y la Educación.

Por lo mencionado anteriormente se recomienda que cuando una empresa se constituye, lo fundamental es que sus propietarios estén interesados en aplicar a sus estrategias de negocio la Responsabilidad Social, que sean concientes de que esta es prioritaria para su sostenibilidad. Así mismo, que dentro de su misión ó visión consideren este tema como aspecto fundamental para su desempeño como organización. Que su estrategia como empresa, se diseñe pensando en definir cuáles son los grupos de interés claves para ella, y que dicha estrategia contemple satisfacer las expectativas de esos grupos.

Por otro lado, en el tema que corresponde a Responsabilidad Social Empresarial, se debe tener responsabilidad con los accionistas, tener un gobierno corporativo muy transparente, que de cuentas a ellos de todas las finanzas, que los administradores cumplan con ese cometido del dinero que se maneja, cómo se maneja, en qué se gasta, etc.; responsabilidad con los clientes, para ellos es importante la satisfacción de sus necesidades en cuanto al producto que reciben, que este se maneje bajo unas buenas prácticas, que asegure que es un producto de buena calidad desde su proceso mismo con el que se hace. Responsabilidad con los proveedores y trabajadores que lo están manipulando. Y así sucesivamente tener responsabilidad con cada uno de los grupos de interés que se han delimitado dependiendo de cada organización.

La idea de estar pendiente de estos grupos de interés y de satisfacer cada una de sus expectativas, es mantener el equilibrio, la responsabilidad tiene tres ejes, estos ejes son el social, económico y ambiental. El económico vela por que la empresa sea rentable, pero esa la rentabilidad de qué manera la logro: con responsabilidad social, cuidando el medio ambiente, atendiendo a los trabajadores en la parte social, que ellos estén bien, con la comunidad, y por supuesto con el proveedor de los recursos, el medio ambiente.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ANAYA, Sophie. La Responsabilidad Social, como aprendizaje en la empresa: El caso Met- Mex Peñoles. En: V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. (9na: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003. 123p.

ANONIMO. La RSE (Responsabilidad Social Empresarial): Cuestión de modo, no de moda. En: Publicidad y Mercadeo. Mayo, 2007, No 315, p. 73

BLACK, Sam. ABC de las Relaciones Públicas, Relaciones con la comunidad y Responsabilidad Social Corporativa. Argentina: Edición Gestión 2.000, 1993. p. 125.

Cali sede del Foro de Responsabilidad Social: “Las empresas deben de ser buenos ciudadanos corporativos” [en línea]. Cali: Gobernación Valle del Cauca 2008. [Consultado 29 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=3322>

CORNEJO, Boris y VENZA, Ángela. Responsabilidad social: una empresa para todos. Ecuador: Fundación Esquel, 1998. 320p.

El Pacto Mundial [en línea]. Estados Unidos: Naciones Unidas en español, 2006. [Consultado 27 de marzo 2008]. Disponible en Internet: <http://www.un.org/spanish/globalcompact>

El Pacto Mundial [en línea]. Estados Unidos: Naciones Unidas, 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

Responsabilidad social [en línea] Colombia: EPSA, 2008. [Consultado 27 de marzo 2008] Disponible en Internet: <http://www.epsa.com.co/Responsabilidadsocial/PactoMundial/tabid/331/Default.aspx>

GIRALDO REYES, Beatriz Helena. Algunas ideas sobre responsabilidad social. En: Revista Universitas Xaveriana No. 36, p. 24. Cali: Pontificia Universidad Javeriana, 2006.

GOMEZ MEJÍA, Luis R. y BALKIN, David B. Administración parte II, Ética y Responsabilidad Social. España: Ediciones McGraw- Hill. 2003. p. 62.

GÓMEZ, Henry y MÁRQUEZ, Patricia. Responsabilidad social corporativa como estrategia de negocio. Bogotá: Proceditor Ltda., 2004. 60p.

La Responsabilidad Social de la empresa. Un buen negocio [en línea]. Colombia: Monografías, 1997. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos13/bune/bune.shtml>

La Responsabilidad Social en todas las esferas [en línea]. Colombia: Universia: 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.universia.net.co/laboral-empresarial/destacado/la-responsabilidad-social-en-todas-las-esferas.html>

Los diez principios [en línea]. Estados Unidos: Portal Naciones Unidas, 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.un.org/spanish/globalcompact/principes.htm>

Reseña de Leitmotiv Ltda. [en línea]. Santiago de Cali, 2007. [Consultado 26 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.leitmotiv.com.co/>

Wikipedia: la enciclopedia libre [en línea]. Florida: Wikimedia Foundation, 2008. [Consultado 27 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad_social)

TAMAYO, Jenny. El reto de la Comunicación frente a la responsabilidad social empresarial. En: V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. (1ra: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003 15-27p.

TORO, Olga Lucía. Responsabilidad Social, ciudadanía y comunicación: Nuevas oportunidades, nuevos desafíos En: V Simposio Latinoamericano de comunicación organizacional. (8va: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003. 109p.

VALERO, Edgar Augusto y CAMACHO REYES, Karina. El lado oscuro en las prácticas de responsabilidad social corporativa del sector floricultor. En: Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales Vol. 16, No. 27, 2006. p. 73-90.

### **Otros Documentos**

- LIBRO VERDE Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Presentado por la Comisión de las Comunidades Europeas. 2001
- CHOMSKY, Noam. Fabricando el consenso. 2002
- GUÍA TÉCNICA COLOMBIANA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, 2008

### **Páginas de Internet**

- Sitio Web Instituto Ethos [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)
- Sitio Web Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial IARSE [www.iarse.org.ar](http://www.iarse.org.ar)



- Sitio Web Fundación Prohumana [www.prohuman.cl](http://www.prohuman.cl)
- Sitio Web Acción Empresarial [www.accionrse.cl](http://www.accionrse.cl)
- Sitio Web Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI [www.cemefi.org](http://www.cemefi.org)
- Sitio Web Perú 2021 [www.peru2021.org](http://www.peru2021.org)
- Sitio Web ANDI [www.andi.com.co](http://www.andi.com.co)
- Sitio Web Centro Colombiano Responsabilidad Empresarial [www.ccre.org.co](http://www.ccre.org.co)
- Sitio Web Fundación Carvajal [www.fundacioncarvajal.org.co](http://www.fundacioncarvajal.org.co)
- Sitio Web Fundación Corona [www.fundacioncorona.org.co](http://www.fundacioncorona.org.co)
- Portal de las Naciones Unidas [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)
- Portal Green Peace [www.greenpeace.org](http://www.greenpeace.org)
- Portal Enciclopedia Libre [www.Wikipedia.org](http://www.Wikipedia.org)
- Portal ONG POR LA TRANSPARENCIA [www.ongporlatransparencia.org.co](http://www.ongporlatransparencia.org.co)
- Portal COLNODO [www.colnodo.apc.org](http://www.colnodo.apc.org)
- Portal Fundación Esquel [www.esquel.org.ec](http://www.esquel.org.ec)
- Portal Centrarse Guatemala [www.centrarse.org](http://www.centrarse.org)
- Portal Fundación Empresa y Sociedad España [www.empresaysociedad.org](http://www.empresaysociedad.org)
- Portal FUNDEMÁS El Salvador [www.fundemas.org](http://www.fundemas.org)
- Portal COLCIENCIAS [www.colciencias.gov.co](http://www.colciencias.gov.co)
- Portal UN TECHO PARA MI PAÍS [www.untechoparamipais.org.co](http://www.untechoparamipais.org.co)
- Portal CREPES & WAFFLES [www.crepesywaffles.com](http://www.crepesywaffles.com)



# Responsabilidad Social

Por un mejor vivir!

Investigación y Redacción:  
**BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN**  
Diseño:  
**ANDRÉS ARIAS ARCO**



# Responsabilidad Social

¡Por un mejor vivir!

Panorama de Responsabilidad Social  
Antecedentes de Responsabilidad Social en Latinoamérica  
Antecedentes de Responsabilidad Social en Colombia  
Normatividad de la Responsabilidad Social

Algunos Conceptos de Responsabilidad Social  
Responsabilidad Social Empresarial  
Responsabilidad Social y la Academia  
Casos Responsabilidad Social

The background features a close-up of a woman's face with her eyes closed, overlaid with a large, stylized heart shape composed of multiple concentric, slightly offset lines. The entire scene is set against a warm, orange-red gradient background filled with various sizes of gear icons. A vertical black bar with diagonal lines is positioned at the top left.

**INVESTIGACIÓN Y REDACCIÓN:**

BETTY DANNIDES GONZÁLEZ PAYÁN

**AGRADECIMIENTOS:**

LEITMOTIV LTDA.  
JORGE HERNÁN MEJÍA  
GERENTE GENERAL LEITMOTIV LTDA.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
JORGE MAURICIO ESCOBAR  
DOCENTE DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**DISEÑO:**

ANDRÉS ARIAS ARCO

# INDICE

## INTRODUCCIÓN

## PANORAMA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Referente Histórico
- Responsabilidad Social en Latinoamérica

## ANTECEDENTES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA

- Década del 60
- Década del 70
- Década del 80
- Década del 90
- A partir del año 2000

## INDICIOS DE LA NORMATIVIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

- El Pacto Global
- Protocolo de Kioto
- Norma ISO 26000
- Global Reporting Initiative (Iniciativa para el Reporte Global)
- Norma SA 8000
- Normatividad en Colombia

## ALGUNOS CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Definiciones de Organizaciones No Gubernamentales y/o Fundaciones
- Definiciones de otras organizaciones

## RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- Generaciones de Empresas Socialmente Responsables
- Hexágono de la Responsabilidad Social

## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA ACADEMIA

## PRESENTACIÓN DE ALGUNAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## BIBLIOGRAFÍA

# Introducción

Las sociedades actuales están afrontando una serie de oportunidades para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, pues día a día vemos cómo las problemáticas que afectan a la población se están acrecentando. Dichas dificultades, empiezan desde la contaminación del medio ambiente, el lugar donde habitamos se está deteriorando; la violencia que se está llevado consigo la vida de miles de personas inocentes, porque las constantes guerras entre grupos armados y la lucha por el poder no cesan; el desorden y la desigualdad social, la insatisfacción de las necesidades básicas y la carencia de oportunidades, está generando que se agranden las dificultades socioeconómicas de las sociedades y cada día más, con un panorama poco alentador.

Frente a esta situación por resolver mencionada anteriormente, no hay que ser indiferentes, es necesario que el Estado, los gobiernos locales, las grandes empresas, las distintas organizaciones, las entidades educativas, los núcleos familiares, la sociedad civil, los profesionales, asuman una posición diferente, con el firme propósito de contribuir al desarrollo de las sociedades, a través de la Responsabilidad Social (RS) como una alternativa que está dando resultado y está encaminada hacia el logro del bien común.

Pensando en la gran importancia que tiene el tema de RS, se ideó una forma de hacerla conocer y entender, el proceso consistió en realizar una exhaustiva investigación que dio como resultado la elaboración de este documento.

El siguiente documento tiene como objetivo presentar las distintas temáticas que aborda la RS, los distintos conceptos que existen, los antecedentes, con el fin de ver la evolución que ha tenido y por qué es tan importante para la sociedad actual.

En la primera parte del documento se expone la panorámica de la RS, en este tema se conocerá cómo la humanidad desde la Edad Media se ha preocupado por el vecino, ofreciendo ayuda de cualquier tipo, ya sea material, cuando éste lo ha necesitado, y cómo este ejercicio pasa de ser una acción caritativa a un concepto más amplio, en donde las acciones de una identidad o una persona deben ser con responsabilidad para no que no altere o perjudique el medio ambiente y la tranquilidad de las sociedades, ó que dichas acciones empiecen a remediar los daños ya causados, y cómo desde este momento se llega al concepto de responsabilidad social. Así mismo, veremos el panorama de la responsabilidad social en América Latina y el trabajo de las más importantes organizaciones sin ánimo de lucro que se han preocupado por difundir el tema de responsabilidad social.

Más adelante, en el siguiente tema, se conocerán los antecedentes de la RS en

# Introducción

Colombia, cómo llegó al país y cómo se ha manejado con el transcurrir de los años, desde el momento en que algunos empresarios colombianos alrededor de la década del 60, decidieron crear las fundaciones con el objetivo de ayudar a las comunidades más necesitadas.

Luego se conocerán algunas de las diferentes normas o reglamentaciones que se han publicado y aprobado para medir la manera de cómo se debe manejar la responsabilidad social en las distintas organizaciones, además de cómo se debe implementar dentro de las políticas y objetivos de una organización la Responsabilidad Social como herramienta para contribuir al desarrollo sostenible de las sociedades actuales, esto con el objetivo de revelar los alcances que se van dando año tras año. Aquí se dará a conocer el Pacto Global y los 10 principios impulsados por las Naciones Unidas; algunas normas que están por ser aprobadas como la ISO 26000, o aquellas que ya hacen parte de la estrategia de negocios de empresas como la SA 8000; el protocolo de Kioto, que fomenta el cuidado del medio ambiente y la disminución de emisión gases a la atmosfera, con el fin de reparar algunos daños ya causados.

También se presentarán la selección de unos conceptos claves de Responsabilidad Social, la idea es conocer como ven este tema las distintas entidades, ya sea una empresa, una organización no gubernamental, organizaciones públicas y privadas, entre otras; qué conceptos se manejan y cómo ha evolucionado a lo largo de los años.

En el siguiente tema se expone la Responsabilidad Social Empresarial, los diferentes grupos de interés (Stakeholders), cómo se deben atender a sus expectativas y qué se logra cuando una empresa aplica este tema en sus estrategias de negocio.

Del mismo modo, se conocerá el manejo que le ha dado la academia al tema de RS y cómo éste está incursionando cada vez más en ella. Se expondrán algunos grupos de investigación de diferentes universidades del país que están trabajando en el tema de RS que se encuentran registrados y reconocidos por Colciencias.

Así mismo, se presentan algunos casos de RSE, son diferentes propuestas de organizaciones de distinta naturaleza, aquí veremos como es el manejo de la RSE en la práctica.

Por último se dan a conocer algunas recomendaciones para tener en cuenta, donde se especificará cómo se debe manejar la responsabilidad social en una organización.

# Panorama de la Responsabilidad Social



## Referente Histórico

El concepto de Responsabilidad Social, antes de ser denominado así, se le conocía como filantropía. Aunque a lo largo de los años se han encontrado grandes diferencias entre los dos conceptos, porque la Responsabilidad Social más que ayudar a los más necesitados, es una forma de relacionarse con los distintos grupos de interés, en el caso de las organizaciones empresariales, satisfaciendo cada una de sus expectativas, con el objetivo de que la organización sea sostenible, "... la responsabilidad social de la empresa moderna, tal como es concebida hoy, poco tiene que ver con la forma como se efectuaba la filantropía empresarial en el pasado. Anteriormente consistía en efectuar obsequios, mientras que hoy se vincula con aspectos centrales a la gestión, como la estrategia y el mercadeo"<sup>(1)</sup>. La Responsabilidad Social garantiza la sostenibilidad de las sociedades, lo que conlleva al bienestar de todos y no el de unos pocos.

Pero lo que sí es cierto, es que este concepto tiene sus orígenes en la filantropía que ha sido practicada desde hace más de 20 siglos. En la Roma Clásica por ejemplo, se determinaban mecanismos para que los herederos de un fallecido, pudieran utilizar la ganancia de algunos bienes para el cuidado de la sepultura y a la cobertura total de los gastos que motivasen los actos sociales, que en fechas conmemorativas se llevaran a cabo.

Más adelante, ya en el siglo IV comenzaron a nacer instituciones denominadas "piae causae" ó establecimientos de misericordia y caridad, hospitales, orfanatos y asilos, entre otros, a los que los ciudadanos podían donar cualquier tipo de bienes. Y gracias a la sociedad civil organizada quién impulsó la puesta en marcha de oportunos mecanismos jurídicos, se logró que los piae causae fueran concebidos como sujetos de derecho dotados de capacidad propia y de una personalidad jurídica tácita. También durante la Edad Media dentro del marco de la doctrina jurídico-canónica, se consolida la personalidad de la Fundación, es decir, vista como persona jurídica dotada de unos bienes, aunque la iglesia seguía siendo la titular de esta práctica de beneficencia. Y durante el Renacimiento el mecenazgo<sup>(2)</sup> artístico y cultural fue el que tuvo gran apogeo.

Entre los siglos XIX y XX, el concepto tiene una evolución y se empiezan a conocer documentos importantes para regir la responsabilidad social. En 1.889 se publica la carta Rerum Novarum escrita por el Sumo Pontífice León XIII, sobre la situación de los obreros. Este es el primer documento que desarrolla ampliamente una clara doctrina

sobre Responsabilidad Social del empresariado, adaptada a la realidad de la industrialización, su objetivo era propiciar un gran reto para el empresariado católico.

Ya en 1.899 en Estados Unidos Andrew Carnegie publica su Gospel of Wealth (Evangelio de la riqueza), donde expresa su punto de vista y dice que empresarios como él eran vigilantes temporales de la riqueza y tenían que distribuirla. En 1.911 y 1.913 aparecen fundaciones de renombre como Carnegie y Rockefeller.

Luego en Europa continental aparecen los nuevos y radicales movimientos sociales como anarquista, comunista, fascista y nacionalsocialista, que al igual que las dos guerras mundiales y el proceso de reconstrucción, traen consigo el gran cambio en el pensamiento y las actitudes, desarrollando el sentido de responsabilidad social.

Durante la mitad del siglo XX tanto en Europa como en Estados Unidos se proliferan las Fundaciones, se consolida el papel del ciudadano y se da inicio a un amplio concepto de responsabilidad social.

Por otro lado, cabe mencionar que la responsabilidad social también tuvo sus inicios después del nacimiento de las corporaciones, hoy por hoy una institución dominante en el mundo actual, y las consecuencias que trajeron gracias a su existencia y funcionamiento.

La corporación moderna nació durante la Era Industrial, hacia el año de 1.712, cuando el inglés Thomas Newcomen inventó la bomba de vapor para reducir agua de las minas de carbón, con el objetivo de que los mineros pudieran sacar más carbón en vez de achicar agua con los baldes. La idea era producir más carbón por hora. Luego la bomba de vapor se fue mejorando y ya se utilizaba en otras industrias para lograr mayor productividad. Hoy en día el sistema es el mismo, pero se producen más cosas y mucho más sofisticadas. (Chomsky 2002)

Pero, ¿cómo se explica que actualmente las corporaciones sean tan importantes en la vida moderna? Al comienzo las corporaciones eran asociaciones de personas autorizadas por el Estado para realizar alguna función en beneficio de la sociedad, por ejemplo, construir un puente para facilitar el transporte de las personas. Eran muy pocas las compañías constituidas, y las que existían tenían estipulaciones específicas en las autorizaciones por el Estado, como por cuánto tiempo podían operar de acuerdo a su capital, lo que podían realizar, no podían tener otra corporación, entre otras.

<sup>(1)</sup> GÓMEZ, Henry y MARQUEZ, Patricia. Responsabilidad social corporativa como estrategia de negocio. Primera Edición. Bogotá: Proceditor Ltda., 2004. pág. 18

<sup>(2)</sup> El Mecenazgo es el patrocinio financiero de artistas o científicos, a fin de permitirles desarrollar su obra sin exigir en contrapartida créditos monetarios inmediatos



Legalmente y culturalmente la corporación era considerada una entidad subordinada, su fin era servir al pueblo, realizar actividades para el beneficio del pueblo.

La Revolución Industrial y la Guerra Civil produjo el crecimiento de las corporaciones, se dio la expansión de las líneas ferroviarias y así mismo se obtenían grandes subsidios federales de tierras, bancos y de manufactura pesada. Los abogados corporativos de ese siglo vieron la necesidad de tener más poder para operar, y ellos quisieron derrumbar algunas restricciones que históricamente habían tenido las corporaciones. Por eso, sacaron provecho de la Enmienda No. 14 que se aprobó después de la guerra civil, esta enmienda consistía en darle los mismos derechos a la gente negra, donde ningún Estado podía privar a una persona de su vida, libertad o propiedad sin debido proceso legal. Esta Enmienda se declaró para prevenir que los Estados le quitaran la vida, la libertad o propiedad a los afroamericanos, que durante mucho tiempo de la historia sufrieron este flagelo. Pero las corporaciones se aprovecharon de esto y reclamaron argumentando que una corporación era una persona, y la corte suprema lo admitió. Las corporaciones se convirtieron en personas jurídicas, con derechos, eran tratadas como personas especiales y hoy hacen parte de de la sociedad. (Chomsky 2002)

Pero estas “personas”, es decir, las empresas y organizaciones durante la historia y desde su existencia, no han tenido conciencia moral, se han preocupado sólo por sus accionistas y por obtener grandes beneficios y resultados, por encima del bien público. El funcionamiento de las corporaciones ha traído un efecto secundario y han causado grandes daños a la sociedad. Por ejemplo, la mano de obra barata y la explotación infantil, las grandes compañías llegan a lugares donde hay mucha pobreza, ofrecen empleo, y las personas ven a la compañía como un salvador, y esta población trabaja por muy bajo costo, sin saber que los productos que ellos hacen se venden a muy altos precios. Se han ocasionado daños a la salud humana, cuando nace la era petroquímica, se inventa la sustancia sintética y cualquier producto se puede elaborar de manera sintética, sin conocer lo perjudicial que esto puede ser para la salud. Se han producido daños a los animales y a la biosfera, prácticamente se ha ido destruyendo poco a poco el medio ambiente, y el futuro no es para nada alentador si se sigue en la misma línea.

A raíz de estas grandes problemáticas, comienza la preocupación por el medio ambiente, por la sociedad y por el desarrollo de esta misma, que sea sustentable y que futuras generaciones puedan disfrutar de un ambiente sano, donde haya salud, donde perduren las especies y donde haya armonía en el medio ambiente y la sociedad. Es aquí

donde la responsabilidad social nace y empieza a jugar un papel importante dentro de la sociedad, más allá del concepto de filantropía y de dar ayuda solo por caridad.

## **Responsabilidad Social en Latinoamérica**

En América Latina influenciados por la mentalidad anglosajona que le ha llegado desde Estados Unidos, también se ha avanzado en la reflexión sobre la responsabilidad social y la creación de fundaciones y proyectos sociales por parte del sector empresarial, teniendo en cuenta que es un beneficio, no solo para las sociedades, sino también para ellos mismos.

Existen proyectos que promueve la Bussines Partners for Development (BPD), junto al CARE Internacional, el Banco Mundial e importantes empresas transnacionales en sectores como el petróleo, minería y agua, que buscan apoyar nuevas vías de acción, que permitan fomentar el desarrollo de diversas comunidades pertenecientes a países como Argentina, Bolivia, Colombia, Haití y Venezuela. Estos proyectos tienen el objetivo de generar el desarrollo sostenible, mientras permanezca la explotación fijada en dicha zona. Estos proyectos abarcan programas de educación, salud, pequeños negocios, microcrédito y gobierno local. (Gómez Henry y Márquez Patricia 2004).

El ejemplo de la Bussines Partners for Development (BPD), muestra una iniciativa en temas de responsabilidad social que nace a la raíz de la gran preocupación por el medio ambiente y los recursos que se están agotando por causa de la explotación de ellos por parte de importantes organizaciones empresariales.

Por otra parte, cabe mencionar que la pobreza en América Latina crece considerablemente, y es justo que las grandes empresas que operan en estos países, sobre todo multinacionales, se preocupen por el bienestar de la sociedad y más cuando el actor de mayor poder económico mundial es la empresa privada. Además está visto que una comunidad que está satisfecha y haya suplido sus necesidades básicas, puede producir más porque trabaja de manera eficiente, causando beneficio a la compañía donde labora.

Por lo anterior, países como Brasil, Chile, Argentina y Colombia, se han destacado por llevar a cabo adelantos en algunos procesos en materia de Responsabilidad Social, ya sea en las grandes empresas que operan en dichos países, organizaciones no gubernamentales, sin ánimo de lucro, ó distintas instituciones, que buscan fomentar el





desarrollo económico y social en las diferentes comunidades.

Existen importantes organizaciones como el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social de Brasil, organización no gubernamental creada con la misión de movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de manera socialmente responsable. Actualmente, el instituto Ethos tiene alrededor de 1.370 asociados<sup>(3)</sup>, empresas brasileras de distintos sectores y tamaños. Estas empresas tienen unas ventas anuales que ascienden aproximadamente el 35% del PIB<sup>(4)</sup> brasileño y emplea a unos 2 millones de personas, por lo que resulta importante para esta organización establecer normas éticas y estrategias que permitan establecer reglas para el buen funcionamiento de las relaciones con los empleados, clientes, proveedores, accionistas, el medio ambiente y por supuesto, con la comunidad. El fin de esta organización es desarrollar conocimiento a través del intercambio de experiencias para ayudar a las empresas a examinarse frente a sus propias prácticas de gestión y poder profundizar en el compromiso de las empresas con la responsabilidad social.

Actualmente el Instituto Ethos cuenta con tres programas especializados, muy importantes. El primero se llama Tejiendo Redes Sostenibles, su principal objetivo es aumentar la productividad y la sostenibilidad de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), y la ampliación de oportunidades en el mercado y así mismo contribuye al desarrollo del país. Este programa está liderado por el Instituto Ethos, el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y el Banco de Interamericano de Desarrollo (BID).

El otro programa que maneja el Instituto Ethos es conocido como el Grupo de Trabajo ETHOS- ISO 26000. Este proyecto tiene como fin contribuir a la potenciación del papel de las empresas que participan en el Instituto Ethos en casos emergentes y el proceso de redacción de la norma de responsabilidad social ISO 26000. La idea es que las empresas participen en la construcción y elaboración de la norma que está próxima a salir.

Por último, otro de los programas que maneja el Instituto Ethos se le denomina GRES, Grupo Referencial de Empresas en la Sostenibilidad. Este es un programa de cooperación de las empresas con el fin de promover el intercambio de conocimientos relacionados con la administración de procedimientos para llevar a cabo una gestión sostenible.

El Instituto Ethos también cuenta con sus Premios Instituto Ethos, el cual posee los siguientes galardones como el Ethos Valor – Award, Premio Ethos de Periodismo

dirigido a periodistas y el premio Balance Social para las empresas.

Al igual que el Instituto Ethos en Brasil, también en países como Argentina existen otras importantes organizaciones en materia de responsabilidad social, que se preocupan por su difusión y aprendizaje, es el caso del Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial IARSE, una organización que trabaja para constituirse en un centro de referencia nacional en materia de responsabilidad social de las empresas, de la misma manera se preocupa también por fomentar el compromiso del sector de negocios de Argentina con el desarrollo sustentable de esta nación.

Argentina, al igual que la gran mayoría de países latinoamericanos, enfrenta una gran crisis económica, política, social y moral, y este es un punto de partida para generar un cambio social y cultural, para encontrar las soluciones o respuestas que permitan mejorar esta crisis. Y las empresas como generadoras de ingresos y con la atribución que se les ha dado de tener el poder, son actores importantes a la hora de pensar en desarrollar estrategias que permitan el desarrollo sustentable del país. Es por esto, que IARSE se preocupa por difundir y enseñar la responsabilidad social, mediante prácticas y experiencias, como una alternativa de generar el cambio que tanto se espera. Quizá uno de los programas más importantes que maneja este instituto es conocido como el Programa Proequidad, consiste en “promover el concepto y la práctica de la RSE en Argentina, en orden a contribuir a un cambio cultural en las organizaciones empresariales y en la percepción comunitaria de estos valores”. Este programa se desarrolla con el apoyo de la Fundación W.K. Kellogg.

Otros de los proyectos que maneja el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, es el Programa NexosRSE, que se lleva a cabo con el apoyo de la Fundación AVINA. El objetivo del proyecto es “Fortalecer los nexos entre los distintos nodos de Responsabilidad Social Empresarial de Argentina para que desarrollen, con una perspectiva de permanente crecimiento y autonomía, actividades e iniciativas tanto locales, como regionales dedicadas a promover el concepto y la práctica de la RSE”.

Por su parte en Chile existe una organización sin ánimo de lucro que desarrolla su trabajo en la responsabilidad social empresarial y ciudadana, se trata de la Fundación Prohumana, constituida en 1.998 como resultado de la elaboración de un proyecto llamado “La acción filantrópica como elemento de la responsabilidad social”. Y gracias a este estudio, se recolectó información y se dio inicio a la reflexión del tema, lo que conllevó a la realización de una propuesta frente a la responsabilidad social. Durante su funcionamiento, la Fundación Prohumana ha establecido nexos y alianzas estratégicas

<sup>(3)</sup>Instituto Ethos de Brasil, “Acerca del Instituto Ethos” (En línea). Brasil 2008 (Consultado 18 Sep., 2008) Disponible en <http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3334&Alias=Ethos&Lang=pt-BR> <sup>(4)</sup>Ibid. 2008

con las instituciones más prestigiosas de Chile y el mundo, con el objetivo de fortalecer sus relaciones y brindarle un mejor servicio a la comunidad.

Chile también cuenta con una organización sin fines de lucro llamada Acción Empresarial AE, creada en mayo del año 2000 y su objetivo es promover la responsabilidad social entre las empresas que operan en el país. Las áreas de acción de Acción Empresarial son: Ética Empresarial, Calidad de Vida Laboral, Medio Ambiente, Compromiso con la Comunidad y Comercialización y Marketing Responsable. Esta organización ha sido impulsada por la Confederación de la Producción y el Comercio CPC, junto con Bussines for Social Responsibility BSR, institución con sede en EEUU, que cuenta con más de 1400 empresas asociadas.

En México también han tenido grandes avances en materia de responsabilidad social empresarial, e instituciones como el Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI, se ha preocupado por promover este tema, de tal manera que las organizaciones empresariales de cada país estén bien orientadas en los temas que conciernen a la responsabilidad social. Esta es quizá la organización más importante, que agrupa empresas, fundaciones e individuos que promueven una cultura de responsabilidad social.

En Perú cuentan con una organización que promueve la responsabilidad social en ese país llamada Perú 2021. Esta institución fue creada en 1994 y a lo largo de los años han venido trabajando en la difusión y promoción de la responsabilidad social, como metodología de gestión empresarial, para que la empresa se convierta en agente de cambio para alcanzar el desarrollo sostenible de este país.

Como vemos, parte de los países de Latinoamérica cuentan con organizaciones que se han preocupado por promover y enseñar la responsabilidad social, con el apoyo de diferentes instituciones que ya han avanzado en el estudio y aprendizaje de este tema. Cada una de éstas cuentan con sus propias políticas y estrategias de gestión, pero el fin de cada una de ellas es generar el desarrollo sustentable de estos países, con la colaboración del sector empresarial, con el propósito de combatir los problemas sociales, económicos y ambientales de esta región del mundo.

# Antecedentes de la Responsabilidad Social en Colombia



En Colombia siempre ha existido una tradición filantrópica ligada a factores religiosos, las familias que estaban estrechamente relacionadas con la Iglesia Católica, debido a sus preocupaciones morales, siempre se interesaron por hacer obras benéficas para favorecer a los más necesitados. A lo largo de los años en Colombia se ha avanzado en prácticas de responsabilidad social y este tema comenzó a hacer parte de la gestión de los negocios cuando empresarios decidieron crear fundaciones, estas fundaciones están ligadas a empresas familiares y son ellos mismos quienes realizan sus propios programas de inversiones sociales. También es importante recordar que Peter Druker<sup>(5)</sup>, con su enseñanza en la Universidad del Valle dejó una duradera influencia sobre las empresas colombianas, lo que produjo la creación y expansión de fundaciones en este país.

A continuación se presentan algunos hechos importantes a partir de la década del 60 para conocer y entender cuál ha sido la evolución de la Responsabilidad Social en Colombia.

## Década del 60

En 1960 nace la Fundación Codesarrollo por iniciativa de representantes de la industria, la banca, la iglesia y otros sectores empresariales de Antioquia. En Cali hacia el año 1961 la familia Carvajal crea la fundación, por iniciativa del señor Manuel Carvajal Valencia. Mas tarde, hacia el año de 1962 la fundación Carvajal atiende el llamado de la Arquidiócesis de Cali para trabajar con las comunidades menos favorecidas.

En 1963 se crea la Fundación Corona en Medellín por iniciativa de la familia Echavarría Olózaga, quienes comprometidos con el desarrollo económico del país, ejercen un sentido profundo de responsabilidad para con la sociedad en que viven. En un principio la fundación se llamó Fundación Santa Elena, y nació con el propósito de promover el crecimiento integral de las comunidades cercanas al área de influencia de las plantas manufactureras. En ese entonces, la fundación operaba en forma directa programas asistenciales de educación, vivienda y salud, principalmente. Más adelante y nuevamente en Cali, en el año 1964 se crea la Fundación FES, con un capital de \$24.000.000 los cuales fueron aportados por un grupo de dirigentes del Valle del Cauca interesados en crear una agencia de promoción de esfuerzos a favor de la Educación Superior, la cual tuvo sede en la Universidad del Valle.

Hoy en día estas fundaciones aún existen, dentro de sus esfuerzos se han desarrollado

<sup>(5)</sup>Drucker 1909 - 2005. Es considerado el más acertado de los exponentes en temas de administración, sus ideas y modismos vienen influenciando el mundo corporativo desde los años 40. Drucker es el primer científico social que utiliza la expresión "post-modernidad". Peter Drucker es el pensador más influyente del mundo en el campo de la administración de empresas. La riqueza de sus pensamientos es producto de su personalidad.

programas a beneficio de la educación, la salud, la vivienda y la construcción de una mejor calidad de vida, para las comunidades que no tienen oportunidades de salir adelante y de superarse. Por esta década también se abre el programa de Maestría en la Universidad del Valle con conferencistas como Peter Drucker aquí se da inicio al primer espacio donde se debate el concepto de Responsabilidad Social entre la academia y los empresarios.

## Década del 70

Fabricato y Enka fueron las primeras empresas que empezaron a inquietarse por los balances sociales, que ya se estaban manejando en Francia y hubo una visita de algunas personas de estas empresas de Medellín a este país, con el objetivo de conocer esas experiencias. En Francia ya se le exigía a empresas de gran tamaño presentar balance social, de ahí se trajo el modelo de un balance social.

Después de haber conocido la experiencia francesa Fabricato y Enka, tomaron la iniciativa de medir su gestión a través de la realización del primer Balance Social. La primera es una empresa dedicada a la producción de textil, fundada en 1.920 e inició operaciones en 1.923 en el Municipio de Bello – Antioquia; la segunda fue fundada en 1.964 para la producción de polímeros y fibras sintéticas de poliamida (Nylon) y poliéster, destinados a la industria textil y como material de refuerzo para la fabricación de llantas.

Incolda<sup>(6)</sup> y FES patrocinan la realización del estudio “Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia” donde se hizo evidente la necesidad de unificar el criterio de clase dirigente sobre su papel en el desarrollo del país. Y en 1.979, Incolda dicta seminarios sobre el tema y realiza estudio sobre la función social del empresario. Por esta década surgen algunas críticas para el empresariado. Las críticas apuntan a que el empresariado sólo buscaba su crecimiento material, cuantitativo, dejando a un lado el compromiso social con las comunidades y sus trabajadores.

## Década del 80

En 1.981, la ANDI (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia) elabora el primer modelo de Balance Social, basado en el modelo francés, junto con la

<sup>(6)</sup>INCOLDA -Centro de Desarrollo de Bogotá- es una fundación privada sin ánimo de lucro creada por la Asociación Nacional de Industriales – ANDI - y por un grupo de empresarios del sector privado en el año de 1.959 para apoyar el desarrollo integral de quienes se dedican a la administración de las empresas tanto públicas como privadas, a través de programas de educación continuada que promuevan el desarrollo social y económico acorde con las necesidades de la sociedad y las nuevas tendencias del mercado y la globalización



Organización Internacional del Trabajo (OIT) y una asociación de Comunicadores Organizacionales llamada CERCOP, de ahí empezó el interés en el país de reportar que se está haciendo en materia de bienestar de los grupos de interés, sobre todo de trabajadores, el cumplimiento con la ley, pero no tan completo como hoy en día. CERCOP en esta misma década realiza un congreso con el objetivo de llamar la atención sobre la necesidad de incorporar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial en la toma de decisiones, alcanzar objetivos económicos en términos éticos y sociales y efectuar inversiones sociales y proceder por el interés público.

Después se creó un concurso a nivel del país de las empresas con los mejores balances sociales. Pero el concepto evolucionó un poco más allá porque el manual se quedó corto, La última revisión se hizo en el 2001 y ya hoy en día evolucionó a un concepto más internacional que son los reportes de sostenibilidad.

En 1986 la Cámara Junior inicia un programa de proclamación de la empresa con mejor proyección social. Por esta época también, algunos autores comenzaron a afirmar que la Responsabilidad Social era usada como maquillaje para vender una buena imagen de la empresa.

## **Década del 90**

La Constitución de 1991 introduce principio de función social de la propiedad y se garantiza a los individuos el derecho a propiedad privada. Resalta la importancia de que la propiedad privada esté al servicio de la sociedad.

Evoluciona el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y la ANDI lo define así: “Es el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general”

En 1994 se crea el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial CCRE, una organización no gubernamental sin ánimo de lucro, y nace gracias a la iniciativa y los aportes de la Fundación Social y con el apoyo de la Fundación Interamericana (IAF). El CCRE ha venido trabajando en la investigación, desarrollo, divulgación y promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

## **A partir del año 2000**

Actualmente Colombia cuenta con distintas fundaciones dedicadas al desarrollo de la sociedad. Estas fundaciones han sido creadas por iniciativas de los grandes empresarios, aún existen las primeras fundaciones que se crearon en los años 60 como la fundación Carvajal, Corona, Fes y Codesarrollo, se han mantenido a lo largo de las décadas, mejorando cada vez más sus servicios.

Por otro lado el nuevo siglo marca un interés profundo y las personas comienzan a interesarse por el tema y vemos que la academia también comienza a preocuparse por difundir esta ideología en distintas facultades como Administración, Ingeniería Industrial, Comunicación Social, entre otros, dando a conocer el tema, debatiéndolo e investigando. Por ejemplo, en la facultad de administración en ingeniería industrial de los Andes, debido a su tradición de investigación histórica de las empresas se comenzó a desarrollarse un camino para el conocimiento de la responsabilidad social.

Este nuevo siglo también despierta el interés de las Pequeñas y Medianas Empresas PYMES por el tema y se comienza a incorporar la responsabilidad social en sus estrategias de negocios, debido a que empiezan a conocer la importancia del tema y lo útil que es a la hora de contribuir al bienestar de sus diferentes grupos de interés y así mismo al desarrollo sostenible del país.

Por otra parte, desde el año 2004 se ha venido realizando una serie de reuniones con el objetivo de crear una Guía Standard para Colombia que proporcione pautas para el desarrollo de responsabilidad social en las diferentes organizaciones, la idea es crear un modelo de gestión integral que incluya aspectos ambientales, económicos y sociales. Esta fue una iniciativa de la Organización Internacional de Normalización ISO.

En la actualidad, un reporte del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, arrojó cifras en donde se demuestra que Colombia es uno de los países latinoamericanos más avanzados en incorporar las prácticas de Responsabilidad Social en las estrategias de negocios. Lo anterior, da cuenta de que a través de los años Colombia ha ido consolidando el tema y se ha preocupado por expandirlo a cuenta de tener bienestar tanto para las empresas como para las sociedades en donde se desempeñan.

Por eso, es de gran importancia mencionar la evolución que ha tenido el concepto desde los años 60 cuando se empezaron a manifestar las primeras prácticas

filantrópicas tradicionales, que se acercaban un poco a lo que hoy en día conocemos como Responsabilidad Social Empresarial. Hoy por hoy es un concepto que representa diferentes acciones orientadas a generar bienestar común, tanto para la empresa, como para los entes que la rodean.

La Responsabilidad Social antes concebida como un compromiso exclusivo de la empresa y el Estado para contribuir con el desarrollo, hoy se concibe como un acto voluntario, de parte de todos los entes de la sociedad y no sólo del Estado, los gobiernos locales o la empresa privada. Hoy es una acción colectiva, por la lucha del bienestar de toda la comunidad, porque le compete a toda la sociedad.

# Indicios de la Normatividad de la Responsabilidad Social



La Responsabilidad Social hoy en día es tan importante, que pasó de ser un acto voluntario, a considerarse un aspecto que todas las grandes organizaciones deben incluir en sus prácticas empresariales. Ésta debe hacer parte de la estrategia de negocio de cualquier empresa, ya sea por prestigio, rentabilidad, buena imagen, sostenibilidad, o cualquier aspecto que traiga beneficios tanto para las empresas, como para los grupos internos y externos a los cuales se dirige. Por eso, actualmente existen diferentes lineamientos que las empresas pueden adherir a sus políticas y estrategias de negocio, para el mejoramiento de sus procesos, por competitividad y porque al mismo tiempo, con la responsabilidad social se puede contribuir al desarrollo de las sociedades.

A continuación presentaremos algunos de los lineamientos o algunos documentos normativos que rigen la Responsabilidad Social de las empresas.

## El Pacto Global

La extrema pobreza que viven algunas naciones y la desigualdad social motivó al Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, a plantear en 1999 durante el Foro Económico Social de Davos, la idea de realizar un Pacto Global entre las Naciones Unidas y el empresariado mundial. El objetivo del Pacto Global es la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial, desde el desarrollo de valores universales, que se apliquen en las empresas que se adhieran al Pacto Global, sin importar cuál sea su tamaño.

“El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria, en la cuál las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción(7)”. Las organizaciones que se adhieren al Pacto Mundial, son organizaciones que están convencidas en que las actividades empresariales basados en principios universales “contribuyen a la construcción de a un mercado global más estable, equitativo e incluyente que fomentan sociedades mas prósperas(8)”.

Es por esto, que las empresas que asumen este compromiso, contribuyen al desarrollo sostenible de las sociedades, y más cuando el mundo enfrenta crisis por la violación de los derechos humanos, los derechos laborales, la contaminación del medio ambiente y la corrupción.

La idea del Pacto Global es que las organizaciones empresariales incorporen en sus

prácticas empresariales los diez principios formulados, para combatir dichas problemáticas. Estos diez principios se basan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, La Declaración relativa a los principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, La Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y Desarrollo y La Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

## Los diez principios del Pacto Global

ÁREA	PRINCÍPIOS
DERECHOS HUMANOS	1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional;  2: Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.
DERECHOS LABORALES	3: Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;  4: Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;  5: Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil;  6: Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.
DERECHOS AMBIENTALES	7: Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales  8: Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental  9: Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

(7)El Pacto Mundial, “¿Qué es el Pacto Mundial?” [En línea]. Portal Naciones Unidas 2007. [consultado 28 de Marzo, 2008]. Disponible en: <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html> - (8)Ibíd. 2007



## Protocolo de Kioto

Es el tratado medioambiental más ambicioso del mundo, firmado en 1.997 en la ciudad japonesa de Kioto, por eso lleva su nombre. Esto se llevó a cabo durante el Tercer Congreso de las Partes del Convenio Marco sobre Cambio Climático de la ONU, en donde asistieron representantes de 125 países.

Este protocolo exige que los países industrializados reduzcan sus emisiones de gases contaminantes como el dióxido de carbono en un promedio de 5% entre los años 2.008 y 2.012, con relación a las emisiones registradas en 1.990. Los países que más hayan contaminado el medio ambiente en el pasado, serán los que deberán reducir en un porcentaje alto sus emisiones de gases<sup>(9)</sup>. En febrero de 2.005 el acuerdo entró en vigor, después de que 55 naciones que suman el 55% de las emisiones de gases que causan el efecto invernadero, lo ratificaron.

Este convenio es el único mecanismo internacional para hacer frente al cambio climático y minimizar sus impactos a causa de la contaminación, especialmente por fábricas y grandes industrias. Este convenio contiene objetivos legalmente obligatorios para que los países industrializados reduzcan las emisiones de los 6 gases de efecto invernadero de origen humano como dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), metano (CH<sub>4</sub>) y óxido nitroso (N<sub>2</sub>O), además de tres gases industriales fluorados: hidrofluorocarbonos (HFC), perfluorocarbonos (PFC) y hexafluoruro de azufre (SF<sub>6</sub>).

## NORMA ISO 26000

Esta norma será una guía que expondrá lineamientos en materia de Responsabilidad Social que La Organización Internacional para la Normalización (ISO), ha decidido emprender. La guía, será publicada a comienzos de 2009, como ISO 26000, y será de uso voluntario, no incluirá requisitos y de esta manera, no será una norma certificable.

Para cumplir con este propósito se ha designado a un Grupo de Trabajo de ISO en responsabilidad Social (WG RS), liderado por el Instituto Sueco de Normalización (SIS) y por la Asociación Brasileña de Normalización Técnica (ABNT) para que desarrollen la Norma Internacional para la Responsabilidad Social.

## PROPÓSITOS Y RESULTADOS ESPERADOS NORMA ISO 26000

PROPÓSITO DE LA NORMA ISO 2600	RESULTADOS ESPERADOS CUANDO UNA EMPRESA APLIQUE LA NORMA ISO 26000
Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS.	Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.
Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los stakeholders incluyendo los empleadores, a quienes quizás recalcará su confianza y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a RS.	Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los stakeholders (incluyendo los empleadores).
Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.	Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;
Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.	Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.

<sup>(9)</sup> Protocolo de Kioto, "¿Qué es el Protocolo de Kioto?" (En línea) Portal Green Peace 2008. (Consultado 28 de Marzo 2008) Disponible en <http://archivo.greenpeace.org/Clima/Prokioto.htm>

FUENTE: [http://es.wikipedia.org/wiki/ISO\\_26000](http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_26000)



## NORMA SA 8000

Impulsada por el Council on Economic Priorities, una identidad sin fines de lucro, y aplicada por SAI (Social Accountability Internacional). El SAI es una organización No Gubernamental creada en 1.997 en Estados Unidos que se dedica al desarrollo, control e implementación de normas de Responsabilidad Social que sean demostrables y voluntarias. Esta norma ha sido diseñada según los modelos de las normas ya establecidas como la ISO 9000 e ISO 1401 aplicables a Sistemas de Gestión de Calidad y de Gestión Ambiental.

Esta norma se basa en varias normas de derechos humanos internacionales existentes, como por ejemplo la Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas y la Convención Internacional de los Derechos del Niño de la ONU.

<b>1. TRABAJO INFANTIL</b>	Se prohíbe el trabajo infantil, además las empresas deben destinar fondos para la educación de los niños que pierdan su trabajo a raíz de esta norma.
<b>2. TRABAJO FORZADO</b>	No se puede exigir a los trabajadores que entreguen sus documentos de identidad, ni que paguen “depósitos” como condición de su empleo.
<b>3. HIGIENE Y SEGURIDAD</b>	Las empresas deben cumplir con las normas básicas para generar un ambiente de trabajo saludable y seguro.
<b>4. LIBERTAD DE ASOCIACIÓN</b>	Se deben proteger los derechos de los trabajadores de crear y asociarse libremente a sindicatos y gestionar convenios colectivos, sin miedo a la represión.
<b>5. DISCRIMINACIÓN</b>	No se permite ninguna clase de discriminación por raza, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, etc.

<b>6. PRACTICAS DISCIPLINARIAS</b>	Se prohíbe el castigo corporal, la coerción física y mental y abuso verbal de los trabajadores.
<b>7. HORARIOS DE TRABAJO</b>	Se establece trabajar un máximo de 48 horas a la semana, con un día libre. Y un límite de 12 horas extras remuneradas con una tarifa especial.
<b>8. REMUNERACIÓN</b>	Los salarios deben cumplir con las normas legítimas y además deberán proveer suficientes ingresos para cubrir las necesidades básicas.
<b>9. GESTIÓN</b>	Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

## GLOBAL REPORTING INITIATIVE (Iniciativa para el Reporte Global)

Esta es una organización independiente, de orden No Gubernamental, fue creada en 1997 por una convocatoria realizada por la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (PNUMA). Su objetivo es desarrollar y difundir la Guía Para La Elaboración De Memorias De Sostenibilidad, la primera versión salió en el año 2.000, la segunda en el 2.002 y la tercera en el año 2.006.

El objetivo del Global Reporting Initiative es mejorar la calidad, rigidez y utilidad de los reportes de sustentabilidad, con el fin de que alcance el nivel de los reportes financieros, pero este balance se basa en la implementación del Triple Balance, económico, social y medioambiental. Este reporte es fuerte en el contenido medioambiental y también posee algunos indicadores para medir la gestión de Responsabilidad Social de las empresas.





## Normatividad en Colombia

### Guía Técnica Colombiana (GTC) de Responsabilidad Social

Colombia es un país que indudablemente ha avanzado vertiginosamente en los temas que comprende la Responsabilidad Social, pues esta nueva ideología ha pasado a ocupar los primeros lugares en la agenda de prioridades de las empresas del país.

Es por esto que hoy en día Colombia cuenta con una Guía Técnica Colombiana de Responsabilidad Social, un documento que busca orientar, por medio de lineamientos y recomendaciones, a las empresas que, independientemente de su tamaño, naturaleza, productos o servicios, quiera abordar el tema, de acuerdo a la cultura y problemáticas propias del país.

La iniciativa la tuvo el Comité Técnico de Normalización 180 de INCONTEC, luego de cuatro años de construcción, trabajo, y después de una consulta pública, donde se expuso a la opinión de diferentes grupos de interés con el fin de mejorar su contenido y responder a las necesidades de la realidad colombiana. Esta guía se hizo de acuerdo a los parámetros internacionales, otras normas y guías mencionadas anteriormente como la SA 8000, el Global Reporting Initiative (GRI), la norma ISO 26000, entre otras.

El principal objetivo de esta guía es proporcionar lineamientos para:

- Establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de Responsabilidad Social en la gestión.
- Involucrar a las partes interesadas (stakeholders) en una gestión socialmente responsable.
- Comunicar y evidenciar este enfoque a las partes interesadas (stakeholders).
- Fortalecer a las organizaciones en términos de confiabilidad, transparencia y creación de valor para todas las partes interesadas (stakeholders).
- Proveer herramientas necesarias para llevar a cabo procesos voluntarios de verificación y auditoría ética y social y así mismo garantizar sostenibilidad económica, social y ambiental.

Por otro lado, cabe mencionar que en Colombia existen otras organizaciones que plantean estrategias u otras formas, que no son precisamente normas, o modelos de gestión, para velar por el desarrollo de la sociedad. Esta claro que el Estado y los gobiernos locales también son responsables de construir una sociedad justa y equitativa, donde se cumplan los derechos de los ciudadanos y podríamos decir que

este sería una manera de hacer posible la Responsabilidad Social. Estas organizaciones se encargan de hacer visible a la comunidad los programas que están encaminados al desarrollo de la sociedad, y que sean los ciudadanos mismos quienes juzguen el papel que desempeñan algunas organizaciones.

Es por esto, que se puede mencionar a organizaciones como ONG por la Transparencia y la ONG llamada Colnodo.

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) son una forma de agrupación de la sociedad civil, comprometida con la construcción del Estado Social y Democrático de Derecho que trabaja por el bien común, es por esto que se llevo a cabo la iniciativa llamada ONG Por la Transparencia, con el fin de hacerse visibles presentando información pública permanente, sistemática y calificada sobre ellos mismos, teniendo en cuenta que esta red es la mejor manera de dar a conocer lo que son y lo que hacen, con el propósito de lograr credibilidad y respaldo del público. Su mayor interés es consolidar una cultura de transparencia dentro del sector de las ONG colombianas, aquí se vinculan organizaciones que están interesadas en dar a conocer a través de sus portales un mínimo de información de lo que desarrollan, haciéndose visibles al público en general. Actualmente ONG por Transparencia cuenta con 53 organizaciones de distintas regiones del país.

Por otro lado, en conjunto con la Confederación Colombiana de ONG se ha avanzado en el diseño y puesta en práctica de ejercicios sistemáticos de Rendición Social de Cuentas (RSC), como una manera de presentar a la sociedad algunos de los principales aportes que le hacen las ONG al desarrollo del país. Como muestra de lo anterior, en el 2007 se llevaron a cabo 5 ejercicios de RSC en distintas partes de Colombia en el que participaron 213 ONG del país.

Por otra parte, Colnodo junto a la Corporación Transparencia por Colombia tienen un proyecto que se llama Internet para la Rendición de Cuentas, esta es una herramienta que se encarga de fortalecer la transparencia de la información pública y facilitar el control social. Este proyecto permite que las Alcaldías Municipales puedan publicar información para la ciudadanía, donde las personas se pueden enterar de lo que está pasando y lo que se está haciendo. Esta herramienta también permite apoyar ejercicios de rendición de cuentas en audiencias públicas por parte de las autoridades locales, esto contribuye a la disminución de riesgos de corrupción, además de acercarse a un concepto de gobierno transparente. Todo esto con el objetivo de que se cumplan los derechos del ciudadano de estar informado y poder crear espacios de opinión.

# Algunos Conceptos de Responsabilidad Social



La Responsabilidad Social se ha convertido en un tema de gran interés en la sociedad actual, conocerla, entenderla y ponerla en práctica es una tarea que muchas organizaciones están realizando, con el objetivo de lograr un bienestar para todos. Por esto es importante conocer su conceptualización, pero no existe una definición única de Responsabilidad Social, sino varias que contienen alcances y matices distintos, dependiendo de quién la defina. Cada institución u organismo elabora su concepto de Responsabilidad Social, de acuerdo a sus intereses ó dependiendo de cual sea el que más se aproxime a su gestión. Pero lo que si es cierto es que en cada uno de estos conceptos, se admite que la Responsabilidad Social es una actitud voluntaria, que busca emprender acciones para el bien colectivo.

A continuación presentaremos los conceptos de algunas importantes organizaciones que se han preocupado por promover y desarrollar la Responsabilidad Social y de personas que han trabajado en el tema y que por lo tanto se les podría denominar como expertos.

## **DEFINICIONES DE ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES Y/O FUNDACIONES**

### **FUNDACIÓN ESQUEL – ECUADOR 1994**

“Es la adopción de una posición ética de uno o varios actores sociales, consistente en el libre y activo compromiso por resolver los problemas del desarrollo de la sociedad y construirla como comunidad democrática, sustentable y solidaria”

### **CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA CEMEFI 2002**

“La Responsabilidad Social Empresarial es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo.

Esta responsabilidad lleva, por tanto, a la actuación conciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus participantes: inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad. La acción responsable integral se da en función a cuatro líneas estratégicas de competencia: Ética empresarial / Calidad de vida /



Vinculación y compromiso con la Comunidad y su desarrollo / Cuidado y Preservación del Medioambiente.”

#### **AÇÃO EMPRESARIAL PELA CIDADANIA – BRASIL 2002**

“Es la gestión con objetivos y compromisos que sobrepasan el ámbito de supervivencia del propio negocio, ampliándose hacia el ejercicio del papel de agente corresponsable del desarrollo social, político y económico de su ambiente; de la práctica de acciones asociadas a una mejora de la calidad de vida, a una ética en las relaciones y al ejercicio de la ciudadanía, tanto en la empresa como en el ambiente externo.”

#### **FUNDACION PROHUMANA – CHILE 2002**

Es la responsabilidad que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad (local y global). La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.”

#### **CENTRARSE – GUATEMALA 2006**

“La RSE no es filantropía, no son acciones sociales independientes, y no son obligaciones ni imposiciones a las empresas. La RSE, más bien, es una estrategia o una forma de actuar de la empresa en su interrelación con todos los actores que la rodean y que se convierte en una ventaja competitiva”

#### **CSR EUROPE 2007**

“La Responsabilidad Social Corporativa gira en torno a conductas esenciales de las empresas y la responsabilidad por su impacto total en las sociedades en las cuales operan. La Responsabilidad Social Corporativa no constituye una opción adicional ni un acto de filantropía. Una empresa socialmente responsable es aquella que lleva adelante un negocio rentable, teniendo en cuenta todos los efectos ambientales, sociales y económicos -positivos y negativos- que genera en la sociedad”.

#### **INSTITUTO ETHOS DE BRASIL 2007**

“La responsabilidad social empresarial es la forma de gestión definida a partir de la relación ética y transparente de la empresa con todos los grupos con los cuales ella está relacionada y por el establecimiento de objetivos empresariales compatibles con el desarrollo social sostenible, conservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y fomentando la reducción de las desigualdades sociales.”

#### **FORUM EMPRESA Foro de Empresa y Responsabilidad Social de las Américas – 2007**

“Aunque no existe una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ésta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es vista por las compañías líderes como algo más que un conjunto de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. La RSE es un amplio set de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración”.

#### **CCRE Centro Colombiano De Responsabilidad Empresarial – Colombia 2008**

“La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.”

#### **CentraRSE – GUATEMALA 2008**

“La Responsabilidad Social Empresarial es una cultura de negocios basada en principios éticos y firme cumplimiento de la ley, respetuosa de las personas, familias, comunidades y medio ambiente, que contribuye a la competitividad de las empresas, bienestar general y desarrollo sostenible del país.”

#### **Centro Interamericano Para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional- 2008**

“La definición de la responsabilidad social de la empresa admite varias acepciones, pero todas coinciden en que se trata de un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Se emplea para describir una amplia variedad de iniciativas de orden económico, social y medioambiental tomadas por empresas, que no se fundan exclusivamente en requisitos jurídicos y son, en su mayoría, de naturaleza voluntaria.”



### **INSTITUTO ETHOS – BRASIL 2008**

"Responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".

### **CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA. 2008**

"Entendemos por RESPONSABILIDAD como la "obligación de responder ante hechos o situaciones", y RESPONSABILIDAD SOCIAL es la obligación de responder ante la sociedad en lo general y sus constituyentes en lo específico. Entonces la RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, es la capacidad de entender y dar respuesta al conjunto de solicitudes que los diversos entornos le piden a la empresa. Además, es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común."

### **FUNDACIÓN ESQUEL- ECUADOR 2008**

Para Esquel, la Responsabilidad Social es la actitud y las prácticas que asumen las organizaciones y los individuos para responder frente a la sociedad por las consecuencias de sus acciones. Es la expresión de la solidaridad con los menos favorecidos por el modelo excluyente de desarrollo. Es el interés por construir una sociedad que sea democrática, justa, equitativa, que privilegie el desarrollo sostenible y que trabaje en beneficio de quienes menos tienen."

### **FUNDACIÓN PROHUMANA – CHILE 2008**

"La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad."

### **FUNDACIÓN EMPRESAY SOCIEDAD – ESPAÑA 2008**

"La empresa del futuro no podrá limitarse a ser una mera explotación económica en el sentido tradicional del concepto. Adquirirá un mayor protagonismo en la sociedad en tanto que sea socialmente responsable, lo cual incorpora aspectos como que sus

productos y servicios sean aceptados por los ciudadanos, cumpla estrictamente la normativa vigente, sus directivos tengan un comportamiento ético intachable, conceda una importancia adecuada a la relación con sus empleados, sea respetuosa con el medio ambiente o apoye a las personas más desfavorecidas de las comunidades en las que opera."

### **FUNDEMÁS Fundación Empresarial Para La Acción Social - El Salvador kbf**

"RSE es la toma de decisiones de la empresa relacionadas con los valores éticos, cumplimiento de requerimientos legales y respeto hacia la gente, las comunidades y el medio ambiente. Es un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se reflejan a lo largo de las operaciones empresariales y de los procesos de toma de decisión, el cual es apoyado e incentivado por los mandos altos de la empresa".

## **DEFINICIONES DE OTRAS ORGANIZACIONES**

### **LIBRO VERDE de la Comisión de las Comunidades Europeas**

"Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores"

### **ANDI (Asociación Nacional De Empresarios Colombianos) 2008**

"La Responsabilidad Social se traduce en todas aquellas iniciativas que hacen las compañías voluntariamente para promover el desarrollo de sus trabajadores, integrar los temas sociales y ambientales a sus operaciones y aportar a la comunidad que les ha permitido ser y crecer."

### **World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Suiza**

"La responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida."



“La RSE es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente.”

Prince ofWales Business Leadership Forum (PWBLF), Inglaterra

“La RSE se define como la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa.”

Business for Social Responsibility (BSR), Estados Unidos

**Conferencia de Valdemar De Oliveira Neto Director del Instituto Ethos, en Encuentro de Endeavour en Argentina. ABRIL 2002.**

Es la capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo”

Todas las definiciones anteriores son diferentes, pero la gran mayoría de ellas convergen en los siguientes elementos comunes:

- Que todas las empresas asumen la responsabilidad social como una decisión voluntaria.
- Que las empresas tienen un compromiso, y se trata de que sus operaciones agreguen un valor social a la comunidad.
- La conducta ética. La ética va más allá de lo que se espera tradicionalmente de los negocios, o sea que sean transparentes, esta conducta ética involucra a la sociedad con unas prácticas de negocio aceptables.
- El desempeño ambiental de una compañía. En las definiciones siempre se resalta la preservación del medio ambiente como prioridad, pues de éste es que salen los recursos y la idea de la responsabilidad social es que se cuide y conserve para las futuras generaciones.
- Que las empresas deben atender las expectativas de sus grupos de interés ó stakeholders, algunos conceptos hacen una lista concreta de ellos y éstos son los colaboradores y sus familias, los consumidores, proveedores, accionistas, la comunidad y el medio ambiente y cada uno de ellos debe beneficiarse de alguna manera de las

operaciones de la empresa.

- La capacidad de adaptabilidad, lo que es bien importante adaptar la RSE al contexto y realidad de las sociedades en las que funcionan las empresas, la idea es plantear modelos de RSE que se acomoden según las particularidades del medio donde se desarrollan.



Diseño y Elaboración: Betty González

# Responsabilidad Social Empresarial



“La responsabilidad social plantea que las empresas deben perseguir un amplio abanico de objetivos, incluyendo el de ser responsables socialmente, que ayuden a sobrevivir la organización. Centrarse únicamente en la producción de bienes y servicios para obtener mejores beneficios puede perjudicar, a largo plazo, el rendimiento de la compañía, además de afectar su supervivencia. En definitiva, la responsabilidad social tiene un efecto positivo sobre el resultado de las empresas<sup>(10)</sup>.”

La Responsabilidad Social está concebida como una inversión que da como resultado la obtención de grandes lucros, pues si el capital humano que rodea a la gran organización está conforme y se siente satisfecho, comprendido y con todas sus necesidades suplidas, este aportará un trabajo impecable, realizado con gusto, por ende, la productividad será mejor y dichas empresas obtendrán mejores ingresos. Además no tiene sentido que una empresa se dedique solo a producir, sin medir el impacto social que la compañía puede causar, sabiendo que este impacto podría afectar directamente a la organización, pues ésta está compuesta por sus trabajadores, las familias de éstos, los proveedores, los clientes, las comunidades que la rodean y hasta el mismo medio ambiente.

Pero algunas empresas en el afán de generar productividad, en una sociedad donde solo se produzca y se venda, con el fin de llegar a ser más competitivas, han olvidado el impacto que puede causar sus acciones en el entorno social, humano y ambiental. Y es indispensable tener en cuenta que enfocarse sólo en obtener ganancias es un acto carente de visión ética y responsable, inclusive corriendo el riesgo de afectar a la propia empresa.

Frente a las distintas situaciones por resolver, que relacionan directamente a la sociedad, podemos decir que una empresa que implementa la responsabilidad social en sus políticas es una empresa que se preocupa por el desarrollo sostenible de las sociedades, el manejo ambiental como consecuencia de su actividad productiva y de la comunidad donde asienta y opera su empresa.

El Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) tiene un concepto que abarca en gran medida las distintas concepciones de autores e instituciones que se preocupan por promover y dar a conocer la Responsabilidad Social “La Responsabilidad Social Empresarial es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se

<sup>(10)</sup>GOMEZ, Mejía Luis R. BALKIN, David B. *Administración parte II, Ética y Responsabilidad Social*. Ediciones McGRAW- HILL. Pág. 62



benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno(11)”.  
 (11) ¿Qué es RSE? [en línea]. Colombia: Portal Centro Colombiano de Responsabilidad Social. 2008. [consultado 28 de Marzo, 2008]. Disponible en: [http://www.ccre.org.co/upload/2art03\\_g.pdf](http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf)

Los Stakeholders son los diferentes grupos de interés los cuales son un conjunto de colectivos que pueden ser afectados por una organización y sus actividades, o tener incidencia sobre ellas. Según la clasificación incluida en el “Código de gobierno para la empresa sostenible”, las partes interesadas son:

- Accionistas e inversores
- Empleados
- Socios estratégicos
- Creadores de opinión y conocimiento
- Comunidades locales
- Países y sociedades
- Administración pública
- Proveedores y Subcontratistas
- Instituciones financieras
- Clientes

Entonces, de esta manera podemos decir que una empresa con responsabilidad social es una empresa que promueve el desarrollo humano sostenible, protege los derechos humanos y laborales, protege el medio ambiente y lucha contra la corrupción. Y si a esto se le suma que la empresa que aplica la responsabilidad social obtiene muchos beneficios, como el mejoramiento de su imagen y logra mayor identidad y sus colaboradores tendrán sentido de pertenencia.

Cualquier organización ya sea una empresa productora, de servicios, un colegio, entre otras, establece unas relaciones con los diferentes grupos de interés de su entorno, que ya haya identificado, y el ser socialmente responsable es responder con habilidad a expectativas legítimas que de dichos grupos de interés (stakeholders) tienen respecto a la organización.

La primera expectativa que se tiene que satisfacer de manera legítima es la del grupo de interés por el cuales ella existe, estos son sus Clientes, que son la razón de ser de esa organización. La organización existe porque hay alguien en la sociedad que requiere de sus servicios como institución, cuando la sociedad ya no requiere de ellos, entonces se pierde la razón de ser. Y las expectativas de este primer grupo de interés son que el

producto o servicio sea de excelente calidad, que tenga un precio competitivo, que sea entregada a tiempo (en el caso de proveedores) y con oportunidad a quien lo requiere.

Otro grupo de interés muy importante son los Accionistas, y podríamos decir que su expectativa legítima es que ese aporte que hicieron no se pierda, que con el tiempo sea productivo y genere ingresos, ganancias.

Hay otro grupo de interés que necesita de una vital atención a sus expectativas y estos son los Colaboradores. Cualquier organización para cumplir su objeto social requiere de talento humano, o sea hay unas personas que agregan valor con su trabajo y que hacen posible que el objeto social de esa organización se cumpla. Este grupo de interés tienen unas expectativas básicas, por ejemplo, que le paguen a tiempo y lo justo, que tenga seguridad social para él y sus familias, y estas expectativas se van haciendo cada vez más finas, a medida que van satisfaciendo las necesidades básicas, pues van queriendo satisfacer otras en su escala y desarrollarse como ser humano y tener una mejor calidad de vida.

La Comunidad también hace parte de estos grupos de interés de cada organización. Definitivamente, donde se encuentra la empresa, eso la obliga a tener una labor con ese entorno local. Como institución debe ser percibida como un buen vecino, como institución respetuosa, de las leyes, de las personas, que aunque ejerzo una actividad económica, no trasciendo los límites de la libertad de otro y mi relación con dicha comunidad, si es generar empleo para ese sector y no para ningún otro como se ven algunos casos en empresas colombianas.

Otro grupo de interés el cual no se puede apartar una institución es el Gobierno, sin ellos, ninguna organización llega a sus objetivos empresariales, porque ellos siempre están reglamentando la actividad económica de alguna manera, establece parámetros, hay que declarar, entregar certificados, el Gobierno vigila y tributa.

También encontramos al Medio Ambiente, porque hay que respetarlo y no comprometer los recursos de futuras generaciones, porque sino definitivamente en los años la empresa no será sostenible, además de que ella necesita de estos recursos, tampoco será percibido como un buen vecino, además eso no lo va a permitir ni el Estado ni la sociedad.

El **Libro Verde** de Comisión Europea, plantea que La responsabilidad social comprende dos dimensiones, allí también se exponen esos distintos grupos de interés.



La primera es la Dimensión Interna, donde las prácticas responsables en lo social afectan directamente a los trabajadores y se refiere a la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad de ellos. En esta dimensión hay que tener en cuenta: la gestión de recursos humanos, la salud y la seguridad en el lugar de trabajo, tener en cuenta la adaptación al cambio, la gestión del impacto ambiental y los recursos naturales.

La segunda dimensión es la Dimensión Externa, la relación que tiene las empresas con sus clientes externos, la responsabilidad no solo debe tratarse con los empleados, sino también con las comunidades y el espacio donde se encuentra ubicada la empresa. En esta dimensión habrá que tener en cuenta algunas gestiones para realizar con: las comunidades locales, los socios comerciales, proveedores y consumidores. Para llevar a cabo un buen marco de responsabilidad social es necesario hacer parte del programa de gestión y tener presente los Derechos Humanos, Derechos del trabajo (OIT) y los distintos problemas ecológicos mundiales.

### Generaciones de Empresas Socialmente Responsables

Existe una escala llamada Generaciones de Empresas Socialmente Responsables, elaborada por expertos del tema de RS, donde cada empresa se ubica en una generación, la idea es alcanzar la tercera generación de ESR.

Generaciones de ESR se divide en 4 fases, la primera fase es la base, donde toda empresa cumple con las leyes estipuladas; la segunda fase se llama Primera Generación de RSE, en donde hay prácticas filantrópicas, cuando las empresas se dedican a dar donaciones a la Cruz Roja y otras identidades y hasta ahí no más. La tercera fase es llamada Segunda Generación RSE, donde hay innovación de procesos y productos, y nuevos modelos de gestión que posibilite una sustentabilidad a largo plazo que tiene que ver con el medio ambiente y con la interacción con la sociedad. Y por último se encuentra la Tercera Generación RSE, aquí se manejan los Multi-stakeholders, estándares y asociaciones, fortalecimiento de las instituciones y políticas públicas, las empresas se convierten en promotoras de desarrollo sustentable.

## GENERACIONES DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES



FUENTE: ANAYA, Sophie. La Responsabilidad Social, como aprendizaje en la empresa: El caso Met- Mex Peñoles. En: V SIMPOSIO DE LATINOAMERICANO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. (9na: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003 p. 123

FUENTE: ANAYA, Sophie. La Responsabilidad Social, como aprendizaje en la empresa: El caso Met- Mex Peñoles. En: V SIMPOSIO DE LATINOAMERICANO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. (9na: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003 p. 123





## Hexágono de la Responsabilidad Social

Este es un modelo conceptual apropiado que abarca en gran medida lo que se pretende atender en la Responsabilidad Social Empresarial. Este modelo se llama así porque comprende seis categorías sobre las cuales la empresa deberá enfocarse de manera integral para alcanzar una conducta de responsabilidad para con la sociedad donde opera. Las seis categorías definidas son: Transparencia, valores y prácticas anti-corrupción; colaboradores; públicos de interés clave (clientes, proveedores y comunidad); medio ambiente; fortalecimiento Institucional; y sostenibilidad económica.



FUENTE: Diseño y Elaboración de un Modelo de RSE para Costa Rica, INCAE, 2004

Compromisos que debe tener una organización con sus grupos de interés:

- **Transparencia, Valores y prácticas anti-corrupción:**

Es importante tener en cuenta que cuando se constituye una organización debe tener unos valores que la identifiquen, que le sirvan para cumplir tanto la misión como la visión. Además debe tener un código de ética que rijan el buen comportamiento de los miembros de la compañía, esto con el fin de que se puedan lograr los objetivos organizacionales a través del respeto, cumplimiento de normas y el buen clima laboral.

- **Colaboradores:**

Los colaboradores de cualquier organización son un aporte importante para el buen funcionamiento de la empresa. Si un colaborador está bien y se siente a gusto, este aportará un trabajo impecable, con calidad y compromiso. El colaborador debe tener seguridad social, igualdad de oportunidades, se le debe fomentar el desarrollo profesional, debe tener una libre asociación, una remuneración justa, donde él pueda suplir sus distintas necesidades.

- **Públicos de interés claves:**

- **Consumidores**

Gracias a ellos existe la empresa, son ellos los que han requerido de un servicio o producto, por lo tanto la empresa tiene la responsabilidad de brindarles a ellos productos de excelente calidad. Que estos productos le ofrezcan salud y seguridad para quien los consume. La empresa debe brindar información completa de ellos, además los clientes tienen derecho a una atención al cliente, seguridad y garantía.

- **Proveedores**

La idea es que la gran empresa contribuya al desarrollo de estos proveedores, en especial a aquellas, micro y pequeñas empresas, mediante la colaboración para su desarrollo. Se debe seleccionar bien a estos proveedores, para que el producto final sea de calidad.

- **Comunidad**

Toda empresa debe comprometerse con la comunidad donde opera, teniendo programas de apoyo y desarrollo para dicha comunidad en temas de salud y educación, además que se genere empleo en el sector, con esto se contribuye al desarrollo de la

sociedad.

- **Medio Ambiente**

Las empresas deben medir su impacto ambiental de sus actividades productivas, por lo tanto, las empresas tienen la responsabilidad de preservar el medio ambiente para las futuras generaciones. Además deben tener alianzas que les permita para llevar a cabo iniciativas en la educación ambiental.

- **Fortalecimiento Institucional**

Las empresas deben participar para contribuir al fortalecimiento de instituciones públicas, participando en proyectos de gobierno, apoyando el desarrollo de políticas públicas y asegurando la transparencia política. La empresa privada es actor económico más poderoso, hacer buen uso de esta característica para contribuir al desarrollo de la sociedad es un acto responsable.

- **Sostenibilidad Económica**

Par que una empresa pueda sobrevivir y para que pueda realizar cada una de las características mencionadas anteriormente, tiene ante todo la responsabilidad de ser rentable económicamente y cuando se cumple esta condición se asegura la sostenibilidad de las empresas a través de los años. Una empresa rentable es una empresa que puede emprender los proyectos para mejorar la calidad de vida, es una empresa que asegura el trabajo y el pago de sus empleados. La sostenibilidad económica es vital para que se pueda realizar un ejercicio de responsabilidad social empresarial.

# Responsabilidad Social y la Academia



Como se pudo observar en los temas anteriores, la responsabilidad social se ha convertido en una alternativa para combatir los problemas globales, que se ha empleado en distintas organizaciones de tipo social, empresarial, con el fin de que dicha organización obtenga a través de ella, beneficios tanto para la organización como para los entes que la rodea. El fin de aplicar la responsabilidad social en las estrategias de una organización es obtener el bienestar común, para lograr un mundo mejor, un mundo donde se logre que el medio ambiente, las sociedades, los recursos, sean sostenibles.

El futuro de la responsabilidad social está en manos de todos los ciudadanos, no basta con que el Estado, el gobierno local, los grandes empresarios, fundaciones y ONGs se preocupen por el bienestar de las personas, es importante que todos, desde sus hogares y actividades diarias se preocupen por contribuir para tener un mundo mejor.

Por este motivo es necesario que la academia se vincule con este gran proyecto de vida y tenga la Responsabilidad Social en su currículo, o en el pensum académico, para que ésta sea enseñada y aplicada desde que las escuelas.

Lo importante es que el tema se ha proliferado, ya no es una moda, donde las empresas acogían la responsabilidad social para estar a la vanguardia de las grandes multinacionales que la estaban aplicando. Hoy en día y cada vez más las personas desde la academia y las organizaciones entienden que la responsabilidad social va más allá de dar unas donaciones a los más necesitados.

Es por esto que el estudio de la responsabilidad social se ha convertido en un interés para estudiantes de administración e ingeniería industrial, es decir los futuros gerentes de importantes empresas del país. También la responsabilidad social se ha convertido en un tema tan importante que ya es estudio de muchas investigaciones en Colombia.

Existen grupos de investigación registrados y reconocidos por Colciencias que trabajan temas de Responsabilidad social.

Según el directorio de esta entidad, Colombia cuenta con nueve grupos de investigación que trabajan temas de responsabilidad social empresarial. Dos de ellos son reconocidos y avalados por Colciencias. Los siete restantes están registrados en la institución, de los cuales 5 de ellos se encuentran avalados.

Los grupos de investigación reconocidos y avalados por Colciencias son los siguientes:

- Organizaciones, Conflictos y Responsabilidad Social, de la universidad ICESI de la ciudad de Cali, creado en el año 2001. Este grupo cuenta con 9 proyectos de los cuáles uno de ellos se titula: Responsabilidad Social Empresarial: Una tensión entre lo público y lo privado.

- Ética empresarial y Empresariado Social – ETHOS, de la universidad Nacional de Colombia de la ciudad de Manizales. Cuenta con 8 proyectos, uno de ellos llamado Línea de Investigación: Responsabilidad Social, en esta línea se pretende conceptualizar el tema, medir la RSE con el balance social e informes sociales y desarrollar técnicas de medición aplicables para algunas empresas. De esta línea de investigación se han desarrollado 11 productos. Algunos de ellos son:

- Aproximación a un primer modelo de intervención empresarial para organizaciones socialmente más responsables. (El objetivo de este proyecto es construir un primer modelo de intervención empresarial, para contribuir con herramientas administrativas idóneas en el cumplimiento de la Responsabilidad Social.)

- El Concepto de la Responsabilidad Social y su Significado en el Nuevo Contexto,

- La Responsabilidad Social Empresarial hacia el Desarrollo Humano. Caso estudio: Asociación Nacional de Empresarios ANDI. Seccional Caldas. (Este trabajo tiene el objetivo de caracterizar las políticas y prácticas de Responsabilidad Social de este gremio empresarial, con el fin de reconocer cuáles se deben fortalecer o r modificar, o crear otras para que generen mayor impacto.)

- Medición de la Responsabilidad Social Empresarial. (El trabajo pretende contribuir al Mejoramiento en la forma de medir la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) basado en el análisis de los modelos existentes, a fin de proponer un mecanismo de gestión empresarial simplificado e idóneo)

- Proyecto de Balance Social para la Empresa C.I. Color Siete S.A. Primera fase: Desarrollo de Informe Social

- Proyecto de creación del modelo de Balance Social de la Cámara de Comercio de Manizales a nivel Interno y Regional,

- Proyecto de creación del modelo de balance social en investigación y desarrollo



- Proyecto de mejoramiento del modelo de balance social con base en experiencias nacionales e internacionales

- Responsabilidad social: Un análisis conceptual.

Ahora veamos cuáles son los grupos que están registrados y avalados en Colciencias:

· Responsabilidad social y empresarial, de la universidad El Bosque de Bogotá, fue creado en el 2003.

· Observatorio- Responsabilidad Social Empresarial – ORSE, este grupo es de la Fundación Universitaria Agraria de Colombia, de Bogotá. Creado en el 2004. Este grupo cuenta con proyecto llamado Responsabilidad Social Empresarial que tiene por objetivo fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (stakeholders).

· Grupo de Investigación en Responsabilidad Social- GRS, de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío, de la ciudad de Armenia. Este grupo se creó en el 2007. Cuentan con dos proyectos llamados Fundamentación del proyecto de investigación marco en Responsabilidad Social y La Responsabilidad Social como generadora de Capital Social en las cadenas de valor del Departamento del Quindío.

· Grupo de Investigación de Responsabilidad Social Ambiental GIRSA, de las instituciones: Universidad Piloto De Colombia, Fundación Universitaria Empresarial De Al Cámara De Comercio De Bogota y Fundación Universitaria Monserrate. Creado en el año 2005.

· Los Estudios Ciencia-tecnología -Sociedad y la Responsabilidad Social Profesional, de las instituciones: Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca, Universidad Pedagógica Nacional de Bogotá. Este grupo fue creado en el año 2000.

Y estos son los grupos que se encuentran registrados en Colciencias, pero que aún no han sido avalados por la institución:

· Responsabilidad Social y Jurídico Empresarial, de la Corporación Universitaria De Colombia Ideas, creado en el 2008.

Responsabilidad social y ética universitaria, de la Institución Universitaria Inpahu de Bogotá, creado en el 2008.

# Casos de Responsabilidad Social



## Presentación de algunas prácticas de Responsabilidad Social Empresarial

A continuación veremos tres casos de organizaciones de distinta naturaleza (ONG, Empresa privada, Gremio Empresarial) que tienen dentro de sus políticas un programa de Responsabilidad Social. Los tres ejemplos son una muestra de algunas prácticas llevadas a cabo en materia de RS de una organización, aquí se plantea claramente que aplicar la Responsabilidad Social es un proceso en constante construcción y evolución, que poco a poco va generando grandes resultados.

### Gremio Empresarial **ACOPI Valle del Cauca** (Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas)

ACOPI, es la organización gremial de Colombia que agrupa a las microempresas formales y a las pequeñas y medianas empresas de los diferentes sectores productivos. Es una entidad sin ánimo de lucro, una Federación Nacional de la PYME, fundada el 27 de Agosto de 1951, como resultado de la fusión de entidades afines del orden regional que existían en ese momento en cuatro de las más importantes ciudades del país.

El director de ACOPI del Valle, Rodrigo Salazar, cree que frente a un país como Colombia, con tantas necesidades económicas, es justo que los empresarios retribuyan parte de sus utilidades para ayudar a un entorno que inicialmente debe incluir los trabajadores y sus familias, y también las comunidades circundantes. El objetivo es llegar a los estratos con más necesidades con un programa sostenible y no de simple asistencialismo.

ACOPI como organización, trabaja constantemente para influir en los empresarios para que apliquen el tema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), con el objetivo de darles a entender que esto es un buen negocio, que la RSE pueda convertirse en algo que más que una obligación, por cumplir normas y leyes, y sea algo cultural. La idea es hacerles ver a los empresarios que el trabajador que se siente ayudado y siente apoyo para su familia e hijos, son trabajadores que aumentarán su productividad y rendimiento y esto es conveniente para cualquier empresa.



Por este motivo, ACOPI junto a la Cámara de Comercio y el BID, realizan unos seminarios sobre Responsabilidad Social Empresarial. Actualmente en el Valle son 300 empresas inscritas en el gremio empresarial y 25 de ellas están afiliadas a las charlas y seminarios que hacen sobre el tema.

Con la labor de Responsabilidad Social que se está emprendiendo en ACOPI, no pretenden que lo se haga sea por conseguir protagonismo y esto ya lo tienen claro algunas empresas que se han acogido a este programa. Algunas de ellas también ya tienen fundaciones y están manejando unos programas de Responsabilidad Social.

Inicialmente la empresa tenía un concepto tradicional que era solo ganar, pero más adelante se dio cuenta que debía tener un compromiso más allá de cumplir con las leyes. Y por esta razón algunas empresas se han preocupado por este tema y ya tienen un programa permanente de RSE. Por eso, ACOPI sigue trabajando para hacer más conciencia de eso y la filosofía es que el empresario sepa que tiene una obligación con la comunidad.

Actualmente ACOPI junto con la Cooperativa de Impresores y Papeles están manejando un proyecto, en donde el objetivo es escoger 40 madres comunitarias desplazadas para que aprendan el oficio de acabados gráficos y productos finales. Esto lo están realizando con el apoyo de la Gobernación del Valle del Cauca y la idea es crearles la empresa para que estas madres progresen junto con sus familias.

Por otra parte, La RS siempre estuvo muy ligada a la gran empresa, pues ellos por sus grandes capacidades, producción y ganancias podían contribuir un poco más a inversiones de tipo social. Por esto, en ACOPI, desde hace dos años están tratando de que la Micro, Pequeña y Mediana empresa utilicen un porcentaje de su utilidad a ayudas comunitarias, es decir a la inversión social, que la Mipyme no se conforme con dar un salario. Muchos de los empresarios aún piensan que cubrir las necesidades de quienes más carecen de oportunidades es una obligación del Estado, la idea de los seminarios es poder cambiar parte de la cultura empresarial de este gremio y que ellos se concienticen. Además, esos empresarios que hacen parte de este gremio están vinculando a sus hijos profesionales en la junta directiva de sus empresas, por eso realizan charlas para que ellos también se concienticen y en sus estrategias de negocios vinculen la RSE.

El 99.8% de las empresas que existen en Colombia son Mipyme (Micro, Pequeña y

Mediana Empresa), solo el 2% son grandes empresas. La Microempresa tiene de 1 a 10 empleados y unos activos hasta de 200 salarios mínimos; la Pequeña empresa tiene de 11 a 50 empleados y unos activos hasta de 5000 salarios mínimos y la Mediana empresa tiene de 51 a 200 empleados y un activo hasta de 30 mil salarios mínimos. Pero de este gran universo de empresa en Colombia, el 60% son empresas informales, o sea que no existen legalmente. No pagan seguridad social, ni parafiscal, ni Sena, ni Bienestar Familiar. Los trabajadores son explotados, porque a veces no les pagan ni el salario mínimo. Por eso, nosotros trabajamos porque estas empresas informales se conviertan en empresas formales, legales, que los trabajadores estén protegidos. Estas empresas que no están formalizadas no tienen cargas laborales, ni pagan impuestos, entonces por ese motivo hacen el trabajo más barato y esto afecta las otras empresas que si están formalizadas y que legalmente existen. (SALAZAR, Rodrigo 2008)

## **CASO CREPES & WAFFLES**

Crepes & Waffles es un restaurante, que nace de la idea de una pareja de universitarios de sexto semestre de administración de empresas del Colegio de Estudios Superiores de Administración. En 1980 se abrió el primer punto de venta en Bogotá, en la Carrera 11 con Calle 85, era una pequeña crepería con un estilo rústico, una barra de madera y un ambiente joven e informal.

Poco a poco Crepes & Waffles fue mejorando sus recetas y cada día más este restaurante se hacía popular. Hoy ya es una empresa nacional que abrió sus puertas en Cartagena, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga (Colombia), Quito (Ecuador), Ciudad de Panamá (Panamá), Caracas (Venezuela), Lima (Perú), Ciudad México (México) y Madrid (España).

Con una ideología de contribuir permanente al progreso de su gente, esta empresa 100% colombiana, se proyecta hacia el fortalecimiento de su estructura organizacional para seguir creciendo y así mismo contribuir a través de su aporte y sus prácticas de Responsabilidad Social, al mejoramiento de la calidad de vida de los que se encuentran a su alrededor.

La principal característica de Crepes & Waffles es que la mayoría de sus empleadas son madres cabeza de familia, que desempeñan labores de producción, servicio y administración. Crepes & Waffles cree en la responsabilidad que tienen las mujeres por



hacer progresar sus hogares y considera fundamental en la preparación de alimentos el toque de afecto que la mujer pone en todo lo que hace.

En materia de Responsabilidad Social, esta empresa desarrolla constantemente planes de adquisición de vivienda para sus empleados, la empresa trabaja constantemente en el mejoramiento de la calidad de vida de ellos, a través de programas de salud, planificación familiar, orientación socio familiar, recreación, educación, con el claro objetivo de que contribuyen con el crecimiento personal y profesional de la gente.

Hacia el año de 1990 el padre de la fundadora de Crepes & Waffles, Beatriz Fernández, junto con el padre S. J. Alfonso Llano, empezaron a resolver el problema más urgente que tenían los empleados en esa época, algo que no tenía solución ni con una capacitación, ni con ninguna charla, porque las personas necesitaban vivienda y salud. Entonces empezaron un plan de vivienda social y hasta el 2005 ya habían entregado alrededor de 400 casas, no regaladas sino con préstamos del restaurante. Cada año se visitan, en promedio, 20 de los empleados para buscarles un proyecto de vivienda en conjuntos cerrados. Y el éxito ha sido total.

A esto se le suma que, toda persona, después de un año de trabajar con Crepes & Waffles, tiene derecho a un plan de medicina prepagada por cuenta de la empresa, la ideología de sus dueños es que es bueno ayudar a la gente, a ellos les gusta hacerlo, pero su mayor necesidad es que sus empleados entiendan que no todo es gratis y regalado. Beatriz Fernández cambió el concepto de empresa, porque Crepes & Waffles es, según ella, de todos, porque todos viven de ella y si no se cuida, simplemente se acaba.

El programa de Responsabilidad Social de Crepes & Waffles no solo busca que sus empleados crezcan integralmente, sino también su grupo familiar. Es por esto, que a partir del año 2008 se empezó a implementar un programa de capacitación para los hijos de las empleadas, que aunque cuentan con una profesión, se enfrentan a un mercado laboral difícil. La capacitación consiste en incentivar a estos jóvenes para que no terminen sus estudios con el ánimo de conseguir trabajo, sino crear su propia empresa.

El éxito de esta empresa es el valor que le ponen a la cadena de producción y la manera como se lo hacen saber a sus empleados, la idea de sus dueños es crear cada día más un sentido de pertenencia de sus empleados para la empresa. Por esto, han adoptado una metodología que consiste en que todos los días, alrededor de la 11:45 de la mañana, todas las sucursales se conectan para recibir un mensaje de la señora Beatriz Fernández,

quién ofrece frases de aliento y de ánimo para las personas que considera lo más valioso de Crepes & Waffles.

## **CASO UN TECHO PARA MI PAÍS** **COLOMBIA (ONG)**

Un Techo para mi País (UTPM) es una organización no gubernamental latinoamericana, que se creó con el objetivo de combatir la extrema pobreza en la que se encuentran algunas comunidades del continente.

Nació en Chile en 1997, luego de que algunos jóvenes universitarios apoyados por Felipe Berríos S. J. denunciaron la situación de extrema pobreza que viven millones de personas en los asentamientos de las distintas ciudades. Para combatir esta problemática se ha venido desarrollando un programa que consiste en la construcción de viviendas de emergencia y la ejecución de planes de habilitación social. Es por esto, que surge la necesidad de convocar a toda la comunidad para darles a conocer la situación que viven más de 200 millones de latinoamericanos, y así mismo iniciar un proceso de concientización y compromiso de la sociedad, haciéndoles entender que el desarrollo de esta misma no sólo le compete al Estado y los gobiernos locales, sino que todas las personas pueden aportar para que se de el progreso. Por este camino se da inicio una nueva forma de construir un mundo sin injusticias e igualdad de condiciones. Desde el año 2001 UTPMP empezó a expandirse y hoy hace presencia en 12 países. Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Paraguay, Perú y Uruguay, en donde con la ayuda de miles de voluntarios, en su mayoría jóvenes universitarios, aportan al progreso de Latinoamérica.

A partir de su creación, UTPMP ha construido más de 32.000 viviendas de emergencia en toda Latinoamérica, ayudando a la erradicación de 400 asentamientos que nacen a raíz de la violencia, el desplazamiento forzoso y la falta de oportunidades en los países latinoamericanos. Además se han desarrollado diferentes planes de intervención social como programas de educación, salud, nivelación de estudios, capacitaciones en oficios básicos, fomento productivo, microcréditos, asesoría legal, entre otros.

Un Techo para mi País tiene un modelo de intervención que se enfoca en tres etapas básicas para dotar a las personas de algunas herramientas para que salgan de la situación de pobreza y luego se sostengan por sí solos. La primera etapa consiste en construir

una vivienda de emergencia, que se realiza con el apoyo de los voluntarios universitarios y últimos años de colegios y las donaciones de empresas privadas. Esta primera etapa es el incentivo que las familias necesitan para seguir trabajando para alcanzar su objetivo de una mejor calidad de vida. La segunda etapa consiste en una habilitación social, que se hace en los distintos asentamientos a través de la formación en oficios básicos, educación, salud, microcréditos, asistencia jurídica y trabajo comunitario. La tercera y última etapa, es la de la adecuación de la vivienda final, después de dar el primer paso, como lo es la construcción de una vivienda de emergencia y luego de un proceso de habilitación social, las familias ya tienen unas herramientas suficientes para ampliar su vivienda, mejorarla, renovarla y así mismo continuar con una mejor calidad de vida.

Un Techo para mi País es un programa que involucra a toda la sociedad, liderado por jóvenes universitarios, aquellos que serán los futuros profesionales y empresarios del país, quiénes tendrán bajo su responsabilidad los altos mandos y quiénes tomarán decisiones importantes que afectará directamente o indirectamente a la sociedad, este un programa en el cual se pueden involucrar empresas que están interesadas en dar donaciones, este es un programa que ejerce la Responsabilidad Social en conjunto, donde todos están comprometidos por un mismo objetivo: contribuir al desarrollo de países que viven situaciones de extrema pobreza.

# Conclusiones y Recomendaciones





## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber hecho un recorrido por el tema de la Responsabilidad Social, sus antecedentes históricos, cómo pasó de ser vista como un acto simplemente de caridad a un amplio concepto que mezcla los distintos entes de la sociedad; las normas que la rigen que se pueden adherir de forma voluntaria para el mejoramiento de calidad de vida de las personas a través del respeto de los Derechos Humanos, del Medio Ambiente y del trabajo; cómo en Latinoamérica a raíz de los problemas socioeconómicos que vive el continente, comienza a convertirse en un tema de suma importancia para las distintas organizaciones y cómo llega a Colombia, los inicios que tuvo la Responsabilidad Social desde los años 60 con la creación de importantes fundaciones. Además también se pudo conocer cómo se puede aplicar el tema en las distintas empresas, involucrando las partes interesadas, atendiendo a sus distintas expectativas con el propósito de generar el bienestar colectivo, el bienestar para toda la sociedad.

Así mismo, con su estudio y análisis podemos reunir todos estos elementos y decir que:

- La Responsabilidad Social es un tema que ha tomado gran importancia a través de los años, debido a que es una alternativa que ha permitido mejorar la calidad de vida de los menos favorecidos en la sociedad actual.
- A raíz de la preocupación que surge por el Medio Ambiente y la explotación de los recursos naturales, la Responsabilidad Social también ha permitido se lleven a cabo estrategias, convenios y protocolos que tomen medidas para lograr una sostenibilidad, no sólo en el ámbito económico y social, sino también con el medio ambiente.
- De alguna manera también se ha logrado que los Derechos Humanos y Laborales se protejan y que la corrupción sea debidamente vigilada y castigada.
- A través de la Responsabilidad Social se está logrando que las empresas, como principales causantes del daño al medio ambiente, se preocupen, tomen medidas y asuman las consecuencias y tomen responsabilidad y empiecen a llevar a cabo proyectos para remediar los daños causados y comiencen a respetar los derechos del trabajador que por muchos años han sido violados.
- Así mismo, está visto que el papel de las empresas va más allá de su mera función

económica, hay que contribuir con acciones positivas para la sociedad y participar en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y también del medio ambiente, que es donde se habita.

- Las empresas deben identificar y asumir la responsabilidad de los impactos que generan desde la compra de su materia prima hasta el uso del producto final del consumidor.
- Las empresas deben considerar en sus estrategias de negocios, algunos temas que son claves como : Ética, valores y principios de Negocios, Derechos Humanos, Laborales, el Trabajo y el Empleo; Gobernabilidad Corporativa para poder administrarse a si mismos; El medio ambiente y su cuidado, los Proveedores y los productos; tener Inversión Social, hay que vincularse solidariamente con las comunidades, y así mismo generar el Desarrollo económico, atender y mejorar el campo de la Salud y la Educación.

Por lo mencionado anteriormente se recomienda que cuando una empresa se constituye, lo fundamental es que sus propietarios estén interesados en aplicar a sus estrategias de negocio la Responsabilidad Social, que sean concientes de que esta es prioritaria para su sostenibilidad. Así mismo, que dentro de su misión ó visión consideren este tema como aspecto fundamental para su desempeño como organización. Que su estrategia como empresa, se diseñe pensando en definir cuáles son los grupos de interés claves para ella, y que dicha estrategia contemple satisfacer las expectativas de esos grupos.

Por otro lado, en el tema que corresponde a la Responsabilidad Social Empresarial , se debe tener responsabilidad con los accionistas, tener un gobierno corporativo muy transparente, que de cuentas a ellos de todas las finanzas, que los administradores cumplan con ese cometido del dinero que se maneja, cómo se maneja, en qué se gasta, etc.; responsabilidad con los clientes, para ellos es importante la satisfacción de sus necesidades en cuanto al producto que reciben, que este se maneje bajo unas buenas prácticas, que asegure que es un producto de buena calidad desde su proceso mismo con el que se hace. Responsabilidad con los proveedores y trabajadores que lo están manipulando. Y así sucesivamente tener responsabilidad con cada uno de los grupos de interés que se han delimitado dependiendo de cada organización.

La idea de estar al pendiente de estos grupos de interés y de satisfacer cada una de sus expectativas, es mantener el equilibrio, la responsabilidad tiene tres ejes, estos ejes son el social, económico y ambiental. El económico vela por que la empresa sea



rentable, pero esa la rentabilidad de qué manera la logro: con responsabilidad social, cuidando el medio ambiente, atendiendo a los trabajadores en la parte social, que ellos estén bien, con la comunidad, y por supuesto con el proveedor de los recursos, el medio ambiente.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ANAYA, Sophie. La Responsabilidad Social, como aprendizaje en la empresa: El caso Met- Mex Peñoles. En: V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. (9na: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003. 123p.

ANÓNIMO. La RSE (Responsabilidad Social Empresarial): Cuestión de modo, no de moda. En: Publicidad y Mercadeo. Mayo, 2007, No 315, p. 73

BLACK, Sam. ABC de las Relaciones Públicas, Relaciones con la comunidad y Responsabilidad Social Corporativa. Argentina: Edición Gestión 2.000, 1993. p. 125.

Cali sede del Foro de Responsabilidad Social: "Las empresas deben de ser buenos ciudadanos corporativos" [en línea]. Cali: Gobernación Valle del Cauca 2008. [Consultado 29 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=3322>

CORNEJO, Boris y VENZA, Ángela. Responsabilidad social: una empresa para todos. Ecuador: Fundación Esquel, 1998. 320p.

El Pacto Mundial [en línea]. Estados Unidos: Naciones Unidas en español, 2006. [Consultado 27 de marzo 2008]. Disponible en Internet: <http://www.un.org/spanish/globalcompact>

El Pacto Mundial [en línea]. Estados Unidos: Naciones Unidas, 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

Responsabilidad social [en línea] Colombia: EPSA, 2008. [Consultado 27 de marzo 2008] Disponible en Internet: <http://www.epsa.com.co/Responsabilidadsocial/PactoMundial/tabid/331/Default.aspx>

GIRALDO REYES, Beatriz Helena. Algunas ideas sobre responsabilidad social. En: Revista Universitas Xaveriana No. 36, p. 24. Cali: Pontificia Universidad Javeriana, 2006.

GOMEZ MEJÍA, Luis R. y BALKIN, David B. Administración parte II, Ética y



Responsabilidad Social. España: Ediciones McGraw- Hill. 2003. p.62.

GÓMEZ, Henry y MÁRQUEZ, Patricia. Responsabilidad social corporativa como estrategia de negocio. Bogotá: Proceditor Ltda., 2004. 60p.

La Responsabilidad Social de la empresa. Un buen negocio [en línea]. Colombia: Monografías, 1997. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.monografias.com/trabajos13/bune/bune.shtml>

La Responsabilidad Social en todas las esferas [en línea]. Colombia: Universia: 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.universia.net.co/laboral-empresarial/destacado/la-responsabilidad-social-en-todas-las-esferas.html>

Los diez principios [en línea]. Estados Unidos: Portal Naciones Unidas, 2007. [Consultado 28 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.un.org/spanish/globalcompact/principes.htm>

Reseña de Leitmotiv Ltda. [en línea]. Santiago de Cali, 2007. [Consultado 26 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: <http://www.leitmotiv.com.co/>

Wikipedia: la enciclopedia libre [en línea]. Florida: Wikimedia Foundation, 2008. [Consultado 27 de marzo, 2008]. Disponible en Internet: [http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/responsabilidad_social)

TAMAYO, Jenny. El reto de la Comunicación frente a la responsabilidad social empresarial. En: V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. (Ira: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003 15-27p.

TORO, Olga Lucía. Responsabilidad Social, ciudadanía y comunicación: Nuevas oportunidades, nuevos desafíos En: V Simposio Latinoamericano de comunicación organizacional. (8va: 2003: Cali). Memorias del V Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2003. 109p.

VALERO, Edgar Augusto y CAMACHO REYES, Karina. El lado oscuro en las prácticas de responsabilidad social corporativa del sector floricultor. En: Innovar: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales Vol. 16, No. 27, 2006. p. 73-90.

#### Otros Documentos

- LIBROVERDE Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Presentado por la Comisión de las Comunidades Europeas. 2001
- CHOMSKY, Noam. Fabricando el consenso. 2002
- GUÍA TÉCNICA COLOMBIANA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, 2008

#### Páginas de Internet

- Sitio Web Instituto Ethos [www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)
- Sitio Web Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial IARSE [www.iarse.org.ar](http://www.iarse.org.ar)
- Sitio Web Fundación Prohumana [www.prohuman.cl](http://www.prohuman.cl)
- Sitio Web Acción Empresarial [www.accionrse.cl](http://www.accionrse.cl)
- Sitio Web Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI [www.cemefi.org](http://www.cemefi.org)
- Sitio Web Perú 2021 [www.peru2021.org](http://www.peru2021.org)
- Sitio Web ANDI [www.andi.com.co](http://www.andi.com.co)
- Sitio Web Centro Colombiano Responsabilidad Empresarial [www.ccre.org.co](http://www.ccre.org.co)
- Sitio Web Fundación Carvajal [www.fundacioncarvajal.org.co](http://www.fundacioncarvajal.org.co)
- Sitio Web Fundación Corona [www.fundacioncorona.org.co](http://www.fundacioncorona.org.co)
- Portal de las Naciones Unidas [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)
- Portal Green Peace [www.greenpeace.org](http://www.greenpeace.org)



- Portal Enciclopedia Libre [www.Wikipedia.org](http://www.Wikipedia.org)
- Portal ONG POR LA TRANSPARENCIA [www.ongporlatransparencia.org.co](http://www.ongporlatransparencia.org.co)
- Portal COLNODO [www.colnodo.apc.org](http://www.colnodo.apc.org)
- Portal Fundación Esquel [www.esquel.org.ec](http://www.esquel.org.ec)
- Portal Centrarse Guatemala [www.centrarse.org](http://www.centrarse.org)
- Portal Fundación Empresa y Sociedad España [www.empresaysociedad.org](http://www.empresaysociedad.org)
- Portal FUNDEMAS El Salvador [www.fundemas.org](http://www.fundemas.org)
- Portal COLCIENCIAS [www.colciencias.gov.co](http://www.colciencias.gov.co)
- Portal UNTECHO PARA MI PAÍS [www.untechoparamipais.org.co](http://www.untechoparamipais.org.co)
- Portal CREPES & WAFFLES [www.crepesywaffles.com](http://www.crepesywaffles.com)