

Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial Colombia Vs Chile

Diana Janneth Muñoz Sierra

Universidad de Bogotá

JORGE TADEO LOZANO

II SEMINARIO INTERNACIONAL EN GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

LILIAN JANETH LEÓN VALDÉS

ENERO DE 2012

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial es una doctrina que busca que las organizaciones actúen de manera ética y responsable ayudando al desarrollo social de sus países, logrando así mayor competitividad. El presente ensayo busca conocer los antecedentes, corrientes y el desarrollo de la responsabilidad social empresarial en las empresas colombianas y chilenas basadas en la experiencia vivida en el seminario.

Palabras Claves: Responsabilidad social, programas de desarrollo, Corriente económica, Corriente social.

ABSTRACT

Corporate social responsibility is a doctrine that seeks to organizations act ethically and responsibly to help the social development of their countries, thus achieving greater competitiveness. This paper seeks to understand the history, current and development of corporate social responsibility in the Chilean and Colombian companies based on experience at the seminar.

Keywords: Corporate social responsibility, development programs, current economic, social current.

Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial Colombia Vs Chile

Hoy en día se ha incrementado el porcentaje de grandes empresas que han incorporado dentro de su gestión los programas de Responsabilidad Social Empresarial; a pesar que legalmente no son obligadas a ser socialmente responsables, pero el mercado sí ha aprendido a diferenciar entre empresas comprometidas con causas sociales y aquellas que no lo están. El interés de investigar sobre responsabilidad social empresarial nace de la creencia de que más allá de ser un instrumento o una estrategia, puede ser considerada como elemento distintivo de la calidad de cualquier organización que busque la transformación a nivel social para lograr el desarrollo que no se ha obtenido cuando se considera que esté es únicamente crecimiento económico.

Del mismo modo se afirma que asumir acciones frente al tema de responsabilidad social no es una obligación legal, sí lo es moralmente, debido a que la conciencia de una Responsabilidad Social Empresarial parte del reconocimiento que la empresa no es solamente una institución que se dedica a vender productos o servicios para obtener ganancias, sino que depende y se nutre de su entorno (interno y externo) y que ella influye necesariamente sobre éste (Ortiz & Duque, 2009).

El propósito de este ensayo es conocer los antecedentes, corrientes y la aplicación de la responsabilidad social empresarial a nivel Colombia y Chile

Para dar inicio al tema de responsabilidad social empresarial, como tal, es importante conocer la evolución histórica del concepto para entender e identificar, qué sucede frente al tema en la actualidad. Correa (2007), plantea cuatro fases; la *fase inicial* ocurrió durante el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX; en este periodo no existe la Responsabilidad Social Empresarial

como tal, ya que las distintas instituciones y organizaciones eran las que proporcionaban soluciones a los problemas sociales que pudieran plantearse; en la *segunda fase* se cristaliza en la primera mitad del siglo XX; en ella surge espontáneamente la participación voluntaria por parte de las organizaciones en la comunidad, y por ello éstas comienzan a aceptar la existencia de la responsabilidad de participar en el bienestar de la sociedad, a partir de la realización de actividades filantrópicas puntuales; la fase tercera se ubica en la segunda mitad del siglo XX, ya que la comunidad en general comienza a tomar conciencia sobre la capacidad del sector privado para influir y solucionar los problemas sociales, al reconocer los daños y riesgos que con su actividad ocasionaba en el entorno. Esto generó una presión para que el Estado interviniese imponiendo normas con el fin de gestar protección a los intereses públicos y a los recursos naturales; la última fase se desarrollo en la década de 1960, muchas organizaciones, instituciones y el Gobierno intentan encontrar un método para hacer frente al cambio social y se caracteriza por una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del Gobierno y de la sensibilidad de las empresas.

Frente al concepto de RSE existen diversas perspectivas, dentro de estas se encuentra la de Caravedo (citado por Ortiz y Duque, 2009) estima que la Responsabilidad Social de la empresa es una visión y filosofía empresarial que sostienen que ésta puede y debe jugar un rol más allá de hacer utilidades o ganancias. Es también una conciencia de que lo que las empresas producen tiene impactos directos e indirectos dentro y fuera de la compañía. La empresa socialmente responsable es entonces aquella que se preocupa del bienestar de quienes trabajan en ella (educación, justa remuneración, etc.) y que demuestra su solidaridad con su entorno (clientes, proveedores y la comunidad entre otros).

De otra parte, es definida como el compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico (Guía Técnica de Responsabilidad Social - Icontec)

De lo anterior, se puede inferir que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial son de libre adhesión y aplicación; que tiene como finalidad que las organizaciones actúen de manera ética desde la elaboración de los productos, la relación con sus empleados y sus familias buscando el bienestar común, así como con la sociedad. Sin embargo esta adhesión para algunas organizaciones no siempre tiene esta finalidad, por lo contrario buscan reconocimiento ante la sociedad, sus clientes y competidores, así como la disminución en sus costos; haciendo que estos programas se desarrollen más hacia el crecimiento económico de la compañía que hacia el crecimiento social.

Es por ello, que las empresas verdaderamente responsables se distinguen de las demás porque respetan el derecho de la gente a conocer las consecuencias éticas, sociales y ecológicas de sus actividades, productos y servicios. Por lo tanto, la transparencia y el acceso a la información y el seguimiento son elementos indispensables dentro de la Responsabilidad Social Empresarial.

La idea principal de la responsabilidad social empresarial es convertirse en un factor estratégico de desarrollo y de competitividad en función de la rentabilidad que se produzca en base a beneficios para la sociedad donde están inmersas las organizaciones, de manera que el éxito económico empresarial ya no depende de un componente estratégico de negocios sino de

estrategias que conformen y garanticen beneficios de índole social (Camejo & Cejas, 2009). De acuerdo con este planteamiento se evidencia que la responsabilidad social empresarial genera valor agregado a los empresarios, ya que hace que sean más competitivas en el mercado, debido a que los consumidores se inclinan a elegir aquellas marcas socialmente responsables; considerando que de esta manera ellos también están aportando al desarrollo del país.

Por otro lado, es importante exponer las diferentes posiciones que existen frente a la doctrina de la Responsabilidad social; de una parte la corriente económica liderada por Friedman, para la cual la RSE restringe la libertad de acción individual, y que ello es contrario con el fin empresarial que es el de maximizar los beneficios económicos para los accionistas, desconociendo que también es un principio jurídico el cumplimiento de los derechos sociales, según lo contemplan las constituciones políticas de los países. Para esta corriente el fin primordial de las empresas, es el de obtener la mayor rentabilidad para los socios con lo cual implícitamente considera como un gasto no justificable cualquier actividad que tenga como destino el aspecto social (Yepes, Peña & Sánchez, 2007).

De otra parte y en contraposición a la anterior, Bell (Citado por Yepes, 2007) quien defiende la teoría de la corriente social, precisa que la empresa se define como una institución al servicio de la sociedad, de manera que esta debe satisfacer las exigencias no solo de los accionistas, sino también de los trabajadores, de los proveedores y de todo el grupo social involucrado; Bell sostiene que los accionistas que invierten su capital en la empresa no son los únicos dueños; los verdaderos propietarios son los que se involucran tanto directa como indirectamente en la vida cotidiana empresarial, los stakeholders, e involucra como responsabilidad empresarial el cumplimiento de las normas laborales, la capacitación, la seguridad, la salud, la lucha contra la corrupción y la observancia de los principios éticos.

Se puede evidenciar que existe una diferencia marcada entre estas dos corrientes; dado que la corriente social presenta una perspectiva positiva frente a la Responsabilidad Social Empresarial, y la corriente económica una perspectiva negativa; teniendo en cuenta lo expuesto y los comentarios anteriores se puede establecer que dentro de las dos corrientes se podrían ubicar las empresas tanto Chilenas como Colombianas.

Es necesario indicar para el caso chileno, que el desarrollo de la responsabilidad social de las empresas no solo obedece al impacto del conocimiento de buenas prácticas a nivel mundial y de la necesidad de estar al día en los contenidos de avanzada del liderazgo empresarial actual, sino también es el resultado de dinámicas locales. Entre ellas, cabe resaltar la demanda social porque las empresas participen en proyectos de alcance nacional que impliquen contribuir a la erradicación de la pobreza al cuidado del medio ambiente y a la cooperación de los sectores sociales locales o regionales.

En Chile durante los últimos años, constituye un avance que en varias empresas se haya incorporado la teoría de los stakeholders, con esta teoría actuando en la lógica global de una empresa, la responsabilidad de las compañías en la obtención de beneficios se amplía a otros ámbitos de la sociedad. Por tanto la referencia de la ética del negocio no solo son los accionistas sino el conjunto de los grupos implicados en la actividad de la empresa: empleados, proveedores, clientes y usuarios.

Es habitual que las empresas chilenas planteen que el enfoque de RSE es demasiado avanzado para el contexto local y que es preciso esperar algunos años para consolidar un modelo de este tipo; para muchos empresarios, además, la coyuntura restrictiva actual no los anima a mirar procesos de largo alcance.

El dilema que se enfrenta en Chile en cuanto al tema de RSE, es la superficialidad con que se debaten los temas y la incapacidad de abrirse a los tiempos nuevos y sus requerimientos de adoptar nuevos códigos y nuevos saberes sociales y morales. Cuando el gobierno y los empresarios trabajan en la agenda procrecimiento y ubican en ella la responsabilidad social de las empresas lanzan una señal potente. Sin embargo ronda en esta circunstancia que todo sea resuelto de manera vaga y sin el liderazgo empresarial (Prohumana, 2002).

En el seminario a Chile se realizaron visitas a diferentes empresas Chilenas en las cuales se pudo observar su preocupación por el bienestar de sus empleados y sus familias así como el crecimiento de la calidad de vida de cada uno de ellos, dentro de ellas se resaltan las empresas Deloitte y la Araucana quienes dieron a conocer el manejo que tenían y como se llevaba a cabo el tema dentro de las mismas.

En lo que refiere a Deloitte plantean que la responsabilidad social corporativa es lo que da sentido a su quehacer en tres grandes ámbitos: Frente a sus *empleados* y *sus familias*, son responsables de darles la oportunidad de desarrollarse y tener una mejor calidad de vida; frente a sus *clientes*, son responsables de contribuir y agregar valor a su quehacer, y frente a la comunidad, velando por un impacto social positivo constante. Esto se ve reflejado en las actividades sociales que realizan como Un Techo para Chile; celebración de la fiesta de Navidad para niños de escasos recursos y otras actividades; su principal objetivo está en los niños y jóvenes de escasos recursos, es por ello que parte importante del compromiso se centra en la Fundación Cerro Navia Joven, corporación con personalidad jurídica de la Iglesia Católica, sin fines de lucro, que trabaja con niños y jóvenes de escasos recursos y en riesgo social.

Entre sus áreas de acción destaca un jardín infantil para apoyar a las madres que trabajan; talleres laborales para jóvenes y adultos con discapacidad mental; atención integral médica, social, jurídica, psicológica y psiquiátrica, abierta a toda la comunidad.

Por otra parte la empresa La Araucana, se enfoca en el desarrollo integral de los colaboradores, la seguridad de los trabajadores no está dada sólo en leyes que le garanticen indemnización por años de servicio, sino en que a la empresa le vaya bien y que esto se traduzca en que a ellos también les vaya bien; los empresarios sin el apoyo de los trabajadores poco pueden hacer. Dentro de los Objetivos que se plantea La Araucana frente a la responsabilidad social se encuentran: 1) Desarrollar e implementar un modelo de gestión y de negocio en responsabilidad social; 2) evidenciar el fin social de sus créditos y de su rentabilidad; 3) Establecer vínculos de largo plazo y valor compartido con su grupo de interés estratégico.

Una forma de medir la efectividad de los programas de responsabilidad social empresarial que se plantearon en las empresas chilenas anteriormente mencionadas; puede ser a través del establecimiento de indicadores en tres ámbitos: 1) *Calidad de vida laboral*, contando con la participación de los trabajadores en la gestión de la empresa, relaciones con grupos de trabajadores y sindicatos, distribución de los beneficios, desarrollo de profesional y empleabilidad, cuidado de la salud, seguridad y condiciones de trabajo, jubilación y despidos. 2) *Medio Ambiente*; el impacto en el medio ambiente, responsabilidad ambiental a través del ciclo productivo, cuidados en la incorporación de insumos y tratamiento de desechos, y educación ambiental. 3) *Compromiso con la sociedad*; participación en proyectos sociales del gobierno, apoyo al trabajo voluntario del personal, asume compromisos de colaboración entorno a su desarrollo y bienestar (Departamento de estudios, 2005).

En el caso específico de Colombia, obligaciones legales vigentes para las empresas en materia de RSE, señalando o clasificándolas en forma específica, de acuerdo con cada uno de los diferentes actores sociales, sin olvidar la conservación del entorno y del medio ambiente. Causa sorpresa, por decir lo menos, toda la normatividad vigente, la que partiendo de una rápida mirada a nuestra Constitución Política, principalmente en su capítulo II “ De los Derechos Sociales, Económicos y Culturales”, se desprenden leyes y decretos, que en términos generales obligan legalmente a la empresa a cumplir no solo compromisos con los accionistas y directivos, empleados y clientes, sino también con los proveedores, competidores y con la conservación del entorno y el medio ambiente.

Para el caso de las empresas Colombianas como por ejemplo el Grupo Bancolombia, la responsabilidad social es concebida como el íntegro cumplimiento de su objeto social, constituyéndose en una organización que facilita procesos de desarrollo para las comunidades y los grupos de interés con los que se relacionan. La política de Responsabilidad Social Corporativa es hacer de la actividad financiera un factor de desarrollo sostenible para la sociedad, promoviendo la inclusión a los servicios financieros y el desarrollo de programas sociales de alto impacto, que contribuyan eficazmente a la construcción de capital humano y a superar la pobreza y la desigualdad.

Esto se desarrolla a través de la Fundación Bancolombia en la cual se materializa el compromiso social y comunitario del Grupo Bancolombia, mediante programas de desarrollo con énfasis en el fortalecimiento de la educación, el apoyo a proyectos productivos sostenibles y la promoción de la cultura en comunidades rurales y urbanas vulnerables (www.grupobancolombia.com).

Otra de las empresas que podemos resaltar es Caracol Social representa el área de Responsabilidad Social de Caracol Radio, encargado de desarrollar proyectos que impacten positivamente a la comunidad y mejoren la calidad de vida de nuestros oyentes. Nuestra Misión es acompañar la programación informativa y de entretenimiento con contenidos elaborados por expertos para entregar herramientas educativas que generen cambios de hábitos, comportamientos y actitudes. La filosofía de Caracol Social, es abordar siempre las temáticas en positivo y matizar los contenidos noticiosos con mensajes constructivos y edificantes (Méndez, s.f.).

A partir de todo lo anterior, se puede afirmar que la Responsabilidad Social Empresarial es de gran importancia ya que permite que los países logren desarrollarse socialmente, por lo cual las empresas deben asumir este compromiso de manera ética y responsable ya que pueden tener gran impacto a largo plazo.

Aunque hoy en día la mayoría de las empresas tienen programas y otras están iniciando el desarrollo de programas de responsabilidad social, es importante resaltar que la visión que le da cada empresa a estos programas puede ser tanto positivo como negativo, ya que dentro de la revisión que se realizó se encontró que algunas de las empresas incluyen estos programas dentro de su gestión con un fin de beneficio interno para la compañía y no para la sociedad. Por lo anterior es necesario crear conciencia en la alta dirección de las organizaciones, sobre lo que realmente se busca cuando se habla de responsabilidad social, es claro que sea cual sea el programa que se ejecute siempre se debe enfatizar en el equipo humano de la compañía y en los demás actores sociales, con el menor o ningún impacto negativo en el medio ambiente y en la sociedad.

Por otro lado, encontramos las empresas que asumen de manera honesta y consiente el manejo de estos programas, permitiendo el desarrollo de sus empleados con actividades como planes de carrera y capacitaciones y a nivel social con programas para jóvenes o apoyo a fundaciones. Sin embargo, a pesar de estas contribuciones, los resultados no han sido tan significativos teniendo en cuenta los niveles de analfabetismo y desempleo.

No obstante, encontramos beneficios tanto internos como externos, dentro de los internos encontramos: a) la reducción del ausentismo, b) eleva la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, c) disminuye la rotación de personal., d) Se fortalece la cultura y se mejora el clima organizacional, e) se reducen costos y se incrementan los ingresos.

Otro de los beneficios, se refieren a la generación de lealtad y fidelidad de usuarios, se mejora la satisfacción de los clientes, mejora la calidad de los bienes y servicios, frente a los beneficios ambientales se toma conciencia de los impactos, se reduce los niveles de contaminación de la empresa, se promueve la producción limpia, se disminuye la intensidad en el consumo de recursos (Macías, s.f.).

Finalmente es importante reconocer, que aunque existen diversas concepciones y manifestaciones de la responsabilidad social en los países; se considera que se debe tener mayor divulgación de éste, ya que en ocasiones ni siquiera los mismos trabajadores conocen las acciones de responsabilidad que se llevan a cabo dentro de las empresas y así puedan ser parte activa en todos los programas que se desarrollen y estar alineados a los objetivos de las organizaciones.

Referencias

- Camejo, A. y Cejas, M. (2009). Responsabilidad social: Factor clave de la gestión de los recursos humanos en las organizaciones del siglo XXI. *Nómadas Revista critica de ciencias sociales y jurídicas*, 21(1). Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=18111521008>.
- Correa, J. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre Económico*, 10 (20), 87-102. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=165013675005>
- Departamento de estudios, (2005). Responsabilidad social empresarial alcances y potencialidades en materia laboral. *Cuadernos de Investigación* (25). Disponible en: http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf
- Grupo Bancolombia. *Responsabilidad Corporativa*. Recuperado el 27 de Enero de 2012. Disponible en: <http://www.grupobancolombia.com/webCorporativa/index.asp>.
- Macías, L. A. (s.f.). *Responsabilidad Social Empresarial*. Superintendencia de Sociedades. Disponible en: <http://www.jccconta.gov.co/conferencia2009/responsabilidadsocial.pdf>
- Méndez, C. (s.f.). *Educación comunicación y responsabilidad social*. Disponible en: www.mineducacion.gov.co/cvn/.../articles-175404_archivo_ppt4.ppt
- Ortiz, C. y Duque, Y. (2009). Prácticas de responsabilidad social en mujeres empresarias de Bogotá, Medellín y Cali. *Revista Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Militar Nueva Granada*, XVII, (1). Disponible en:

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012168052009000100014
&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012168052009000100014&lng=es&nrm=iso)

Prohumana. (2002). *Los Chilenos opinan: Responsabilidad social de las empresas*. Santiago de Chile. Disponible en: <http://www.pnud.cl/publicaciones/RSE.pdf>

Yepes, G., Peña, W. y Sánchez, L. (2007). *Responsabilidad Social. Fundamentos y aplicaciones en las organizaciones de hoy*. Bogotá. Universidad Externado de Colombia.