

¿Es posible hablar en Colombia de empresas socialmente responsables?

Claudia Lizeth Vesga Silva

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social

Campus Villa del Rosario

Resumen

Este ensayo fue elaborado a partir de conceptos, orientaciones, normas y guías sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Contiene casos de organizaciones de Colombia donde se evidencian las acciones emprendidas desde el sector humano y ambiental para ser reconocidas por las diferentes industrias como empresas socialmente responsables, sin embargo, al analizar los contenidos suministrados en las páginas web de las entidades incluidas dentro del texto, se observa que las actividades están encaminadas hacia la filantropía, aspecto que no es catalogado como RSE.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, organizaciones, empresas socialmente responsables, industrias y filantropía.

Abstract

This essay was elaborated from concepts, orientations, norms and guides on Corporate Social Responsibility (CSR). It contains cases of organizations from Colombia where the actions undertaken from the human and environmental sector are shown to be recognized by the different industries as socially responsible companies, however, when analyzing the contents

provided in the web pages of the entities included within the text, It is observed that the activities are directed toward philanthropy, an aspect that is not classified as CSR.

Key words: Corporate social responsibility, organizations, socially responsible companies, industries and philanthropy.

¿Es posible hablar en Colombia de empresas socialmente responsables?

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), surgió con la llegada de la globalización cuando la sociedad empezó a exigirle a las organizaciones la implementación de acciones encaminadas al desarrollo sostenible y a lograr la satisfacción de los públicos de interés adheridos a la entidad, sea de manera directa o indirecta, debido a que los mismos habían perdido la credibilidad de las prácticas que desarrollaban las instituciones.

En Colombia, según Gustavo Yepes López, director de Gestión y RSE de la Universidad Externado del país para el 2014, el origen del término se remonta a los años 50 (La República, 2014), sin embargo, los programas realizados para esa década tenían como fin la retribución económica más que los actos sociales o ambientales que pudiese desarrollar una organización. Así fue como al transcurrir del tiempo, los empresarios empezaron a reconocer el valor que conlleva el trabajar por las actividades que suplieran las necesidades de los colaboradores y las de la comunidad, es decir, comprendieron que la RSE no es solo obtener ganancias monetarias, pues la importancia del entorno tiene más peso en la medida en que los grupos de interés comprenden que sus decisiones pueden contribuir con el crecimiento o decrecimiento de una entidad.

Durante el siglo XX, el estadounidense e investigador en temas de educación y economista, Howard Rothmann Bowen, quien además es considerado el ‘padre de la responsabilidad social empresarial’ porque fue quien empezó a reconocer la relación entre la empresa y la sociedad, sugirió en 1953 a través de su libro *Social Responsibilities of the Businessman* que “los negocios deberían considerar las implicaciones sociales de sus decisiones”. (Koontz, Weihrich, y Cannice, 2012, p. 45).

Una vez evaluado el concepto de Bowen y teniendo en cuenta la globalización, las empresas emprendieron la formulación de filosofías corporativas, la destinación de recursos para realizar los procesos y finalmente el diseño y ejecución de planes de RSE, todo encaminado a recuperar la confianza de la sociedad, porque las personas ya reconocían cuando una industria estaba generando el bien común y la solidaridad a través de las acciones.

A partir de los años 80' los actos de la RSE toman mayor impacto en la medida que como lo indica García en su concepto, dichos programas “empiezan a ser identificados como la conciencia social contemporánea de las empresas, cuando las mismas consideraban sus procesos como la mayor reflexión de la globalización económica y campañas intensas de los movimientos ambientalistas y ecológicos además de un mayor desarrollo en lo referente a la responsabilidad social empresarial”. (García Vega y Canessa Illich, 2005, p. 23). Es por esto que se da inicio a un pensamiento más humano orientado a reducir los impactos que las empresas puedan causar en el entorno a través de los trabajos.

Para ese entonces, Friedman indicó que el “objetivo de las corporaciones es maximizar y optimizar sus niveles de beneficios económicos” (Puerto Díaz, 2014, p. 3). Sin embargo, esa acción no es considerada como socialmente responsable, y se comenzó a emplear planes, proyectos y programas implementados para responder a los beneficios de la dirección, los accionistas, los colaboradores, los medios de comunicación, los proveedores, los clientes, la competencia y la comunidad o más conocido como los grupos de interés.

A finales de la década de los 90' Peter Drucker consciente del error en el que había caído Friedman al indicar que la RSE solo radica en el incremento las utilidades monetarias de las entidades, indicó que “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque.

Eso es responsabilidad social” (García Vega y Canessa Illich, 2005, p. 13). Las industrias empezaron a tener en cuenta la razón de ser de cada una, para promover actividades que permitieran cumplir con la política de RSE.

Los actos socialmente responsables de hoy día, son evaluados para generar estrategias comprometidas con el desarrollo de la industria, estos deben responder al beneficio de los grupos de interés o también llamados *stakeholders*, quienes son considerados como todas aquellas personas que conforman el entorno de la empresa y por ende, son quienes pueden generar juicios de valor más precisos sobre la sostenibilidad que ofrece la compañía.

Los públicos internos y externos empezaron a tomar más fuerza, las actividades emprendidas por las empresas dejaron de representar la filantropía, pues ya no se realizaban acciones con el único fin de hacer una contribución voluntaria a la sociedad, dándole dinero y donaciones como parte de una buena obra, sino que se dio inicio a la consolidación de programas que representaran el desarrollo de la comunidad. Este tipo de prácticas en la actualidad son conocidas como programas de inversión social y están fundamentadas en aportes que ayudan a mitigar los impactos que la organización puede provocar en la empresa, la sociedad y el medio ambiente.

Con el paso del tiempo, la necesidad de una institución socialmente responsable se hizo más notoria, es por esto que a partir de siglo XXI Hector Feole las empezó a reconocer como “la capacidad que tiene la empresa de gestionar sustentablemente la relación entre los recursos económicos, ambientales y sociales que emplea para el desarrollo de sus actividades”. (La Nación, 2003). Con base en lo anterior, se puede evidenciar que la articulación de trabajos en beneficio de los *stakeholders* puede establecer criterios fundamentales para el cumplimiento de acciones socialmente responsables.

Las actividades deben estar orientadas desde los grupos de interés, brindándole una importancia igualitaria a quienes conforman el entorno al interior y exterior de la entidad, como ejemplo está la responsabilidad con los colaboradores, quienes al vincularse a una empresa esperan no solo obtener un pago bien remunerado, sino también que la organización los ayude a crecer personal y profesionalmente, es ahí donde la empresa se debe preguntar qué acciones está haciendo para ofrecer oportunidades de progreso a los trabajadores.

En ese sentido, un programa podría ser la implementación de jornadas académicas, las cuales jugarían a favor del enriquecimiento de ambas partes, en primer lugar, a través de las capacitaciones la empresa lograría fortalecer los procesos que pueden desarrollar los empleados al interior de la organización, y en segundo, estaría contribuyendo con el desarrollo del individuo, ofreciendo escenarios que garanticen la adquisición de nuevos conocimientos cuyos aportes con fundamentales para el crecimiento de los actores involucrados.

Para suplir los campos de acción con programas socialmente responsables, las empresas se puede remitir al Manual del Instituto ETHOS de Brasil en su versión del 2004, donde se evidencian contenidos sobre conceptos básicos e indicadores de RSE establecidos a partir de siete items que orientan y evalúan el compromiso de la responsabilidad social empresarial en los ámbitos de los valores, la transparencia y la gobernabilidad, el público interno, el medio ambiente, los proveedores, los consumidores y clientes, la comunidad y el gobierno y la sociedad (págs. 15 – 49, versión 2004). Cada una de estas áreas aún sin ser certificables por ETHOS, determinará qué tipo de acciones se deben emplear para poder implementar planes orientados al cumplimiento efectivo de la RSE en los sectores internos y externos de una organización, por lo tanto es fundamental que se analicen dichos aspectos para proceder a su inclusión dentro de las políticas de las empresas.

La RSE como Estrategia Organizacional

Las entidades suelen desarrollar acciones enmarcadas dentro de una estrategia competitiva y de posicionamiento para lograr la aceptación del producto o servicio ofertado, entendido desde el punto de vista de las actividades que puedan implementar a través de su responsabilidad social empresarial. Los grupos de interés compran o consumen los insumos de una empresa asociándolos con los beneficios que pueden llegar a contribuir en los sectores sociales, ambientales y económicos del territorio. Como lo indican Schroeder y Kilian “una conducta empresarial responsable es un excelente medio para ganar una buena reputación e imagen ante los distintos grupos de interés, sobre todo en los mercados actuales donde la competencia va más allá de los atributos y calidad de los productos y servicios”. (Hernández, y Bonomie, 2010, p. 162).

Desde las estrategias empresariales emprendidas por las entidades se debe empezar a visualizar el *deber ser* de la organización con actos que respondan al bienestar humano, como hacía referencia Abraham Maslow en 1943 “a través de la teoría de la jerarquía de necesidades, debe estar basada en la autorrealización, el reconocimiento, la afiliación, la seguridad y la fisiología de los públicos” (Maslow, 2012, p. 461-463). La satisfacción del individuo es aquella táctica que al implementar de manera correcta va a permitir conseguir los objetivos de la empresa y asimismo el de los grupos de interés, con el ánimo de que ambas partes se beneficien de un mismo propósito. Por tanto, las organizaciones deben crear acciones de responsabilidad social, promoverlas y educar en el uso correcto de las mismas para que las personas se identifiquen y logren satisfacer los requerimientos de los *stakeholders* a partir de los programas implementados para su calidad de vida.

Por un lado, los proyectos pueden estar orientados a partir del compromiso que representa para la humanidad el contribuir desde los “pequeños granos de arena” al desarrollo de una comunidad, por otra parte, las empresas deben proyectar con cada una de las estrategias efectuadas, el empoderamiento que tienen en la creación de acciones encaminadas a cumplir con el beneficio social, ambiental y económico de los entornos internos y externos donde opera. Con esto se busca lograr suplir las necesidades de los grupos de interés y garantizar la efectividad en la responsabilidad social implementada y por ende el cumplimiento de lo que los caracteriza.

Normatividad y casos de RSE en Colombia

En Colombia, existen lineamientos a los que pueden acceder las empresas para obtener descuentos por sus planes, uno de ellos está establecido en los artículos 125 y 126 del decreto 624 de 1989 “por el cual se expide el estatuto tributario de los impuestos administrados por la dirección general de impuesto nacionales” (Ministerio de Hacienda y Crédito Público, 1989). Sin embargo, no son contribuciones que comprendan actividades socialmente responsables, pues sus entregas son reconocidas como asistencialismo para suplir los ámbitos del deporte, la cultura y el arte, entre otros programas, es decir, procesos que no comprenden el *deber ser* de las entidades al momento de efectuar las ayudas.

A través de esta normatividad se visualizan las donaciones que deben realizar las organizaciones que declaren renta para lograr deducir sus impuestos, las mismas deben estar regidas bajo artículos contemplados en el reglamento para que tengan validez dentro del marco normativo del país. (Presidencia de la Republica de Colombia, 1989, p. 1-66-598). Los ítems a cumplir por parte de las empresas, están dentro de los numerales 125 al 126, que una vez analizados permitirán conocer en qué tipo de acciones e instituciones se pueden implementar los aportes para el bienestar de la sociedad y la rebaja en el gravamen de la compañía.

Por otra parte, con el objetivo de hacer contribuciones eficaces y encaminadas hacia planes, proyectos y programas de sostenibilidad en las empresas de Colombia, y teniendo como principal razón el cumplimiento y empoderamiento de las organizaciones en la ejecución de actividades que garanticen el bienestar social, medioambiental y económico de su entorno, el 04 de octubre de 2002 al considerar que en el país no existían orientaciones de cuáles actos eran socialmente responsables, entre la Caja de Compensación Familiar de Antioquia (ComFama) y el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec) empezaron a evaluar la construcción de una Guía Técnica Colombiana de Responsabilidad Social (GTC-RS), donde establecieron cuáles eran los requisitos que las instituciones debían cumplir para satisfacer las necesidades del entorno.

Como lo indica la historia que enmarcó la creación de dichos lineamientos y la cual es suministrada por Icontec, el proceso para la consolidación de la guía constó de seis etapas: la primera, fue el estudio de factibilidad y planeación, donde se inició el documento y se recibió el apoyo de varias instituciones públicas y privadas; segunda, gestión de comité, allí se conformaron tres grupos entre 200 organizaciones que operan en Bogotá, Cali y Medellín quienes alrededor de cuatro años y medio lograron la consolidación de la GTC- RS; a partir del 2008 se dio paso a la tercera, siendo esta la consulta pública, el producto final fue sometido a discusión de las partes interesadas; cuarta, aprobación, estuvo a cargo de Icontec donde le asignaron el código 180 como referencia de responsabilidad social; quinta, edición y difusión, fue presentada ante la Asamblea General de Afiliados de Icontec, y finalmente la sexta fase, correspondiente a la aplicación, ofreciendo como opción para aquellas organizaciones que deseen adoptar dicha guía en su entorno empresarial.

De igual forma, la Guía Técnica Colombiana de Responsabilidad Social (GTC-RS) 180 aplicada desde finales de 2008, es un manual no certificable de adquisición voluntaria cuyo fin es planear, hacer, verificar y actuar con el propósito de facilitar a las empresas el reconocimiento de las acciones que contribuyan al fortalecimiento de los actores que hacen parte directa e indirectamente de la organización. Los beneficios radican en la fidelidad, identificación, reputación y confianza que expresa en los diferentes sectores. (Datateca, 2016).

El reconocimiento de esta guía dentro de las empresas públicas, privadas o sin ánimo de lucro, se evidencia a partir de la iniciativa que tienen las mismas en la adopción de las directrices plasmadas en el documento, a través de su vinculación en los campos de acción de las instituciones sin importar su razón de ser, venta de productos u oferta de servicios, para que brinden oportunidades socialmente responsables al entorno y a la sociedad a partir de sus programas, logrando una retribución económica y fidelización de los públicos de interés a partir de las estrategias implementadas para alcanzar la sostenibilidad del entorno a nivel interno y externo.

Cementos Argos, fue una de las organizaciones que participó en la consolidación de la GTC-RS 180, dentro de sus políticas se evidencian acciones sociales, ambientales y económicas enmarcadas como RSE. La empresa surgió en Medellín el 02 de enero de 1934, como entidad productora y comercializadora de cemento y concreto. En la actualidad, se encuentra en 14 naciones y está basada en un modelo de negocio dirigido al cliente y al desarrollo sostenible, dando a conocer la viabilidad de sus procesos desde la economía, las personas y el medioambiente (ARGOS, 2016). A continuación se dan a conocer según su página web, las actividades socialmente responsables que está haciendo la compañía en el país para beneficio del entorno que la rodea:

- Proyecto de Coprocesamiento: en la Planta Rioclaro de Colombia, proceso que deja ver el compromiso de sostenibilidad. Consiste en tomar las llantas fuera de uso para aprovechar las utilidades energéticas y minerales que contienen convirtiéndolas en un combustible alternativo que permita el funcionamiento de los hornos de cemento. Al año, cuenta con una capacidad para 4.5 billones de procesos para el producto. Con esto, la empresa busca que los residuos tengan un uso adecuado mejorando la calidad de vida y evitando la contaminación del ambiente. (ARGOS, 2016).

- Proyecto de construcción de pisos en concreto: cementos Argos donó el material para que 150 familias vulnerables de Montería, se beneficiaran de pisos saludables, teniendo en cuenta que sus hogares contaban con suelos en malas condiciones. Con esta iniciativa, la entidad contribuye a mejorar el bienestar de los habitantes al evitar el contagio de enfermedades, como virus y bacterias a través de la arena. (ARGOS, 2016).

En el país desde 1990, la Corporación Fenalco Solidario Colombia, se constituyó como una empresa encargada de promover actos de responsabilidad social empresarial, bajo parámetros debidamente establecidos a fin de que los empresarios y la sociedad en general se comprometieran con la sostenibilidad del planeta.

A partir de 2005, la empresa empezó a otorgar un Certificado de Responsabilidad Social a aquellas instituciones de los diferentes sectores que realizan proyectos propios o en conjunto con otras organizaciones, encaminados al desarrollo social y medioambiental cuyas acciones son consideradas como líneas de acción de la entidad. Esta distinción, permite generar confianza, aumento de competitividad y el compromiso de las industrias por un pacto sostenible.

El certificado que ofrece esta entidad tiene una duración de un año y para su expedición debe cumplir con una de los ocho áreas de interés que ellos consideran que las organizaciones tienen

que emplear para ser socialmente responsables; una vez caducado, deben dar a conocer un informe del avance, compromiso y desarrollo en material social y medioambiental que haya efectuado la empresa para efectos de renovación a través de una fase denominada ‘Diagnostica RSE II’, el cual será otorgado nuevamente por un año más, según lo indicado por Fenalco a través de su sitio *on line*.

Como se evidencia en la página web de la corporación, las áreas de inclinación hacen referencia al medio ambiente, el estado, la comunidad y sociedad, los clientes y consumidores, los proveedores, la competencia, los empleados y los accionistas o socios. Los beneficios de su implementación, se establecen a partir de la utilización del sello que apalanca la razón social de la empresa, la recordación a nivel internacional, la formación en temas relacionados con la RSE y el medio ambiente y el acompañamiento de la corporación en las áreas de interés de la empresa vinculada. (FENALCO, 2016).

A partir de este beneficio que ofrece la Corporación Fenalco Solidario Colombia con la afiliación de las empresas a su organización, se empezaron a tener vinculaciones de organizaciones como Colombina, Unicentro Cúcuta, el Hospital Universidad del Norte, Envía, la Universidad de Medellín y Telecafé, entre otras, quienes asocian estos certificados como cumplimiento a los estándares de responsabilidad social empresarial, en los cuales al visualizar programas o actividades de RSE en las páginas web de algunas entidades en las que se evidencia el sello de FENALCO, se puede deducir que sus acciones no responden en realidad a lo que sería una empresa socialmente responsable, pues los actos están orientados a la filantropía en busca de atraer clientes ya sean visitantes o compradores.

En Norte de Santander, el centro comercial Unicentro Cúcuta, cuenta con el Certificado de Responsabilidad Social de la Corporación Fenalco Solidario Colombia; esta empresa fue creada

en 2007. Después de consultar el portal web de la empresa, se pudo reconocer que sus programas representan el éxito comercial a partir del respeto de los valores éticos, las normas y el incremento de sus impactos positivos en busca del bienestar de los grupos de interés y el entorno (Unicentro Cúcuta, 2016). Una acción desarrollada socialmente responsable corresponde a la inclusión de los animales en su entorno.

- ‘En Unicentro ahora somos una verdadera familia- bienvenidos’: el cual facilita bajo un reglamento interno, la entrada de perros o gatos al sitio, convirtiéndose en el primer centro comercial de Cúcuta en permitir este accionar a sus grupos de interés, fue catalogado como ‘Pet Friendly’ cuyo significado es ‘Mascota Saludable’.

Este programa implementado por el centro comercial no responde a las prácticas de una empresa con RS, debido a la equivocación del concepto con el que cuenta la organización, pues este tipo de actividades son efectuadas pensando en atraer más público permitiendo de esta manera acrecentar las visitas y las compras de productos o servicios que se encuentran dentro de sus instalaciones. Además, el centro comercial está considerando el beneficio de unos, no de todos, lo que se convierte en un “arma de doble filo” por las molestias que la presencia de un animal pueda causar en algún cliente.

Por otra parte, al analizar empresas del sector público se encuentra el caso de Findeter, la Financiera del Desarrollo es una empresa colombiana cuyos principales aliados son las Alcaldías y Gobernaciones para lograr el desarrollo territorial, sus procesos se basan en una política de sostenibilidad, donde se involucre de manera transparente a los públicos, con quienes puedan actuar de manera corresponsable en los ámbitos ambientales, económicos y sociales (Financiera de Desarrollo Territorial, 2016). Como lo indica el sitio web de la empresa, este es uno de los tres programas que ofrece la entidad como parte de su RS:

- Voluntariado corporativo: jornadas semestrales emprendidas por los colaboradores de la empresa demostrando una vocación de servicio que indique la sostenibilidad de la entidad para con la sociedad. Los beneficiados son las personas de bajos recursos, con los que se comparten diferentes actividades entre ellas la celebración de fin de año. A partir de este programa, también se ha logrado contribuir con la reparación de escuelas públicas de Bogotá. (Financiera de Desarrollo Territorial, 2016).

A pesar de todos los planes, proyectos y programas de las empresas públicas y privadas mencionadas anteriormente, aún en Colombia no se puede hablar de organizaciones que estén haciendo labores socialmente responsables, debido a que entre las prácticas más comunes de las mismas sigue existiendo la obra filantrópica, aquella por la cual se hacen donaciones, contribuciones o patrocinios a la sociedad, sin tener presente la razón de ser de la empresa, por lo que no orientan las actividades –como debería ser- para poder hablar del término en el país. Restrepo González (2013) afirma:

“La asistencia humanitaria es un principio noble, legítimo de la convivencia de los seres humanos, otra cosa es el asistencialismo. Este último, de dar y dar, lo que crea es poblaciones dependientes, pero no ayuda a resolver nada de fondo. Las donaciones como manifestación del asistencialismo empresarial pertenecen a una época sobrepasada de los hechos, que era la filantrópica de la responsabilidad social que consistía en apartar una porción de las utilidades anuales y distribuir las en causas sociales” (El Heraldo, 2013).

El error de las empresas comienza cuando estas quieren que a través de sus actos se venda una imagen positiva hacia el mundo, el creer que a mayor cantidad de actividades realizadas, mejor proyección tengo del público, es un desacierto. Una equivocación que implica el no contar con una verdadera norma en Colombia que rijan esta práctica y que indique cuán importante es

reconocer la contaminación de las industrias, para que se empiecen a establecer programas para la conservación del medio ambiente, permitiendo de esta manera mitigar el impacto causado.

¿Cómo puede ser posible que una organización afirme que es responsable al ofrecer programas de voluntariado, cuando su labor empresarial corresponde a la explotación de materias primas? además cuando implementan enfoques como el ‘Plan Padrino’ donde no basta con desarrollar acciones que no mitigan el daño ambiental que están haciendo, sino que pretenden que los colaboradores realicen “donaciones” para poder participar de estas actividades.

El caso corresponde al Plan Padrino de la industria de materiales para construcción Cementos Mexicanos (CEMEX) en Colombia, la cual como una de sus actividades de RS “convoca a los voluntarios a hacer donaciones en dinero (por medio de un descuento en nómina) para apoyar la compra de materiales escolares y alimentación para los niños de nuestras comunidades vulnerables en todo el país” (CEMEX, 2016). Este programa permite que los colaboradores empiecen a ser socialmente responsables desde sus contribuciones, sin embargo, es con dinero propio y que además son acciones que no corresponden al *deber ser* de la organización. Dicho accionar, sería considerado como asistencialismo, aunque, sería diferente si las actividades estuvieran orientadas a mitigar los impactos que puedan causar desde sus operaciones en el medio ambiente, y de esta manera efectuar planes de RS acordes a lo que dice ser CEMEX.

Otra situación tiene que ver con la Fundación JJ Pita de Apuestas Cúcuta 75, la cual en un principio se creó como un acto socialmente responsable al ofrecerles la oportunidad a las madres cabeza de hogar de contar con un lugar para cuidar y educar a sus hijos mientras ellas realizaban sus ventas de chance. Este programa perdió su función social desde el momento en que empezaron a cobrar por el servicio, dejando de un lado el beneficio colectivo e incurriendo en acrecentar su economía.

En las empresas se debe dejar de un lado el accionar único de maximizar las utilidades y la deducción de los impuestos, y se tiene que empezar a pensar como si la sociedad a la que irrumpen fueran sus acciones en decrecimiento, es decir, deben ponerse en los “zapatos” del otro para reconocer las orientaciones que deberían tener para beneficio de la sociedad y el medioambiente.

Las actividades de responsabilidad social, deben estar dirigidas a casusas que representen el desarrollo de una comunidad o el entorno, a través de proyectos productivos y contribuciones que repercutan de manera positiva a largo plazo dentro de los sectores apalancados con generación de procesos que evidencien transparencia, compromiso, interacción, crecimiento y metas encaminadas al goce efectivo del sector económico, social y ambiental de una empresa.

Para garantizar que los procesos de RS se cumplan, existen normas no certificables que sirven como guías para las organizaciones en materia de consolidación de estos programas, las cuales deberían ser implementadas por las industrias de Colombia para promover acciones incluyentes y comprometidas con el desarrollo del país, una de ellas es la constituida por la *International Organization for Standardization (ISO)* cuyas siglas traducidas al español significan Organización Internacional de Estandarización.

Esta entidad para 2010 citó a los Organismos Nacionales de Normalización para la elaboración de un reglamento que reuniera los lineamientos necesarios para identificar los planes que debía emplear una empresa, entre ellos estuvo el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec). El producto final fue la ISO26000 en la cual a través de la visión general del proyecto se reconoce que “está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así

como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más”.

Dentro la guía voluntaria de ISO, se establecen siete fundamentos tales como la gobernanza de la organización, los derechos humanos, las prácticas laborales y justas de operación, el medio ambiente, los asuntos de consumidores, la participación activa y el desarrollo de la comunidad que deben evaluar las empresas grandes y pequeñas para la construcción de una política sostenible. (ISO Organización Internacional de Normalización, 2016, p. 4).

Con la implementación de la norma ISO 26000 y lo planteado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) referente a los diez principios del Pacto Mundial, se puede empezar a hablar del cumplimiento adecuado de una empresa en lo que refiere a la RS, debido a que en el acuerdo de la ONU se establecen temas como los Derechos Humanos, las Normas Laborales, el Medio Ambiente y la Anticorrupción, los cuales son fundamentales para que las políticas de las instituciones vayan encaminadas a satisfacer las necesidades de sus públicos internos y externos.

A partir de la evaluación de las empresas sobre los parámetros establecidos anteriormente, se podrán generar casos exitosos en materia de RSE, de lo contrario, las organizaciones seguirían cometiendo los mismos errores pensando que la entrega de mercados, la celebración de primeras comuniones, el apoyo a un equipo de fútbol, la donación de cuadernos y la entrega de ayudas técnicas responden a una empresa socialmente responsable.

En lo que respecta a dichos actos, en la actualidad se debe reconocer el esfuerzo de las empresas de Colombia, que aunque aún en el país no se puede hablar de organizaciones socialmente responsables, existe un claro ejemplo de que ya se está empezando a aplicar un modelo de sostenibilidad, como referencia se encuentra las Empresas Públicas de Medellín o más conocido como el Grupo Empresarial EPM creado en 1955, quienes manifiestan que su propósito

es “crecer al tiempo que generamos desarrollo social y económico. Lo conseguimos creando oportunidades de empleo, acceso a la educación, equidad e inclusión social”. (EPM, 2016).

Una forma de demostrar cómo se realizan programas para la implementación de la RSE en los grupos de interés de EMP, es reconocida a través de su plan de “acceso y comprabilidad de los servicios públicos”, que como se evidencia en su informe de sostenibilidad de 2014, logra llegar hasta las poblaciones más vulnerables, un caso corresponde a los habitantes del asentamiento de Turbo, en Antioquia, quienes hasta la fecha no contaban con servicios de agua potable, por lo que debían saciar sus necesidades a través de un poso sin los tratamientos adecuados para el consumo humano, ante este panorama la empresa gestionó una solución oportuna que facilitó por tres horas diarias el acceso a este líquido para abastecer a las familias y contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de estas personas.

A través de esto se evidencia la inmersión de los diferentes sectores dentro de las gestiones encaminadas a la innovación y puesta en marcha de procesos que garanticen el cumplimiento del bienestar humano, la biodiversidad, el entorno de trabajo y la transparencia en su desarrollo empresarial, actos que son considerados como razonables con el entorno social, medioambiental y económico.

Conclusiones

A pesar de que en Colombia y el mundo existan guías para consolidar procesos efectivos de responsabilidad social empresarial, hasta el momento las organizaciones del país no se han tomado el trabajo de regir sus políticas de sostenibilidad apalancadas por dichos argumentos que apuntan al bienestar humano, sin embargo, existen casos como el de EPM donde al revisar las acciones emprendidas se está reconociendo el papel fundamental que tienen sus públicos de

interés y la importancia que les están dando al permitir un crecimiento social de los grupos dentro de la industria.

El Estado debería implementar una norma certificable y obligatoria de responsabilidad social empresarial, para que las organizaciones pequeñas, medianas y grandes con o sin ánimo de lucro realicen planes, proyectos y programas desde la razón de ser de cada institución, de esta manera se podrán abarcar todos los sectores de una manera más detallada y competente.

Las entidades no tienen claro lo que significa consolidar actividades de RSE y por ende caen en el error de considerar que actividades como entrega de vestidos de primera comunión, materiales escolares, donaciones, o alimentos son acciones responsables en empresas que toman utilidades del medio ambiente para su enriquecimiento económico.

Las organizaciones están estancadas en actividades filantrópicas, de asistencialismo e incluso de mecenazgo, realizan este tipo de programas para poder obtener los beneficios que le otorga el Estatuto Tributario de Colombia en lo que refiere a la deducción de los impuestos cuando se efectúan donaciones o contribuciones a determinados sectores establecidos en los artículos 125 al 126.

Las empresas deberían recibir capacitaciones por parte del Gobierno, para que conozcan a profundidad cuáles son las contribuciones que tendrían que hacer a la sociedad y al medio ambiente, sin afectar la economía de la misma, para que de esta manera su sostenibilidad y planes de acción vayan acordes a sus principios, y así evitar caer en la filantropía.

Los actos de RSE evidenciados en las páginas web de algunas empresas referenciadas en este ensayo no cumplen con los estándares necesarios para ser reconocidos como socialmente responsables, sin embargo, las mismas consideran que sí lo hacen porque cuentan con un sello que certifica dicho accionar en Colombia.

Referencias Bibliográficas

- ARGOS. (2016). 150 familias de montería fueron beneficiadas con el mejoramiento de los pisos de sus viviendas. Recuperado de <http://www.argos.co/noticias/150-familias-de-monteria-fueron-beneficiadas-con-el-mejoramiento-de-los-pisos-de-sus-viviendas?page=5>
- ARGOS. (2016). Contexto. Recuperado de <http://www.argos.co/somos/contexto>
- ARGOS. (2016). Innovación. Recuperado de <http://www.argos.co/innovacion/proyectos>
- CEMEX. (2016). Voluntariado. Recuperado de <http://www.cemexcolombia.com/NuestraEmpresa/Voluntariado.aspx>
- Datateca. (2016). Guía técnica colombiana 180 de RS. Recuperado de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107038/Entorno_de_conocimiento/Unidad_1/Bibliografia_complementaria/Guia_Tecnica_Colombiana_180_de_RS.htm
- El Herald. (2013). Responsabilidad Social no es asistencialismo”: Ramiro Restrepo González. Recuperado de <http://www.elheraldo.co/noticias/economia/responsabilidad-social-no-es-asistencialismo-ramiro-restrepo-gonzalez-101572>
- EPM. (2016). Programas y acciones RSE. Recuperado de <https://www.epm.com.co/site/Home/SostenibilidadEPM/ProgramasyaccionesRSE.aspx>
- FENALCO. (2016). Certificado en Responsabilidad Social. Recuperado de <http://www.fenalcosolidario.com/servicios/certificado-en-responsabilidad-social#8areasInteres>
- Financiera de Desarrollo Territorial. (2016). Responsabilidad Social y Ambiental. Recuperado de http://www.findeter.gov.co/publicaciones/responsabilidad_social_y_ambiental_pub
- Financiera de Desarrollo Territorial. (2016). Voluntariado corporativo. Recuperado de http://www.findeter.gov.co/publicaciones/voluntariado_corporativo_pub

- García Vega, E. y Canessa Illich, G. (2005). El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo. Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Hernández, C. y Bonomie, M. (2010). Responsabilidad social empresarial: estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Formación Gerencial*, 1, 145-168.
- ISO Organización Internacional de Normalización. (2016). ISO 26000 visión general del proyecto. Recuperado de http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Koontz, H., Weihrich, H. y Mark Cannice. (2012). Administración una perspectiva global y empresarial. Bogota: Mc Graw Hill.
- La Nación. (2003). La responsabilidad social: una nueva traba comercial. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/549568-la-responsabilidad-social-una-nueva-traba-comercial>
- Maslow, A. (2012). La psicología transpersonal. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2013/teo-per/14.pdf>
- Presidencia de la República de Colombia. (1989). Decreto 624 de 1989. (30 de marzo de 1989). Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuesto Nacionales. Bogotá: La Presidencia. Recuperado de <http://afinsas.com/app/vt/consultas/ESTATUTO%20TRIBUTARIO.pdf>
- Puerto Díaz, L. (2014). Ensayo responsabilidad social empresarial. Bogota: Universidad Militar Nueva Granada.
- Unicentro Cúcuta. (2016). Mascotas Unicentro. Recuperado de <http://www.unicentrocucuta.com/Proyecto/pet-friendly-mascotas-unicentro/>
- Yepes López, G. (2014). Evolución de la RSE en el sector empresarial. Bogotá: La República. Recuperado de http://www.larepublica.co/evoluci%C3%B3n-de-la-rse-en-el-sector-empresarial_161361

Instituto Ethos y Centro de Divulgación del Conocimiento Económico "CEDICE" (págs. 15 – 49, versión 2004). Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial.