

**ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL (RSE) EN LAS EMPRESAS DE PASTO COMO UN RETO DE LA
GERENCIA SOCIAL**

**MARTHA LUCÍA MUÑOZ PANTOJA
INGRID PAOLA NARVÁEZ BURBANO**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
CENTRO DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES LATINOAMERICANAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA SOCIAL
SAN JUAN DE PASTO
2010**

**ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL (RSE) EN LAS EMPRESAS DE PASTO COMO UN RETO DE LA
GERENCIA SOCIAL**

**MARTHA LUCÍA MUÑOZ PANTOJA
INGRID PAOLA NARVÁEZ BURBANO**

**Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de
Especialista en Gerencia Social**

**Asesor:
Mg. Guillermo Narvárez**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
CENTRO DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES LATINOAMERICANAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA SOCIAL
SAN JUAN DE PASTO
2010**

“Las ideas y conclusiones aportadas en la tesis de grado son de responsabilidad exclusiva de sus autores”.

Art. 1º del acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado por el honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Firma del Jurado

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, enero 30 de 2010

Gracias al asesor de este trabajo de grado Mg. Guillermo Narváez, por su apoyo y dedicación; a mi familia por su comprensión, esfuerzo y determinación para respaldar mis proyectos; a mi amiga Paola por sus valiosos aportes y el respeto a mis ideas y sugerencias; a mis amigos y compañeros de la especialización; pero por sobre todo gracias a Dios por la vida y por quienes están a mi lado.

MARTHA LUCÍA

Le agradezco primero a DIOS por todo, por darme la oportunidad de formarme con personas de calidades humanas muy particulares como los son mis amados padres y hermano, en especial agradezco a mi padre quien fomenta en sus allegados esa búsqueda de la libertad por medio del desarrollo personal, también agradezco a mi gran amiga y hermana Martha Lucia por toda su paciencia, cariño e irreverencia; a mis docentes, compañeros de Gerencia Social en quienes encontré inspiración, finalmente agradezco a todos y cada uno, los que desde el anonimato me tiene presente en sus oraciones.

INGRID PAOLA

RESUMEN

Este trabajo de tesis proporciona un breve análisis del accionar, de algunas de las empresas que operan en la ciudad de Pasto, con relación a la gestión desarrollada, a la hora de implementar la Responsabilidad Social. El panorama develado por las autoras, es promisorio para los Gerentes Sociales, pues deja manifiesta una ventana laboral a la cual ellos pueden acceder y al mismo tiempo, construir una sociedad más justa y comprometida, fin consecuente con el quehacer del Gerente Social.

ABSTRACT

This thesis provides a brief analysis of manage of some of the companies operating in the city of Pasto, in relation to management development, time to implement social responsibility. The outlook unveiled by the authors, is promising for Social Managers, it makes manifest an open window labor to which they can access and at the same time, build a fairer society and committed in order to make consistent with the Social Manager.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	15
1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.1 EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.1.1 Planteamiento del problema	17
1.1.2 Formulación	18
1.2 OBJETIVOS	18
1.2.1 Objetivo general	18
1.2.2 Objetivos específicos	18
1.3 JUSTIFICACIÓN	18
1.4 ASPECTOS METODOLÓGICOS	19
1.4.1 Tipo de estudio	19
1.4.2 Significado de la holística	20
1.4.3 Método de investigación	21
1.4.4 Técnica utilizada	22
1.4.5 Hipótesis del trabajo	23
1.5 MARCO GENERAL DE REFERENCIA	23
1.5.1 Marco teórico	23
1.5.1.1 Introducción	23
1.5.1.2 Posiciones teóricas básicas	24
1.5.1.3 Hacia una definición de RSE	27
1.5.1.4 RSE y Gerencia Social	32
1.5.1.5 Utilidad de la RSE	35
1.6 MARCO CONCEPTUAL	37
1.6.1 Conceptos fundamentales	37
1.6.2 Aspectos comúnmente utilizados en el trabajo	38
2. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN LAS EMPRESAS DE PASTO COMO UN RETO DE LA GERENCIA SOCIAL.	43
2.1 BASE DE UNA ENTREVISTA SOBRE RSE	43
2.2 SELECCIÓN DE EMPRESAS	44
2.3 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	48
2.3.1 Presentación de preguntas en forma matricial	48
2.3.2 Lectura y evaluación de las entrevistas	63
2.3.2.1 Concepto RSE	63
2.3.2.2 La RSE gasto o ventaja competitiva	63
2.3.2.3 Indicadores para medir la gestión en RSE	64
2.3.2.4 Aplicación del concepto de RSE	64
2.3.2.5 Experiencias que se destacan de manera positiva y negativa en la RSE	64
2.4 CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS PARA LOS GS.	65
3. BIBLIOGRAFÍA	68

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, recientes sucesos han puesto en duda la validez y solvencia del que se creía consolidado como el modelo de gestión empresarial basado en la maximización de utilidades, haciendo que se replanteen nuevamente las competencias y responsabilidad de las empresas. La teoría del mercado de competencia perfecta, con el libre juego de la oferta y la demanda y la búsqueda del beneficio individual, según la cual la “mano invisible”, al decir de Adam Smith, genera automáticamente beneficio colectivo, ha perdido vigor tras los escándalos financieros de grandes empresas en el mundo capitalista, que han acarreado consecuencias muy negativas de carácter económico y social. Afectando notablemente el escenario de la globalización se han ido modificando ciertos paradigmas individuales para favorecer requerimientos sociales.

A la globalización que ha impulsado la apertura mundial a los mercados, le siguen varios efectos. Muchas entidades han obtenido grandiosas utilidades, mediante fusiones millonarias, lo que a su vez, ha afectado radicalmente a otras empresas, especialmente medianas y pequeñas, que han sucumbido, así como, a miles de trabajadores que en el mundo entero han quedado desempleados. Asimismo, han ocurrido grandes desastres medioambientales, sociales, financieros y económicos, provocados por algunas empresas inescrupulosas que, cegadas por la ambición, han traspasado con creces la línea de los valores éticos, para alcanzar ganancias excesivas. Estos hechos han suscitado tanto la admiración como el rechazo en el mundo entero, pero también grandes crisis económicas y monetarias, desastres medioambientales y sociales, que han profundizado los fenómenos de exclusión y desigualdad de los sectores más vulnerables de la población, aumentando aún más la brecha existente entre ricos y pobres, especialmente en los países del tercer mundo.

En este contexto, se puede visualizar que las empresas tienen grandes responsabilidades, no sólo frente a los procesos de desarrollo económico, sino también, y sobre todo, en términos sociales y medioambientales. En las últimas décadas, especialmente en el mundo desarrollado, cobra gran sentido el desarrollo teórico del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un modo de concluir una actitud empresarial, que está fuera de todo valor ético, centrándose únicamente en la obtención de ganancias. La implementación de la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, se está extendiendo progresivamente como consecuencia de las diferentes presiones que reciben del entorno social así como de la propia conciencia empresarial. La gestión misma no puede quedarse en una mera administración del ámbito operativo sino que debe integrarse en la gerencia estratégica como un elemento más a considerarse como generador de ventajas competitivas. Es ya de general aceptación una nueva visión corporativa que señala que las entidades que sepan integrar adecuadamente la Responsabilidad Social en su estrategia y posteriormente en el nivel operativo, tienen grandes posibilidades de conseguir ventajas en el mundo contemporáneo que les facilite un mejor posicionamiento estratégico. A la vez ya se puede pensar que la Responsabilidad Social empresarial, debe incorporarse en la

formulación de la estrategia empresarial ya que es un factor clave para el éxito y aceptación de las entidades en el futuro.

La creciente globalización y la participación de Colombia en el comercio internacional motivará a mediano plazo, la incorporación de prácticas de RSE en las empresas nacionales, que deseen expandir su mercado hacia países donde el tema de responsabilidad social tiene mayor importancia. Lo mismo, lógicamente, debe suceder con las empresas a nivel del departamento de Nariño y de su capital, Pasto.

Sobre estas bases el trabajo de grado que está en sus manos evalúa algunas EMPRESAS de la ciudad de Pasto, que caracterizan o representan al gremio empresarial como son: la Cámara de Comercio de Pasto, ACOPI, EMAS, EMPOPASTO y SEINCO; desde el punto de vista de la utilización y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial y sus diferentes modalidades y acepciones, desde el ámbito de la vigencia o no de una Gerencia Social. Se trata de un emprendimiento de tipo cualitativo que busca descubrir el papel cumplido por las entidades particulares de la región con relación a sus responsabilidades con la sociedad y su entorno.

1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1 Planteamiento del Problema. En el ámbito de los países desarrollados, la discusión pública acerca de las responsabilidades empresariales, está en debate plenamente. Es tal su importancia que incluso se han implementado normativas legales, entre las que sobresalen las que se refieren al medio ambiente, que también han sido adoptadas por naciones menos desarrolladas, lo mismo iniciativas voluntarias, entre las cuales se destaca el denominado Pacto Global, impulsado por las Naciones Unidas. En América Latina, en general y en Colombia en particular, la discusión es aún incipiente, hay que aceptarlo. Sin embargo, ya se deja notar, puesto que se están desarrollando debates y encuentros, seminarios y mesas redondas en torno a la RSE, entre representantes gubernamentales, de los empresarios y la sociedad civil, en general. Todo este trabajo, está teniendo resultados positivos, pues algunas empresas Colombianas y extranjeras en nuestro país, han comenzado a adoptar acciones de RSE.

Además, la sociedad en su conjunto -aunque muy incipientemente todavía- está tomando conciencia de su gran importancia, especialmente por la relación que se establece entre la RSE y los problemas de exclusión, pobreza e inequidad social. Además y de acuerdo a estudios de opinión pública realizados, las personas están asumiendo actitudes de consumidores responsables, exigiendo a las empresas un aporte al desarrollo sostenible del país, lo que implica acciones voluntarias, que van más allá del cumplimiento de la legislación vigente.

En esos hechos en todo programa gerencial significativo participan diversos actores organizacionales. Su número se irá ampliando crecientemente en el futuro, dados los avances en los procesos de descentralización del Estado y la integración cada vez más intensa de organizaciones de la sociedad civil. A su vez el factor antes destacado, el avance hacia enfoques integrales pluralizará sustantivamente el ámbito de organizaciones participantes. ¿Cómo se optimizan esfuerzos de estas características? El tema ha sido planteado normalmente en la región, como un problema de coordinación, y se ha tratado de darle salidas de "coordinación formal". En la realidad excede totalmente a la mera coordinación. Se trata de hacer "gerencia sinérgica", de aprovechar las potencialidades de complementación, integración, y "externalidades organizacionales" que pueden surgir de la acción conjunta de las organizaciones participantes. La coordinación formal roza solamente la superficie de las sinergias posibles. Se detiene normalmente en un ámbito de intercambio restringido y no estratégico. En diversos casos, incluso, ese "como si se coordinaran", actúa como un sucedáneo de baja calidad de una acción sinérgica sustantiva y sostenida. Ese es el papel del Gerente Social en la actualidad.

Sobre estas consideraciones este trabajo pretende realizar el estudio de la responsabilidad social en las empresas de la ciudad de Pasto, Nariño, comprendiendo

que aquí debe darse como en todas partes un contenido para las entidades de la capital del departamento. Parece ser que el tema no ha sido analizado ni tratado en la dimensión que se requiere. Por ello el problema por analizar se refiere al papel que puede jugar la gerencia social en terreno de la responsabilidad de las empresas de la sociedad pastusa, que no ha sido examinado en su relevancia en otras partes.

1.1.2 Formulación. El problema puede formularse de la siguiente manera: ¿Cuál es el reto del Gerente Social frente a la Responsabilidad Social empresarial en la ciudad de Pasto?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General. Determinar el papel que debe desempeñar el Gerente Social frente a la realidad existente en el Municipio de Pasto con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y que este ejercicio sea un referente para futuras investigaciones.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Examinar los indicadores de RSE que valoran el impacto de las acciones empresariales.
- Analizar los indicadores que las empresas emplean para valorar su actuar frente a la responsabilidad social en la ciudad de Pasto.
- Identificar las experiencias positivas y negativas de las entidades Nariñenses privadas comprometidas con la Responsabilidad Social.
- Proponer herramientas necesarias para que el Gerente Social pueda mejorar las prácticas empresariales fundamentadas en la responsabilidad social.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Los temas empresariales regionales de tipo social no han sido tratados específicamente. En ese camino muy poco se encuentra alrededor del papel de los gerentes, propietarios y empresas privadas con relación a la actuación ante el entorno que los cobija. En tal medida no se han detectado estudios especiales acerca de la responsabilidad social que les compete y menos aún sobre el papel cumplido por especialistas en Gerencia social de la ciudad de Pasto.

Sobre estas bases, considerando que el propósito principal de este trabajo de grado es discutir acerca de la Responsabilidad Social Empresarial mediante una evaluación de su aplicación en el medio de entidades de Pasto, en primer lugar se justifica el haberlo realizado, si se tiene en cuenta, además, que se trata de combinarle a la evaluación, el

análisis de lo que puede o debe hacer el Gerente Social en torno a los resultados obtenidos al respecto de esa visión novedosa e imprescindible de las empresas del nuevo siglo. En tal medida, como componente de la justificación de la realización del estudio, se ha hecho un esfuerzo notable de carácter teórico alrededor del significado y la utilización empresarial de una responsabilidad con la sociedad pastusa, a la vez que sobre los roles que puede desempeñar el gerente social regional. Para poder entender este proceso se presenta la información necesaria para comprender lo que es la RSE y como puede ser llevada esta a las bases estratégicas de la empresa. De esta manera se plantea la importancia y la creación de valor a través de la RSE y como elementos pueden ser analizados y considerados de una manera cualitativa y cuantitativa.

En este orden de ideas el trabajo presente, sustentado en un adecuado marco teórico, adapta un proceso metodológico tal vez novedoso dentro de la temática administrativa, sobre la base de unas entrevistas semiestructuradas y específicas al tema, lo cual permitió efectuar un análisis relevante del papel y la importancia de la RSE en el ámbito empresarial de Pasto. Justificado por la metodología utilizada queda así entonces también el trabajo, hoy presentado en sus manos, su especial metodología pudo evaluar cualitativamente aspectos como el saber si las organizaciones de la ciudad poseen el entendimiento necesario para implementar la RSE como un elemento acompañante de la estrategia general de las empresas; si es correcto afirmar: que lo ejecutado es socialmente responsable en su actuar cotidiano tras sus objetivos económicos y si la responsabilidad social sé esta transformando de manera creciente, en una variable competitiva y en un factor de éxito en los negocios, que se conjuga con el compromiso ético de la empresa moderna con la sociedad.

Como se trata de un trabajo que analiza una realidad de la empresas, de sus directivos y administradores, e inclusive del papel cumplido por el Gerente social en su entorno, que embarca en la conducción socialmente responsable de las empresas del medio, es un estudio eminentemente práctico; se puede y tal vez se debe aplicar en las empresas pastusas. Este tipo de trabajo no se ha desarrollado, al menos en la dimensión tratada, en los centros de investigación y de información regionales. En tal medida por lo práctico se explica su justificación, y con él tal vez en el medio se comprenda que la RS es un deber de los individuos y la sociedad para garantizar el bienestar de las futuras generaciones, en esa medida el GS juega un papel relevante en la consecución de estos valores.

1.4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.4.1 Tipo de estudio. Al integrarse dentro del campo de las investigaciones sociales este trabajo se define dentro de la tipología descriptiva al hacerlo con las características que identifican la RSE y la gerencia Social con sus diferentes elementos y componentes y su interrelación. Específicamente se cataloga como descriptivo de carácter holístico o total.

Como trabajo de investigación total u holística buscó romper lo que tradicionalmente se utiliza como premisa: que existe una consistencia inherente entre la adhesión a la filosofía de un paradigma y el empleo de los métodos de otro. De esta manera se dejó de lado el principio que afirmaba que la adopción de un paradigma imponía como condición el uso de determinado método, con el cual tradicionalmente se asociaba. El término total, por esto, teniendo un significado más convencional que real, ya que nunca en la práctica se alcanzará los niveles de una plena "totalidad", buscó un tipo de estudio que trató de apartarse de todo reduccionismo científico y metodológico, tratando, en cambio, de utilizar una epistemología de la complementariedad y un tipo de convergencia que sustituye cualquier eventual disociación teórica o práctica.

Es importante especificar que el término holístico es un neologismo, utilizado como un adjetivo que indica algo totalizador. Se deriva del inglés, de la palabra whole, que quiere decir "totalidad", "suma total de partes que forman un sistema completo". En ese sentido a la vez "Holístico" se deriva de holismo, que es una doctrina según la cual un "todo", un ser, es algo más que la suma de sus partes. Y por ello un enfoque "holístico" es un enfoque totalizador, que contempla la integralidad de las circunstancias de un fenómeno, que tiene como equivalencia lo totalizador.

1.4.2 Significado de la holística. Para la holística es importante la generación de sintagmas, a los que se integran las diferentes posturas para tener una comprensión global del evento; el paradigma en holística implica rigidez, mientras los sintagmas tienen dinámica y flexibilidad; el paradigma es excluyente, los sintagmas son incluyentes; de manera que la trascendencia de paradigmas está contemplada en la generación de sintagmas, pues esto explica lo que el paradigma anterior demostraba, lo que no explicaba y más. Es así como los paradigmas pueden parecer excluyentes e irreconciliables cuando se les mira desde el interior de manera rígida, no obstante, cuando se les mira desde afuera, se puede observar su parcialidad y la necesidad de integración con otros modelos.

Al integrar los otros enfoques de investigación, se podría pensar en configurar un nuevo paradigma que incorpora eventos que tradicionalmente se han considerado no-ciencia, es decir, al descansar sobre el holismo, incluye tanto los elementos como los eventos de intuición, imaginación, creación. El principio del holograma es el fundamento del paradigma holístico o de la Complejidad. Holística se refiere al conjunto, al "todo" en sus relaciones con sus "partes", la interrelación de todos los seres en el mundo.¹

La complejidad definida y entendida como un tejido de constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados: presenta la paradoja de lo uno y lo múltiple. En consecuencia, el paradigma involucra todos los seres y sus interrelaciones, lo uno y lo múltiple, configurando un todo hologramático. La visión holística percibe al todo y sus sinergias estrechamente ligados en interacciones constantes y paradójicas. Aludiendo a

¹ Morín, E.. "El Método I: La naturaleza de la naturaleza. 5ª Edición, Madrid: Cátedra, 1999"

eventos que ocurren en armonía. Relacionando lo lógico, lo racional y lo irracional. La complejidad no conduce a la eliminación de la simplicidad. Integra lo que pone orden, claridad, distinción, precisión del conocimiento. No desintegra, por el contrario, integra. Aspira al conocimiento multidimensional. Debe distinguir pero no aislar. Aspiración a un saber no parcelado, no dividido, no reduccionista; y el reconocimiento de lo inacabado e incompleto de todo conocimiento. El hombre es un ser complejo y contradictorio; es a la vez físico, biológico, psíquico, cultural, social, histórico. Forman parte de su esencia la experiencia, las emociones y sentimientos, lo lógico y lo racional así como lo irracional. Esta es la unidad compleja de la naturaleza humana.²

La investigación, puede entonces, dedicarse a la identificación de los orígenes de errores, de ilusiones y de cegueras, distinguiendo entre razón, racionalidad, racionalización y racionalismo. Por tal motivo, se infiere una relación sujeto/objeto, en la cual se trata de reintegrar al hombre entre los otros seres naturales para distinguirlo, pero, no para reducirlo. Hay una interdependencia de sujeto y objeto, son inseparables y constituyen uno al otro: el mundo está en el interior de nuestro espíritu, el cual está en el interior del mundo.³

En este estudio de parte de un considerando: el conocimiento es dialéctico, permanente y cambiante; la holística, se caracteriza por trascender los paradigmas tradicionales, no cuestiona posturas epistemológicas, ni censura, ni critica, ni tampoco contradice al paradigma anterior, sólo los toma y los integra en la construcción del conocimiento es decir, lo complementa desde una perspectiva novedosa dando origen al sintagma gnoseológico. Constituyendo una comprensión más amplia en la cual puede percibirse el evento en su totalidad, es un recurso que permite reconocer, valorar y apreciar los aportes en el proceso de construcción del conocimiento.⁴

1.4.3 Método de investigación. Este trabajo definido como una investigación holística, basada en la lógica del sintagma, integradora de paradigmas, desarrolla una metodología vinculante que permite conocer, a partir de la guía clasificadora de los objetivos, los aportes y beneficios de cada una de las técnicas de recolección, análisis e integración de datos utilizados por los diferentes modelos epistémicos. Permite así utilizar diversas vetas del saber con fines de construcción del conocimiento; no se preocupa por la lógica epistémica utilizada para conocer la realidad, sino más bien por

² Morín, E. Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio, 2001.

³ Pasek de P., E. y Matos de R., Y. (2006, Febrero) Cinco paradigmas para abordar lo real [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.serbi.luz.edu.ve> [consulta: 9 de Marzo de 2009]

⁴ Plata, D. (2006, Diciembre 8) Aproximación teórica a la investigación holística como herramienta metodológica en el contexto universitario [Documento en línea] Disponible en: <http://www.serbi.luz.edu.ve> [Consulta: 29 de Marzo de 2009]

identificar el nivel de profundidad que alcanza desde los resultados a los que se llega, para, a partir de ello, continuar con un ciclo holístico de ascenso en el conocimiento.

En esta dirección no se inmiscuye particularmente en el debate sobre la articulación armónica de diversas teorías, sino que se ocupa de elevar a partir de lo representado y construido exploratoriamente hacia nuevos niveles de conocimiento. Se utiliza por eso más bien un método de integración de modelos epistémicos por vía de retomar los resultados a los que se llega.

El método empleado buscó develar la simplificación, incluyendo el desorden y el sujeto. Siguió así tres principios: el dialógico, el hologramático y el de la recursividad organizacional.

El principio *dialógico* asocia dos términos o eventos a la vez complementarios y antagónicos y nos permite mantener la dualidad en el seno de la unidad. El principio de la *recursividad organizacional* está constituido por un conjunto de ideas que rompen con la idea lineal de causa/efecto, de producto/productor, pues todo aquello que es producto actúa sobre lo que lo ha producido en un ciclo auto-constitutivo, auto-organizador y auto-productor. Es decir, asume un proceso en el cual productos y efectos son al mismo tiempo, productores y causas. Por eso, este principio involucra tres causalidades: lineal, retroactiva y recursiva. El principio *hologramático* establece que la parte está en el todo al mismo tiempo que el todo está en la parte, con lo cual trasciende al reduccionismo que no ve más que las partes, y al holismo que sólo ve el todo.⁵

1.4.4 Técnica utilizada. Para recolectar la información se utilizaron las fuentes secundarias, bibliografía, documentación y consultas de Internet como integrantes del proceso teórico y conceptual. Pero en el terreno de la confrontación y la evaluación investigativa se utilizaron las entrevistas de carácter semiestructurado.

En ese sentido, la entrevista, como la técnica más significativa y productiva de que dispone el analista para recabar datos, fue el camino para cumplir con los objetivos trazados. Se las hizo considerando que las entrevistas son un intercambio de información que se efectuó cara a cara. Un canal participativo entre las investigadoras y los representantes de las organizaciones empresariales de Pasto. En este caso se realizaron entrevistas con los representantes que evidencian la realidad sobre RSE en cinco empresas:

EMAS
EMPOPASTO
SEINCO
CAMARA DE COMERCIO
ACOPI

⁵ Morin, E. Ob. Cit.

1.4.5 Hipótesis de trabajo. Esta investigación se guió bajo la siguiente hipótesis: En las organizaciones existentes en Pasto, el Gerente Social tiene un reto abierto: desarrollar todos los componentes de la Responsabilidad Social Empresarial.

1.5 MARCO GENERAL DE REFERENCIA

1.5.1 Marco Teórico

1.5.1.1 Introducción. Una duda para empezar ¿Cómo explicar que nuestra humanidad evoluciona, si no lo hace a la par con quien produce, para quien lo produce y garantizando que esa producción vaya a causar el menor impacto posible en el medio ambiente, reconociendo el derecho de las futuras generaciones a un mundo apropiado y digno para vivir? Ello induce a pensar cómo se debe generar un nuevo valor a lo producido y que esto sea para el servicio de la humanidad sin perder de vista a las futuras generaciones.

Esta ha sido una preocupación que se ha manifestado de tiempo atrás; no es tan novedosa, ha permanecido en el tiempo y quizás hoy tiene mayor relevancia porque el mundo sufre una crisis económica, social y ambiental por el hecho de no atender los valores éticos que desde los filósofos griegos destacan el comportamiento que el hombre debe tener frente a la sociedad y hacia el mismo, muchas veces siguiendo una sola ley, quizá indudable, la de la recta razón, que impulsa a obrar de acuerdo a la naturaleza, y lleva a cumplir con los deberes, con un limitante: no hacer el mal. Es lo que ahora se entiende como Responsabilidad Social Empresarial, una función que le compete desarrollar dentro de las organizaciones al especialista en Gerencia Social.

Numerosas investigaciones demuestran empíricamente la correlación positiva entre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial y rentabilidad. Esto ha llevado, por ejemplo, a que la Comisión de las Comunidades Europeas haya declarado expresamente que la responsabilidad social empresarial debe considerarse una inversión y no un gasto, al igual que la Gestión de Calidad.

En Pasto no se han desarrollado debidamente indicadores para evaluar y orientar la gestión de la ética y la responsabilidad social de las empresas. Pero el contexto social de la ciudad, marcado por la creciente exclusión de las mayorías, lleva a proponer alternativas de gestión empresarial que fortalezcan las competencias sociales de esas empresas. Se debe generar un sistema de gestión de responsabilidad social que no sólo tiene que ser responsable con sus alcances en términos de supervivencia y productividad, sino que debe ser responsable políticamente. En consecuencia, la orientación de esta investigación no se limita al “buen comportamiento” de los empresarios y de sus trabajadores, sino que se orienta hacia la construcción de formas de vida buena para todas las personas sin exclusión. Por ello concibe de manera

integral la responsabilidad social de las empresas pastusas, a partir de una comprensión de que toda empresa es un sistema complejo de relaciones.

En este contexto, la Responsabilidad Social Empresarial se entiende como una visión de negocios que integra en la estrategia empresarial el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. A su vez, es una herramienta de mejoramiento de competitividad, ya que considera las necesidades y percepciones de los stakeholders para determinar las actividades de RSE que la empresa debe realizar. De todo ello se trata de hablar en este numeral.

1.5.1.2 Posiciones teóricas básicas. En el origen de la teoría sobre la responsabilidad social de la empresa se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor. Tradicionalmente, se ha considerado que la empresa como unidad de producción cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. La consideración tradicional de esta función entiende que la empresa, en el desarrollo de su actividad económico productiva, cumple implícitamente una función social centrada en su contribución a los objetivos generales de la política económica, como metas expresivas del grado de bienestar económico y social deseable por la comunidad.

Como amplían Bueno, Cruz y Durán, “se trata del mismo planteamiento en que se basa el propio Estado, que utiliza a la empresa como vehículo para intervenir en el medio social, a través de la política económica y social. El intervencionismo del Estado en la economía puede ser entendido como una toma de conciencia por parte del sistema político acerca de la dimensión social del hecho económico, lo que por otra parte conlleva una fuerte carga política, pues la intervención del Estado se orienta hacia la protección de unos intereses y valores abstractos, justicia, salud, seguridad, por ejemplo”.⁶ Claro está que esto también muchas veces se aplica a la promoción de los intereses partidistas del eventual gobierno.

Antes se creía que los negocios eran la negación misma de la ética, y el acontecer de los últimos años se ha empeñado en demostrar lo contrario. Y hoy más que nunca la cuestión ética ha adquirido una significativa importancia. En toda época y realidad se plantea la disyuntiva de actuar correctamente, es decir, en función de principios éticos. Cuando se trata de los negocios se plantean serias polémicas que aún en nuestros días resultan difíciles de dirimir. Sin embargo, estas polémicas resultan interesantes, dadas las condiciones que se viven en la actualidad. Y precisamente, por ello, se deben hacer esfuerzos por comprender el entorno bajo el cual las empresas se desenvuelven. La polémica fundamental se cierne sobre la vigencia o negación de la "responsabilidad social" de las empresas.

⁶ BUENO, E; CRUZ, I; DURAN, J.J. Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales. Ed. Pirámide, Madrid, 1989, p. 54-55

Milton Friedman, el cuasi forjador del neoliberalismo, fija una posición: "los negocios sólo tienen una responsabilidad social: emplear sus recursos y emprender actividades encaminadas a aumentar sus utilidades, siempre que se mantengan dentro de las reglas del juego, es decir, en competencia libre y abierta sin engaños ni fraudes". Desde esta posición, las empresas y en especial, quienes las dirigen deben servir a los accionistas y procurar la obtención de utilidades bajo el marco de principios éticos marcados por el cauce del respeto a la ley. No les es permitido derrochar los recursos que no les pertenecen en actividades ajenas al giro del negocio, en ese sentido, no pueden participar directa ni abiertamente en actividades de índole social, porque con ello se dilapidan los recursos y se termina por imponer a la misma empresa de un "impuesto" que erosiona sus utilidades. Con esta posición se mantiene el argumento de que "los ejecutivos corporativos son empleados de los dueños de los negocios. Son directamente responsables ante sus empleadores. Esa responsabilidad consiste en manejar el negocio de acuerdo con los deseos de los dueños, que generalmente serán ganar tanto dinero como sea posible, ciñéndose a las reglas básicas de la sociedad, tanto las que están incorporadas en las leyes como las que están incorporadas en las costumbres sociales...".

¿Pero que sucede, cuando en las sociedades actuales predomina el irrespeto por el marco jurídico? Es obvio que la posición señalada por el Friedman no encaja con la realidad. Primero, porque presupone un sistema económico de libre y abierta competencia, sin engaños ni fraudes, lo cual no existe; y segundo, porque considera que a pesar de que el objetivo es la consecución de riqueza, (válido en todo sistema de libre empresa y propiedad privada), dicho objetivo lo adhiere al principio ético del respeto a la legalidad y la costumbre de la sociedad. En ese sentido, es concluyente que aún el objetivo de obtención del máximo lucro se debe acompañar de principios éticos, en este caso del respeto a la ley.

Una segunda posición, la esgrime Kenneth H. Blanchard⁷ cuando expresa que al buscar utilidades a cualquier costo, se riñe con los principios éticos más fundamentales, y afirma por el contrario, que las empresas exitosas a largo plazo tienden a ser empresas éticas, en consecuencia, el logro de los máximos rendimientos no debería ser la más alta prioridad de las empresas. Según esta posición, la actitud de lograr beneficios a toda costa como fin máximo, puede generar un crecimiento desmedido en el corto plazo y éste a su vez, entrar en serias contradicciones con la legalidad y las costumbres sociales. De hecho, considera que las empresas que anteponen el enriquecimiento por sobre todo, son empresas que tenderán a desaparecer porque olvidan el entorno, es decir, el medio ambiente, la sociedad misma y más específicamente, olvidan a sus empleados y a los que son más importantes, a sus clientes. Desde esa perspectiva, el afán de lucro impedirá que se reflexione si al cliente se le engaña o no; si nuestros empleados están o no contentos con su trabajo. Incluso se basará en el trabajo directriz de Gerentes "complacientes" que sólo les interesará estar bien ellos y nada más,

⁷ Blanchard, Kenneth H, *El poder de la Gestión Ética* (con Norman Vincent Peale). Harper Collins Business, 1988

llegando incluso a despreciar el trabajo de sus competidores, de sus proveedores, de sus clientes y hasta de los que realmente son su soporte vital, sus propios subalternos.

Bajo esta óptica, las dos posiciones son discrepantes, debido a que en la mayoría de naciones del mundo no se da la libre y abierta competencia ni mucho menos está exenta de los engaños y fraudes. Pero la realidad socioeconómica actual, parece tomar distancia de la primera posición y enfatiza más el afán empresarial que se liga cada vez más al compromiso de la "responsabilidad social", que se relaciona con la posición del liderazgo transformacional y privilegia la anteposición de los derechos de la sociedad y la naturaleza, a los derechos de consecución de los rendimientos excesivos de los empresarios, con base en la predominancia del mercado. Lo anterior conduce a la ética a considerar el compromiso con la "responsabilidad social", puesto que en el fondo, no riñe con la obtención del máximo rendimiento posible, siempre y cuando se logre, primero, en un marco de abierta y libre competencia en el que prevalezca el respeto a la ley; y segundo, que el accionar de las empresas se rija por una serie adicional de principios éticos que tienen que ver con el entorno, con los proveedores, con los clientes y con los empleados. Su aplicación y fomento continuo es lo que puede hacer que el éxito empresarial perdure y le dé larga y plena vida a los negocios.

Es interesante destacar que un denominado modelo Antropológico de Dirección de Negocios, enfatiza el valor de la Ética empresarial y del Liderazgo Ético, y se fundamenta en el impulso de las motivaciones humanas trascendentales, con lo cual se cierne sobre el paradigma antropológico que a veces es considerado como el único completo al relacionarse directamente con la responsabilidad social que deben tener las empresas. Es un modelo que centra su eje en la persona, sea ésta directivo, ejecutivo o empleado. Es una forma organizacional mediante la cual la empresa es capaz de lograr la eficiencia competitiva que el variante y globalizado entorno exige cada vez más. De hecho, el modelo antropológico expresa concluyentemente que "nada se opone a que todas las acciones encaminadas a crear valor sean tomadas teniendo en cuenta los aspectos éticos" y entre estos es fundamental el papel del líder, de quien depende que la empresa trascienda los niveles normales de crecimiento y desarrollo. Esto último, concretamente señala el rol del Gerente Social en la actualidad. La ética de los negocios es una construcción teórica en la participan diversos entre los cuales este especialista es uno de los principales, teniendo en cuenta, claro está, que desde una perspectiva de eticidad, hay varias tradiciones que entran a proponer sus principios y conceptos, como el utilitarismo, la tradición kantiana deontológica, la tradición liberal contractualista y neocontractualista⁸.

Se resalta en esa dimensión que las relaciones empresariales no se reducen a los contratos, ya sea en la versión privada del individuo liberal, ni en el marco neocontractual que sigue los lineamientos de Rawls⁹, pues ninguna forma contractual puede dar cuenta de la complejidad de los vínculos sociales o empresariales en su

⁸ VELÁSQUEZ, Manuel. Ética en los negocios. Conceptos y casos. México. Prentice Hall, 2000. p. 67

⁹ RAWLS, John. Liberalismo Político. Fondo de Cultura Económica. Bogotá, 1995

particularidad¹⁰. Se enfatiza a la vez en la necesidad de construir mínimos éticos comunes en las empresas a través de consensos logrados por argumentos razonables.

1.5.1.3 Hacia una definición de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Existen varias definiciones respecto a la Responsabilidad Social Empresarial. Todas coinciden en que se trata de una forma de gestionar la empresa teniendo en cuenta los objetivos económicos de la misma para hacerlos compatibles con los impactos sociales y medioambientales.

El Diccionario de la Real Academia Española define la responsabilidad como la “capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente”. En esa dirección se puede afirmar que “La responsabilidad social es la teoría ética o ideológica que una entidad ya sea un gobierno, corporación, organización o individuo tiene. Es una responsabilidad hacia la sociedad”. Puede ser “negativa”, significando que hay responsabilidad de abstenerse de actuar (actitud de “abstención”) o puede ser “positiva”, significando que hay una responsabilidad de actuar”.¹¹

El concepto de Responsabilidad Social, como muchos otros, tiene distintos significados. Se citan a continuación algunas definiciones que pueden servir de guía para entender el concepto de la mejor manera, a partir de comprender la Responsabilidad Social Corporativa o de las empresas (RSC).

Desde el Instituto Ethos del Brasil se afirma que “Responsabilidad social es la forma de conducir los negocios de una empresa de tal modo que esta se convierta en co-responsable por el desenvolvimiento social. Una empresa socialmente responsable es aquella que posee la capacidad de escuchar los intereses de las diferentes partes (accionistas, empleados, prestadores de servicios, proveedores, consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente) e incorporarlos en el planeamiento de sus actividades, buscando atender las demandas de todos ellos, no únicamente de los accionistas o propietarios”.

En distintas ocasiones por medio del World Business Council for Sustainable Development, Lord Holme y Richard Watts se expresa que “RSC es el continuo compromiso de los negocios para conducirse éticamente y contribuir al desarrollo económico mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados y familias, así como de la comunidad local y sociedad en general”. Responsabilidad Social es, dicen, “lograr con éxito comercial en formas que honren los valores éticos y respeto por la gente, comunidades y el ambiente natural. Conduciendo las expectativas legales, éticas, comerciales y otras que la sociedad tiene de los negocios, y haciendo decisiones que balancean de modo justo las demandas de todos los públicos de interés clave”.

¹⁰ LOZANO, Joseph M. Ética y empresa. Madrid. Trotta, 1999. p. 15-74

¹¹ Definición de wikipedia

Por otra parte, no hay un concepto que haya sido universalmente aceptado para definir a la Responsabilidad Social Empresarial. La más cercana se halla en varios expositores y la remiten hacia una visión de negocios que integra a la gestión de la empresa, el respeto por: los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente. Esto quiere decir que es un interés propio e inteligente de la empresa que produce beneficios a la comunidad y a la propia empresa.

La Comisión de las Comunidades Europeas (Unión Europea): En su libro verde, presentado en julio de 2001, plantea el propósito nuevo de “Fomentar un marco para la responsabilidad social de las empresas”, con el objetivo de favorecer un amplio debate en Europa sobre las relaciones empresa y sociedad. Se expone allí la necesidad de una mayor coherencia de las actuaciones públicas y privadas en el modelo social europeo, al describir lo que deberían ser las finalidades y responsabilidades de las empresas, que deben considerar las demandas y presiones de los consumidores, los trabajadores, inversores y de la opinión pública, a favor de una ampliación de las responsabilidades empresariales, más allá de las exigencias contempladas en las leyes y regulaciones”¹².

En el mencionado libro verde, la RSE se define 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”¹³. También la definen como: “Un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”¹⁴

En ese camino la Organización de las Naciones Unidas, planteó el “Global Compact”. Fue así como en enero de 1999, y puesto en marcha en Julio de 2000, el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, propuso la idea de un Pacto Global, el cual se propone contribuir a que los mercados sean más sustentables y que incluyan a todos. Además el Pacto intenta promover una relación más fructífera entre empresa y sociedad, dando especial importancia a los más pobres ¹⁵. “El pacto desafía a los líderes empresariales a promover y aplicar, dentro del ámbito de sus empresas, diez principios vinculados a los Derechos Humanos, a Estándares en el Trabajo y al Medio Ambiente. La finalidad es ayudar a fortalecer los pilares sociales de los cuales cualquier economía, incluida la economía global, debe estar enterada si quiere sobrevivir y crecer. Los principios se derivan de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, de los Principios Fundamentales sobre los Derechos en el Trabajo de la Organización Internacional del Trabajo, y de los Principios de Río, sobre Medio Ambiente y desarrollo”.

¹² Perdiguero, Tomás: *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*, 2003, págs. 129, 130.

¹³ www.europa.eu.int/index_es.htm

¹⁴ Idem

¹⁵ www.unglobalcompact.org

Pero en este punto debemos detenernos y confrontar una situación, desde el mundo de los negocios hay una perspectiva de desarrollo que no empata con la responsabilidad social empresarial, hay una mejor manera para hablar de desarrollo desde la perspectiva que plantea el premio Nobel en economía Manfred Max Neef, el menciona que en algún momento la humanidad equivocó el camino: "La economía esta al servicio de las personas y no las personas al servicio de la economía", expresando que desde lo económico se debe hablar de un desarrollo a escala humana.

Este planteamiento refuerza cada vez más esa sentida necesidad de una gestión con responsabilidad social empresarial que garantice la permanencia y acogida de las empresas y aún más, posiciona a la gerencia social, puesto que desde esta disciplina se responde al desarrollo, en esto coincide uno de los pioneros de gerencia social Bernardo Klisberg, "Los países más éticos son los más desarrollados".

El desarrollo a escala humana se convierte no en una teoría romántica centrada en la parte humana, sino que parte de algo que es real, el desarrollo se refiere a las personas y no a los objetos por lo tanto los indicadores del desarrollo igualmente están diseñados para medir objetos producidos y no tienen cuenta el crecimiento cualitativo de las personas.

Es así como debemos cambiar ese sistema de medición; el desarrollo tiene en cuenta a la calidad de vida no como la meta sino mejor como el motor del mismo, y para ello se necesita de una gerencia ética con responsabilidad social desde lo empresarial.

La responsabilidad social no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino se trata más bien de una estrategia de la empresa, que junto a su gestión de negocios y reflejando sus valores, debe ser tratada como un caso de negocios más. Las empresas que practican responsabilidad social además obtienen otros beneficios como ser más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas; razón por la cual son más competitivas y pueden obtener mayores ganancias. La responsabilidad social empresarial, para ser exitosa, debe involucrar además distintos grupos de interés como los trabajadores, los clientes, el que hacer diario, etc. que trabajando coordinadamente para crear valor, puedan lograr mejores resultados para la comunidad y para la misma empresa. En ese contexto es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades, sin descuidar los temas económicos.

En términos generales, se acepta por varios estudiosos del tema que para conocer el grado de compromiso de una empresa con la RSE, se pueden evaluar los avances en temas específicos, al menos en las siguientes áreas: 1. *Principios Éticos y valores*, que se refiere a cómo una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales. Esto se conoce como "enfoque de los negocios basado en los valores" y se refleja en general en la Misión y Visión de la empresa, así como en sus

Códigos de Ética y de Conducta. 2. *Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo*, que hace referencia a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc. 3. *Apoyo a la Comunidad*, que es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad. 4. *Protección del Medio Ambiente*, entendido como el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal. 5. *Marketing Responsable*, que se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad.

La responsabilidad social no debe ser entendida como una actividad marginal, adicional a la económica y más o menos oportunista y esporádica, sino como una nueva actitud de la empresa hacia el entorno social, actitud que debe impregnar toda la filosofía y la conducta empresarial. Esa responsabilidad requiere una capacidad para establecer compromisos y rendir cuentas de los mismos, por lo que se requiere no sólo asumir declarativamente la responsabilidad social sino también, y sobre todo, gestionarla. La responsabilidad social es una obligación de la empresa hacia la sociedad, que se articula como obligaciones concretas hacia los estamentos y grupos que conforman la coalición empresarial y sus entornos específico y general. Se orienta a promover un mayor bienestar social y una mejor calidad de vida de la sociedad, es decir, aspectos cualitativos y en gran medida intangibles, lo que dificulta su medición e implementación práctica.

Ya es conocido que la RSE ha dejado de pasar desapercibida y despreciada, por el auge del sistema capitalista que ha sobrepuesto la utilidad inmediata a la ganancia medida y sostenible, consecuencia de las manifestaciones que han surgido en diferentes lugares del planeta para que de uno u otro modo exigir una mejor calidad de vida para quienes habitamos y para quienes habitarán este planeta.

Esos requerimientos declarados por voceros de pequeñas comunidades, como también por presidentes han permitido la creación de guías, iniciativas, normas y leyes que comienzan a exigir un serio replanteamiento en las estrategias a realizar por las empresas, para tener en cuenta las necesidades de todos los grupos de interés.

Algunas de las propuestas trascendentales para desarrollar una gestión empresarial con responsabilidad social han sido el Global Compact de 1999, una iniciativa internacional basada en diez principios, dos de ellos respaldando la protección de los

Derechos Humanos, siete de esos principios tratan de acoplar los intereses empresariales con las demandas de la sociedad y uno en particular plantea, de forma específica, la lucha contra la corrupción; los Principios Globales del Reverendo León Sullivan construyeron un código de ética para desmontar el “apartheid” en África, alegando igualdad de oportunidades, respeto por los Derechos Humanos y hoy en día, exigiendo ética comercial y protección del medio ambiente.

Si hay algo que en el mundo ha sido el punto de encuentro y partida para iniciar la normatividad y desarrollar metodologías de gestión con responsabilidad social es la Declaración del Milenio firmada en el 2000, luego de que los líderes mundiales de 189 países fijaron para el año 2015 la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, esos ocho objetivos implican el cumplimiento de unos retos mínimos para los países comprometidos, a saber:

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre
2. Lograr la enseñanza primaria universal
3. Promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer
4. Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años
5. Mejorar la salud materna
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente
8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

Desde este punto, en el planeta se ha hecho mayor conciencia de las medidas que los individuos deben tomar para generar equidad, desarrollo sostenible y heredar un mundo digno a las futuras generaciones.

Pero, el mundo no ha parado de manifestarse y por eso la Organización Internacional para la Normalización ISO ha desarrollado la ISO 26000 para la Responsabilidad Social, la cual se sustentará en el año 2010, será de uso voluntario, ha sido concebida con el ánimo de aplicarse en todas las organizaciones y en todos los países, y no será certificable, sin embargo tendrá mayor cobertura en los temas de responsabilidad social, pues no se limitará a temas relacionados con Derechos Humanos, prácticas laborales y protección al medio ambiente, sino que además centrará su atención en las prácticas de negocios justas, desarrollo social, temas de grupos de interés, entre otros.

En Colombia, se ha acogido el Pacto Mundial desde 1999 y en el 2004 cerca de 54 empresas crearon el capítulo nacional del Pacto Global. Hoy, las empresas colombianas también cuentan con una guía técnica, la GTC – 180, que al igual que otras iniciativas es de aplicación voluntaria, ésta es un valioso soporte para las empresas que pretenden a realizar una gestión empresarial con responsabilidad social, aquí resalta la promoción de los valores éticos, la identificación de los stakeholders, la identificación de los riesgos, como también la capacidad de respuesta ante las eventualidades, todo esto enmarcado dentro de una estrategia comunicacional participativa, que facilite el mejoramiento continuo para la implementación de la RSE.

A pesar de estos avances teóricos, son pocas las empresas de Pasto que aplican las metodologías propuestas, no obstante ya comienza a vislumbrarse un nuevo panorama, porque si bien es cierto que aún no se aplican metodologías certificadas como el GRI (Global Reporting Initiative), si se han implementado algunas Normas ISO que miden los estándares de calidad, con estos antecedentes y con el conocimiento de los nuevos requerimientos de la sociedad, las empresas han dado un primer paso hacia el compromiso con la comunidad.

En resumen podríamos afirmar según estos conceptos que la responsabilidad social empresarial es la potencialidad constante para generar bienestar integral a las personas, comunidades y sociedad teniendo en cuenta sus deberes y derechos, evitando afectar negativamente al medio ambiente y así garantizar un desarrollo congruente con un adecuado nivel de vida. Además se debe tener en cuenta que la RSE fomenta la riqueza en valores éticos los cuales caracterizan la inclusión a cada uno de los stakeholders o grupos de interés; por lo tanto las empresas no deben estar sesgadas a un solo escenario sino deben impactar en el ámbito, normativo, operacional, económico y social.

Al respecto se ha planteado que “para que el desarrollo conduzca al progreso social, las conductas y comportamientos de los actores sociales deben ser socialmente responsables y ecológicamente racionales. La medida del progreso social es el bienestar de toda la población, entendiendo el bienestar de una forma integral y entendiendo el desarrollo como un concepto que trasciende las cifras económicas para situarse en el terreno de la calidad de vida, la inclusión y la felicidad. Responsabilidad social, filantropía empresarial, compromiso, solidaridad o inversión social son algunos de los términos con los que se denomina a este nuevo tipo de relaciones entre los individuos y su entorno social, entre la empresa y la comunidad”¹⁶.

Tratando de sintetizar diversos tratamientos teóricos se puede afirmar que la RSE es un modelo de gestión que se dirige a movilizar las metas económicas de forma tal que sean congruentes o compatibles con el impacto social y ambiental. Sus iniciativas se sustentan en dos pilares: 1. El respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. 2. Los negocios no están separados del resto de la sociedad, son interdependientes.

De todo lo anterior se deduce la premisa fundamental del rol determinante de las empresas mediante acciones de RSE en la construcción de una mejor sociedad, mas justa, incluyente y ambientalmente sostenible.

1.5.1.4 RSE y Gerencia social. Al referirse a la RSE no se puede pensarla como un simple valor. Hay necesidad de contextualizarla, interrelacionarla con todos los

¹⁶ <http://www.colombiainclusuyente.org/contenido/contenido.aspx?catID=172&conID=656>

elementos que de ella se derivan o que de ella surgen. Ello implica no hacerlo en un solo camino sino en todas las variantes que de él se desprenden o que en él desembocan. En consecuencia se deben tratar puntos fundamentales como la inversión social, el desarrollo sostenible, a la vez que las empresas y sus líderes se piensan como empresas ciudadanas. Allí es donde la gerencia social brinda las herramientas necesarias para que esos esfuerzos y sentimientos filantrópicos no se queden como estados casuales, momentáneos, sino que se garantice la canalización de los mismos a esas generaciones que esperan educarse, acceder a la atención en salud, en calidad de vida, a disfrutar de servicios públicos óptimos, con oportunidades laborales equitativas y remuneración salarial justa. Generaciones que recuperen la esperanza y que por lo mismo construyan valores que procuren el bien de sus semejantes, se levante familias alegres, cooperativas, solidarias, responsables con ellos mismos y su entorno.

La determinación del contenido de la responsabilidad social, dado su carácter contingente, debe pues apoyarse en una metodología que permita establecer una relación entre las “salidas” de la empresa y las “entradas” o demandas de los interlocutores sociales, de forma que no se alcanza a realizar una distinción entre responsabilidades económicas y responsabilidades sociales, distinción bastante arbitraria y que casi siempre resulta artificial porque en esencia son aspectos indisolublemente unidos. El verdadero contenido de la responsabilidad social de la empresa está en la integración de las finalidades propias de la misma y las de la sociedad, en la consideración de los valores sociales y en su integración en la actividad empresarial.

De esta forma, al determinar las áreas de la responsabilidad social a través de las demandas sociales, puede constatarse que los campos de interés de los distintos grupos sociales hacia la empresa son tanto de naturaleza económica, como social (no económica). Por eso se entiende la responsabilidad social como una responsabilidad integral, amplia e inseparable de la propia responsabilidad económica. Con ello se justifica el accionar del gerente social.

Al respecto se debe explicar que la Gerencia Social es la estrategia que se basa en los criterios de equidad, eficacia, eficiencia y sostenibilidad, los cuales permiten orientar la toma de decisiones, las acciones a seguir y el seguimiento y evaluación de los resultados alcanzados. Está ligada a la experiencia real de las regiones y a experiencias internacionales relevantes en los campos abordados. Es un concepto en constante evolución. Sin trascender las diferencias de base debe compararse con la gerencia privada convencional pero con un elemento clave: la construcción de valor público. Su proceso de desarrollo ha estado ligado a los cambios políticos, sociales y económicos del universo, sobre todo en Latinoamérica y de Colombia en particular, a partir de los años noventa.

Cabe enfatizar que la CEPAL fue la organización que más impulsó la modernización de la gestión pública en el Sector Social. Propuso reformas institucionales del aparato

estatal tales como la introducción de mecanismos de mercado en la organización y gestión de servicios sociales; la intervención en la oferta y en la demanda. Propuso, también, la adopción de prácticas y técnicas provenientes del llamado “gerencialismo” en la administración pública con el objetivo de mejorar la eficiencia de los recursos oficiales, siendo los más destacados, la introducción de la administración de la Calidad Total y por objetivos en los programas y proyectos sociales; el control de gestión en ellos; y, la reingeniería de procesos aplicada a la gestión de políticas sociales.¹⁷

Y precisamente sobre la base de la CEPAL, “La gerencia social puede ser entendida, en términos generales, como el conjunto integrado de principios, prácticas y técnicas que permiten mediante su aplicación producir cambios significativos en al menos una condición de bienestar en la población - objetivo a la que es referido, mediante el uso efectivo y racional de recursos. Sus principios son: el impacto, la equidad, la focalización, la articulación, la flexibilidad y la participación social. (...) La expresión operativa de la gerencia social se encuentra en la gestión de programas y proyectos sociales”.¹⁸

Entonces, la Gerencia Social trasciende la rentabilidad económica y la procura de la rentabilidad social. En la problemática existente, la gerencia social no debe ser solamente una preocupación por la distribución equitativa del ingreso, sino también por la distribución equitativa del conocimiento. En tal medida es una propuesta específica para la gestión de políticas y programas en las áreas sociales.

Acudiendo a Bernardo Kliksberg se puede afirmar que una “Gerencia social eficiente tiene que ver con optimizar el rendimiento de los esfuerzos de los actores sociales en el enfrentamiento de los grandes déficits sociales de la región, y el mejoramiento del funcionamiento y resultados de la inversión en capital humano y capital social”.¹⁹

Por otro lado cabe citar que para el Departamento Nacional de Planeación (D.N.P) y la Escuela Superior de Administración Pública (ESAP), de Colombia: La Gerencia Social puede entenderse como el conjunto de conocimientos, procedimientos y acciones que se aplican para ejecutar la política social mediante la dirección, coordinación y concertación de programas y proyectos dirigidos a lograr desarrollo humano de la población asentada en los respectivos territorios. La Gerencia Social debe conducir a la obtención de metas determinadas de Desarrollo Social Y Humano, mediante el uso eficiente y racional de recursos. Es una herramienta que deben incorporar las instituciones públicas y sociales en sus planes y programas de desarrollo para promover el mejoramiento y calidad de vida de los colombianos.

¹⁷ CEPAL. Notas sobre modernización de la gestión pública en el campo de las políticas sociales. Documento. Pág. 6

¹⁸ *Ibíd.*

¹⁹ Kliksberg, Bernardo. Hacia una gerencia social eficiente, algunas cuestiones claves. INDES. Curso para formadores en Gerencia Social. Washington. Documento. 1995. Pág. 3

Estudios regionales expresan, que en todo caso “al hacer el análisis del comportamiento del Sector Social en Colombia, al cual pertenecen entre otras las ONG, se concluye que ha habido un distanciamiento con la aplicación de métodos administrativos eficaces que permitan hacer más efectiva la gestión, mejorar la productividad de la organización (beneficiar a un mayor número de personas con los proyectos que se desarrollan y reducir los costos de operación), y sobre todo, mejorar la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de las personas beneficiarias de los programas y de las organizaciones aportantes de recursos, base fundamental para la medición del impacto. (...) Este proceso tiene diversas causas, siendo una de las principales, la falta de un modelo de gestión práctico que pueda aplicarse y mantenerse en este Sector que ofrece características tan particulares y que debe dejar satisfechos a todos los grupos humanos con los que se relaciona para lograr su estabilidad”²⁰.

En este contexto lo que prima en este trabajo es reafirmar que el empresario ciudadano, es la meta de la responsabilidad social empresarial y de la Gerencia Social. Se trata de plantear por eso que al tener claro el concepto de responsabilidad social y gerencia desde lo social, se abre un camino hacia el encuentro entre la Gerencia Social y la Responsabilidad Social Empresarial.

Sin exagerar ni menos pecar de extremistas se puede aseverar que para Colombia y para Pasto y Nariño, este es el momento oportuno para la gerencia social cuando se observa una comunidad agobiada de problemas sociales. Basta con mirar el auge de las ONG's como intento de respuesta a la ineficacia del Estado y a la vez cuando hay empresas que han monopolizado los mercados convirtiéndose en gigantes del capitalismo. Pero esto para el gerente social es más que un problema una oportunidad. Quizás eso sea parte del papel de grandes empresas de la región como los almacenes Alkosto, que patrocinan a equipos deportivos y dan a entender que fomentan actividades saludables para nuestra sociedad. En ese sendero la responsabilidad social empresarial es la motivación para la que el gerente social desarrolle en las empresas con sus líderes, accionistas, trabajadores una cultura de la empresa ciudadana, como se esta promoviendo en muchas partes.

Puede ser que la gerencia social sea el eslabón perdido de esa discusión bizantina entre el capitalismo y el socialismo, por una gestión que sin apartarse de la maximización de utilidades tenga como objetivo la transformación del entorno bajo la consigna de una economía con sentido humano, sustentable y responsable ante la sociedad. Existe allí un deber ser de ese especialista que hable desde las empresas de negocios que generen pacto social, que impregne de realidad la posibilidad de un equilibrio entre el capitalismo y socialismo, si se complementan.

1.5.1.5 Utilidad de la RSE. Según lo que concluye el Centro Colombiano de responsabilidad empresarial, CCRE, la Responsabilidad Social Empresarial advierte los

²⁰ Federación Antioqueña de ONG. Las ONG tras el ISO 9000. En: Carta Ejecutiva.. Octubre de 2000. Pág. 6

riesgos sociales que se pueden convertir en sanciones, excesiva regulación gubernamental, pérdida de la imagen y mercado y puede llevar a la extinción de las empresas.

Por lo tanto la gestión empresarial necesita ser fortalecida 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.²¹

Las empresas requieren implementar procesos de responsabilidad social al interior y exterior de las empresas, lo cual genera los siguientes beneficios:

- Aumento de la productividad y la rentabilidad
- Fidelidad y aprecio de sus clientes
- Confianza y transparencia con los proveedores
- Compromiso y adhesión de sus empleados
- Respaldo de las instancias gubernamentales
- Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad
- Oportunidades para nuevos negocios
- Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y medio ambiente)
- Incremento en la participación del mercado
- Mejoramiento de la cultura organizacional
- Capacidad de atraer el mejor talento humano
- Incremento del valor de la empresa
- Mejoramiento de la comunicación interna y externa
- Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas

Cuando se la emplea en forma integral como un componente vital de la estrategia empresarial, encontramos: empleados más comprometidos y competentes, el incremento de las ventas, mejor moral en los empleados, mayor estabilidad en el valor de las acciones en la bolsa, menores costos judiciales y ambientales, refuerzo de la

²¹ ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial? http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf

habilidad para competir en otros mercados, crecimiento de la lealtad y el grado de compromiso del personal hacia la empresa, reducción del ausentismo, logros de mayor productividad y mejor retención del personal.

Tomando en cuenta lo expresado se puede afirmar que la RSE llegó para establecerse como una cultura empresarial que genera deberes y compromisos pero que a demás se convierte en una estrategia competitiva la cual se fundamenta con una premisa: empresa que no genere beneficios a largo plazo tiende a extinguirse o dicho de otra manera : la responsabilidad garantiza la sostenibilidad.

1.6 MARCO CONCEPTUAL

1.6.1 Conceptos fundamentales. Entresacando los aspectos cruciales de las teorías acerca de la responsabilidad social de las empresas, se puede hacer una delimitación conceptual del tema base del estudio en referencia la visión de los estudiosos del asunto y de la opinión personal de las investigadoras.

Estos conceptos fundamentales que hacen parte de la ideología de las autoras se sustentan ante todo en la visión del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial. Su punto de partida plantea que hablar de Responsabilidad Social Empresarial no es simplemente referirse al crecimiento de las empresas a nivel económico; es también comenzar a pensar en el bienestar de la sociedad y, últimamente, en el cuidado del medio ambiente. Ahora, muchas empresas están inclinando sus acciones a favor de aspectos tan importantes y se han preocupado por fomentar y mantener un entorno social adecuado procurando un mejor funcionamiento al interior de sus organizaciones pensando en la sociedad que los rodea y no solamente en aumentar sus ingresos.

La responsabilidad empresarial es un modelo de gestión que vincula a los negocios con los intereses y aspiraciones de la sociedad. Consultados empresarios por The Economist, definieron la responsabilidad social como “tener en cuenta los intereses más amplios de la sociedad al momento de tomar decisiones de negocios”. Hay una clara tendencia mundial a preferir ese enfoque frente a otros que ven la vida empresarial en el ámbito exclusivo de la maximización de utilidades.²²

Al referirse a “los intereses más amplios de la sociedad”, la responsabilidad social se hace más extensa abarcando nuevos ámbitos de decisión empresarial, como los siguientes: la transparencia, la pobreza, el deterioro del medio ambiente, la vigencia de los derechos humanos, el acceso a los servicios públicos básicos y la protección a la infancia. No obstante, la responsabilidad social se refiere también a ciertos asuntos “más próximos” a la vida social de las empresas. Estos tienen que ver con cuestiones que atañen al carácter de las relaciones laborales, la participación de accionistas inversionistas en las decisiones empresariales, la satisfacción de los clientes frente a la

²² CCRE. Boletines años 2004-2006

calidad y el precio de los bienes y servicios, los vínculos entre proveedores y contratistas, en fin, con la naturaleza de las interacciones humanas que constituyen los mercados..

Al hablar de RSE se deben mencionar los elementos de dirección y gestión consistentes para el desarrollo de una empresa sostenible, que satisfaga las necesidades de los grupos de interés y que genere resultados socialmente responsables. Estos se pueden sintetizar por la transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza de la organización.²³

La transparencia se basa en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales. *La materialidad* supone que la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSE, así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos. La verificabilidad hace referencia a que las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. *La visión amplia* significa que la organización debe centrar sus objetivos de responsabilidad social empresarial en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. *La mejora continua* implica que la RSE esté ligada estrechamente a la idea de gestión continuada, que tiene por objetivo principal la pervivencia de la organización. *La naturaleza social de la organización* remite a recordar que la RSE esté arraigada en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las empresas, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico. Destaca el valor y el papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización.

1.6.2 Aspectos comúnmente utilizados en el trabajo. Este estudio acude en general a algunos elementos conceptuales que se reiteran en forma permanentemente, porque hacen parte de la visión particular de las autoras sobre el tema analizados. Se hace necesario especificarlos entonces, para mayor comprensión del cuerpo investigativo que se obtuvo. En base a esto y tomando en cuenta lo dicho hasta ahora se pueden aclarar y especificar varios aspectos de la teoría y la conceptualización particular del tema tratado.

Responsabilidad básica o global. Esta responsabilidad proviene del simple hecho de la existencia de la empresa en la sociedad y el cumplimiento de normativas y acciones que aseguren el bienestar de ésta. De esta manera, las empresas se encargan de las consecuencias de sus acciones en su entorno, medioambiente y en las personas, haciéndose cargo y asumiendo responsabilidades en los efectos que causen por el desarrollo de sus operaciones.

Responsabilidad institucional o de las organizaciones. En este sentido las responsabilidades parten por las empresas y la relación que sostienen con todos aquellos que se ven involucrados en sus acciones y actividades en forma directa. Por lo

²³ Ídem.

que frente a ésta responsabilidad la empresa deberá acceder y estar dispuesta a dar cuenta de sus acciones a su entorno inmediato, como es su comunidad interna, proveedores y accionistas. Respondiendo a la vez las demandas que estos realicen, y a informar en cuanto al por qué de sus acciones.

Responsabilidad contextual. Este tipo de responsabilidad consiste en la conciencia por parte de la empresa de mejorar o conservar el medio en que se encuentra, esto porque al mantener el bienestar de éste se está contribuyendo también a la continuidad de su desarrollo, por lo que esta responsabilidad se enfoca a alcanzar y mantener el desarrollo sostenible de la empresa.

Grupos de Interés O Stakeholders. Se entiende por grupos de interés aquellos grupos o particulares: (a) que pueda esperarse, dentro de lo razonable, sean afectados de manera significativa las actividades, productos y/o servicios de la organización; o (b) cuyas acciones pueden esperarse, dentro de lo razonable, que afecten a la capacidad de la organización para implantar con éxito sus estrategias y alcanzar sus objetivos. Es decir, son aquellos individuos, grupos de individuos u organizaciones que afectan y/o pueden ser afectados por las actividades, productos o servicios y desempeño asociados a una organización.²⁴

Dentro de los grupos de interés se puede identificar aquellos que se encuentran dentro de la estructura de la organización, denominados internos, y los externos que no están en su estructura, pero que se relacionan con ésta desde su independencia orgánica.

Internos: Accionistas /Propietarios. Poseen participaciones en la propiedad de la empresa: accionistas dominantes y minoritarios, individuales e institucionales. Incluye empleados accionistas. Los accionistas que buscan rentabilidad a corto plazo son considerados grupo de interés externo.

Internos: Empleados. Realizan su trabajo dentro de la entidad, con contrato laboral o profesional y reciben una retribución dineraria o en especie: Directivos y no directivos. Incluye trabajadores empleados por medio de empresas intermediarias. Representación frecuente a través de sindicatos.

Externos: Clientes. Consumidores o usuarios de productos y servicios. Grupo hacia el que se orienta la explotación del Negocio.

Externos: Proveedores. Aportan trabajos, productos y servicios sin pertenecer a la empresa, en ocasiones de manera exclusiva. Incluye trabajadores o profesionales que facturan sus servicios, al no estar ligados por medio de contrato laboral.

²⁴ Las buenas prácticas: estrategia empresarial desde la RSE. <http://www.ccre.org.co>

Externos: Competidores. Empresas del mismo sector que ofrecen productos o servicios similares a los producidos por otra empresa. Alianzas de competidores.

Agentes sociales. Grupos de interés públicos que pueden influir de manera determinante en la gestión de la empresa: sindicatos de trabajadores, asociaciones de consumidores, organizaciones empresariales, etc. Grupos de opinión: medios de comunicación, analistas, ONGs. Mercados de valores.

Administraciones Públicas. Poderes públicos del Estado, las Comunidades Autónomas y las Administraciones locales con potestad para configurar el marco jurídico en el que las organizaciones deben desarrollar sus actividades.

Comunidad local. Conjunto de entidades de iniciativa pública o privada del entorno local de la empresa: Iglesia, asociaciones vecinales y de otros tipos, fundaciones, partidos políticos.

Sociedad y público en general. Personas, organizaciones y consumidores en general, que aún no teniendo en general una relación directa con la organización, pueden influir en ella.

Medio ambiente y generaciones futuras. Entorno físico natural incluido el aire, el agua, la tierra, la flora, la fauna, los recursos no renovables, así como el patrimonio cultural y artístico. Relación con el concepto de legado de generaciones futuras

El desarrollo sostenible y la RSE. Se debe aclarar que se entiende por desarrollo sostenible a partir de la definición mundialmente aceptada que fue la planteada por la Comisión Brundtland/ ONU: “es el desarrollo que permite satisfacer las necesidades de la generación de hoy sin perjudicar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer las suyas”.

El concepto de desarrollo sostenible implica el desarrollo equitativo de las dimensiones: Económica, Ambiental y Social. Entorno a ellas la RSE se en ruta y congrega a su vez sus acciones para responder a las necesidades que se generen sin perder de vista sus propias dimensiones.

Dimensión ética o moral. Esta dimensión alude a la responsabilidad de la empresa por sus acciones y como influyen estas en la sociedad, comprometiéndose a responder y asegurar el bienestar social. Se puede observar entonces que dentro de ésta, la moral es el ámbito que adquiere nuevas dimensiones, en que los cambios que enfrenta la empresa debe abarcar la relación del “de qué se es responsable” y “ante quién se responde”, esto a la vez delimitado por el contexto en que se desarrollen las actividades de la empresa, trabajando ahora por desarrollar un proceso de toma de decisiones bajo valores, con plena conciencia de los efectos que pudieren tener para las personas y su entorno dichas decisiones, enfocándose a la visión de alcanzar tanto el desarrollo económico como sustentable para la empresa.

Dimensión de demandas de la sociedad. Esta dimensión involucra una percepción más práctica de la Responsabilidad Social, en que la sociedad que comprende el entorno de las empresas pide el cumplimiento de sus demandas y el que ésta asuma la responsabilidad en sus decisiones y acciones. Es en este sentido, que se amplía la dimensión de la ética a los aspectos más prácticos, encargándose de responder o satisfacer las necesidades y demandas sociales y no a los problemas del entorno en general.

El Balance Social. Este es un elemento clave en las organizaciones solidarias y cooperativas.

El Balance Social constituye un instrumento construido con los siguientes propósitos: Conocer de manera sistemática las acciones de responsabilidad social de la Empresa; medir cuantitativa y cualitativamente su actuación; evaluar permanente y sistemáticamente su acción; identificar aquellos programas de mayor utilidad para la comunidad y la sociedad que han de favorecer el desarrollo de una Acción social más efectiva; corregir su desempeño y planificar nuevas metas de responsabilidad social; Informar a diversas audiencias sobre el desempeño social de la empresa

Aparece como una herramienta de la gestión socioeconómica que les facilita a las corporaciones medirse y rendir cuentas, especialmente y a todos los demás grupos de interés que están involucrados por su accionar en relación con el cumplimiento de su propia esencia o identidad, es decir desde sus valores y sus principios cooperativos.

Adicionalmente el BS permite: cuantificar lo cualitativo de la gestión corporativa; visibilizar lo invisibilizado de los servicios; Ponderar en forma sistemática el compromiso de las corporaciones con sus comunidades; medir la responsabilidad social corporativa y la política social; asumir los cambios necesarios para el cumplimiento de su misión.

En resumen el BS es útil para planificar, organizar, dirigir, registrar, monitorear, controlar, evaluar especialmente en forma cualitativa la gestión social de una empresa en un periodo de tiempo y metas establecidas.

Las valoraciones salidas del BS juegan un papel importante a la hora de examinar la RSE. En realidad los grupos de interés son quienes aprobarán o desaprobarán las acciones de las empresas. Este evento por lo tanto se convierte en una metodología de control en situaciones particulares.

Global Reporting Initiative (GRI):

La visión del GRI es aquella en la que la información sobre el desempeño económico, medioambiental y social de todas las organizaciones sea tan rutinaria y comparable como la información financiera. El GRI lleva a cabo esta visión mediante el desarrollo, mejora y construcción continuada del Marco de elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI. Todos los elementos de dicho marco se desarrollan utilizando un

enfoque global y participativo de búsqueda de consenso entre todos los grupos de interés.²⁵

²⁵ Las buenas prácticas: estrategia empresarial desde la RSE. <http://www.ccre.org.co>

2. ANÁLISIS DE LA APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN LAS EMPRESAS DE PASTO COMO UN RETO DE LA GERENCIA SOCIAL.

En este capítulo se presenta el proceso de encuestas y el análisis correspondiente. Como se planteó al comienzo son de carácter semi estructurado, con una base común para todos directivos empresariales a quienes se les aplicó y, como es lógico, tuvo otras partes aleatorias según el desarrollo de cada entrevista en particular.

En lo que corresponde al análisis se comienza describiendo la base fija de las entrevistas, luego, se diseña una matriz de los resultados obtenidos en las entrevistas utilizando como término de clasificación unas categorías especiales y posteriormente se realiza propiamente el análisis, que es uno de los objetivos centrales del trabajo de grado. Todo ello giró en torno a la Responsabilidad Social Empresarial y la Gerencia Social en Pasto.

2.1 BASE DE UNA ENTREVISTA SOBRE RSE

1. La Responsabilidad Social Empresarial(RSE) se puede definir como la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operacionales y políticas permanentes. ¿Que nos puede decir al respecto?
2. La RSE concretamente es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales. ¿Cree Usted que las empresas de la región en la actualidad hacen esa integración?
3. ¿Que otros aspectos conoce usted acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?
4. Teniendo en cuenta la actual situación económica de la nación y el departamento, ¿Considera usted que la RSE es un gasto más que una ventaja competitiva?
5. Según su conocimiento de las empresas nariñenses, ¿qué cree usted que opinan los empresarios regionales sobre la anterior afirmación sobre la RSE?
6. Utilizando ese mismo conocimiento de las empresas nariñenses ¿considera usted que algo de los conceptos de la RSE se han aplicado o se aplican en ellas? ¿Se refleja en los planes de desarrollo empresarial?
7. Al respecto. ¿Podría citar unas empresas y el tipo de programas o acciones desarrollados?

8. ¿Qué tipo de indicadores sobre Responsabilidad Social Empresarial podría recomendar para evaluar el papel que al respecto cumplen las empresas de la región?
9. Según su conocimiento ¿Cree usted que las empresas nariñenses dentro de sus actividades tienen en cuenta el manejo del medio ambiente? ¿Cuáles son y qué tipo de programas aplican?
10. Sobre los programas de capacitación que ofrecen las empresas de la región ¿podría usted especificar cuáles son los programas que más se aplican?
11. Se dice que existen empresas que trabajan con el entorno ¿Cuáles son y qué programas tienen?
12. De las empresas citadas ¿sabe usted acerca de los indicadores que utilizan para medir la responsabilidad social? ¿Puede describirlos?
13. ¿Sabe usted sobre empresas que hayan tenido certificaciones GRI, ISO 14000, SA8000 o que sepan de ellas?
- 14.Cuál cree que es el mayor impacto logrado a través de la aplicación de metodologías de gestión de RSE?
15. Qué opina sobre esta afirmación: Los gerentes de las empresas de la región desarrollan sus actividades cumpliendo tan solo el criterio de obtener utilidades y los beneficios económicos de sus entidades.

El anterior cuestionario se aplicó teniendo en cuenta los conceptos desarrollados en este trabajo y se entrevistó profesionales que dentro de las empresas cumplen con una papel determinante que esta relacionado con la responsabilidad social empresarial; algunos son líderes de empresas, como gerentes, pero otros tienen competencias que les da un mejor entendimiento de la RSE dentro de su empresas.

2.2 SELECCIÓN DE LAS EMPRESAS

En este trabajo se tuvo en cuenta solo empresas de Pasto las cuales tenían una capacidad importante para este análisis, puesto son representativas de gremios, como el caso de ACOPI y La Cámara De Comercio, otras que ofrecen Servicios públicos como EMAS y EMPOPASTO, y una mediana empresa como SEINCO.

A continuación se describe la misión y visión de cada empresa y su naturaleza.

ACOPI

Asociación Colombiana de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa ACOPI es una entidad sin ánimo de lucro, constituida por empresarios establecidos en Colombia. Encargada de representar a las MIPYMES en procura de la defensa y satisfacción de sus intereses, mediante un conjunto de actividades que contribuyen a la competitividad a través de una Organización de reconocimiento nacional, con un equipo de trabajo calificado y una junta directiva efectiva y comprometida con el desarrollo industrial, empresarial y regional.

MISIÓN

Fomentar el desarrollo del sector de la pequeña y mediana empresa, así como de la microempresa de acumulación, con un criterio de bienestar y progreso para el país, dentro de los preceptos de la economía social y ecológica del mercado, en pro de una democracia auténtica, bajo principios de libertad, justicia y solidaridad.

VISIÓN

Llegar a convertirse en el destacamento gremial de vanguardia del empresariado colombiano, como cúpula del capital nacional, líder y vocero en la construcción y aplicación de políticas y estrategias encaminadas al desarrollo sostenible y competitivo de las pequeñas y medianas empresas colombianas.

EMAS

El 3 de diciembre de 1996 se conformó la sociedad Metropolitana de Aseo SA ESP. Que inicia operaciones el 1º de marzo de 1997.

MISIÓN

EMAS es una empresa prestadora del servicio público en aseo en el ámbito regional, que promueve y ejecuta dentro de sus competencias la política de Gestión Integral de Residuos Sólidos, bajo criterios de responsabilidad, sostenibilidad y rentabilidad.

VISIÓN

EMAS PASTO será, en la siguiente década, una empresa líder en soluciones ambientales con proyección regional, nacional e internacional, que prestará con excelencia y calidad los servicios de aseo, transporte y disposición final los residuos sólidos a la ciudadanía e instituciones públicas y privadas, para contribuir en la construcción de una cultura ciudadana armónica con el entorno social y natural. Se visualiza, además, como una organización inteligente basada en el aprendizaje continuo y en la valoración del talento humano.

SEINCO

Es una empresa al servicio de la construcción. Creada por profesionales especializados con amplia experiencia en áreas de la ingeniería civil.

Surge por la necesidad en el mercado de una empresa integral que sirva como proveedor de equipos para la construcción y como asesor técnico y profesional de cada proyecto a desarrollar.

MISIÓN

Facilitar los procesos de la industria de la construcción mediante un equipo humano y técnico altamente calificado.

CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO

La Cámara de Comercio de Pasto buscando establecer un permanente contacto con los sectores productivos y comerciales del Departamento de Nariño, cuenta con un sistema de orientación empresarial haciendo énfasis en el sector alimentos; cuyo propósito es mejorar la calidad de los servicios técnicos especializados, a través de asistencia técnica, orientación tecnológica y capacitaciones por medio de apoyo presencial y virtual como: asesorías y apoyo empresarial.

MISIÓN

En la Cámara de Comercio de Pasto, fomentamos el desarrollo empresarial en la jurisdicción a través de un portafolio de servicios acorde a sus necesidades, cumplimos con la función legal de llevar los Registros Públicos y representamos al sector empresarial y a la comunidad en su conjunto.

Promovemos la creación de nuevas empresas en la jurisdicción y el fortalecimiento de las existentes, con servicios de información, capacitación, asesoría empresarial, consultoría jurídica, gestión comercial, estudios y proyectos de desarrollo económico y social para la región.

Disponemos de un talento humano comprometido, competente y calificado con actitud de cambio y vocación de servicio, quien brinda atención personalizada y oportuna.

Mantenemos una adecuada infraestructura física y tecnológica, acorde a las expectativas de nuestros clientes.

Evaluamos periódicamente la gestión de la institución con el fin de garantizar su mejoramiento continuo.

VISIÓN

Ser en el año 2009 una Cámara de Comercio líder y competitiva en el desarrollo empresarial, eficiente en el manejo de sus recursos y eficaz en la prestación de sus servicios.

EMPOPASTO

La entidad se conformó como Sociedad de Economía Mixta, con carácter de Sociedad Anónima, firmándose la Escritura de Constitución N° 2605 el 26 de septiembre de 1974, en la Notaría Segunda de este circuito, con la denominación de “ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO DE PASTO S.A.” utilizando la sigla ACUAPASTO S.A. como razón social.

Hacia 1996, ante la situación de la Empresa, Planeación Nacional contrató un estudio con la firma “Deloitte Touche Tohmatsu” sobre participación público privada. Se propone la participación privada en la Empresa, frente a lo cual la administración, con un equipo de asesores, analizó las ventajas y desventajas que dicha situación traería, concluyendo que no sería beneficiosa para el municipio de Pasto. Por ello se implementa un Modelo de Gestión con la connotación de Empresa Pública, manteniendo la institucionalidad jurídica.

MISIÓN

EMPOPASTO es una Sociedad Anónima por Acciones, constituida como Empresa de Servicios Públicos dedicada a la producción y comercialización de agua potable domiciliaria, a la evacuación de aguas servidas y su tratamiento, manteniendo el equilibrio ambiental.

Todo su accionar está encaminado a la generación de bienestar para los habitantes de la zona urbana del municipio de Pasto, actuando con responsabilidad social, calidad, competitividad y sentido de pertenencia.

EMPOPASTO realizará su objeto principalmente en el casco urbano del Municipio de Pasto, pudiendo ejecutar obras en el sector rural a través de convenios celebrados con el municipio, Departamento, Nación, Organismos Gubernamentales y no gubernamentales, nacionales e internacionales y otros legalmente autorizados, siempre y cuando la capacidad técnica y financiera lo permita. Vender servicios de consultoría y asesoría referidos a su objeto, comercialización de productos y servicios relacionados con el objeto, para generar competitividad en el mercado.

VISIÓN

Una Empresa Competitiva, Auto sostenible, Comprometida con el bienestar de sus clientes y reconocida como Institución a nivel Nacional.

2.3 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

2.3.1 Presentación preguntas en forma matricial.

Pregunta No 1 La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se puede definir como la manera en que la empresa integra valores sociales básicos con sus prácticas comerciales, operacionales y políticas permanentes. ¿Que nos puede decir al respecto?

SÍNTESIS DE RESPUESTA EMAS	SÍNTESIS RESPUESTA ACOPI	SÍNTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SÍNTESIS RESPUESTA SEINCO	SÍNTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
La RSE es equivalente a las “Buenas Prácticas” internas y externas. EMAS trabaja hacia dentro desde la Misión, sin ser costo externo sino que se incorpora a la cadena productiva y esto es favorable para la comunidad y el entorno.	Al hablar de RSE se refiere a valores éticos, los cuales en todas las empresas deben ser coherentes con sus acciones (transparencia) para generar calidad.	La RSE es generar oportunidad social, no sólo en capacitación, empleo a población vulnerable, sino también en el campo económico, apoyo a procesos sociales, en el campo del liderazgo, en valores morales, éticos.	Es un término novedoso que realmente se desconoce sin embargo está enterada de actividades relacionadas.	RSE compromiso explícito que tienen las empresas frente a los usuarios, desarrollo humano, gestión ambiental.

Pregunta No 2 La RSE concretamente es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales. ¿Cree Usted que las empresas de la región en la actualidad hagan esa integración?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
La RSE es un tema reciente, es un reto. La RSE puede darse inconscientemente y con acciones aisladas. La Cámara de Comercio ha mostrado su preocupación por el tema de la RSE.	Desde ACOPI se percibe que las empresas están comenzando en el tema de RSE. Afirma que hay falta de conocimiento y conciencia; la normatividad es muy laxa en este aspecto. Desde ACOPI hay acciones aisladas relacionadas con RSE que se orientan a la filantropía y al cuidado del medio ambiente (manejo de basuras).	La RSE es de desarrollo voluntario, porque es un concepto nuevo en la región, en Nariño si hay empresas que practican RSE, como la Cámara de Comercio de Pasto que hace más de 40 años realiza proyectos sociales.	No percibe integración en las empresas constructoras Nariñenses. Destaca la necesidad de hacer seguimiento en cuanto a la transparencia en las licitaciones	No hay algo tangible que demuestre que las empresas nariñenses estén gestionando la RSE, pero EMPOPASTO dentro de las empresas de servicios públicos es pionera en RSE, orientada ante todo a la satisfacción al cliente.

Pregunta No 3 ¿Que otros aspectos conoce usted acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
<p>La RSE está ligada a los stakeholders, por tanto se debe generar acercamiento con comunidad, como ellos deben responder a una Ley Ambiental, ellos aprovechan esto para dar valor agregado al servicio que ellos prestan creando fidelización de la comunidad con la empresa través de la educación ambiental, cultural apoyando e invirtiendo con los artesanos y con las familias de los trabajadores.</p>	<p>La RSE implica sostenibilidad, cumplimiento de la Misión y de la Visión de las empresas, responsabilidad con los empleados, un salario justo, seguridad social con un ambiente de trabajo óptimo, clima organizacional y ergonomía.</p>	<p>La RSE invita a desarrollar aspectos como la cultura ciudadana, la productividad, el fortalecimiento de los grupos regionales y desarrollo de programas de veedurías.</p>	<p>A pesar de las dificultades económicas de la empresa y el desconocimiento de la RSE se realizan acciones de beneficencia con personas de bajos recursos. Dichas acciones están motivadas por lo principios católicos. Se desconoce otro tipo de prácticas que tengan que ver con RSE.</p>	<p>Destaca a EMAS por su trabajo con madres comunitarias, desconoce si CEDENAR lo desarrolla y cita a Telefónica como una empresa nacional que gestiona RSE por medio de una fundación dirigida a comunidad vulnerable y resalta que la RSE es una exigencia gubernamental.</p>

Pregunta No 4 Teniendo en cuenta la actual situación económica de la nación y el departamento, ¿Considera usted que la RSE es un gasto más que una ventaja competitiva?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
Personalmente es una ventaja competitiva a largo plazo, pero ve que no existe una clase empresarial fuerte ya que en Nariño hay PYMES y microempresas que subsisten.	La RSE es una obligación que genera beneficios, la RSE no es un gasto y brinda una ventaja competitiva.	Como institución la RSE es una ventaja competitiva, pero para el empresario es un gasto, por desconocimiento. No sabe que realizando proyectos de RS obtiene beneficios como rebaja en IVA, Retefuente, Reteica.	La RSE es un gasto más que una ventaja competitiva por que la corrupción no deja un margen representativo de ganancia a las empresas que licitan con el gobierno y por ende ellas orientan sus esfuerzos en la sobrevivencia de la misma.	La RSE es una ventaja competitiva en esta empresa, porque está orientada no sólo a generar satisfacción y bienestar con el servicio prestado, sino que por medio de la capacitación brindada en el manejo adecuado del agua, la empresa garantiza su uso racional y un menor endeudamiento del usuario. Lo ve como una inversión, ganar - ganar.

Pregunta No 5 Según su conocimiento de las empresas nariñenses, ¿qué cree usted que opinan los empresarios regionales sobre la anterior afirmación sobre la RSE?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
No hay programas claros sobre RSE y no se puede hacer un balance social al respecto.	La RSE es una obligación que implica un gasto y por ende hace el producto menos competitivo.	Los empresarios desconocen el beneficio económico, las garantías, los requisitos, las condiciones y deberes, por eso en este año la Cámara de Comercio. Está realizando un proceso de sensibilización, par que se entienda la RSE no como un gasto sino como ayuda para la región.	La situación económica actual es difícil debido al impacto negativo que dejó el fenómeno de las pirámides. Por esto la RSE es más un gasto que una ventaja competitiva.	Desconoce en la empresa privada, pero hace énfasis que el gobierno ya contempla la RS en sus planes de desarrollo y las empresas deben responder a la exigencia del gobierno.

Pregunta No 6 Utilizando ese mismo conocimiento de las empresas nariñenses ¿considera usted que algo de los conceptos de la RSE se han aplicado o se aplican en ellas? ¿Se refleja en los planes de desarrollo empresarial?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
EMAS está construyendo indicadores y sistemas de registro sobre acuerdos ciudadanos. EMAS da recursos con sentido (medición), estableciendo compromisos de cultura ciudadana con la gente, monitoreando el impacto a través de indicadores previamente contruidos por el gerente con base en su experiencia y capacitación en proyectos sociales.	La RSE ya comienza a aplicarse, sobre todo que los gremios de empresarios ya comienzan a brindar capacitaciones a sus afiliados sobre el tema.	En la región se realizan acciones sociales pero desconoce programas en RSE.	Se percibe mas acciones desde el estado. Pero en las empresas constructoras no hay gestión en RSE.	Desde los planes de desarrollo departamental y municipal está contemplada la RS, orientada al desarrollo comunitario, por ende EMPOPASTO, aplica sus estrategias respondiendo a éstos planes.

Pregunta No 7 Al respecto. ¿Podría citar unas empresas y el tipo de programas o acciones desarrollados?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
EMAS maneja indicadores que determinan el impacto ambiental porque así lo exige la normatividad, especialmente lo estipulado en el acuerdo de Kioto. Están en la etapa básica de la certificación. Desconoce empresas de la región que apliquen estos programas.	Ya se están dictando capacitaciones sobre las "buenas prácticas en manufacturas", salubridad y calidad en empresas alimenticias, también sobre el manejo de desechos. ACOPI capacita, mas no hay una empresa en este gremio para destacar, en ese aspecto.	La Cámara de Comercio. Este año ejecuta el programa de sensibilización, el próximo año implementará un programa en RSE y luego se pensará en buscar certificaciones. Sin embargo hay empresas como Comfamiliar, EMAS, EMPOPASTO, CEDENAR, entre otras que realizan acciones encaminadas a la RSE.	Desconoce empresas nariñenses.	EMAS con madres comunitarias. Telefónica a través de la fundación Educar, que no beneficia específicamente a la comunidad nariñense. Destaca la labor realizada por la oficina de juventud y de género de la Alcaldía de Pasto. También conoce la gestión realizada por la empresa nacional Almacenes Éxito, a través del programa Gotitas que direcciona sus recursos en una fundación escuela que labora aquí en la ciudad de Pasto. EMPOPASTO

				ayuda en gestión ambiental aportando a proyectos productivos que contrarresten las acciones que amenazan la conservación del ambiente.
--	--	--	--	--

Pregunta No 8 ¿Qué tipo de indicadores sobre Responsabilidad Social Empresarial podría recomendar para evaluar el papel que al respecto cumplen las empresas de la región?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
Su propuesta nace desde la parte empírica y por ello sugiere, desarrollar indicadores tipo cualitativo que permiten medir el impacto en la gente.	Las normas que más se aplican son las ISO9000 e ISO14000.	Indicadores no manejamos, porque realizamos acciones que aun no están estructuradas en un programa.	Desconoce los indicadores de empresas nariñenses.	Indicadores de gestión por áreas, por cobertura, económicos.

Pregunta No 9 Según su conocimiento ¿Cree usted que las empresas nariñenses dentro de sus actividades tienen en cuenta el manejo del medio ambiente? ¿Cuáles son y qué tipo de programas aplican?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
Desconoce experiencias de empresas de la región.	Nuestras empresas no tienen en cuenta el manejo del medio ambiente, pero es una responsabilidad a desarrollar y cada empresa tiene un nivel de responsabilidad diferente de acuerdo al producto que ofrece.	Empresas como EMAS, EMPOPASTO y Pintuco manejan programas por un ambiente sano y seguro.	Desconoce empresas nariñenses que lo están haciendo.	Ya es una necesidad que las empresas en sus planes estratégicos contemplen el manejo del medio ambiente, como lo hace EMPOPASTO que cuenta con un manual ambiental en la ejecución de obras.

Pregunta No 10 Sobre los programas de capacitación que ofrecen las empresas de la región ¿podría usted especificar cuáles son los programas que más se aplican?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
Desconoce experiencias de empresas de la región.	ACOPI desarrolla capacitaciones sobre buenas Prácticas, culturales, sobre salud sexual reproductiva y en calidad de productos.	Sobre todo realizan acciones en capacitación, cultura ciudadana, medio ambiente, pero no programas.	Desconoce empresas constructoras nariñenses que lo están haciendo. Sin embargo destaca el papel de la Cámara de Comercio en acciones de capacitación a empresas pero que no están respondiendo a las necesidades de las empresas constructoras.	Depende del tipo de empresa se desarrollan planes de capacitación, pero no especifica alguna empresa nariñense que lo ejecute, diferente a EMPOPASTO.

Pregunta No 11 Se dice que existen empresas que trabajan con el entorno ¿Cuales son y qué programas tienen?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
Desconoce experiencias de empresas de la región. Destaca acciones de Fundaciones.	Desconoce experiencias de la región.	Se realizan programas de impacto social, sobre todo en fundaciones sin ánimo de lucro, la Cámara de Comercio capacita en cultura ciudadana y veedurías.	En las empresas constructoras hay resistencia a este tipo de acciones pero también se percibe abandono del estado para realizar veedurías en las obras desarrolladas.	Capacitación en manejo y mantenimiento de los recursos naturales sobre las cuencas y afluentes, manejo racional del agua y manejo de residuos; con la población que se encuentra asentada en estos sitios y con el trabajo articulado con otras instituciones como EMAS, CORPONARIÑO, Secretaría del Medio Ambiente y de Agricultura.

Pregunta No 12 De las empresas citadas ¿sabe usted acerca de los indicadores que utilizan para medir la responsabilidad social? ¿Puede describirlos?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
Desconoce experiencias de empresas de la región.	No se han implementado indicadores.	Desconoce el uso de indicadores, porque aun no existe una estructura para aplicar la RSE.	Desconoce empresas constructoras que lo estén empleando y realizando.	Desconoce los indicadores que manejan las empresas, pero afirma que EMPOPASTO si los tiene y por ello han sido galardonados.

Pregunta No 13 ¿Sabe usted sobre empresas que hayan tenido certificaciones GRI, ISO 14000, SA8000 o que sepan de ellas?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
EMAS aun no está certificada, están en la etapa inicial de procesos de calidad y manejo ambiental. Desconoce experiencias de empresas de la región.	Existen certificaciones de empresas con ISO9000, en calidad.	No conoce empresas certificadas en la región.	Como tal no hay empresas constructoras nariñenses que se hayan preocupado por esto. Solo conoce empresas de salud y educación pero que están preocupadas por la certificación en calidad.	No conoce, EMPOPASTO no ha sido certificado pero el próximo año esperan comenzar el proceso.

Pregunta No 14 Cuál cree que es el mayor impacto logrado a través de la aplicación de metodologías de gestión de RSE?

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
No hay una metodología para medir el impacto, retoma investigación de la universidad UNDENAR que analizan encuestas de favorabilidad de su imagen con la comunidad cuyo resultado fue positivo.	Hay programas de ayuda a desplazados y con gente de escasos recursos, acciones filantrópicas.	El mayor impacto en RSE es el avance que se ha alcanzado en la concientización en RSE.	No se percibe desde su gremio gestión en RSE y por ende no se puede hablar de un balance social.	El impacto lo miden a través de la culturización obtenida en las capacitaciones.

Pregunta No 15 Qué opina sobre esta afirmación: Los gerentes de las empresas de la región desarrollan sus actividades cumpliendo tan solo el criterio de obtener utilidades y los beneficios económicos de sus entidades.

SINTESIS DE RESPUESTA EMAS	SINTESIS RESPUESTA ACOPI	SINTESIS RESPUESTA CÁMARA DE COMERCIO	SINTESIS RESPUESTA SEINCO	SINTESIS RESPUESTA EMPOPASTO
<p>En Pasto la empresas son pequeñas y no grandes utilidades por ello resulta difícil exigir RSE ante la crisis económica. Destaca que es un reto y necesidad en el momento coyuntural del departamento el cual está en crisis humanitaria y deben haber mecanismos para que los empresarios se acerquen , discutan y analicen los temas de RSE.</p>	<p>Un alto porcentaje de empresarios ven el beneficio económico como el principal fin y el impacto que se logre está en segundo plano. Son las nuevas generaciones las que se deben ocupar de la RSE. La gente ya ve la RSE como ventaja competitiva.</p>	<p>Ese es un concepto muy generalizado, hay empresas a las que si les interesa la RSE, entendida como hacer acciones a favor de la sociedad.</p>	<p>Está de acuerdo a esta afirmación. Sin embargo percibe motivación desde los empresario para trabajar en esa temática pero que falta concientización de la RSE.</p>	<p>No está de acuerdo con la afirmación, porque considera que la RSE no requiere grandes de recursos, ya que desde la parte interna se puede capacitar el talento humano y realizar una gestión ética.</p>

2.3.2 Lectura y evaluación de las entrevistas

2.3.2.1 Concepto RSE

No hay homogeneidad en el conocimiento de la RSE, su concepción se orienta al que hacer de cada una de las empresas, en sí el concepto de la RSE es bastante amplio y va desde los valores morales hasta el compromiso de la empresa con su entorno. A pesar que para las empresas la RSE no es un concepto claro, intentan realizar acciones de responsabilidad social tanto interna como externamente.

Se observa que la RSE es un tema novedoso y un tipo de gestión de carácter voluntario, por tanto no es valorado como prioritario en la práctica empresarial. Las empresas asocian la RSE como el ejercicio de la ética empresarial: reconocen que las acciones propias de las empresas deben ir acorde a su ética y a sus valores, los cuales deben responder a las necesidades de la comunidad.

Si bien no hay un concepto claramente definido, cada empresario destaca elementos fundamentales a tener en cuenta al desarrollar la RSE. Mientras alguno destaca la importancia de los stakeholders o grupos de interés, otro resalta la sostenibilidad como eje de la RSE.

En su mayoría realizan acciones de beneficio para la comunidad, que no forman parte de una estrategia o política empresarial a excepción de las empresas públicas que comienzan a responder a los planes de desarrollo del gobierno.

2.3.2.2 La RSE Gasto O Ventaja Competitiva.

En la empresa privada la gestión con RSE es considerada un gasto, que requiere un gran compromiso económico por parte de los directivos de empresas pequeñas y medianas, el cual no se compensa de manera inmediata sino a mediano y largo plazo; más aún dada la crisis económica y humanitaria en la que se encuentra el Departamento por los diferentes sucesos, como efecto de las captadoras ilegales de dinero, el desplazamiento forzado por el conflicto armado, los altos niveles de delincuencia y corrupción gubernamental, entre otros.

Sin embargo a pesar de que la RSE resulta en la práctica empresarial un gasto, las entidades reconocen que es una ventaja competitiva que les puede brindar valor agregado a los productos o servicios, pero aún desconocen los mecanismos y la metodología para implementarla. Además, como no hay herramientas establecidas para hacer un balance social de las acciones desarrolladas la empresa no percibe los beneficios.

2.3.2.3 Indicadores Empleados Para Medir Gestión En RSE

De manera particular, algunas empresas, de acuerdo a sus necesidades han construido empíricamente un modelo de indicadores que si bien no responden a ninguna metodología para ser certificados en RSE, ellos están diseñados para monitorear los resultados de las labores realizadas de forma cuantitativa. En sí, la mayoría de los indicadores están dirigidos a medir aspectos de calidad del servicio o del producto, como también el impacto ambiental y para ello toman como referentes las Normas ISO9000 e ISO14000.

2.3.2.4 Aplicación Concepto RSE

Las líneas de trabajo de las empresas entrevistadas se enfocan a la dimensión ambiental y la dimensión Social. La dimensión más desarrollada en RSE, es la dirigida al manejo del medio ambiente, y específicamente integran acciones en el manejo de basuras, el uso racional del agua y la contaminación ambiental, para lo cual se ha proporcionado capacitaciones en cultura ciudadana, tanto a los empleados como a la comunidad.

Por otra parte se puede observar que a las empresas relacionadas, les preocupa la dimensión social, centran su interés en la categoría de ética y transparencia empresarial creando estrategias de veeduría que permiten el seguimiento, el monitoreo y la evaluación de la normatividad en calidad del producto o del servicio. EMAS destaca que su esfuerzos están dirigidos en el desarrollo laboral de sus propios miembros, por medio de acciones que facilitan la relaciones entre empleados y directivos, priorizando así, condiciones de salud, seguridad y beneficios sociales, que permite incrementar los niveles de confianza y solidaridad. En esta dimensión las empresas están motivadas a trabajar con personas en situación vulnerable y por ello realizan inversión en obras sociales o filantrópicas.

2.3.2.5 Experiencias Que Se Destacan De Manera Positiva Y Negativa en la RSE

En este análisis no se pude hablar de experiencias exitosas como tales, ya que no hay una herramienta que permita fundamentar el balance social de lo desarrollado en las empresas visitadas, sin embargo dentro de las entidades hay acciones adelantadas en materia de RSE y se destacan las labores orientadas hacia la dimensión ambiental, por medio de la implementación de estrategias en educación para el ahorro del recurso hídrico, como lo realiza EMPOPASTO y estrategias igualmente educativas en el manejo de los desechos o basuras como lo realiza EMAS.

Se debe resaltar que esto forma parte de la cultura empresarial de estas empresas. Sin embargo, se observa una posición de compromiso con el grupo de interés: los clientes,

a los cuales no solo los capacitan en temas medio ambientales sino que se preocupan por lograr la satisfacción de los mismos.

También se distingue el trabajo realizado por la Cámara de Comercio de Pasto, pues, a pesar de no tener un programa en RSE, si es la entidad que más se ha preocupado por capacitar a sus clientes, desarrollando conversatorios con el fin de sensibilizar a los líderes empresariales para diseñar programas que faciliten la aplicación de la RSE. El próximo año, esta institución, implementará un programa estructurado en RSE, de ser así se convertiría en la entidad pionera de Pasto en lo que se refiere a éste modo de gestión.

En esta investigación no encontramos experiencias negativas, porque si bien es cierto que no hay programas diseñados específicamente para desarrollar la responsabilidad social empresarial, en las empresas que se visitaron si hay suficiente interés por desempeñar un papel más comprometido con la comunidad.

2.4 CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS PARA GS

El análisis realizado consistió en exponer el concepto de Responsabilidad Social Empresarial como un nuevo modelo de gestión, el que incorporado a las empresas representa una fuente de ventaja competitiva para la organización.

En virtud de lo expresado a lo largo de la investigación, la empresa socialmente responsable es aquella que asume en todas sus decisiones el compromiso social, se arraiga en la acción y la decisión de los directivos, así como en todo su personal de mando para traspasar este enfoque, programas y políticas con mayor seguridad a toda la organización, reafirmando el compromiso de la empresa y de quienes la gobiernan. Transformando su cultura empresarial, incorporando de forma voluntaria valores éticos en sus acciones, de manera de no depender del cumplimiento obligatorio de reglamentos y normas, sino que actuar con probidad, responsabilizándose por sus decisiones, respetando el medio ambiente y trabajando para que sus operaciones no conlleven a un impacto negativo en éste. Así también, trabajando por entregar al mercado productos y servicios con un valor agregado, que correspondería a la contribución que hace la empresa al medio y su comunidad externa e interna, enfocándose también al bienestar y desarrollo de las personas que integran su grupo de trabajo, como una forma de valorarlas y considerarlas parte fundamental para el alcance de sus objetivos. La empresa entonces, se integra a la comunidad de la que forma parte, haciéndose responsable de sus acciones y trabajando por contribuir al desarrollo de ésta, entendiendo que su propio desarrollo depende también el de su entorno.

Por lo nuevo del concepto y el no estar completamente desarrollado y conocido en el medio empresarial de Pasto, es que en un principio se ha asumido una actitud

escéptica con la RSE, viendo esta nueva herramienta como una estrategia de marketing más que una política de vida empresarial. Pero, es a través del análisis que se deja entrever el propósito de integrar esta herramienta a la gestión, la cual sí representa una política de vida para la empresa por el carácter sistemático de los programas y acciones que se realizan bajo este concepto al arraigarse en su misión, visión y objetivos. Donde el marketing viene siendo sólo una herramienta estratégica para dar a conocer y difundir el trabajo realizado por la empresa en su desarrollo como ciudadano corporativo, trabajando en su enfoque social para alcanzar los objetivos que la empresa se ha planteado tanto económicamente como socialmente.

Respecto de la ventaja competitiva de la RSE se aprecia a través del análisis, partiendo desde la incorporación del concepto a la empresa en su misión, visión y objetivos, por la reformulación que se produce en su proceso de gestión, mejorando procesos, tratos, y enfoques gracias a la introducción de programas y el nuevo carácter dado a la empresa, más humana, más consciente de los problemas sociales y de su comunidad, abordando preocupaciones globales como los efectos de sus procesos en el medioambiente y siguiendo la tendencia que en este escenario se manifiesta, como una forma de estar a la altura de los mercados más desarrollados y querer contribuir en el fondo también con el desarrollo del entorno en que operan.

La empresa responsable, se convierte en una entidad más eficiente, maneja mejor sus procesos, recursos naturales y de personal, gracias a las políticas y programas aumenta su rendimiento, reduce sus costos, es atractiva al mercado y potencia la preferencia y fidelización de este a sus productos y servicios. Desde otro punto de vista, merece mencionar que tal como sucedió con la gestión de calidad y posteriormente con la temática medioambiental, la falta de responsabilidad social de las empresas puede llegar a constituirse en nuevas barreras para a las exportaciones pastusas.

El concepto, a diferencia de lo que usualmente se cree, es aplicable a todo tipo de empresas, incluyendo a las pequeñas y medianas, que en la actualidad cuentan con claros incentivos para integrar la RSE en sus estrategias de negocio. Las grandes empresas crecientemente están haciendo exigibles estándares de RSE a sus cadenas de suministros, constituidas principalmente por PyMEs. Por ello, estas empresas están más conscientes de que para mantenerse competitivas e integradas a los sectores más dinámicos de la economía, deben demostrar ser socios comerciales confiables y alineados con las exigencias de sus clientes.

En consecuencia, la adhesión a este enfoque empresarial se convierte en una ventaja competitiva, que no sólo beneficia a la empresa, sino que también a la sociedad en su conjunto.

Por todos estos aspectos es que se concluye que la Responsabilidad Social Empresarial como nuevo paradigma de gestión representa una fuente de ventaja competitiva para las empresas.

Ahora, una vez determinado lo fundamental del desarrollo de la RSE, podemos resaltar la labor que el Gerente Social puede desempeñar en el sector económico, porque es el momento coyuntural para aprovechar, hoy, cuando la sociedad reclama pensar en el beneficio colectivo antes que en la ganancia individual, el GS debe estar capacitado para afrontar el reto de ingresar a gestionar la responsabilidad social desde las empresas aplicando sus conocimientos en pro de un mundo mejor para todos.

Desde la gerencia social podemos ver que la responsabilidad social empresarial asegura un espacio laboral al profesional en un campo que falta mucho explotar en nuestras empresas pastusas. En este momento de crisis económica y humanitaria, se convierte en una oportunidad para que el gerente social, llegue de manera práctica y eficiente alcanzar el status o un buen posicionamiento en el desempeño de esta disciplina, que es dinámica, integradora de saberes y estrategias, y que si es bien aprovechada la coyuntura, desde la academia se transformaría la cultura de los negocios.

Para el gerente social hay tareas por realizar en el tema de responsabilidad social empresarial, como en todo proceso de cambio inicia con una fase de sensibilización, para luego así asesorar a las empresas en el diseño e implementación de programas en RSE.

Indudablemente el compromiso también es competencia de la academia, porque este es el momento oportuno para no sólo crear una conciencia empresarial ética, sino para aplicar modelos que faciliten la gestión de la RSE, como también, de determinar las metodologías a desarrollar en este campo, donde el accionar de los líderes debe estar encausado hacia un mismo fin el desarrollo sostenible.

3 BIBLIOGRAFÍA

Agüero, F., (2002) La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Escuela de Estudios Internacionales, Universidad de Miami.

Benbeniste, S. El alcance del concepto de la Responsabilidad Social Corporativa de acuerdo a los organismos internacionales promotores del tema. Programa Doctoral: PHD in Management Sciences (ESADE). 2002

Benbeniste, S. Políticas Públicas: Evolución Del Marco Institucional, en Anuario Sobre Responsabilidad Social Corporativa Año 2003. Ed. Fundación Ecología y Desarrollo. 2003

Blanchard, Kenneth H, El poder de la Gestión Ética (con Norman Vincent Peale). Harper Collins Business, 1988

Bosy, F., Miraglia, A. y Fernández, K., (2005), Proceso de modelización estratégica de las dinámicas de gestión sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las sociedades de riesgo. Instituto Internacional para el Pensamiento Complejo (IIPC), de la Universidad del Salvador, Buenos Aires.

Bueno, E; Cruz, I; Durán, J.J. Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales. Ed. Pirámide, Madrid, 1989

Cannon, T. La responsabilidad de la empresa: Respuesta A Los Nuevos Retos Sociales, Económicos, Legales, Éticos Y De Medio Ambiente. España, Ediciones Folio. 1994

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, Bruselas (2001). Libro verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. [en línea] Bruselas, Bélgica, Pág.7. http://www.europa.eu.int / comm/employment_social/social/csr/greenpaper_es.pdf [consulta: Junio 2006].

CEPAL. Notas sobre modernización de la gestión pública en el campo de las políticas sociales. Documento.

CCRE. Boletines años 2004-2006

Cuervo, A.: "Bases para una justificación del balance social". En: VV.AA: El Balance Social de la Empresa y las Instituciones Financieras. Banco de Bilbao, Madrid. 1981

Federación Antioqueña de ONG. Las ONG tras el ISO 9000. En: Carta Ejecutiva.. Octubre de 2000.

<http://www.colombiaincluyente.org/contenido/contenido.aspx?catID=172&conID=656>

http://www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf. ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial

Kliksberg, Bernardo. Hacia una gerencia social eficiente, algunas cuestiones claves. INDES. Curso para formadores en Gerencia Social. Washington. Documento. 1995

Lozano, Joseph M. Ética y empresa. Madrid. Trotta, 1999.

Mele, D., Pastor, A. y Pérez López. La aportación de la empresa a la sociedad. España, Biblioteca IESE de Gestión de empresas, Ediciones Folio, Barcelona, 1997.

Morín, E. "El Método I: La naturaleza de la naturaleza. 5ª Edición, Madrid: Cátedra, 1999"

_____. Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio, 2001.

Osorio García de Oteyza, M. La Nueva Empresa: Responsabilidad Social Corporativa. España, Ed. Fundación IUVE (Rodríguez Santos). 2004

Pasek de P., E. y Matos de R., Y. (2006, Febrero) Cinco paradigmas para abordar lo real [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.serbi.luz.edu.ve> [consulta: 9 de Marzo de 2009]

Perdiguero, T. y García Reche, A. La Responsabilidad Social De Las Empresas y Los Nuevos Desafíos De La Gestión Empresarial. España, Editorial Universidad de Valencia. 2005

Plata, D. (2006, Diciembre 8) Aproximación teórica a la investigación holística como herramienta metodológica en el contexto universitario [Documento en línea] Disponible en: <http://www.serbi.luz.edu.ve> [Consulta: 29 de Marzo de 2009]

Rawls, John. Liberalismo Político. Fondo de Cultura Económica. Bogotá, 1995

Reyna, F.) La Responsabilidad Social Empresarial: una estrategia de negocios. Comité de Alianza Social de VenAmCham, IESA.

Sulbarán, J.P., "El concepto de responsabilidad social de la empresa" en Revista Economía, Nº 10, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de los Andes.

Uribe Botero, A., y Schumacher Gagelman, Ch. Ética, Responsabilidad Social Y Empresa. Argentina, Editorial Universidad del Rosario. 2005

Velásquez, Manuel. Ética en los negocios. Conceptos y casos. México. Prentice Hall, 2000.

Neef, Manfred Max. Desarrollo a escala humana. Editorial Cooperativa Uruguay Nordan. Segunda edición, 2001

Wikipedia, Enciclopedia libre.

www.europa.eu.int/index_es.htm

ww.unglobalcompact.org