

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
“MODA O COMPROMISO REAL”**

ANDRÉS ARENAS P - 71.360.335  
ELIANA ESCOBAR G. – 1.128.268.907  
JUAN DAVID ACOSTA R. - 98.565.830  
LINA MONSALVE O. – 1.128.265.247  
ELIS DIANA OYOLA ARCILA - 30.571.931

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN  
ESPECIALIZACIÓN ALTA GERENCIA  
MEDELLÍN – COLOMBIA  
2012

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
“MODA O COMPROMISO REAL”**

ANDRÉS ARENAS P. - 71.360.335  
ELIANA ESCOBAR G. – 1.128.268.907  
JUAN DAVID ACOSTA R. - 98.565.830  
LINA MONSALVE O. – 1.128.265.247  
ELIS DIANA OYOLA ARCILA - 30.571.931

Proyecto de Grado para optar al título de  
Especialistas en Alta Gerencia

Asesora:  
VIRGINIA LÓPEZ DE ROLL  
Pedagoga - Gerente Integral

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN  
ESPECIALIZACIÓN ALTA GERENCIA  
MEDELLÍN – COLOMBIA  
2012

## **Dedicatoria**

Nuestro trabajo de grado lo dedicamos con el corazón...

A la Universidad de Medellín y a nuestros profesores de las asignaturas durante la especialización por su luz permanente, por tenernos la paciencia necesaria y por apoyarnos siempre.

A nuestras familias que son motor e inspiración para realizar grandes proyectos como éste que culmina, gracias a sus consejos y palabras de aliento crecimos como personas.

A nuestros compañeros de la cohorte 58, sin lugar a dudas logramos construir un verdadero equipo, gracias por su amistad y por los inolvidables momentos.

Y a ti Dios que nos diste la oportunidad de vivir y de realizarnos como profesionales, tú mejor que nadie conoces lo que para cada uno de nosotros significa este gran logro, gracias por hacer realidad nuestros sueños y por todo el amor con el que nos rodeas.

## **Agradecimientos**

A Virginia López de Roll, quién a través de muchas sesiones de trabajo y orientación, contribuyó a la realización de éste proyecto, gracias por su incondicional apoyo.

A todos aquellos que de una u otra forma hicieron posible la realización de nuestro trabajo final, a todos los llevamos en nuestro corazón.

Reconocemos con gratitud toda la ayuda que recibimos de Jorge Jaramillo, Jefe de la Especialización en Alta Gerencia de la Universidad de Medellín y a todo su equipo por su participación y sugerencias constructivas durante todo el programa

## CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
GLOSARIO	9
INTRODUCCIÓN	10
1. SITUACIÓN ACTUAL	23
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	23
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	25
1.3.1 Espacial	26
1.3.2 Temporal	26
1.4 JUSTIFICACIÓN	26
1.5 OBJETIVOS	28
1.5.1 Objetivo General	28
1.5.2 Objetivos Específicos	28
2. MODELO GERENCIAL DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	30
2.1 DISEÑO TEÓRICO	30
2.1.1 Referente Conceptual	30
2.2 REFERENTE CONTEXTUAL	31
2.3 REFERENTE LEGAL	33
3. DISEÑO METODOLÓGICO	36
3.1 MÉTODO	36
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	37
3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	37
3.3.1 Descriptiva	37
3.3.2 Exploratoria	37

3.4 VARIABLES	38
3.5 FUENTES	39
3.5.1 Primarias	39
3.5.2 Secundarias	39
4. CONCLUSIONES	41
5. RECOMENDACIÓN	42
BIBLIOGRAFÍA	43

## RESUMEN

Hoy en día no se puede pensar en ser competitivo si no se tiene sentido de responsabilidad con los diferentes actores, estos son los stakeholders, la sociedad, los colaboradores, los proveedores, los accionistas y el medio ambiente; simplemente porque las empresas no logran ser sostenibles en el tiempo.

La responsabilidad social involucra a todos los estamentos de la sociedad, en Colombia tenemos retos inmensos, pero para poder dar pasos importantes en torno a esos retos, es necesario que la responsabilidad social y ambiental trascienda a los ciudadanos.

Debemos unir esfuerzos privados para que la sociedad realmente tenga sensibilidad social, es decir, que la responsabilidad social sea un tema que nos importe a todos y no dejarlo exclusivamente a las grandes empresas.

De ahí el desarrollo de este proyecto, ya que queremos establecer si la RSE es un compromiso real o simplemente un modelo que las empresas adoptan para fines paralelos.

## **ABSTRACT**

Today it is unthinkable be competitive if there is no sense of responsibility with stakeholders simply because companies fail to be sustainable over time. These are the stakeholders: society, employees, suppliers, shareholders and the environment.

Social responsibility involves all levels of society. In Colombia we have huge challenges, but to take important steps around these challenges, it is necessary to transcend social and environmental responsibility to the citizens.

We must join private efforts for the society to really have social sensitivity that social responsibility is an issue that we care for all and we cannot leave it exclusively to big companies.

Hence the development of this project, because we want to establish whether CSR (Corporate Social Responsibility) is a real commitment or simply a model that some companies adopt with parallel purposes.



## GLOSARIO

**COLABORADOR:** Persona que participa con otros en la consecución de un logro o trabajo.

**ESTRATEGIA:** Principios que orientan a un proceso administrativo para alcanzar los objetivos y metas planteadas al corto y largo plazo

**PRODUCTIVIDAD:** Vinculo que existe entre lo que se ha producido y los medios que se han empleado para conseguirlo. En cuanto menos tiempo se invierta en lograr el resultado, mayor será la productividad.

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE):** Es el compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humanos integral se generan con las partes interesadas y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económicos, el desarrollo social y equilibrio ecológico.

**SOSTENIBILIDAD:** Consiste en satisfacer las necesidades de la actual generación sin la necesidad de sacrificar el bienestar de futuras generaciones.

**STAKEHOLDERS:** El término se refiere a quienes pueden afectar o pueden ser afectados por las actividades de una empresa.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad se habla a nivel mundial del tema de Responsabilidad Social Empresarial, uno de los temas que más interesan al mundo académico y empresarial, sin embargo sus bases conceptuales no son nada nuevas. Ya desde la antigua Grecia y Roma vemos indicios de ciertos principios fundamentales, como lo son la filantropía y la Caridad, que rigen el actuar de las personas que viven en comunidad para hacer el bien social.

Durante muchos años se desarrolló una visión filantrópica sobre como las empresas debían ser más responsables con la sociedad en que participan. Con ello se intentó justificar la importancia de la repartición de utilidades, no solo entre los dueños de las empresas, si no también, entre otros grupos de interés de una sociedad (hogares de ancianos, colegios, bomberos etc.).

Los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y sostenibilidad toman cada vez más importancia en un mundo que se debate entre el dilema de la producción masiva y la conservación natural. Día a día se renueva o aparecen nuevas tendencias y prácticas en dicha área, esto para los expertos no es mas que la evidencia de que se trata de segmentos que aun están en plena construcción.

Estos dos componentes son factores que hoy en día están cambiando la operación, pensamiento y cultura de las organizaciones en todo el mundo, con un impacto significativo, por que los hace pensar y actuar de manera integral, con lo que se crean nuevos negocios que protegen la triple línea de la sostenibilidad, es decir siempre pensando en la parte social, económica y ambiental.

Lo ideal es que estos temas no se conviertan en una simple moda si no que sean los ejes transversales de desarrollo de la industria y de las empresas colombianas.

El gran reto para las nuevas generaciones de empresarios, aun sin saber si sea lo mejor, podría ser idear un mecanismo de evaluación de dichas prácticas, y aunque actualmente no esta regulada ya hay muchos países que se han empezado a legislar en RSE. En Colombia se ha hecho un par de intentos si mucho éxito.

En Colombia ya se empieza a diferenciar casos de sostenibilidad y RSE dignos de ser replicados, en áreas tan disímiles como la Industria Alimenticia, la minería, los combustibles, la construcción, el comercio a gran escala y las telecomunicaciones entre otras. El futuro es alentador si se tiene en cuenta las primeras señales de que tenemos organizaciones cada vez más conscientes de la necesidad de un comportamiento socialmente responsable.

Para José Luis Ramos PH. D en Ciencias Sociales, Lo interesante sobre la Responsabilidad Social y su desarrollo actualmente, es que se ha convertido en un canal para generar valor agregado a la actividad económica, pues una empresa fideliza clientes, afianza su relación con proveedores y genera sentido de pertenencia con sus empleados.

¿Por qué exigirles a los líderes que sean responsables? Es importante que se les pida a los directivos que asuman la RSE porque ellos deciden qué rol debe tener su empresa frente a la sociedad en al que inserta siguiendo unos principios que siempre están presentes cuando eligen como actuar y unos motivos orientados por lo que consideran valiosos o no. Las decisiones de un grupo dependen de la motivación de sus líderes y directivos.

Las campañas de Responsabilidad Social de muchas empresas Colombianas estuvieron dentro de los lineamientos del pacto global de la ONU.

*“En esta necesidad de encontrar soluciones comunes para los retos que enfrentamos, lo que genera el avance de la responsabilidad empresarial global.*

*Hace de los negocios un socio clave para Naciones Unidas en la búsqueda de metas para el desarrollo, paz y seguridad (...). Nuestra misión es histórica. El desafío ante nosotros es claro: asegurar que las empresas apliquen los Principios del Pacto Mundial dentro de sus propias organizaciones, mientras su habilitación para hacer una causa común con otras empresas y otros interesados atiende desafíos mundiales y ayudando a satisfacer las necesidades de los pueblos del mundo. – H.E. Sr. Ban Ki-moon, Secretario General de las Naciones Unidas.*

El pacto busca desarrollar diversas herramientas para ayudar a las empresas a implementar prácticas empresariales responsables en áreas sensibles, las dos dificultades principales han sido la falta de acuerdo en lo que constituye los negocios “responsables” en áreas afectadas por conflictos de alto riesgo, y los desafíos prácticos únicos en dicho contexto.

Para Luis Fernando Rico gerente general de Isagen “La responsabilidad empresarial es la actitud de reconocimiento de los compromisos y de los deberes que tenemos como ciudadanos y como empresarios en el desarrollo del país y en la construcción de una sociedad justa y equitativa. Algunos ejemplos de responsabilidad de Isagen ha sido: Programa de Desarrollo comunitario, Iniciativas de Paz, Cooperación Institucional, Acciones de Buen vecino.

Coca Cola Company ha pensado en crear una cultura responsable en torno a las actividades de la empresa, con lo cual ha buscado impactar positivamente en su entorno. A través de su plataforma “Viviendo positivamente” la empresa ha creado siete líneas de trabajo: Cuidado del agua, empaques sustentables, beneficio de las bebidas, vida activa y saludable, apoyo a la comunidad, lugar de trabajo y clima. Así mismo se ha aliado con programas como “Reciclar tiene un valor” Un techo para mi país y al programa de voluntario de Coca Cola.

Carrefour dentro de sus programas de RSE, tiene uno importante que se llama “Lucha contra la exclusión” donde se ofrece igualdad de oportunidades de trabajo a las poblaciones excluidas del mercado laboral. Para ello, hasta el momento, casi unas 200 personas con alguna discapacidad han sido contratadas por la compañía, además tiene un enfoque hacia la Educación y el Medio ambiente.

UNE desarrolla varios programas en las áreas de gestión social y ambiental, que están incluidos en su política de sostenibilidad, en el desarrollo social se incluye Medellín digital, una iniciativa con la que se trabaja por fortalecer el intercambio de conocimientos entre los habitantes de la ciudad, al tiempo que se incentiva el desarrollo económico, cultural y social. También se incluye la implementación de teléfonos públicos sin cobro en las zonas más marginales de Medellín, donde se beneficia la población de los estratos 1 y 2.

Ejemplos de grandes empresas muchos, pero no vemos el aporte de las PYMES, le faltan regularización del tema, falta de interés de los dueños, acompañamiento del Gobierno. Es importante para el país que se involucren en el tema de RSE todos los actores de la sociedad.

## **LAS PYMES TAMBIÉN CUENTAN**

El papel que juegan las pequeñas y medianas empresas en el tema de RSE, por años se ha pensado que esta y los temas ambientales están ligados a la realización de grandes inversiones que las pymes no pueden poner en marcha por su limitación de capital. No puede haber distinción de tamaño de la empresa para ser responsable socialmente, pues se trata de construir tejido social a partir de acciones básicas.

“Sin duda la construcción de calor social compartido es algo que pueden hacer las pequeñas empresas. Una alternativa son las alianzas privadas – privadas, es decir

las pymes pueden encontrar en grandes empresas aliados para contribuir en el cierre de brechas sociales”.

## **SECTORES DE LA ECONOMÍA COLOMBIANA QUE PARTICIPAN EN EL TEMA DE RSE**

**TURISMO:** Desarrollo de proyectos hoteleros verdes.

**INDUSTRIA:** Riopaila Castilla beneficio a más de 6500 personas.

**INDUSTRIA:** Alpina redujo el 51% su huella de carbono tras una alianza con Carvajal de empaques.

**MADERA:** Empresas madereras trabajan para mitigar la deforestación.

**TECNOLOGÍA:** Bayer premiara a los estudiantes que promueven las “Comunidades Verdes” .

**TRANSPORTE:** Programa United para bajar emisiones de carbono.

**AMBIENTE:** CAR de Risaralda, Valle y Quindío hacen inventario de desastre del Rio la Vieja.

**DEPORTES:** Realizan Torneo de Poker para apoyar causas sociales.

**BANCOS:** Bancoldex tendrá una línea de créditos verdes.

**BANCOS:** La Fundación Bancolombia invertirá más de \$10.000 millones para apoyar la niñez.

AMBIENTE: Ecopetrol, Pacific y Argos trabajan en la protección de la fauna.

AUTOMOTOR: Bridgestone investiga una nueva fuente de materia prima mas sostenible.

MEDIOS: Huella intelectual de los medios es también una responsabilidad.

ENERGÍA: La Essa apoya a usuarios para que formalicen uso de la energía.

SERVICIOS: SistemContac Center fue reconocida por labor con discapacitados visuales.

CONSTRUCCIÓN: Iluminación representa 40% del consumo de energía.

ALIMENTOS: La nutrición infantil también es un tema de RSE.

BANCA: Campaña de Profesionales de Bolsa prevé generar 4300 empleos en 5 años.

TECNOLOGÍA: Microsoft ampliara uso de TIC en 1102 municipios.

INDUSTRIA: Unilever redujo emisiones, recicló más y usaras materia primas de fuentes sostenibles.

TECNOLOGÍA: La Fundación Siemens invirtió \$1000 millones en 2011.

INDUSTRIA: Argos tendrá 600 profesiones en el manejo y manipulación de concreto.

ALIMENTOS: McDonald`s reconoció proyectos de sostenibilidad desarrollados por restaurante de la región.

INDUSTRIA: Ética corporativa, valor agregado en el crecimiento empresarial.

EDUCACIÓN: Coltabaco busca reducir el trabajo infantil en zonas tabacaleras con educación.

ENERGÍA: Inversión social de Ecopetrol subió 34.6% en 2011.

### **CASOS INTERNACIONALES DE ÉXITO DE RSE**

El concepto y las prácticas de RSE han tenido una gran difusión en los ámbitos académicos y empresariales latinoamericanos, especialmente en las grandes corporaciones y compañías multinacionales. Temas como imagen, recursos disponibles, vínculos con la comunidad local, iniciativa e innovación social, creación de valor económico y social, gestión de la cadena de suministro, dimensión social de la estrategia competitiva, estructuras organizacionales para la RSE, marketing con causa social y filantropía, entre otros han sido debate alrededor de las grandes firmas.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una idea que se ha posicionado en los diferentes estratos de la Sociedad. Resultado de este posicionamiento es la realización de muchas y diversas acciones por parte de grandes empresas que, con ayuda de organismos internacionales, organizaciones de la sociedad civil y universidades, promueven prácticas de RSE en su cadena de valor. Algunas de estas firmas han construido alianzas con organizaciones de la sociedad civil, lo que facilita la consecución de su objeto social. A la vez gobiernos como el colombiano han creado leyes que promueven la realización y la comunicación de prácticas de RSE al interior y exterior de las empresas. Las escuelas de negocios



han desarrollado centros dedicados al estudio y la promoción de la RSE. De la misma manera, hay otras manifestaciones, como es el caso del incremento de consultores en materia de RSE, que dan muestra de dicho posicionamiento.

El debate sobre la responsabilidad de las empresas antes ante la sociedad se ha dado desde hace más de medio siglo y ahora viene alcanzando grandes dimensiones globales, el posicionamiento de dicho concepto se debe principalmente a su capacidad de englobar teorías y debates académicos, provenientes de diversas disciplinas. Por otro lado ha sido capaz de integrar preocupaciones sociales como es el caso del debate ambiental, la promoción del desarrollo sustentable y humano, impulsado principalmente por Naciones Unidas y aceptado y promovido por otros organismos internacionales.

Debido a la constante confrontación que la RSE tiene con la realidad empresarial, estos debates no se han quedado a nivel de la discusión teórica, sino que han sido operacionalizados a través de normas y herramientas de gestión por parte de diversos grupos de índole internacional, regional y nacional, situación que ha llevado a las empresas a integrar los cambios en su operación conforme se suscitan. A continuación se destacan algunos casos de éxito a nivel Latinoamericano de empresas de diferentes sectores de la economía.

La sustentabilidad está presente en el discurso de los ejecutivos de las firmas más prestigiosas. Francisco Crespo, director ejecutivo de Coca Cola Argentina, declaró que “no invertiría en una empresa que no cree en la sustentabilidad”, pero también reflexionó: “dedico el 100% de mi tiempo a la sustentabilidad”. Jorge Awad, presidente de LAN Airlines, S.A., expresó el desafío: “Queremos tener la mejor huella de carbono del mundo” en el lanzamiento oficial en Santiago de Chile de su programa internacional de Responsabilidad Social “Cuido mi Destino”. Así mismo en Brasil el Instituto Ethos puso en marcha el “movimiento de empresas por el uso sustentable y la conservación de la biodiversidad”, junto con otras firmas. Las

empresas líderes han comprendido que deben asumir su responsabilidad con el desarrollo sustentable para seguir operando conscientes de los efectos que producen en los entornos y las sociedades donde se ubican, de tal manera que compiten entre ellas mismas.

Los supermercados “Supermaxi” y “Megamaxi” de Corporación favorita, C. A., en Ecuador son líderes en comercio mayorista. Su concepto de negocio es principalmente la tienda de autoservicio, donde se ofrecen productos de primera necesidad, junto con otros exclusivos. Desde 2008, la corporación ha decidido abandonar las bolsas (fundas) de plástico de polietileno, polipropileno u otros polímeros, así como sustituirlas por bolsas biodegradables en sus supermercados, el cambio supone un costo mayor al 10% al de la funda tradicional, pero los ejecutivos de la firma coinciden en afirmar que el beneficio en conservación e imagen es incuantificable, basados en la premisa de que el desarrollo sustentable debe permitir, simultáneamente, satisfacer las necesidades de calidad de vida de la población y conservar el medio ambiente en un estado tal que las generaciones futuras puedan gozar de las mismas oportunidades para satisfacer sus necesidades.

Belleza es una de las más grandes jugadoras en la industria de la belleza en Brasil. En los últimos años la Compañía ha enfrentado un incremento considerable en sus operaciones en el mercado local, al igual que en algunos mercados internacionales. En general Belleza es una firma altamente innovadora que basa su estrategia de negocio en el hecho de que la mayoría de sus productos son fabricados utilizando recursos naturales de la flora brasileña. En particular, Belleza se siente orgullosa de que ha integrado requerimientos sociales y ambientales en su cadena de valor (desde la cosecha hasta el empaquetado de los productos finales). Para responder a dichos requerimientos, Belleza ha desarrollado una estrategia basada en la RSE en la cual las innovaciones sociales y ambientales se pueden integrar a su actividad principal. En consecuencia, se ha construido una

reputación como empresa socialmente responsable que respeta la biodiversidad y trabaja junto con múltiples grupos de interés para entregar productos basados en altos estándares de la RSE.

Plata es uno de los Bancos más importantes del mercado Brasileño. En los últimos años diferentes Bancos europeos han controlado (propietarios) la operación de Plata en Brasil; sin embargo, la estrategia principal de Plata se ha mantenido. Años atrás, el Banco decidió integrar las preocupaciones sociales y ambientales al núcleo de su negocio. En lugar de invertir en proyectos de RSE poco relacionados, Plata comenzó a revisar las operaciones clave de su cadena de valor; como consecuencia, ha llevado a cabo innumerables innovaciones sociales y ambientales, tanto internas como externas, en áreas tales como el crédito (microcrédito), las inversiones (fondos de inversiones responsables compuestos por empresas con políticas de RSE), las compras internas (criterios éticos para elegir los proveedores), etc. De esta manera el Banco se ha posicionado como uno de los jugadores más importantes en el ámbito social y ambiental de esta industria Brasileña, es decir, con una estrategia basada en la RSE.

El caso de la Gran Minería en Perú es muy representativo, toda empresa que logre amplios márgenes de beneficios tiene ciertas responsabilidades ético – morales para con la sociedad, de la cual nace y con la que se desarrolla. Los grandes márgenes de beneficio obtenidos por la gran minería en Perú funcionan como un buen aliciente para que las firmas mineras se preocupen más por mejorar la calidad de vida de las poblaciones y comunidades circundantes a los yacimientos, así como del cuidado del medio ambiente. Las mejoras en la calidad de vida de la población provienen de la capacitación del personal que trabaja para las mineras y de las contribuciones a su educación así como lo hace la Gran Minería.

Argos, líder en la producción de cemento en Colombia y cuarto productor en América Latina, estableció un programa denominado “Construya” mediante alianzas con algunas entidades financieras. El programa está dirigido al público no bancarizado, principalmente de estratos 1, 2 y 3, para estimular la compra de cemento, materiales y herramientas de construcción en depósitos y ferreterías. Argos busca facilitar a las familias de bajos ingresos la posibilidad de mejoramiento y construcción de una vivienda digna. “Construya” es un préstamo para que los clientes adquieran dichos materiales mediante pocos requisitos y una rápida aprobación, partiendo de cupos y cuotas acordes con las capacidades de endeudamiento del cliente. El programa busca mejorar igualmente las capacidades comerciales de los depósitos y las ferreterías a nivel de los barrios.

Pronaca, empresa del sector de alimentos ubicada en Ecuador, apoya la integración de pequeños productores a su cadena de proveedores mediante programas de extensión agrícola con pequeños y medianos agricultores de maíz, arroz, palmito y alcachofa, así como con criadores de aves. El trabajo en conjunto supone la entrega de insumos y semillas de calidad, soporte técnico y compra directa de la producción en las mejores condiciones de mercado.

Postobón, S.A., una Compañía Colombiana dedicada a la fabricación y comercialización de bebidas refrescantes no alcohólicas, lanzó al mercado en 2009 su marca de agua Oasis como parte de su estrategia de RSE. Un porcentaje de las ventas de este producto financia la ejecución del proyecto Permanezcamos juntos del Ministerio de Educación Nacional y la Agencia Presidencial para la Acción Social, el cual está dirigido a las familias beneficiarias de la Red de Protección Social para la superación de la pobreza extrema. La campaña Postobón de donación, “Ayudar Refresca”, se destina a combatir la falta de escolaridad y la deserción escolar, privilegiando establecimientos educativos oficiales, casas de cultura y bibliotecas públicas.

Grupo AJE es una Compañía Peruana que inició sus operaciones vendiendo refrescos de puerta en puerta. Actualmente es una organización diversificada que ofrece un amplio rango de categorías: agua embotellada, bebidas deportivas, jugos y cerveza, entre otros productos. A manera de gratitud con la región que cobijó sus primeras instalaciones, una embotelladora que se operaba a pedal, la fundación AñañosJerí ha desarrollado múltiples actividades de la RSE en diversos distritos de Ayacucho. Su operación comprende desde la entrega de computadores e implementación de cursos de informática, para que los alumnos aprendan las bondades de internet, hasta la donación de máquinas e infraestructura para que decenas de jóvenes hagan empresa.

Oxxo, la cadena de tiendas de conveniencia más grande de México y América latina, creó en 1986 el premio Oxxo a la Ecología, primero en Nuevo León, posteriormente en Chihuahua y Sonora, México, en Coordinación con la Secretaría de Educación de cada uno de sus estados. En el programa que otorga este premio participan cientos de clubes de escuelas de preescolar, primaria y secundaria, que reúnen a miles de niños y jóvenes que promueven el equilibrio de la naturaleza a través de actividades como campañas de reforestación, reciclaje, brigadas de limpieza en escuelas etc. Oxxo apoya la formación de los niños y un mayor bienestar de las comunidades en donde opera. De igual forma las bolsas que utiliza para empacar en sus tiendas son producidas con aditivos especiales que les permiten degradarse por completo en un periodo máximo de tres años, con lo que colabora en el cuidado del medio ambiente.

Sodimac, en Chile, es la empresa líder en el mercado de artículos para el mejoramiento del hogar y materiales de construcción. Ha implementado un programa de desarrollo de proveedores de leña con el propósito de garantizar que la comercialización de este producto sea eficiente y sustentable con el medio ambiente. La iniciativa incluye a pequeñas empresas, de diferentes regiones

Chilenas, a las cuales se les brindaron talleres teórico/prácticos para elevar su competitividad mediante una mejor gestión productiva y logística.

Las perspectivas ilustradas en los casos de éxito de RSE mencionados contienen todos aquellos aportes que tratan el aspecto “estratégico” de las acciones que llevan a cabo las empresas en el campo de la RSE. Es importante mencionar que además de lo estratégico de la intervención, las prácticas de RSE tienen un alto impacto en el desempeño financiero, la lealtad de los clientes y la creación de valor para los grupos de interés en las Organizaciones.

## 1. SITUACIÓN ACTUAL

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Responsabilidad Social Empresarial ¿Moda o compromiso real?, al no estar legislado muchas empresas sobre todo las PYMES, dicen tener RSE, solo de nombre sin realmente tener una verdadera participación.

Las prácticas de Sostenibilidad y RSE son totalmente voluntarias, ese es uno de los factores importantes y característicos del tema, sin embargo ha surgido publicidad engañosa que podría ser interesante tener un mecanismo de evaluación del tema dentro del mercado de la voluntariedad.

Hoy las empresas asumen una posición cómoda y de indiferencia hacia verdaderos problemas, cada una hace su trabajo de manera individual buscando sobresalir por si solo, si entre todos se reunieran se podría llegar a una sociedad mucho más justa y equitativa. Ejemplos muchas familias gastando por no tener una educación financiera, donde podría existir una planificación financiera, Que papel están jugando las entidades financieras colombianas?. Donde podrían educar al consumidor con apoyos Institucionales y gubernamentales. ¡Si! hacen mucha inversión social, de hecho Bancolombia tiene una fundación que invertirá más de \$10.000 millones para apoyar a la niñez, un aporte muy importante a la educación. Pero porque no buscar la base de la sociedad “LA FAMILIA” para lograr resultados de largo plazo.

¿Qué papel desempeñan los medios de comunicación masivos? Acaso han pensado en profundizar en los temas de contaminación ambiental. Los hogares colombianos no sabemos cómo cuidar el medio ambiente, el aporte que cada hogar hace es mínimo, donde la TV, llega a todos los hogares colombianos y todos los estratos sociales, podrían jugar un papel importante educando de

manera masiva. Como desde los hogares cuidar el medio ambiente, si en un hogar tienen buenas prácticas de reciclaje ¿Qué porcentaje es esto frente a sus vecinos? ¡Es mínimo! Hablamos de edificios inteligentes, Empleos verde, créditos verdes, conservación ambiental, pero hay un tema importante que ninguna empresa o sector a profundizado, y es el aporte de cada familia frente a la contaminación ambiental, hoy mucho se habla del reciclaje, pero que porcentaje de los hogares colombianos realmente recicla?, tienen un adecuado manejo de basuras y residuos, Establecen acciones para reducir el impacto y por ende fomentar el ahorro, reciclar desechos y re-usar en nuevas prácticas productivas.

De la teoría a la práctica hay un gran trecho. Estamos seguros que los canales regionales y nacionales, juegan un papel muy importante con el tema, sería un gran aporte si tomaran en serio su responsabilidad ante un país.

Son las organizaciones empresariales, los profesionales, el estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para combatir estos flagelos, es responsabilidad de todos los gremios y cada familia.

La RSE debe ser vista como una inversión, cuando se adquiera conciencia de la verdadera importancia los directivos asumirán liderazgos positivos en el tema. La RSE se ha centrado más en asuntos de tipo ambiental, desarrollo sostenible y producción más limpia, que sin lugar a duda es uno de los frentes de gran atención por la importancia que ello reviste para el planeta y la humanidad, pero no debe ser el único, hay otros temas que no podemos dejar de lado, y que tiene componentes positivos en una comunidad laboral y de impacto en las comunidades.

Un buen ejemplo de un RSE diferente a la que normalmente conocemos es el caso más reciente de BANCOLOMBIA con su nuevo presidente el Dr. Carlos Raúl Yepes con el tema “La humanización de la Banca”



Ha logrado cambiar de esquema, con su filosofía “Liderazgo para la felicidad en la que lo humano es el principal objetivo”. La premisa es que no pueden ser solo un actor económico, el deber también es ser un actor social *perse*. La transformación debe darse desde adentro, explicarles a los actores de la cadena que es ser más humanos. Determinan los atributos en cuatro temas: La calidez, la cercanía, la inclusión y el respeto.

La aspiración es ser un grupo en crecimiento, rentable, sostenible y eficiente, basado en las personas. Se hace feliz los clientes cuando existe un balance entre la vida familiar y laboral, cuando nos sentimos orgullosos de nuestro trabajo y sabemos que desde aquí le aportamos a Colombia.

Cuatro ejemplos de una banca más humana: Ley de maternidad (mas licencia para las embarazadas), Manizales sin agua (Se envió agua a 275 empleados a sus casa), Movilidad ( en las direcciones generales la jornada de los viernes es hasta la 4.30PM) Tiempo para la familia (en Bogotá se reubicaron 178 trabajadores cerca de las sucursales, ahora los tiempos de desplazamiento son más cortos)

El Grupo AVAL recientemente dono 400 casa para los Damnificados del invierno y es una empresa que genera 65.000 empleos.

Ejemplos, muchos y diferentes, pero el más importante la familia, una sociedad feliz redundando en beneficios a un país.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿En qué se beneficia una empresa con un modelo gerencial que parte desde la Responsabilidad Social?

### 1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Este trabajo se centrará en definir si la RSE es un modelo que las empresas están adoptando para retribuir a la Sociedad el impacto negativo que pudiesen estar generando en la misma y en el medio ambiente, o si bien, sólo los adoptan por los beneficios paralelos.

*Temas a tratar:*

¿Qué es RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y AMBIENTAL?

Casos de RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL en nuestro departamento y país.

Referente jurídico de la RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Ventajas de aplicar la RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL dentro de las organizaciones.

**1.3.1 Espacial.** El estudio que realizaremos sobre el tema RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL ¿Moda o Realidad?, se centrará en el Departamento de Antioquia pero tendrá validez para cualquier empresa del País.

**1.3.2 Temporal.** El proyecto se llevara a cabo durante los tres últimos trimestres de 2011 y el primer trimestre de 2012, en el marco de la Especialización en Alta Gerencia.

### 1.4 JUSTIFICACIÓN

Actualmente es muy común escuchar sobre Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental en nuestros puestos de trabajo, en comerciales, o simplemente en

nuestros en nuestros grupos de reunión o estudio; es un tema que cada vez está tomando más fuerza entre las empresas de nuestra ciudad y país.

Sabemos que las empresas privadas deben buscar siempre maximizar sus aportes, vender, reinvertir, comprar, ser autosostenible y generar dinero; pero donde queda la responsabilidad de generar un buen ambiente de trabajo para sus colaboradores, de tener procesos estandarizados, de propiciar actividades que fortalezcan los ámbitos culturales, morales y éticos de las personas al interior de la empresa, o incluso actividades para evitar un impacto negativo en el medio ambiente o para reparar los daños ya ocasionados en éste.

Los modelos de Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental logran estandarizar en pocos requisitos, un esquema básico para que una empresa sea considerada Socialmente responsable y así, pasar de ser un ente que busque netamente utilidades a ser una entidad autosostenible que reinvierta en la sociedad que lo rodea y con la que convive.

La RSE debe estar basada en unos códigos básicos de ética empresarial, los cuales deben ser transparentes para todas las personas relacionadas con la empresa, internas y externas, estos códigos deben ser el marco para definir todas las llamadas buenas conductas que se deben extender desde los Directivos, quienes deben ser el ejemplo de todo el modelo, pasando por los colaboradores al interior de la empresa, hasta la sociedad y el ambiente que interactúa con ella.

La RSE con su ética empresarial es requisito primordial en el Mercadeo Internacional, por lo tanto es un modelo que comenzó voluntario pero que tiende a ser Obligatorio para todas aquellas empresas que tienen o quieren tener relaciones comerciales internacionales, quienes no adopten modelos Socialmente Responsables están destinadas de desaparecer.

Como estudiantes de Alta Gerencia y próximos Administradores altamente preparados y competitivos debemos entender que el ser éticos debe ser el valor fundamental que debemos profesar en la sociedad actual, la cual abunda con casos de evasión, elusión, daños ambientales, fraudes, incumplimientos, entre otros; pero no sólo queremos adoptar modelos de RSE, también queremos medir el impacto entre los colaboradores que se desempeñan en una empresa socialmente responsable, cómo el ser ético al interior de la empresa puede mejorar su desempeño en todos sus demás ámbitos, no sólo el laboral, ya que como Administradores sabemos y entendemos que los Colaboradores son los principales actores dentro de las organizaciones.

## **1.5 OBJETIVOS**

### **1.5.1 Objetivo General**

Definir si los modelos de Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental son sólo un beneficio económico más para la empresa, o si bien, generan un impacto positivo en sus colaboradores y en su compromiso organizacional.

### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Establecer la importancia de la Ética empresarial en los modelos de Responsabilidad Social
- Estudiar los diferentes estilos gerenciales e identificar la afinidad de cada uno de ellos respecto a las acciones encaminadas a la Responsabilidad Social Empresarial.

- Definir el impacto en los Colaboradores, proveedores, contratistas y en el mismo entorno, cuando las empresas adoptan un modelo de Responsabilidad Social y Ambiental.

## 2. MODELO GERENCIAL DESDE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

### 2.1 DISEÑO TEÓRICO

#### 2.1.1 Referente Conceptual

- **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE):** Es el compromiso voluntarios que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humanos integral se generan con las partes interesadas y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económicos, el desarrollo social y equilibrio ecológico.
- **ÉTICA:** Conjunto de valores, normas y principios reflejados en cada individuo, lo cual permite una sintonía con la sociedad y mejor adaptación a los entornos que suponen respetar los derechos y valores que la sociedad comparte.
- **DERECHOS HUMANOS:** Derechos inherentes a todos los seres humanos, los cuales son interrelacionados, interdependientes e indivisibles.
- **MEDIO AMBIENTE:** Entorno que afecta a todo ser vivo, el cual condiciona las circunstancias de vida de las personas y la sociedad. Ya que no se trata solo del espacio, también comprende los valores naturales, sociales y culturales que existen en un lugar y en un momento determinado, los cuales influyen en el desarrollo de la vida social y de futuras generaciones.
- **GOBIERNO CORPORATIVO:** Conjunto de relaciones entre los diferentes grupos de interés de la compañía, que busca mantener la relación entre los objetivos económicos, sociales y los individuales comunitarios, con el fin de

obtener un buen uso de los recursos y tener el mayor grado de coordinación posible entre los individuos, la empresa y la sociedad.

- **VALORES:** Principios que permiten orientar el comportamiento de los individuos, los cuales están representados en intereses y convicciones, con una importancia diferente a las circunstancias.
- **DESARROLLO SOSTENIBLE:** Proceso social global que satisface las necesidades de la población, protege los recursos naturales mediante el empleo de tecnologías limpias y facilita la construcción de una sociedad centrada en lo humano, sin necesidad de sacrificar generaciones presentes o futuras.

## **2.2 REFERENTE CONTEXTUAL**

En los últimos años se ha venido desarrollando y creando un particular interés en el tema de RSE, sin embargo sus bases no son nuevas. Desde la antigua Grecia y Roma, se plantearon ideas bajo diferentes puntos de vista, sociales y económico-empresariales. Aunque planteadas en diferentes épocas, se trató siempre el papel del hombre en la sociedad, las mejoras para el crecimiento económico y las condiciones que se requieren para la vida humana. Partiendo de estas bases llegamos al concepto que se maneja en la actualidad, el cual contempla diferentes grupos de interés dentro de la RSE: Proveedores, comunidad, Gobierno corporativo, empleados, medio ambiente, bienes y servicios.

En Colombia como en Latinoamérica, la Iglesia también jugó un papel fundamental en la profundización de estas bases ya que para esta institución la caridad siempre ha predominado, lo cual indica que siempre ha existido la preocupación por el bienestar de los individuos.

Entre los años 1930 y 1970, la industrialización incentivó la creación de organizaciones sociales que promovían la protección social, la prestación de servicio de salud, educación y vivienda.

En el año 1954, debido a la preocupación por los pocos ingresos familiares que tenían la clase obrera y media, se creó la Caja de Compensación Familiar de Antioquia- Comfama, con el fin de mejorar el bienestar de estos trabajadores mediante el otorgamiento de un subsidio que se distribuiría de acuerdo a las necesidades de cada familia, lo cual representó mejoras en los ingresos de los trabajadores hasta de un 40%. Esto evidencia que desde la época de los 50, se gestiona el bienestar de uno de los grupos de interés que interviene en la RSE, los empleados.

El interés por el desarrollo de la práctica de RSE ha venido en aumento desde la década de los 70, especialmente en la última década, caracterizado por el gremio industrial, el cual siempre ha promovido las prácticas sociales.

La necesidad de crear prácticas sociales surge de los cambios mundiales en el medio ambiente, los escándalos corporativos por falta de ética, desmejoramiento en la calidad de vida de la sociedad, la violación de los derechos humanos, el trabajo infantil, entre otros.

El compromiso de implementar prácticas sociales en la estrategia de las empresas mejora la relación con la comunidad, aumenta el compromiso de los empleados, garantiza la satisfacción del cliente, mejora la relación con los proveedores, se optimizan las competencias laborales, se reducen los riesgos de malos manejos en la información, se mejora la calidad de los bienes y servicios, se toma conciencia de los impactos ambientales, reflejándose positivamente en la competitividad de las compañías.



El aumento de las prácticas sociales responsables se ha generado debido al aumento de las intervenciones de las ONG en el país, los espacios promovidos por el gobierno, el reconocimiento que hace la fuerza laboral a los buenos lugares de trabajo, la responsabilidad que tienen las empresas y los altos directivos de tener una alineación entre las acciones y los valores de la compañía, la mejora de las relaciones con los proveedores, lo cual permite exigir mejores prácticas y el impulso de las actividades de la sostenibilidad ambiental.

En la actualidad se observa que en Colombia las empresas tienen una alta responsabilidad por sus prácticas sociales, ya que están centradas en los derechos humanos, la participación comunitaria y las buenas relaciones que puedan existir. Cada vez las empresas trabajan por mejorar sus estándares corporativos, ya que en el país se han evidenciado los desafíos que tiene que pasar las empresas que no actúan de manera responsable y transparente.

### **2.3 REFERENTE LEGAL**

La iniciativa de comenzar en Colombia un proceso de normalización sobre Responsabilidad Social, partió de la Caja de Compensación Familiar de Antioquia (Comfama) el 4 de octubre de 2002. Con el apoyo de ICONTEC, se creó un comité conformado por varios grupos de trabajo cuya finalidad ha sido establecer las directrices que deben tener las empresas para ser socialmente responsables en su gestión.

Aunque en Colombia el tema de la RSE no es regido por alguna normativa, ya que su implementación es voluntaria, si existen algunos documentos referentes para su implementación y normalización.

- ISO 26000: Norma Internacional para la Responsabilidad Social mediante la cual se promueve la inclusión de los valores de la sociedad en políticas y decisiones empresariales y orienta a las organizaciones sobre la aplicación de la Responsabilidad Social.
  
- Social accountability 8000 SA800: Norma Universal establecida por la OIT, catalogada como la primera de carácter auditable sobre las condiciones de trabajo.
  
- Declaración del Milenio (2000): Esta declaración se creó con el apoyo y coordinación de las Naciones Unidas, el Banco Mundial, El fondo Monetario Internacional y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. La declaración fue firmada por Colombia y 188 países más. Los estados reafirmaron el propósito de tener un mundo más pacífico, más próspero y más justo, para todos los habitantes. Bajo los valores de libertad, igualdad, solidaridad, tolerancia, respeto por la naturaleza y responsabilidad común se crearon 8 objetivos para ser cumplidos al 2015:
  1. Erradicar la pobreza extrema.
  2. Educación Universal.
  3. Igualdad entre géneros.
  4. Reducir la mortalidad de niños.
  5. Mejorar la salud materna.
  6. Combatir VIH.
  7. Sostenibilidad del medio ambiente.
  8. Fomentar una asociación mundial.
  
- NTC 180 de 2008: Proporciona las directrices para establecer, implementar, mantener y mejorar de forma continua un enfoque de Responsabilidad social en la

gestión y propende por involucrar a los diferentes grupos de interés en un desempeño socialmente responsable.

- Proyecto de Ley 70 de 2010: El objetivo de este proyecto es promover comportamientos voluntarios socialmente responsables por parte de los empresarios, a partir del diseño, desarrollo de políticas, planes, proyectos y operaciones que tiendan al logro de los objetivos sociales

### **3. DISEÑO METODOLÓGICO**

#### **3.1 MÉTODO**

Dentro del contexto empresarial de Antioquia, el método de investigación más apropiado dadas las características mismas del objeto de estudio, Responsabilidad Social Empresarial: Moda o realidad y los objetivos investigativos propuestos, consideramos que es el Método Hermenéutico- Dialéctico, puesto que bajo este enfoque investigativo del método cualitativo, se busca es, a través de la observación estar buscando constantemente el significado de los hechos, interpretarlos. Este, es un método que puede ser utilizado en cierto momento, para cualquier tipo de investigación, dado que, el ser humano tiene una inclinación netamente interpretativa, lo cual hace que cree significados para cada fenómeno que perciba de los datos dentro del proceso investigativo.

La utilidad de este método, está basada principalmente en el significado e interpretación de las diferentes situaciones que se desarrollan en cada una de las empresas elegidas para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial en el entorno antioqueño, y que nos van a permitir hacer una idea más sólida de la forma como esta tendencia viene evolucionando dentro del contexto empresarial local, y como la desde la Gerencia se pueden hacer propias interpretaciones para describir el fenómeno que afecta no sólo a la empresa como tal sino al sector al que pertenece, a la comunidad, al medio ambiente, entre otros. Con la interpretación se van evidenciando más los diferentes fenómenos que pueden estar afectando la implementación del sistema de Responsabilidad Social Empresarial al interior de cada compañía, y poder contrastar éstos con las hipótesis del caso, para comprender mejor si la ejecución de estos sistemas cumplen con su verdadero objetivo, o simplemente obedecen a corrientes de moda para el entorno actual.

## 3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Descriptiva.

## 3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

**3.3.1 Descriptiva.** En este nivel de la investigación, el objetivo principal, radicó en caracterizar o detallar, la situación o el momento por el que atraviesa el entorno de la Responsabilidad Social Empresarial dentro del contexto definido, teniendo en cuenta todas esas similitudes, particularidades o diferencias e incluso interrelaciones, que se podían ir definiendo a medida que se describían los fenómenos para cada empresa, teniendo en cuenta una minuciosa recopilación de los datos, que finalmente, fueron los que nos permitieron expresar nuestras propias conclusiones y generalizaciones acerca del tema tratado en la investigación.

**3.3.2 Exploratoria.** Para este nivel de la investigación, se pretende plantear una perspectiva que sea válida o se acerque mejor al objeto de estudio, pues al ser un tema del cuál no se tienen muchos estudios conocidos, los resultados que podemos obtener, se puede tomar como una producción de conocimiento vago, o sin muchas bases científicas y académicas propiamente dichas; el enfoque que le dimos al tema de Responsabilidad Social Empresarial, como moda o compromiso real, al momento no ha sido objeto de muchas investigaciones, como se mencionó anteriormente, por tanto, no se tienen hipótesis conocidas ni una formulación específica del problema de investigación propiamente dicho; he aquí la importancia de nuestro desarrollo investigativo, pues sirve como material de apoyo y punto de partida en el entorno académico antioqueño, el cuál va a pretender, a partir de esta aproximación investigativa, profundizar más el tema y llegar refutar o aceptar las posibles hipótesis que surjan derivadas del estudio de este problema de investigación.

### 3.4 VARIABLES

**Nivel de educación:** Componente preponderante en la estructura del sistema social, pues detalla las etapas del proceso articulado de estudio, que finalmente se va a reflejar en el desarrollo cultural y social de una determinada población, de este factor van a depender la mayoría de decisiones que impactan directamente la implementación de un sistema de Responsabilidad Social Empresarial.

**Contexto geográfico:** En gran parte es quien va a definir la forma como se lleve a cabo el proyecto de Responsabilidad Social Empresarial, pues esto habla de la delimitación geográfica, ubicando así el proyecto en un entorno físico definido para su campo de acción, el alcance.

**Tipo de empresa:** Esta variable es fundamental para el desarrollo de un proyecto de Responsabilidad Social Empresarial, pues va a definir los lineamientos que se van a seguir, pues la actividad misma de la empresa, da una visión clara, acerca de los puntos que se quieren corregir o apoyar con la implementación del proyecto, dicho esto, dependiendo del tipo de empresa, se pueden plantear objetivos de la RSE, que sean aplicables, a las personas por medio de la capacitación, mejoramiento del entorno ambiental, generación de ingresos a partir de proyectos sociales, producción de contenidos, minimización del riesgo social.

**Gobierno:** Todas las disposiciones gubernamentales, que afecten vía legal a las empresas, deben considerarse para la adopción y aplicación de los modelos de Responsabilidad Social Empresarial.

**Población:** Principalmente es a quien va dirigido el proyecto, es muy importante analizar bien este factor, pues con esto, se garantiza que el objetivo responda a las necesidades más apremiantes del nicho de la población que se vea afectado con el proyecto.

**Medios de comunicación:** Deben tenerse muy en cuenta, para cada tipo de proyecto, dependiendo de sus características técnicas o población a que vaya dirigido, existe un medio de comunicación óptimo, que garantice una correcta visualización del mismo.

**Contexto social:** El entorno dentro del cuál va a tener alcance el proyecto, se deben analizar costumbres, demografía, organización social, problemática, entre otros factores, que puedan influir directamente en la aplicación del proyecto.

### **3.5 FUENTES**

#### **3.5.1 Primarias**

Consultora: Virgina López de Roll

Periódicos Nacionales: La República. El Colombiano, El Tiempo, El Informador (COMFAMA).

Documentos originales, apuntes de investigación: Responsabilidad Social Empresarial Cristian Cansino de la Espriella y Mario Morales Parrague, documento en internet.

Entrevistas: Periódico el informador de Comfama abril de 2012 entrevista con el presidente de Bancolombia

#### **3.5.2 Secundarias**

Revistas: Informe especial La república los 20 casos más exitosos de RSE y sostenibilidad, Lunes 30 de Abril de 2012.

Biblioteca Eduardo Fernández Botero, Universidad de Medellín.

[http://www.semana.com/documents/Doc-1208\\_2006424.pdf](http://www.semana.com/documents/Doc-1208_2006424.pdf)

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/215/21514905.pdf>

<http://kiosdecolombia.blogspot.com/2011/05/la-rse-en-colombia-ii.html>



#### **4. CONCLUSIONES**

El concepto y las prácticas de RSE han tenido una gran difusión en los ámbitos académicos y empresariales, especialmente en las grandes compañías multinacionales, el debate sobre la responsabilidad de las empresas ante la sociedad se ha dado desde hace más de medio siglo y ahora alcanza grandes dimensiones globales, razón por la cual durante la primera década del siglo XXI fue visto como una moda. El posicionamiento de dicho concepto se debe principalmente a su capacidad de englobar teorías y debates académicos , provenientes de diversas disciplinas siendo igualmente capaz de integrar preocupaciones sociales, atendidas desde hace varias décadas por diferentes sectores de la sociedad, como es el caso del debate ambiental y la promoción del desarrollo sustentable y humano.

Debido a la constante confrontación que la RSE tiene con la realidad empresarial, los debates al respecto no se han quedado al nivel de la discusión teórica, sino que han sido operacionalizados a través de normas y herramientas de gestión por parte de diversos grupos de índole internacional, regional y nacional, situación que ha llevado a las empresas a integrar los cambios en su operación implementando reportes y estrategias de desarrollo social formalizados y medibles orientados hacia la sustentabilidad.

## **5. RECOMENDACIÓN**

La aplicación de un modelo gerencial basado en la Responsabilidad Social Empresarial, debe partir de un análisis serio y detallado acerca de la afectación del entorno a partir del desarrollo del objeto social de la empresa, de tal forma que siendo congruentes con esto, todo proyecto bajo este modelo esté encaminado a mejorar las condiciones de vida del entorno y sus habitantes, ya sea desarrollando proyectos productivos, capacitando o simplemente facilitando las condiciones de vida de la comunidad; nunca un modelo de este tipo debe concebirse simplemente por el hecho de entrar en una tendencia empresarial actual, o para valerse de éste como estrategia de marketing.

## BIBLIOGRAFÍA

RAUFFLET, Emmanuel; LOZANO AGUILAR, José Félix; BARRERA DUQUE, Ernesto y GARCÍA DE LA TORRE, Consuelo. Responsabilidad Social Empresarial. Primera Edición, México: Pearson educación, 2012.

Revista: Informe especial La república los 20 casos más exitosos de RSE y sostenibilidad, Lunes 30 de Abril de 2012.

Periódico el informador de Comfama abril de 2012 entrevista con el presidente de Bancolombia

[http://www.semana.com/documents/Doc-1208\\_2006424.pdf](http://www.semana.com/documents/Doc-1208_2006424.pdf)

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/215/21514905.pdf>

<http://kiosdecolombia.blogspot.com/2011/05/la-rse-en-colombia-ii.html>