

RUNNING HEAD: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS 10 EMPRESAS MAS GRANDES DE
COLOMBIA

LILIANA RUIZ ACOSTA
DOCENTE DEL PROGRAMA DE CONTADURIA PUBLICA
DE LA UNIVERSIDAD MARIANA

LUIS ANDRES MAYA PANTOJA
DOCENTE DEL PROGRAMA DE CONTADURIA PUBLICA
DE LA UNIVERSIDAD MARIANA

SAN JUAN DE PASTO, 2009

La Responsabilidad Social en las 10 Empresas más Grandes de Colombia

Resumen

Esta ponencia es un estudio preliminar en el cual se sintetiza la evolución del concepto de responsabilidad social, presentando algunas definiciones de la misma para que sirvan de base para el análisis de la información de responsabilidad social empresarial divulgada a través de Internet, por las 10 empresas más grandes de Colombia. Se identifica lo que cada una de ellas entiende por responsabilidad social empresarial y se presentan los programas, los grupos de interés y la información relevante contenida en los informes. De esta manera es posible observar las diferentes etapas por las que atraviesan estas empresas respecto a la consolidación de una visión integral del concepto, obteniendo conclusiones que llevan a la reflexión del estado de la responsabilidad social empresarial de las empresas objeto de estudio.

Palabras Claves: Responsabilidad social, Información social, Sostenibilidad

Abstract

This presentation is a preliminary study that synthesizes the evolution of the concept of social responsibility, presenting some definitions which serve as a base for the analysis of the information regarding the companies' social responsibility published through the Internet by the 10 largest companies in Colombia. Each company's definition of social responsibility is identified and the programs, stakeholders and the relevant information contained in the reports are presented. In this way, it is possible to observe the different stages that these companies are passing through regarding the consolidation of an integral vision of the concept, thus obtaining conclusions that lead to the reflection of the state of social responsibility within the companies of study.

KEY WORDS: Social Responsibility, Social Information, Sustainability

1. Introducción a la Responsabilidad Social Empresarial

A nivel mundial y con el surgimiento de la industria, nació una clase de propietarios industriales que gestaron su actividad con el objetivo de generar rentabilidad para los socios o accionistas como retribución a la inversión inicialmente realizada, sin tener en cuenta las acciones que ocasionaban en las relaciones con las personas y el medio ambiente. Es así como: “inicialmente, las duras condiciones de la producción minera y de las fábricas, en las etapas de la primera y la segunda revolución industrial, fueron el espacio para el surgimiento de críticas muy agudas sobre la explotación del trabajo, la contaminación y la ideología que promueve la acción del empresario “egoísta” y “racional””. (Ackerman y Bauer, 1976 citado en Berbel et al., 2007, Enero-Junio, p. 29)

En los años 70, surge por parte de las organizaciones empresariales la conciencia de que el enriquecimiento no solo les corresponde a los accionistas sino que de alguna manera se le debe retribuir a la sociedad por la cual se genera la riqueza, a través del mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores, mejores prácticas comerciales, disminución del impacto ambiental negativo y el progreso de la comunidad en la cual se ubica geográficamente.

La participación de la mujer en la economía, el reconocimiento de sus derechos, la preocupación por el medio ambiente natural, la seguridad social, la protección de la salud en los lugares de trabajo y la importancia que se le brinda a las inquietudes y sugerencias que tienen los consumidores con relación a la calidad y origen de los bienes y servicios que le son ofrecidos en el mercado por las organizaciones, cobran mayor relevancia en la sociedad y son acogidas por parte de los empresarios como una prioridad y variable de competitividad para la generación de valor empresarial.

Es así como el mejoramiento de las condiciones sociales (educación, vivienda, salud, alimentación, entre otros) ya no solo es responsabilidad del Estado, como satisfactor de las necesidades básicas de los ciudadanos mediante programas y

proyectos de inversión social, sino que dadas las nuevas condiciones de los mercados, las empresas además de cumplir con su objeto económico para el cual fueron creadas, deben participar activamente en el mejoramiento de la calidad de vida del entorno, procurando por el bien común tanto a nivel local, regional, nacional y mundial. Como lo explica Berbel et al. (2007, Enero-Junio, p. 29) “La acción gubernamental regulatoria implicó una coordinación y acción más directa sobre las actividades de la empresa en los países industriales, lo que repercutió en una reconfiguración del papel social de las empresas y una disminución sucinta de las críticas a ella”.

Por otra parte, a raíz de los problemas ambientales que se empezaban a sentir en el mundo debido a los cambios atmosféricos, originados por las emisiones tóxicas generadas por parte de las empresas industriales, surgen a nivel mundial, una serie de políticas y normas públicas que deben ser cumplidas con el fin de prevenir y mitigar los daños causados al medio ambiente.

Las organizaciones empiezan a jugar un papel muy importante en la sociedad y junto con el Estado establecen nuevas normas para regular el comportamiento de las empresas frente a la responsabilidad social. De esta manera el Estado les transfiere a estas el poder y la responsabilidad que tiene con respecto al bienestar social de la comunidad y estas se concientizan de la responsabilidad que tienen con las personas y los recursos que les ayudan a generar riqueza.

Debido a los procesos de globalización, la apertura de mercados y las nuevas condiciones del mundo económico y social surgen diferentes organismos gubernamentales, empresariales y no gubernamentales que buscan fomentar el desarrollo económico sostenible y responsable, llevando a cabo en diferentes partes del mundo, cumbres y reuniones de las cuales nacen acuerdos y compromisos por parte de las naciones. Es así como en el año 2000 se propone la cumbre del milenio y se plantean ocho objetivos de desarrollo, a saber, erradicación de la pobreza y el hambre, lograr la universalización de la educación básica, promover la equidad de género y la autonomía de la mujer, reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud sexual y

reproductiva, combatir el VIH/SIDA, la malaria y el dengue, garantizar la sostenibilidad ambiental y fomentar una asociación mundial.

La evolución histórica ha permitido entender la responsabilidad social empresarial (en adelante RSE) desde tres ópticas sobres las cuales se fundamenta su alcance: la primera con referencia a las responsabilidades que tiene la empresa frente a su función económica y a los valores relacionados con el desempeño de su actividad; la segunda tiene que ver con la sensibilidad social de las empresas en donde debe responder a las necesidades sociales establecidas por las fuerzas del mercado y los requerimientos legales, los valores y las expectativas de la comunidad, anticipándose y previendo las presiones que puedan surgir y por último la actuación ambiental en donde la responsabilidad de la empresa se convierte en una actuación permanente y proactiva en armonía con los intereses y exigencias de un mundo que cuenta con recursos naturales para las próximas generaciones (Reyno, 2006).

Las definiciones del concepto de responsabilidad social se han fundamentado desde las ópticas anteriormente enunciadas, es así como para la Unión Europea la responsabilidad social es considerada 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 (Comisión de Comunidades Europeas, 2001). Para el Banco Mundial la RSE “es una serie de políticas y prácticas vinculadas a la relación con los actores sociales clave, con los valores, el cumplimiento de los requerimientos legales y el respeto a las personas, comunidades y al medio ambiente” (Banco Mundial, 2006 citado en Berbel, et al., 2007, Enero-Junio, p. 30).

En Colombia, la asociación nacional de empresarios colombianos –ANDI-, considera que RSE, son: “todas aquellas iniciativas que hacen las compañías voluntariamente para promover el desarrollo de sus trabajadores, integrar los temas sociales y ambientales a sus operaciones y aportar a la comunidad que les ha permitido ser y crecer” así como lo expresó Karakatsianis (2008) en la conferencia sobre Responsabilidad Social Empresarial llevada a cabo en la Universidad Mariana de Pasto.

El Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial –CCRE- en su página de Internet (<http://www.ccre.org.co/quienes.asp>) asume la responsabilidad social como: “la forma de gestionar una organización mediante la interacción y relación armónica con sus diferentes grupos de interés dando respuesta a sus expectativas financieras, sociales y ambientales de manera que se contribuya al desarrollo sostenible y a la creación de valor en todo el sistema” (CCRE, 2009).

Así las cosas, las empresas, no solo deben rendir cuentas económicas a sus propietarios o accionistas sino que además deben desarrollar y cumplir con su objeto social de una manera integral, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los stakeholders o grupos de interés, tanto internos (los trabajadores, directivos y accionistas) como externos (los clientes, consumidores, proveedores, competencia, instituciones financieras, gobierno y comunidad en general) desde una visión económica, social y ambiental.

Teniendo en cuenta que la RSE ha dado pie para diferentes interpretaciones los esfuerzos de los empresarios colombianos por ser responsables socialmente se ejecutan de manera aislada, desde sus conceptualizaciones y apreciaciones con respecto a su significado hasta los medios y mecanismos para informarla, lo que ha impedido la comparabilidad y verificación de las actuaciones sociales de las empresas.

De ahí la importancia de realizar un análisis de la responsabilidad social que tienen las empresas más grandes de Colombia que permita establecer las políticas, estrategias y planes de acción que desarrollan a favor de sus grupos de interés, derivados de los impactos positivos o negativos en aspectos económicos, sociales y ambientales y que conlleve a pensar en la necesidad de que la información que ellas presentan sea comparable y verificable utilizando los informes que a nivel mundial se proponen.

2. La Responsabilidad Social Empresarial en las 10 más Grandes Empresas de Colombia

Esta ponencia es parte de una investigación que se encuentra en proceso por parte del Grupo Identidad Contable del programa de Contaduría Pública de la Universidad Mariana de Pasto. En el desarrollo del presente trabajo se plantea como objetivo identificar la información relacionada con la RSE, revelada a través de Internet para establecer las estrategias, los programas y las acciones de responsabilidad social empresarial que se ejecutan por parte de las empresas, así como los modelos o herramientas que utilizan para informarla. Se tomó como muestra las 10 empresas más grandes entre 100, clasificadas por sus ingresos operacionales según lo observa la revista Semana (2008, Abril 26, p. 135), en su edición especial, las cuales pertenecen a los siguientes sectores: petróleo y gas (1), comercio (1), combustibles (2), telecomunicaciones (2), bebidas (1), automotores (1), cementos (1) y alimentos (1).

Ranking	Empresa	Ingresos Operacionales 2007	Var. Ing. Op. (%)	Utilidad Operacional	Variación Utilidad Operacional (%)
1	Ecopetrol	22.332.320	21,4	8.786.340	84,7
2	Almacenes Éxito	6.815.786	59,9	265.123	56,0
3	Organización Terpel	6.421.653	20,9	181.062	29,9
4	Comcel	5.520.969	20,3	1.444.480	37,8
5	Bavaria	5.012.395	-18,8	1.294.463	-26,9
6	Exxonmobil	4.982.103	7,3	64.522	28.,2
7	Telefónica Colombia	4.207.175	7,1	120.736	-49,4
8	GM Colmotores	3.881.113	16,6	592.690	86,1
9	Cementos Argos	3.787.144	10,4	328.584	24,9
10	Grupo Nacional de Chocolates	3.449.517	20,1	432.885	44,3

Tabla 1. Las 10 Empresas más Grandes de Colombia (Semana 2008, Abril 26, p. 135)

El tipo de investigación utilizado es descriptivo y basado en la información contenida en las páginas web de cada una de las empresas objeto de estudio sin interactuar directamente con ellas, por lo cual se presenta un primer avance debido a que es necesario pasar a una segunda fase que incorpore las entrevistas con los actores principales de cada una de las empresas mencionadas para corroborar los datos obtenidos.

La metodología que se estableció para el desarrollo del estudio, inició con la determinación de los diferentes aspectos que se debían tener en cuenta en las páginas web de las empresas estudiadas, (Ver anexo A) en segunda instancia, se consultó los datos suministrados por las empresas a través de sus páginas de Internet teniendo en cuenta que este medio constituye en la actualidad una de las herramientas más importantes para divulgar la información. Posterior a ello se procedió a realizar un análisis de los documentos y los distintos reportes con que cada una de las empresas informa la responsabilidad social empresarial para obtener conclusiones que den cuenta del estado de la divulgación de este tipo de información.

2.1 El concepto de responsabilidad social empresarial para las 10 empresas más grandes de Colombia

Las empresas analizadas se encuentran a la vanguardia del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, de ahí que todas poseen una página en internet para informar y divulgar distintos aspectos de su quehacer empresarial, enfatizados en el mercadeo y la atención al cliente sin dejar a un lado aspectos como lo financiero, lo económico, lo social y lo ambiental.

De acuerdo a lo anterior, la empresa de telecomunicaciones COMCEL que representa el 10% de las empresas estudiadas, a pesar de poseer una página en internet no divulga sus acciones de responsabilidad social, el 90% restante cuentan con un enlace en su página de internet que permite identificar la RSE. Las diferentes denominaciones que las empresas le dan a este enlace son: responsabilidad social

empresarial, desarrollo sostenible, sociedad y ambiente, compromiso social, RSE, sostenibilidad, responsabilidad corporativa. Por su parte, Almacenes Éxito presenta un enlace denominado “Fundación” que le permite al usuario entrar en contacto con esta organización.

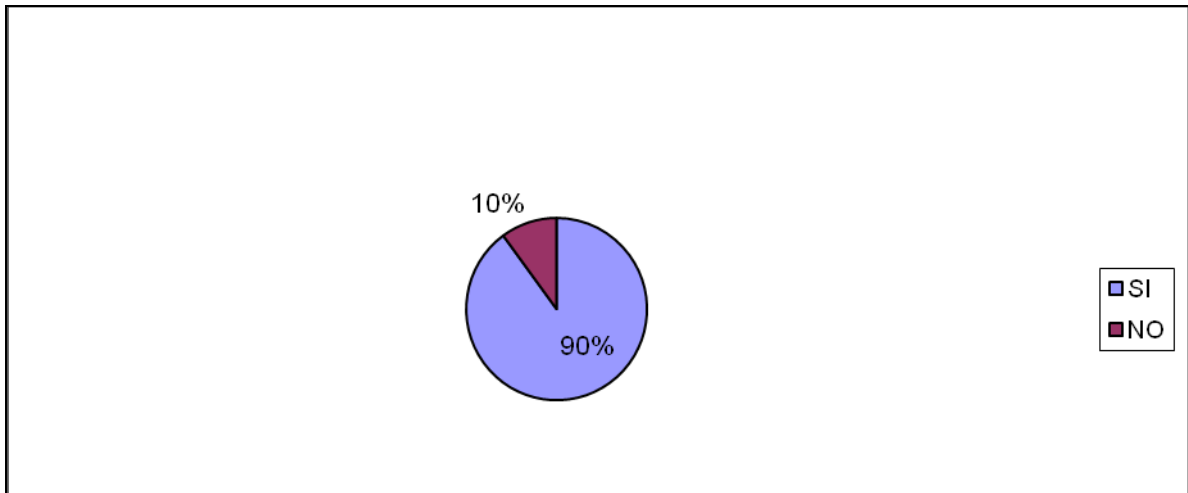


Figura 1. Existencia de Enlace Virtual para Informar la Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial va de la mano del concepto de desarrollo sostenible de la empresa y debe tener en cuenta la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés y la ejecución de unas estrategias organizacionales que redunden en el bienestar social de las comunidades, sin olvidar que las generaciones futuras necesitan un mundo en el cual vivir dignamente.

Es así como el 60% de las empresas en estudio se acercan a la conceptualización de la responsabilidad social empresarial, lo que permite encontrar algunos elementos comunes como: la práctica de principios y valores, el comportamiento ético en la manera de desarrollar el objeto social, el compromiso colectivo y voluntario, la responsabilidad de actuar como buen ciudadano y la identificación de los grupos de interés. Mientras el 40% representado por Almacenes Éxito, Comcel, Exxonmobil y Grupo Nacional de Chocolates en sus informes, no

evidencia claramente la definición del concepto de RSE. A continuación, se plantean los conceptos que manifiestan las empresas objeto de estudio:

Para el caso de Ecopetrol toma como definición la establecida por el Consejo Mundial de Negocios para el Desarrollo Sostenible (WBCSD por sus siglas en inglés) que considera a la responsabilidad social como el conjunto de prácticas, principios y valores que implican un compromiso de la empresa en tener un comportamiento ético y contribuir al desarrollo y calidad de vida de sus grupos de interés.

La Organización Terpel basa su responsabilidad social empresarial en el cumplimiento de objetivos referidos a la educación ya sea como crecimiento individual o colectivo pretendiendo de esta manera coadyuvar a la construcción de un país fortalecido en cultura y educación ciudadana.

Para el grupo empresarial Bavaria es una práctica gerencial que involucra los aspectos centrales del negocio, con aquellos que trascienden su actividad y se reflejan en la comunidad. Se logra a través del fortalecimiento de las acciones y programas así como con la implementación de nuevas estrategias que contribuyan al mejoramiento de todas las audiencias con las que tienen relación.

Para la empresa Telefónica Colombia la responsabilidad social significa un actuar en todas las actividades empresariales que se lleven a cabo con base en unos estándares éticos, siendo importante conseguir un equilibrio entre los resultados económicos y la gestión que desarrolla la empresa para obtenerlos.

El compromiso de actuar como buen ciudadano corporativo en todos los aspectos del negocio, constituye para la General Motors Colmotores el eje sobre el cual realiza sus actuaciones de responsabilidad social empresarial. Mientras la empresa trabaja para ensamblar y comercializar productos de excelente calidad que satisfagan las necesidades de los clientes, simultáneamente, actúa de una manera ética y

responsable en la gestión frente a sus grupos de interés; preocupándose siempre por la seguridad y el cuidado del medio ambiente.

Cementos Argos considera que la responsabilidad social se basa en una política de buena vecindad y colaboración con el bienestar común, generando procesos de compromiso y fortalecimiento con los grupos comunitarios, que les permita mejorar su calidad de vida. Trabajan para crear una cultura que realmente haga la diferencia en la sociedad, donde los empleados sean reconocidos por ser personas de bien, buenos ciudadanos y adonde quiera que lleguen sean un buen vecino, que apoya y fortalece a las comunidades que están alrededor. Su política de responsabilidad social de buena vecindad y colaboración con el bienestar común, genera procesos de compromiso y fortalecimiento con los grupos comunitarios que les permite mejorar su calidad de vida.

La reflexión relacionada con el concepto de responsabilidad social se reviste de importancia, ya que es el primer paso para establecer el camino a seguir con relación al compromiso que tienen las empresas con los grupos de interés, frente a sus actuaciones de carácter económico, social y ambiental, por esta razón la RSE es considerada como una práctica ya sea de carácter gerencial o integral, en donde se plantean desde su estrategia empresarial principios, programas y compromisos, teniendo como eje principal la ética en su actuar y comprometiéndose con el ser humano, la sociedad y el medio ambiente dentro de un marco de desarrollo sostenible. Reyno (2006) sustenta este planteamiento al considerar que la RSE:

“renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental...en el que los distintos grupos de interés, stakeholders, son el centro de atención esencial para la gestión” (p. 27)

Además cuando una empresa no tiene claro el concepto de RSE no cuenta con el horizonte adecuado para desempeñar su gestión y estrategia social. Esto conlleva a que las organizaciones equivocadamente realicen prácticas mal enfocadas que crean confusión entre lo que se entiende por responsabilidad, filantropía, buena imagen, ética o acción social. De ahí la necesidad de que el concepto nazca desde la misión, la visión y los valores empresariales con el objetivo de hacerlos prácticos cada día. (ComprometeRSE, 2009).

A manera de resumen se presenta las multiconcepciones del significado de RSE de las 10 empresas más grandes de Colombia:

EMPRESA	CONCEPTO
Ecopetrol	<p>Es el conjunto de prácticas, principios y valores que implican un compromiso de la empresa en tener un comportamiento ético y contribuir al desarrollo y calidad de vida de sus grupos de interés.</p> <p>Fuente: World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).</p> <p>Consiste en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los Grupos de interés, sus aportes y necesidades (Diagnóstico) • Apoyar programas importantes para los grupos de interés y para la empresa, involucrando a todos los interesados (Compromiso) • Generar credibilidad por ser confiable y consistente (Comportamiento Ético) • Asegurar resultados impactantes, preservando los recursos en el corto y largo plazo (Desarrollo y calidad de vida) • Divulgar los resultados a sus Grupos de Interés (Notificación)
Almacenes Éxito	No Define

<p>Organización Terpel</p>	<p>Los objetivos de la responsabilidad social empresarial son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contribuir a mejorar la educación ciudadana en el país tanto en las aulas como fuera de ellas a través del diseño e implementación de modelos de intervención. - Facilitar y promover la utilización de la ciudad, sus hitos, espacios e instituciones para fortalecer la educación ciudadana de los colombianos. - Servir de articulador para la vinculación de diversos actores públicos y privados, nacionales e internacionales al tema de la educación ciudadana en Colombia. - Participar y contribuir a la definición de metas, indicadores y estrategias para el mejoramiento de la educación ciudadana del país.
<p>Comcel</p>	<p>No define</p>
<p>Bavaria</p>	<p>Es una práctica gerencial que involucra los aspectos centrales del negocio con aquellos que trascienden su actividad y se reflejan en la comunidad. Los focos de atención se concentran principalmente en la generación de empleo, en el apoyo al deporte con énfasis social y en una mayor actuación de las comunidades aledañas a la plantas. También apoya la educación y la cultura.</p>
<p>Exxonmobil</p>	<p>No define</p>
<p>Telefónica Colombia</p>	<p>Una empresa responsable es aquella que se comporta de acuerdo a unos estándares éticos en todas las actividades empresariales que se desarrollan y que involucran los distintos grupos de interés. Por esta razón, para Telefónica Colombia, tan importante resulta conseguir buenos logros económicos, como la forma en que se gestiona el negocio para la consecución de los mismos.</p>
<p>GM Colmotores</p>	<p>Representa el compromiso de actuar como buen ciudadano corporativo en todos los aspectos del negocio. Mientras la empresa trabaja para ensamblar y comercializar productos de excelente calidad que satisfagan las necesidades de los clientes,</p>

	actúa de una manera ética y responsable en la gestión frente a empleados, accionistas, proveedores, distribuidores y comunidad; preocupándose siempre por la seguridad y el cuidado del medio ambiente
Cementos Argos	Se entiende como una manera ética y transparente de hacer negocios, de relacionarse con los grupos de interés de la compañía y de la búsqueda constante por la sostenibilidad como fuente única de verdadero progreso y desarrollo.
Grupo Nacional de Chocolates	No define

Cuadro No. 2 Definiciones de Responsabilidad Social Obtenidos de las Páginas de Internet de las Empresas en Estudio

Teniendo en cuenta las características de los conceptos anteriormente mencionados la RSE se podría definir como: el conjunto de prácticas, principios y valores que posee una empresa para desarrollar un comportamiento ético desde una óptica voluntaria y colectiva que le permite satisfacer en cierta medida las necesidades de los grupos de interés para desarrollarse de manera sostenible desde dimensiones económicas, sociales y ambientales.

2.2. Información sobre Responsabilidad Social Empresarial: Un Proceso en Evolución.

Respecto a la presentación de un informe de RSE independiente a los informes financieros, se pudo establecer que el 60% de las organizaciones presentan dicho informe el cual es de fácil acceso y descarga, el 20% lo hacen a través de las Fundaciones creadas para tal fin y el 20% restante que corresponde a las empresas Comcel (4 lugar) y GM Colmotores (8 lugar) no presentan informe, la primera no posee ningún enlace que lleve al usuario a obtener información sobre responsabilidad social empresarial y la segunda presenta en una página el concepto y los programas con los cuales pretende cumplir con este objetivo.

Las organizaciones que presentan detalladamente sus informes de responsabilidad social son: Ecopetrol (2008), el Grupo Empresarial Bavaria (Abril de 2007 a Marzo de 2008), la Exxonmobil (2007), Telefónica Colombia (2007), Cementos Argos (2008) y el Grupo Nacional de Chocolates (2008). Almacenes Éxito (2008) y la organización Terpel (2007), presentan el informe de responsabilidad social empresarial a través de su Fundación.

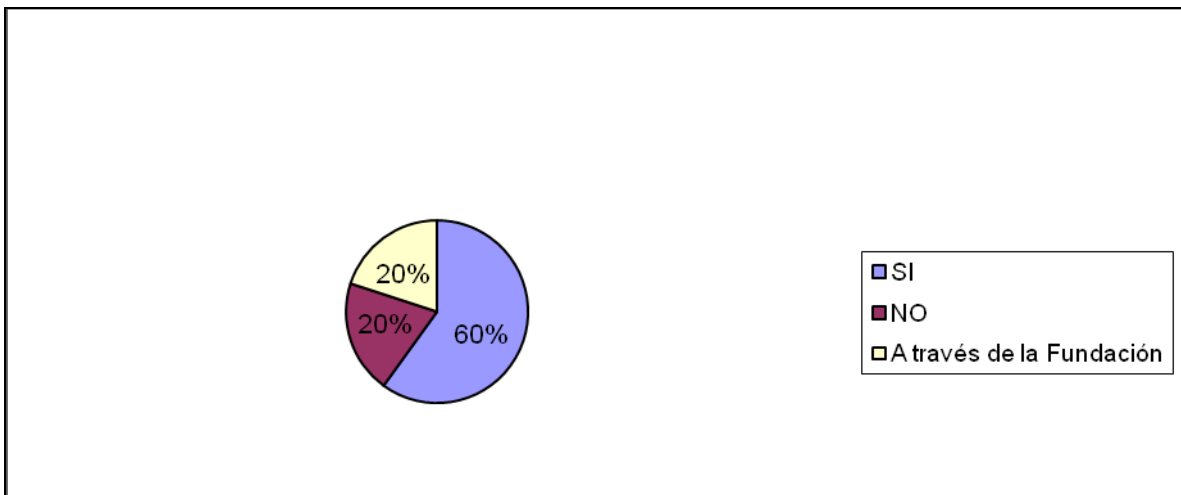


Figura 2. Empresas que Presentan Informe de Responsabilidad Social Empresarial

Ecopetrol permite a través de la página de Internet navegar fácilmente obteniendo información precisa a través de su enlace “Responsabilidad Social Empresarial”. En el Informe de RSE define como grupos de interés a inversionistas y accionistas; empleados, familiares y jubilados; clientes; proveedores; asociados; sociedad, comunidad y medio ambiente y el estado.

El modelo que aplica para desarrollar su RSE, expresado en su página web, consiste en “contribuir al logro de los objetivos de la empresa, mejorando la confianza en el largo plazo y respondiendo a las expectativas de sus grupos de interés” (Ecopetrol, 2009) por tal motivo ha creado una metodología propia acorde a las necesidades de información y divulgación de su acción social considerando los

aspectos económicos, sociales y ambientales, a través de la presentación de metas, cifras e indicadores los cuales permiten evidenciar la evolución del ejercicio de la RSE.

Ecopetrol siendo la primera empresa del país aplica la RSE desde diferentes programas como: oficinas de participación ciudadana, seguridad en infraestructura y derechos humanos, calidad de vida de los ciudadanos, calidad de combustibles, aporte en ciencia y tecnología, producción intelectual, programa bachilleres por Colombia, inversión social voluntaria en educación, infraestructura (vías, acueducto, alcantarillados y electrificación rural), salud, recreación y cultura, desarrollo económico, fortalecimiento institucional y comunitario, preservación ambiental y fortalecimiento de comunidades indígenas.

Además cuenta con programas transversales y corporativos como: reducción de la brecha tecnológica, dotación de bibliotecas públicas, apoyo a la atención de emergencias invernales en Dibuya y Puerto Salgar, mejoramiento de la calidad de educación, apoyo a la mejora del uso de regalías en siete municipios. En medio ambiente ejecuta programas denominados: cambio climático, programas de ecoeficiencia, emisiones atmosféricas, desarrollo de la estrategia de biodiversidad y planes de mejoramiento ambiental.

Por otra parte utiliza el sistema de voluntariado de sus trabajadores en el programa Ecopetrol Solidaria, a través del cual los incentiva para participar en acciones de sensibilidad y responsabilidad social, por medio de los convenios con dos fundaciones: Un techo para todos y Fundación dividendo por Colombia.

Por último, esta compañía, cuenta con cinco fundaciones: Fundación Ecopetrol para el desarrollo del Catatumbo "Fundescat", Fundación Ecopetrol para el desarrollo del Magdalena Medio "Fundesmag", Fundación Alto Magdalena "FAM", Fundación Amanecer, Fundación oleoductos de Colombia "ODC" por medio de las cuales: formulan, ejecutan y gestionan programas como: Proyectos de desarrollo socioeconómico, crédito individual y asociativo; formación social, organizacional, técnica

y empresarial; núcleos solidarios productivos – crédito rural individual; administración de recursos y proyectos, formación y asesoría empresarial a desplazados; capacitación y asesoría empresarial; capacitación para la participación comunitaria; desarrollo de proveedores; diseño de planes de manejo ambiental; prevención y mitigación de impactos negativos sobre el medio ambiente.

La Fundación Éxito es el nombre del enlace que permite identificar la RSE de Almacenes Éxito, en el se encuentra el informe del año 2008 de la responsabilidad económica y social, a través del cual presenta cifras y la evolución de su gestión social. Para su desarrollo implementó un tablero de gestión que permite la recolección de indicadores de cada uno de los proyectos en sus diferentes fases: al inicio del proyecto como línea base, los hallazgos obtenidos en seis meses de ejecución y los resultados al cumplir un año, lo que permite tener un monitoreo de los proyectos durante todo su proceso.

De acuerdo a su informe se puede deducir que su principal grupo de interés es la comunidad, con un mayor apoyo a la niñez desprotegida, para esto desarrolla programas de nutrición, recreación, educación, convivencia, salud y cultura a través de los cuales cubre el desarrollo integral de la primera infancia, la generación de conocimientos y las iniciativas de seguridad alimentaria.

Los recursos generados por la Fundación Éxito, además de los obtenidos de los accionistas de Almacenes Éxito, se gestionan a través del aporte voluntario de los clientes, los proveedores nacionales e internacionales, los empleados y aliados especiales como la Fundación estadounidense McMillan y la Fundación Antioquia Mia.

La Organización Terpel posee un enlace llamado “RSE”, a través del cual se puede obtener el Informe Anual del año 2007 de la Fundación Terpel, la cual fue constituida en el año 2003; considera su actuar desde lo económico y lo social y no cuenta con una metodología basada en un estándar, norma o guía planteada por los diferentes organismos emisores. Su grupo de interés, abstraído del informe es la

comunidad y basa su actuar social en la educación. Para este propósito cuenta con los programas denominados: salidas que enseñan ciudad y cultura ciudadana en el espacio público y ruta amarilla que enseña ciudad.

Para el desarrollo de su actuar gestiona a nivel nacional recursos con entidades como RCN radio, Avianca, Terpel, Corpovisionarios, Gazel, Posicionamos, la Policía Nacional, la Vicepresidencia de la República, el Ministerio de Educación Nacional y el Fondo de prevención de vías.

A nivel local gestiona recursos con las alcaldías de los municipios de Barranquilla, Bucaramanga, Floridablanca, Cali, Manizales, Medellín y Neiva; las Cámaras de Comercio de Barranquilla, Bucaramanga y Cali y entidades privadas de cada municipio entre otras.

El grupo empresarial Bavaria facilita la observación del informe utilizando el enlace “Desarrollo sostenible” cuyo periodo cubre abril de 2007 hasta marzo de 2008, el proceso de aseguramiento de la información lo ejecuta con base en los estándares ISAE 3000, AA1000/AS y la guía del Reporte Global (GRI) versión G3.

Considera aspectos económicos, sociales y ambientales a través de una política de responsabilidad social corporativa en la cual abarca un conjunto complejo de dimensiones de la empresa. Por otra parte la inversión social en la comunidad la desarrolla a través de la Fundación Bavaria.

La responsabilidad social corporativa refleja el cuidado con que producen y venden sus productos, reduciendo el impacto negativo sobre el medio ambiente, asumiendo un impacto positivo en la sociedad, en ésta define los grupos de interés tanto internos como externos. Los internos relacionados con Bavaria, se encuentran representados por el vicepresidente, los directores, y gerentes de la división de desarrollo sostenible y los de SABMiller, representados por la dirección regional de asuntos corporativos y la vicepresidencia de asuntos corporativos de Latinoamérica.

Los externos corresponden a: proveedores y asesores de comunicación; expertos en medio ambiente; instituciones gremiales; organizaciones multilaterales; comunidad; ONG; gobierno; medios de comunicación y la iglesia.

Cuenta con programas los cuales son creados con base en las siguientes diez prioridades de desarrollo sostenible: Desincentivar el consumo irresponsable de alcohol, producir más cerveza utilizando menos agua, reducir la huella energética y de carbono, fomentar la reutilización de empaques y el reciclaje, trabajar para que las operaciones tengan cero desperdicios, tener cadenas de suministros que reflejen los valores y compromiso con el desarrollo sostenible, traer beneficios a las comunidades en las que operan, contribuir a la reducción del VIH /SIDA dentro del área de influencia de la empresa, respetar los derechos humanos y ser transparentes al informar sobre el progreso con las prioridades de desarrollo sostenible.

El grupo empresarial Bavaria posee la Fundación Bavaria desde el año 2005, creada como entidad sin ánimo de lucro con el fin de ejecutar y promover programas de desarrollo social y ambiental en beneficio de las comunidades en las que opera, teniendo en cuenta que las necesidades normalmente son mayores que la capacidad que tiene la empresa para satisfacerlas.

La Exxonmobil Colombia, no presenta un informe de RSE exclusivo para nuestro país, en el enlace "Community and society" ubicado en la página web <http://www.exxonmobil.com>, presenta su informe a nivel mundial denominado "2008 Corporate Citizenship Report" (Reporte de Ciudadanía Corporativa 2008) dentro del cual se hace evidente la ausencia de Colombia es sus estrategias y proyectos de RSE. Sin embargo, en él plantea, que enfrentar el reto de sostenibilidad es el objetivo clave de la estrategia de ciudadanía corporativa, por lo cual se debe equilibrar el crecimiento económico, el desarrollo social y la protección ambiental para que las generaciones del futuro no estén en desventaja por acciones de las decisiones que se toman hoy.

Describen el reto de la sostenibilidad a través de seis áreas de enfoque ciudadano que son: gobierno corporativo que permite el manejo de operaciones globales seguras, confiables y éticas a través de sistemas de gestión implementados globalmente; seguridad y salud por medio del cual protege la seguridad de empleados, contratistas, clientes y el público en general; rendimiento ambiental con el que se compromete a realizar negocios en el mundo de una manera que proteja el medio ambiente; manejo de los riesgos del calentamiento global como estrategia para reducir los gases de efecto invernadero de las operaciones y del uso de los productos por parte de los clientes; desarrollo económico que busca crear beneficios de largo plazo tanto económicos y sociales de sus proyectos y por último derechos humanos y seguridad cuyo objetivo es promover el respeto por los derechos humanos como parte esencial de un ambiente de negocios estable.

Considera como grupos de interés los gobiernos de 38 países, las comunidades y ONGs en 34 países, dos millones y medio de accionistas, siete millones diarios de clientes, 175.000 proveedores y 80.000 empleados en 80 países. Su reporte es producido de acuerdo con La Asociación Internacional de la Industria Petrolera para la Conservación del Medio Ambiente/Instituto Americano de Petróleo (IPIECA/API por sus siglas en inglés) Guía para el Reporte Voluntario de Sostenibilidad de la Industria Petrolera y Gas Natural (Abril 2005.) y los indicadores definidos en la Guía del Reporte de Sostenibilidad versión 3.0 G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI)

Telefónica Colombia posee un enlace llamado Responsabilidad Corporativa en donde presenta su informe del año 2007 considerando su actuar desde lo económico, lo social y ambiental. Para su realización cumple con los principios de la Guía GRI versión G3 según un nivel de A+ los cuales son verificados por la firma Ernest & Young por una parte y la norma AA1000 por otra. Siguiendo la metodología GRI presenta metas, indicadores y cifras que permiten visualizar la evolución de la RSE y sus retos para el próximo año.

Los grupos de interés para Telefónica son las comunidades locales, clientes, empleados, accionistas, sociedad, proveedores y líderes de opinión con los que desarrolla programas basados en tres ejes: satisfacción del cliente, clima laboral y medio ambiente.

Telefónica Colombia contribuye a cerrar la brecha digital y a fomentar la accesibilidad de los productos y servicios a través de los programas de inclusión digital, protección al menor, buen uso de las TIC y las TIC y el progreso; constituyendo lo anterior como una política de desarrollo responsable que impulsa actividades para mejorar el uso de las herramientas informáticas y la tecnología, involucrándose directamente con el crecimiento del país.

Por otra parte la empresa cuenta con la Fundación Telefónica cuyo fin es recrear un mejor país para los niños y niñas de Colombia, por esta razón desarrolla programas como: Educared, Proniño, Debate y Conocimiento, Voluntarios y Arte y Tecnología.

La GM Colmotores, consolida su compromiso social a través del enlace llamado “Responsabilidad Social”. Teniendo en cuenta que no presenta un informe de RSE, en su página web, informa los programas con los cuales desarrolla su acción social y ambiental. Estos son: el voluntariado GM Plus, proyectos educativos, generación de empleo, donaciones a la comunidad para el desarrollo de proyectos sociales y comunitarios que contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones marginadas y colabora junto con otras entidades en un modelo de gestión para la competitividad de los proveedores de la industria automotriz.

Igualmente la GM Colmotores realiza donaciones económicas y en especie a la comunidad, para el desarrollo de proyectos sociales y comunitarios que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida de poblaciones marginadas ofreciéndoles especialmente alternativas de educación y generación de empleo

Cementos Argos denomina “Sostenibilidad” al enlace usado para presentar el Informe de Responsabilidad Social Empresarial con corte al año 2008 considerando aspectos sociales, económicos y ambientales. Para su realización se han adoptado conceptos e indicadores de la Guía GRI y también del pacto global. En su presentación se observan los valores invertidos en cada uno de los proyectos sin existir referencia al cumplimiento de metas propuestas o indicadores.

Los accionistas, proveedores, clientes, trabajadores, jubilados, comunidades y el Estado, son considerados por Cementos Argos como grupos de interés, desarrollando programas en 37 municipios en tres líneas de intervención: infraestructura educativa, infraestructura comunitaria y autoconstrucción de vivienda de interés social con las que cubre temas como la educación, la vivienda, la promoción del liderazgo y desarrollo comunitario, la gestión ciudadana, proyectos productivos, fortalecimiento de la cultura y voluntariados a través del cual se involucra a los empleados de la compañía en el desarrollo social del país. Presenta además sus compromisos internacionales con países como Haití, Panamá, República Dominicana y Estados Unidos.

Cementos Argos cuenta con la Fundación Argos que contribuye al desarrollo social de las comunidades que viven cerca de los centros productivos con la colaboración de entidades públicas y privadas de las 410 poblaciones que atienden.

El Grupo Nacional de Chocolates posee un enlace llamado “Responsabilidad Social” a través del cual presenta un informe de sostenibilidad para el año 2008 considerando aspectos económicos, sociales y ambientales. Para este año se acogen por primera vez a la metodología GRI en el cual presenta como grupos de interés a los proveedores, clientes y consumidores, accionistas, estado y comunidad.

Presenta su gestión desde dos líneas; con los colaboradores y sus familias, ejecuta programas de desarrollo humano, salud ocupacional, bienestar humano, éxito innovador y mejoramiento del clima organizacional; con la comunidad, los programas

desarrollados son: nutrición y salud, educación, generación de ingresos y emprendimiento, apoyo al arte y a la cultura entre otros proyectos sociales.

Conclusiones

El concepto de responsabilidad social ha ido evolucionando a través de los tiempos en la medida en que las empresas de la mano de sus propietarios o accionistas han tomado conciencia en lo relacionado con el desarrollo sostenible, que implica un crecimiento de tipo económico que a su vez permita el mejoramiento de las condiciones y calidad de vida de los grupos de interés permitiendo preservar el medio ambiente para las futuras generaciones.

Son diferentes las fases por las que atraviesan las empresas en el momento de convertirse en socialmente responsables, en primera instancia lo hacen de una manera defensiva con el fin de evitar ataques a su reputación; posterior a esta etapa viene un proceso de cumplimiento de las exigencias legales por parte de los consumidores y la comunidad en general lo que ocasiona que la empresa avance hacia el desarrollo de gestiones con un mayor nivel de voluntad y conciencia en la ejecución de sus prácticas.

Esto permite observar que la RSE es un factor de competitividad a través del cual el negocio puede sostenerse en el tiempo, conllevando de esta manera a involucrar el concepto, dentro de su estrategia empresarial pasando así a otro nivel. Por último las empresas toman la RSE como una política integral en donde confluyen todos los actores para construir un bienestar social.

Según el análisis realizado, se observa que cada una de las empresas objeto de estudio están pasando o han pasado por las diferentes etapas que permite que una empresa llegue a ser socialmente responsable desde un enfoque integral, en donde se rescata la responsabilidad con sus grupos de interés de una manera permanente, con un carácter sistemático por considerar las acciones socialmente responsables como permanentes en el tiempo desde una dimensión ética. (Reyno, 2006). Esto se destaca al observar las grandes diferencias existentes entre la información presentada por Ecopetrol y Comcel. Con la primera se puede considerar que está llegando a una visión integral de la RSE mientras que la segunda no ha iniciado su proceso.

En Colombia, de las 10 empresas más grandes clasificadas así por sus ventas, seis de ellas informan sus gestiones de responsabilidad social empresarial, estas son: Ecopetrol, el Grupo Empresarial Bavaria, Exxon Mobil, Telefónica Colombia, Cementos Argos y el Grupo Nacional de Chocolates; dos, lo hacen a través de sus fundaciones es el caso de Almacenes Éxito y la Organización Terpel. En el caso de GM Colmotores, cuenta con un enlace en su página de Internet en la que informa que son socialmente responsables pero no lo realizan a través de la presentación de un informe de RSE que permita establecer realmente cuales son los impactos que causa en las comunidades en las que desarrolla su actividad.

La responsabilidad social empresarial debe ser desarrollada en todos los niveles, ya sean grandes, medianas, pequeñas y microempresas, pero son las grandes empresas del país, apoyadas por las diferentes organizaciones, las llamadas a ser pioneras de estos procesos, no se puede seguir confundiendo el significado real del concepto de responsabilidad social con el de filantropía, o pretender mejorar los índices de reputación con solo decir que son socialmente responsables, ésta se debe desarrollar a través del establecimiento de la RSE como estrategia de competitividad con políticas, programas, proyectos que a través de cifras, indicadores y metas permitan medir y evaluar las gestiones de carácter social. De esta manera los informes de RSE dejen de ser documentos aislados y generados de acuerdo a las concepciones que cada una de las empresas tienen respecto al tema y su presentación.

La Fundación Éxito ha desarrollado una metodología a la que ha denominado "Tablero de Gestión" que permite la recolección de indicadores de cada uno de los proyectos en tres fases por medio del cual monitorea el cumplimiento de las metas propuestas. Ecopetrol ha desarrollado una metodología a través de la cual establece compromisos con los grupos de intereses soportados por objetivos dentro de un marco de cultura y liderazgo organizacional, en donde se refleja coherencia en el actuar con el fin de mostrar resultados a los diferentes interesados de manera autoregulada. La Fundación Terpel presenta su información por cada programa y la inversión realizada ya sean por sectores o ciudades intervenidas.

El grupo empresarial Bavaria, la petrolera Exxonmobil, Telefónica Colombia, Cementos Argos y el Grupo Nacional de Chocolates, se apoyan en la propuesta de la Guía de la Iniciativa de Reporte Global “GRI” versión G3 para desarrollar sus informes de sostenibilidad o de responsabilidad social, por tal motivo es importante que las demás empresas adopten o adapten las diferentes directrices, guías, modelos, estándares o metodologías que facilitan informar de una manera coherente, útil, comparable y verificable las gestiones de responsabilidad social que realizan las diferentes organizaciones.

Los alcances de la RSE de las 10 más grandes empresas se hacen desde diferente visiones; algunas realizan un ejercicio filantrópico a través de la creación o el aporte a Fundaciones considerando que cumplen con la RSE, de igual manera con la intención de crear una cultura de responsabilidad social hacen participes a trabajadores o clientes para que con sus contribuciones en dinero o trabajo social coadyuven al cumplimiento de los programas, por ellas planteadas.

Para que en Colombia se avance significativamente en el concepto de RSE es necesario que las organizaciones se concienticen que esta no solo significa ayudar a los demás, sino que debe tener una visión integral obedeciendo a unas claras directrices establecidas en su misión organizacional y que su resultado debe ser divulgado a través de informes de RSE, que cumplan con ciertos requisitos en donde se pueda establecer la política de responsabilidad social con la definición del concepto previamente concertado, la identificación de los grupos de interés, el diagnóstico de las necesidades y expectativas, el planteamiento de los programas desarrollados, los indicadores, el establecimiento previo de metas, y la evaluación objetiva de las mismas, las cifras invertidas y el impacto generado, así como también deben buscar las medidas que permitan asegurar que la información se ha manejado de una manera ética y transparente.

Bibliografía

- Berbel Giménez, G., Reyes Gómez, J. D. y Gómez Villegas, Mauricio. (2007). La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información. *Revista Innovar : Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 29 (17), 27-47
- Centro Colombiano de Responsabilidad Social (CCRE). (2009). *Quienes Somos*. Extraído el 30 de abril, 2009 de <http://www.ccre.org.co/quienes.asp>
- ComprometeRSE. (2009). *Gestión en Responsabilidad Social Empresarial*. Extraído el 30 de mayo, 2009 de <http://www.camamed.org.co/rse/comprometerse/rse/estrategias/e01.htm>
- Las 10 Empresas más Grandes de Colombia. (2008, Abril 26). *Revista Semana*, p. 135
- Exxonmobil. (2008). *2008 Corporate Citizenship Report*. Extraído 20 de abril, 2009 de http://www.exxonmobil.com/Corporate/Imports/ccr2008/pdf/communityccr_2008.pdf
- Karakatsianis, J. (2008, Septiembre). *Responsabilidad Social Empresarial*. Conferencia presentada en la Universidad Mariana, Pasto, Colombia.
- Libro Verde. (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas: Libro Verde*. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas.
- Reyno Momberg, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial RSE como ventaja competitiva*. Tesis de Maestría para optar al título de Magister en Gestión Empresarial, Departamento de Industrias Universidad Técnica Federico Santa María, Chile.

Anexo A. Aspectos a tener en cuenta en las páginas web de las empresas

1. Existencia en la página de internet de la empresa de un vínculo para identificar la RSE
2. Nombre que la empresa le da a la RSE
3. La definición que la empresa plantea sobre la RSE
4. La creación por parte de la empresa de una fundación para desarrollar la RSE
5. El informe de responsabilidad social se presenta de manera independiente al financiero
6. Último año al que corresponde el informe
7. Consideración de los aspectos económicos, sociales y ambientales en el informe de RSE
8. Descripción de la metodología empleada por la empresa en la realización del informe de RSE
9. Descripción de los grupos de interés en el informe de RSE
10. Información relacionada con los programas que realiza la empresa para desarrollar la RSE
11. El informe de RSE contiene metas, cifras e indicadores.

BIODATOS

LILIANA RUIZ ACOSTA

Contador Público y Especialista en Ciencias Fiscales y Tributarias de la Universidad Mariana

Estudiante de la Maestría en Gestión Empresarial en la Universidad Libre – Seccional Cali.

Docente Investigadora del programa de Contaduría Pública de la Universidad Mariana
Integrante del Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas de la Universidad Mariana

Integrante del Comité que le permitió obtener al programa de Contaduría Pública la Acreditación de Alta Calidad

Dirección: Manzana D Casa 8 Villa Campestre.

Ciudad: Pasto-Nariño

Teléfono: 7315069 – 3002657281 -3206899765

Correo electrónico: liruac@yahoo.com

LUIS ANDRES MAYA PANTOJA

Contador Público y Especialista en Ciencias Fiscales y Tributarias de la Universidad Mariana

Estudiante de la Maestría en Gestión Empresarial en la Universidad Libre – Seccional Cali.

Docente Investigador del programa de Contaduría Pública de la Universidad Mariana
Integrante del Comité Curricular del programa de Contaduría Pública

Integrante del Comité que le permitió obtener al programa de Contaduría Pública la Acreditación de Alta Calidad

Dirección: Manzana 8 Casa 7 Parque Residencial Santa María

Ciudad: Pasto-Nariño

Teléfono: 3206970765

Correo electrónico: maya_7601@hotmail.com