

Responsabilidad Social Empresarial

(D. A. Santander Prieto)

davidsantander@usta.edu.co. David Alejandro Santander, Facultad de Ingeniería Civil, Universidad Santo Tomás.

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial (a partir de ahora como RSE) ha ido cobrando importancia en las décadas de los 80 y los 90; sin embargo, hasta hace unos 15 años ha tenido una gran aceptación mundial y ha formado un espacio dentro de la estructuras empresariales, generando un cambio desde la base de las empresas como fuera de la organización creando una cultura de RSE, independiente de su objetivo social y de su tamaño. Usar las bondades de la RSE como una propuesta provechosa en un sector tan particular como es la construcción, dado que es dinámico y genera un impacto en el crecimiento económico de cada país por las siguientes razones: incremento de producto interno bruto, interacción con casi todas las actividades económicas y utilización de mano de obra. Para esto se sugiere seguir la ideología en la que la empresa tiene cabida en la parte social y ambiental. Enfocándolos en los lineamientos, valores y principios que ofrece la organización para generar un marco práctico para elaborarlas donde se incluyen y analizan con detenimiento los problemas sociales, en temas como: derechos humanos, medio ambiente, trabajo y lucha contra la corrupción. Demostrando la responsabilidad social como complemento de la información financiera.

Palabras clave – Responsabilidad Social Empresarial (RSE), grupos de interés, desarrollo sostenible.

ABSTRACT

Corporate social responsibility (from now as CSR) has been gaining importance in the decades of the 80s and 90s, but until about 15 years ago has had great worldwide acceptance and has created a space within the business structures generating a change from bases companies and outside the organization by creating a culture of CSR, regardless of their social purpose and size. Use the benefits of CSR as a profitable proposal in such a particular sector is the construction, since it is dynamic and has an impact on economic growth in each country for the following reasons increase in gross domestic product, interaction with almost all economic activities and use of labor. For this it is suggested to follow the ideology in which the company has no place in the social and environmental aspects. Focusing them on the guidelines, values and principles offered by the organization to generate a practical framework to develop them where are listed and carefully analyze social problems, on topics such as human rights, environment, labor and anti-corruption. Demonstrating social responsibility to complement the financial information.

Keywords – Corporate Social Responsibility (CSR), stakeholders, sustainable development.

I. INTRODUCCIÓN

"La globalización es una interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada de generalizada de tecnología" Fondo Monetario Internacional (FMI) [1], se puede señalar que en la actualidad no existe un área de conocimiento que no esté vinculada, directa o indirectamente al tema de globalización, esto ha unificado todos los campos de actividad humana generando pluri-dimensionamiento, volviendo más sensible a posibles desequilibrios económicos, sociales y territoriales, afectando indicadores como el empleo, la balanza comercial, la inversión y otros.

Dentro del actual contexto globalizado las empresas tienen un protagonismo no solo en la parte económica sino también en la política cobrando especial relevancia, pero primero para poder desarrollar el tema, vamos a conocer la literatura internacional sobre las responsabilidades sociales empresariales, se encuentran 2 posiciones claramente diferenciadas que entran en conflicto entre sí. La primera sigue los conceptos que emitió Milton Friedman (1970), impulsador del neoliberalismo y quien impulsó la separación de los negocios y la sociedad. Con esto en mente la única responsabilidad que podría tener una empresa es con sus accionistas, y algo meramente centrado en el rol económico, haciendo declaraciones acordes "los empresarios que creen que la empresa tiene una conciencia social y toman en serio sus responsabilidades de generar empleo, eliminar la discriminación y evitar la contaminación, predicando el socialismo puro"[2] dejando claro que los problemas sociales conciernen únicamente a los gobiernos, aclaran que el único compromiso de las compañías hacia la parte social es un aporte económico que se le otorga al estado para que administre y solucione los problemas sociales, defiende su pensamiento poniendo como ejemplo si dado el caso llegara a existir una intervención por parte de las empresas esta generaría una irresponsabilidad al disminuir las utilidades de los accionistas, su posición por velar por el bienestar privado generando más riquezas centrándose únicamente en el proceso de generación de servicios

La segunda posición que resalta que las empresas deben ser proactivas dentro de su protagonismo meramente económico para extenderse a una parte social [3], primeramente se deja claro las responsabilidades

económicas que generan las organizaciones hacia sus acreedores y las responsabilidades legales según las normativas vigentes, una vez demarcada la parte económica de las organizaciones, se abrió espacio de tratar los temas de sociedad y ambiente, generando así compromisos socio-ambientales desde la organización dando la creación de la responsabilidad social empresarial donde sus cimientos trabajan bajo los conceptos la economía, sociedad y medio ambiental.

Las organizaciones a través del tiempo han abarcado un protagonismo importante durante el desarrollo económico, a consecuencia de esto las organizaciones se volvieron más visibles lo que quiere decir que al tomar una decisión correcta o incorrecta alcanzaba a impactar a las partes socio-ambientales de los países en los que se desarrollaban, sumado a una ideología centrada al beneficio económico, generó malestar a ciertos grupos interrelacionados [5], el papel de las organizaciones fue cuestionado dentro de la globalización, dado que el modelo que se venía manejando bajo una concepción caducada que bien viene siendo cierto seguía operando ha generado una polarización, aumento de la pobreza, desigualdades sociales, violación de derechos humanos, contaminación ambiental, corrupción, cuestionamiento de la ética en las organizaciones, entre otros. Como resultado las intervenciones de los organismos internacionales han propuesto normas para regular el comportamiento de las organizaciones representado por una frase "globalización con cara humana"[6], por otro lado este mal manejo generó que diferentes grupos sociales hayan encontrado formas para incidir en el terreno de las decisiones corporativas para no recurrir en el mismo error.

Una vez propuesto los reglamentos que rigen a las organizaciones se genera un nuevo concepto, empresa como instancia Promotora del desarrollo social, refiriéndose a su relación y a el apoyo que esta le genera a la sociedad no por solo su presencia dentro de una comunidad si no también generando empleo y un uso de recursos de manera más responsable al transformarlas como materias primas, dando así cabida a nuevos contenidos de los conceptos y estrategias para el cumplimiento de nuevos compromisos adquiridos.[7], generando espacios para nuevos modelos de empresa, nuevos manejos, nuevas proyecciones.

¿Qué papel juegan los grupos de interés?

Los Grupos de Interés se definen como todos aquellos grupos que se ven afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de éstas (Freeman, 1983)[8], se puede señalar que, los grupos de interés La responsabilidad social empresarial tiene como principio los derechos humanos dado que hoy en día los derechos humanos son una parte intrínseca de las buenas prácticas de (RSE) atendiendo los diferentes ámbitos, entornos y campos donde se aplica, hacia la comunidad en la que se opera entendiéndolos como grupos de interés (Tabla 1).

Comportamiento Corporativo	Acción Económica	El impacto económico de la compañía a nivel local, regional, nacional y/o supranacional.
	Acción Social	Implicación de la compañía en temas sociales, incluyendo los derechos humanos en el trabajo.
	Acción medioambiental	Implicación de la compañía en temas medioambientales.
Ética Corporativa	Gobierno Corporativo	La gestión ética y transparente en el gobierno de la empresa.
	Ética de Negocio	La producción y comercialización ética de los productos y servicios de la compañía.
Relaciones Corporativas		Las vinculaciones establecidas con los diferentes públicos de la compañía.
Política de Ciudadanía Corporativa		Los compromisos, estrategias y prácticas operativas para el desarrollo, evaluación y control de la realización de los tres aspectos anteriores.

Tabla 1: Componentes de la ciudadanía Corporativa (Capriotti y Moreno, “2005).

Los grupos de interés en el entorno actual se han extendido y tienen más poder para influir en las organizaciones, gracias al potencial que genera la comunicación a las que tienen acceso, la facilidad de obtener información y su capacidad de respuesta, esto genera que las organizaciones estén condicionadas a los intereses de los grupos de interés, las organizaciones que quieren llegar a ser sostenibles tienen que anticiparse e implicar al grupo de interés para identificar, interpretar y tomar acciones referentes a la sostenibilidad y generar un plan estratégico.

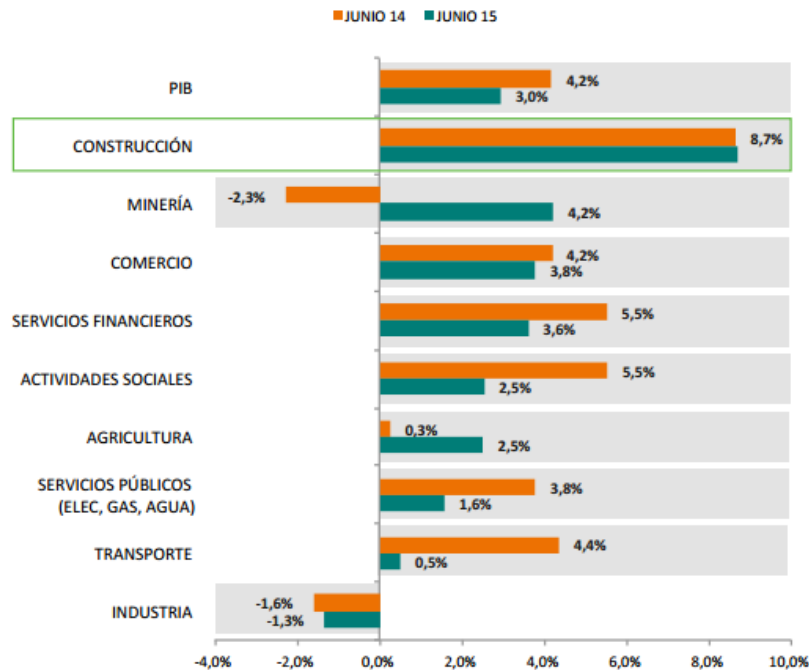
El éxito de la responsabilidad social sostenible radica en la estrategia empresarial con la implicación de grupos de interés generando efectos positivos dentro y fuera de la organización donde sin duda el foco del grupo de interés está en los clientes y consumidores [9]. Creando una influencia directa y favorable sobre la apreciación del consumidor, producir utilidades no equivale necesariamente a producir bienestar para todos. Con lo cual la ideología centrada en la economía es fuente de beneficio social tampoco es cierta, los capitalistas dentro del siglo xxi no es suficiente ser exitoso en los negocios, tienen que incurrir a

la parte social para generar aceptación, además de la creciente sensibilidad de los consumidores hacia las prácticas de la (RSE) dando cabida a la marginación del producto, un estudio realizado por MORI (2004) para el Institute of Public Relations en el Reino Unido, señala que más del 75% de los consumidores a la hora de valorar una compra consideran importante el grado de responsabilidad social de las empresas; casi el 90% de los empleados considera que su empresa debería ser responsable socialmente; el 40% de los analistas e inversores consideran importante al evaluar a las empresas que una compañía sea responsable y más del 50% de los periodistas y editores consideran importante la responsabilidad social a la hora de juzgar a las empresas.

II. SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

Se hace necesario tomar algunos elementos de la evolución conceptual y llevarlos a los sectores económicos, uno de los sectores que tiene más relevancia en la comunidad es la construcción (figura 1), es un sector multidisciplinario gracias a su divergencia y su mutualismo con los demás sectores. Primero porque contribuye al producto interno bruto (PIB) de un país, segundo interactúa con otras industrias impulsando la economía y tercero es un sector el cual es un gran generador de empleo directo e indirecto.

Figura 1. Variación PIB grandes ramas II Trim 2015



Fuente: DANE – cuentas Nacionales Elaboración Camacol Departamento de Estudios Económicos

La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tiene una empresa o una organización para asegurar el crecimiento de los sectores económicos, sociales y ambientales, para cumplir los objetivos se tienen que trazar estrategias, para poder enfocarnos más en nuestro tema, primeramente se debe comprender el sector, el código sustantivo del trabajo nos sugiere una definición, se entiende como “*obras o actividades de construcción las que tiene por objeto construir cualquier clase de casas o edificios y las inherentes a esa construcción, excepto su conservación o reparación; y por valor de la obra o actividad, el valor de su presupuesto o de su costo total estimado pericialmente*” [10], ahora bien una vez definido nuestro sector, vamos a mirar porque aplicar la RSE dentro del sector de la construcción, se identificó una serie de problemas importantes que comparte el sector de la construcción:

- Existe un nivel rotacional de personal alto
- Escasa capacitación laboral

- Bajos incentivos y falta de políticas del mismo
- Falta de interacción social con las comunidades
- Falta de manejo ambientales

Creando la necesidad de mejorar estos aspectos sociales y ambientales, dado que gracias a estos problemas dentro de las empresas pueden afectar no solo a los grupos de interés si no la actividad económica en sí, respectivamente se presentan los problemas generados por esos aspectos:

- Le genera a la empresa perdida monetaria al capacitar nuevos trabajadores que inicialmente, tampoco cumplen con los rendimientos esperados por los cargos.
- La falta de capacitación, genera bajos rendimientos y una alta posibilidad de riesgo para no cumplir de una tarea o trabajo.
- La falta de incentivos genera un grado alto de rotación, la falta de estímulos hacen que precisamente siempre estén inconformes y estén en

busca de trabajo.

- Las relaciones sociales hacia las comunidades se basan en la confianza y el entendimiento para solución de problemas, la ausencia puede resultar en comunicaciones ineptas dando cabida a errores.
- Falta de manejo ambientales pueden generar multas a las empresas mayor costo de producción y rechazo frente a ciertos grupos sociales.

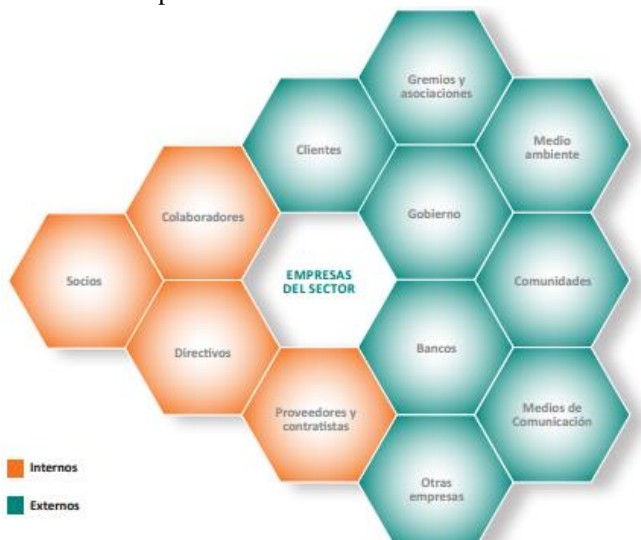
Por esta razón el gremio que cobija las empresas constructoras en Colombia “Cámara Colombiana de la construcción Camacol” lo que busca es promover y exaltar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el sector, incentivando que las empresas inicien programas a favor de la comunidad en la que se mueven usando diferentes líneas de acción, así lo expresa la visión la identidad.

“liderar el desarrollo urbano responsable y sostenible, la disminución del déficit de vivienda y la proyección del sector hacia nuevas oportunidades de negocio”

Camacol, 2016

Los grupos de interés de las empresas constructoras se dividen en internos y externos, en los internos tenemos a los directivos, colaboradores, proveedores y contratistas. En los grupos externos tenemos a los clientes, gremios empresariales, asociaciones, gobiernos locales y bancos. Tenemos también otro grupo que no participan directamente con la compañía pero llegan influir de manera importante en las corporaciones lo son los frentes ambientales, comunidades sostenibles y los medios de comunicación.

Grafico 2: Grupos de interés



Fuente: Estudio de percepciones de reputación corporativa Portex-

Camacol Bogotá & Cundinamarca, modificación DEE CAMACOL

Las motivaciones que encuentran en las organizaciones para llevar a cabo actividades de responsabilidad social, la principal motivación que se encontró fue el aporte que puede llegar a realizar a la sociedad, también se encontró que es el cumplimiento de las exigencias realizadas por los órganos de control, obligaciones morales, estrategia competitiva de la empresa, costumbres operativas y comerciales y se encontró que existe una baja motivación por las exigencias en mercados internacionales y presión del a competencia.

III. ENTORNO

La estructura organizacional de las firmas define el desarrollo de las actividades, dependiendo el modelo de gestión a la que la organización se quiera enfocar, con esto en mente una empresa puede obtener beneficios, mientras que en otras no, en este punto es muy importante como se comporta la empresa frente a su entorno y como lo afronta a través de su estructura, si se genera un compromiso y actitud en las firmas dentro del sector, se puede explorar diferentes potenciales creando modelos más eficientes, para ellos es importante generar incentivos sobre sus empleados para la mejora continua de las habilidades creando un beneficio mutuo entre empresa-empleado.

Entorno ambiental

Durante el desarrollo de la construcción los recursos naturales son el punto clave, sin embargo es una actividad que tiene un consumo elevado dado a su impacto, esto tiene repercusiones fuertes frente a impactos ambientales, el agua es un recurso vital, este sector consume el 14% del consumo de agua potable, produce desechos del 30%, una emisión de 49% de las emisiones del CO2 del uso de las materias primas, 50% de uso energético y 72% del consumo de electricidad.

Teniendo en cuenta que realmente es un sector muy perjudicial para el medio ambiente se quiere promover las edificaciones sostenibles dándoles una guía “Guía de construcción sostenible para el ahorro de agua y energía en edificaciones” para facilitar adaptación de estos y mitigar el impacto ambiental derivado de la construcción y uso de edificaciones.

Bajo los aspectos propuestos por la IFC sobre el desarrollo de modelos sostenible, tenemos en cuenta:

Eficiencia energética; a través de diseños arquitectónicos reduciendo las instalaciones artificiales para el enfriamiento, la calefacción y la iluminación.

Eficiencia hídrica, reducir la dependencia del agua usando los conocimientos de cosechas de aguas lluvias, reciclaje de aguas grises y negras.

Uso de materiales de construcciones de baja energía, se refiere a aquellos que necesitan poca energía para la extracción, procesamiento y transporte, también teniendo en cuenta materiales rápidamente renovables o con algún contenido de reciclaje.

Sostenibilidad del lugar y entorno, nos referimos a la no interferencia con fuentes hídricas, aspectos urbanos de altura de edificaciones y la relación de espacios públicos.

Entorno tecnológico

La inversión a investigación y tecnología se ha convertido en un punto fuerte, nos impulsa a ser más eficiente en la realización de los procesos productivos, creando así una economía en escala, un cambio en este punto generar un efecto multiplicador que afecta la estructura de la producción, así en el gremio de la construcción se necesitan de 3 grandes procesos.

Proceso operacional, en este punto lo primero es hacer una inversión en el proyecto que va de manera simultánea en el diseño y construcción, con la que una vez se tiene un equilibrio se obtienen los permisos de construcción.

Proceso constructivos, en este punto se aplica el esquema de preventa en la comercialización de los proyectos con el objetivo de asegurar la ejecución de las obras, desde ese punto la fase constructiva inicia cuando se alcanza el punto de equilibrio es decir cubrir los gastos fijos.

Proceso de soporte, se entiende por la gestión personal, al aprovisionamiento de los insumos, gestión tecnológica, fiscalización, y temas relativos a la norma y regulación que apliquen.

Entorno Ocupacional

En este punto lo que se quiere lograr mirar es caracterizar a las personas que interactúan con las actividades dentro del gremio de la construcción también mirar las necesidades de formación básica, técnica y profesional para poder estar al margen de la productividad y eficiencia.

Las empresas encuentran especial inconformidad dado que tiene una gran dificultad para encontrar personas calificadas y esto es gracias a insuficiencias y carencias competitivas laborales por falta de programas de formación que no siempre cumple con las necesidades del gremio.

IV. CONCLUSIONES

En el sector de la construcción no existe un solo planteamiento unificado de la RSE, este concepto de empresarios es aún muy global, lo que puede generar conflictos al momento de una contextualización de la RSE en el sector.

La aplicación de la RSE es una estrategia que permite las empresas aproximarse al mercado y sociedad, generando un valor agregado y herramienta de diferenciación dentro del sector, sin mencionar que los involucrados sientan pertenencia, compromiso, lealtad y gratitud.

La implementación de la RSE puede traer reconocimiento por parte de organizaciones como son los bancos, ONG, gremios y otras entidades que apoyan el desarrollo de la RSE que se estimula de manera económica.

Ver la RSE como una oportunidad generadora de confianza por parte grupo de interés del sector, y así mejorar los canales de comunicación, potenciación de los papeles individuales a la organización.

También se observa que se sufre por escasa información de la situación se puede indicar que los empresarios son reacios a adquirir mayores compromisos absolutamente necesarios, lo cual genera una inestabilidad dentro de los trabajadores.

Problemas dentro del entorno ocupacional, como lo es el tipo de contratación que se le ofrece a los trabajadores genera una gran inestabilidad dentro del gremio afectando así de una manera preocupante la vida personal de los mismos por la inestabilidad que genera

V. REFERENCIAS

- [1] Fondo Monetario Internacional, Perspectivas de la economía mundial, Washington, mayo 1997, p. 50
- [2] Friedman (1970)

- [3] Carroll, 1979; Wartick & Cochran, 1985; Wood, 1991; Carroll, 1999; Waddock, 2004
- [4] (Carroll, 1979: 500) ,“the social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical and discretionary/philanthropic expectations that society has of organizations at a given point of time”
- [5] Patricia Greaves Laine, Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social, Mexico, febrero 2006
- [6] Kofi Anann en su discurso durante el Foro Económico Mundial de Davos, Suiza, el 28 de enero de 2000.
- [7] Las directrices de la OCDE para empresas multinacionales hacen hincapié, entre otras cosas, en la importancia de la ciencia y transferencia tecnológica.
- [8] R. Edward Freeman, Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance, California management review, vol25, spring 1983
- [9] Mario Roitter. La razón social de las empresas, una investigación sobre los vínculos entre empresa y sociedad en Argentina. Simon Zadeck, The Civil Corporation.
- [10] Código sustantivo del trabajo. Capítulo VII Art. 309
- [11] Anuies (2012) Inclusión con responsabilidad social, una nueva generación de políticas de educación superior. México, Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (Anuies).
- [12] Boiral, O. (2012). ISO Certificates as Organizational Degrees? Beyond the Rational Myths of the Certification Process. *Organization Studies*, 33 (5-6), 633-654.
- [13] Campbell, J. L. (2007). Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? an Institutional Theory of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 32(3), 946–967.
- [14] Duque, B. E. (2007). “La empresa social y su responsabilidad social. *Innovar*, 17(30). 59- 76.
- [15] Druker, P. (1984). “The new meaning of corporate social responsibility”, *California Management Review*, 26. pp. 53-63.
- [16] Flatt, S., & Kowalczy, S. (2006). Corporate Reputation as a Mediating Variable between Corporate Culture and Financial Performance. Presentado en la 10th Annual Conference on Reputation, Image, Identity & Competitiveness, Nueva York, Mayo (paper).
- [17] García-Echevarría, S. (1982): Responsabilidad social y balance social de la empresa, Madrid, Fundación Mapfre
- [18] Lozano A., J. F. (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial. Madrid, Trotta.
- [19] Naranjo, O. L. J. (2011). "La dimensión interna de la responsabilidad social en las micro, pequeñas y medianas empresas del programa expopyme de la Universidad del Norte." *Pensamiento & Gestión*, Universidad del Norte n° 31: Pp. 167-195.
- [20] Weber, M., 2009, “Revelar el potencial empresarial de la RSC: Cómo pueden las empresas evaluar los beneficios específicos de la RSC para la empresa”, *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, No.1, Ene-Abr., Fundación Luis Vives. www.fundacionluisvives.org
- [21] Arellano, R. (2008), “Autorregularse o ser regulado”. Apareció en el diario El Comercio, Lima, Perú, 25 de abril de 2008.
- [22] Bigné-Alcañiz E.y R. Currás-Pérez (2008), “¿Influye la imagen de responsabilidad social en la intención de compra? El papel de la identificación del consumidor con la empresa”. *Universia Business Review*; pp. 10-23.
- [23] De La Cuesta, M. (2004), “El porqué de la responsabilidad social corporativa”. *Boletín Económico de ICE* N° 2813, pp. 7-19.
- [24] Fernández, D. Y A. Merino (2005), “Existe disponibilidad a pagar por responsabilidad social corporativa? Percepción de los consumidores”; *Universia Business Review*, Tercer Trimestre, pp. 38-53.
- [25] Friedman, M. (1970), “A Friedman doctrine: the social responsibility of business is to increase its profits”, *The New York Times Magazine*, Septiembre 13, pp. 32-33.
- [26] García, I. (1997), “Una Introducción al Debate Marketing-Consumerismo”, Universidad de Deusto, San Sebastián, Donostia.
- [27] Kotler, P. y Keller, K., 2006, Dirección de Marketing, Pearson Educación, traducido del inglés del libro Dirección de Marketing. 12a ed.
- [28] Schvarstein, L. (2003) La inteligencia social de las organizaciones, Buenos Aires, Paidós
- [29] Scott, W. Richard, (2008) *Institutions and Organizations*, ideas and interests. CA ,SAGE, third edition.
- [30] Vallaey, F; de la Cruz, C.; Sasia, (2009), Responsabilidad social universitaria. Manual de primeros pasos, México,BID-McGraw-Hill.