

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL BENEFICIO PARA LAS
EMPRESAS**

PRESENTADO POR: Valentina Martinez Grande

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS

PERIPLO OPCION DE GRADO

NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTA 2021

Responsabilidad Social Empresarial

Las RSE más conocida como la responsabilidad social empresarial es un concepto nuevo del cual se ha venido hablando en los últimos años y se define como el mejoramiento voluntario en los factores sociales, económicos y medio ambientales para obtener un valor agregado y aumentar su competitividad en los sectores económicos. Es importante este tema debido a la conciencia que se genera tanto social como medioambiental por medio de estrategias que incorporan las empresas para incentivar el apoyo mutuo.

Problemática

Aunque es un término conocido y ha tomado mucha fuerza en los últimos años muchas empresas no tienen claro ¿para qué sirve? y ¿qué es? y aún más considerable ¿por qué es tan importante para la sociedad y qué beneficios trae para las empresas colombianas? ya que es la manera de incentivar a las empresas a intervenir en los mercados y aportar de manera social la conciencia para mitigar problemáticas que impactan de manera negativa o positiva en las comunidades, el medio ambiente, y las economías. Además empresas que conocen de las RSE se niegan a incorporarlas en sus políticas de gestión porque la toman como una forma de gasto y no ven más allá de una inversión o un valor agregado para sobresalir en el mercado.

Hipótesis

Por medio de la integración de la responsabilidad social empresarial, las empresas pueden generar una nueva cultura empresarial donde los beneficios sean morales y éticos, tanto para el medio ambiente, para la ciudadanía en general y para sus empleados creando un valor estratégico para la compañía, ya que por medio de estas estrategias se incentivan campañas humanitarias y publicitarias generando una mayor visibilidad de su empresa y debido a esto se genera un aumento de competitividad y de inversión .

Metodología

Para el siguiente ensayo se tomará una delimitación teórica del concepto teniendo como base la información suministrada en el diplomado de negocios e innovación de la industria 4.0 y se realizará un estudio de bibliografías existentes en sitio web. también se realizará una delimitación empírica que se define según castro (2010) “consistente en analizar el objeto de estudio real, mediante diversas fuentes de información, y que parte de un protocolo de investigación previo que guía la recogida y el análisis de datos” basándonos en este este concepto se realizará el estudio de 5 casos de empresas que han incorporado las RSE se analizará la evolución teniendo en cuenta informes oficiales, documentos, revistas e información de sitios webs

Desarrollo

Para entender un poco cómo ha surgido el concepto de responsabilidad social empresarial se tomará lo planteado por la Docente Judith Cabazos la cual citando los siguientes autores demuestra la evolución del concepto y las teorías que adopta al pasar los años:

- Concepto acuñado en la década de los años cincuenta Objetivo: promover la inclusión de valores y objetivos sociales en las empresas (Bowen, 1953)
- Años sesenta Concepto legitimado Años ochenta Características del comportamiento de una empresa socialmente responsable (Davis, 1973; Carroll, 1979)
- Años noventa el concepto tomó la Teoría de los stakeholders (Freeman, 1984), Ética empresarial (Frederick, 1986), Desempeño de la organización (Drucker, 1984) RSE sobre el valor económico /desempeño financiero (Roman, Hayibor y Agle, 1999)
- Años dos mil Nuevas teorías Relación con: Sustentabilidad (Wheeler, Colbert y Freeman, 2003; Epstein y Buhovac, 2014) Valor financiero, Reputación corporativa (Schnietz y Epstein, 2005), Ciudadanía empresarial (Valor, 2005), Rotación de personal (Carnahan, Kryscynski y Olson, 2017).

Datos suministrados de la presentación file:///C:/Users/Equipo/Downloads/Modelos%20de%20negocios%20sociales.pdf

Con los años este concepto se ha transformado y se han incluido diferentes factores y teorías para tener las definiciones que hoy en día muchos de los autores y entidades recalcan en cada uno de sus escritos, algunas definiciones que podemos observar son:

Para el Corporate Social Responsibility Europe (2015), la responsabilidad social empresarial consiste en operar una empresa de una forma que exceda las expectativas generales que la sociedad tiene de ella, como una serie completa de políticas, prácticas y programas que están integrados en todas las operaciones y políticas de la empresa, La responsabilidad social consiste también en gestionar los cambios dentro de la empresa de una manera socialmente responsable, lo que ocurre cuando una empresa procura

reconciliar los intereses y las necesidades de las distintas partes de manera aceptable para todas ellas. Una gestión socialmente responsable de los cambios generará efectos positivos para las empresas a nivel macroeconómico. (idowu, 2015)

Además para Centro Mexicano de la Filantropía (CEMIFI, 2021), “Es cumplir integralmente con la finalidad de la empresa en sus dimensiones económica, social y ambiental en sus contextos interno y externo”.

ISO/TMB/WG RS N80 definen responsabilidad empresarial como: “Acciones de una organización para tomar las responsabilidades por el impacto de sus actividades sobre la sociedad y el medioambiente, donde estas acciones: son consistentes con los intereses de la sociedad y el desarrollo sostenible” (Fernandez, 2009)

Las RSE tienen muchas definiciones se puede decir que es un término aún en construcción, pero cada definición tiene una similitud cuando los autores hablan de beneficio, economía, medioambiente y el factor social, todo se basa en una expectativa de crecimiento y sensibilidad para las partes interesadas.

Existen 5 tipos de RSE que se pueden aplicar dependiendo el enfoque que las empresas le quieran dar al incorporar la estrategia estas son: caritativa, transformativa, defensiva, estratégica y promocional. Elsbeth Roelofs, directora de RSE internacional en Corporate Social Responsibility Netherlands explico estas etapas en una presentación en amsterdam, estas definiciones fueron citadas por (Acosta, 2017)

- **Caritativa**

Este tipo es también conocido como la filantropía corporativa, básicamente esta se destaca por los patrocinios o donaciones que hacen las empresas directamente a causas sociales o de medio ambiente.

Este tipo de responsabilidad social tiende a convertirse en un gasto para las empresas o compañías debido a que no se tiene una base de inversión establecida y las causas sociales o medioambientales no están en la misma dirección del modelo de negocio que las organizaciones manejan, un ejemplo sería las empresas que se reúnen apoyar causas del sector de la salud aun cuando su compañía no es de este sector ya sea a fundaciones de lucha contra el cáncer o alguna organización del sector de la salud..

- **Transformativa**

Este tipo de responsabilidad social empresarial se extiende hasta el modelo de negocio de las compañías convirtiéndose en un apoyo para propósitos mayores, este tipo de RSE es más utilizada por las marcas humanitarias aquellas que involucran y ofrecen sus intereses para involucrarse en cambio profundos.

Un ejemplo para este tipo de RSE es la marca VODAFONE INSTANT NETWORK es una red de telecomunicaciones móviles ayuda a emergencias humanitarias a través de su programa instant network.

Tasa es una empresa que se dedica a la pescadería desde el 2007 implementaron un proyecto para la estrategia comercial de su negocio, esta estrategia se basó en contratar a personas de bajo recursos, estas podrían generar ingresos para alimentar a sus familiares y así se mitiga la desnutrición de la población.

(CODESPA, 2017)

- **Defensiva**

Este tipo de RSE se trata más de la responsabilidad de generar valor para las compañías, éstas generan estrategias de prácticas sostenibles cuando están pasando por una crisis de reputación con el fin de disminuir prácticas negativas contra la marca y pérdidas en el mercado, esta estrategia se basa más en mejorar la imagen ante los accionistas y cambiar las políticas que manejan después de algún escándalo o acto bochornoso.

Un ejemplo de este tipo es la Academia de Ciencias y Artes cinematográficas cuando algunos de sus actores amenazaron con sabotear la entrega del oscar, esta compañía adoptó esta estrategia y cambió sus políticas para mitigar la situación.

- **Estratégica**

Este tipo de RSE es el más rentable para las compañías ya que se relaciona con su modelo de negocio y en sus procesos, con esta estrategia se reducen costos y se aumenta la productividad de sus empleados o colaboradores, además que con sus acciones es más llamativo para los grupos de interés.

Un ejemplo claro de RSE estratégica es la compañía Coca cola que al largo de muchos años con sus campañas y publicidades en base al compromiso social y aun sin perder su enfoque de negocio se ha ganado el corazón de muchos de sus consumidores, con sus estrategias de distribución pudo llegar a lugares con

dificultad, generando empleo y apoyando a las mujeres como es el caso de África generando microcentros de distribución.

- **Promocional**

Este tipo de RSE es básicamente estrategias para mejorar la imagen de la marca y su reputación con esta mejoría se generan más relaciones públicas, esta estrategia la emplea Éxito y Natura.

Cada proyecto o cada estrategia de responsabilidad social empresarial debe estar regulada bajo la norma ISO 26000, según Organización Internacional de Estandarización ISO 26000 es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más. ISO 26000 contiene guías voluntarias, no requisitos, y por lo tanto no es para utilizar como una norma de certificación como la ISO 9001:2008 y la ISO 14001:2004. (ISO 26000, 2010)

Esta Norma es importante porque asesora a las organizaciones para ser socialmente responsables y fomentar el desarrollo sostenible, la norma ISO 26000 supervisa a las empresas en sus actividades para analizar y controlar el impacto que tienen a nivel social y medioambiental. Fue importante la creación de la norma ISO 26000 por la presión social de la población ya que ahora son más conscientes de las actividades sostenibles.

La Organización Internacional de Estandarización relaciona la ISO 26000 con el buen trabajo y dice La guía provista en ISO 26000 se basa en las mejores prácticas desarrolladas por las iniciativas de RS existentes en los sectores público y privado. Es coherente y complementa a las declaraciones y convenciones pertinentes de las Naciones Unidas y sus mandantes, en particular la Organización Internacional del Trabajo (OIT), con quien ISO ha establecido un Memorando de Entendimiento (MoU) para garantizar la coherencia con las normas laborales de la OIT. ISO también ha firmado memorandos de entendimiento con la Oficina del Pacto Global de Naciones Unidas (UNGCO) y con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para mejorar su cooperación en el desarrollo de ISO 26000. (ISO 26000, 2010)

Organizaciones que han aplicado las RSE

- **BBVA**

El banco BBVA es uno de los primeros bancos de la eurozona reconocido por su rentabilidad y eficiencia, esta entidad ha incorporado las RSE para implementar estrategias de ayuda social una de estas es el programa Beca BBVA Integración “Niños Adelante”. Además para BBVA sus clientes son lo más importante por eso al crear o diseñar productos y servicios analizan el impacto social de las necesidades de los clientes y así llevar a cabo una comunicación responsable y transparente.

Otra estrategia que incorpora esta organización es la educación financiera en el año 2009 lanzando el proyecto plan global de educación financiera para así

promover la inclusión financiera y acceder a servicios financieros de una manera más responsable. No solo sus clientes son lo más importante para esta organización también lanzan proyectos para la lucha contra el cambio climático. (BBVA, 2021)

Al implementar estas estrategias han tenido muchos beneficios uno de ellos es obtener reconocimiento como la mejor empresa del sector financiero para trabajar mejorando su reputación externa, además de esto mejora el ambiente laboral de su compañía, la reputación interna y la satisfacción de sus trabajadores aumenta por este reconocimiento.

Podemos decir que BBVA al implementar la responsabilidad social empresarial ha obtenido beneficios y ha generado un valor agregado para su compañía y ha aumentado notoriamente ventaja competitiva y por estas acciones es más visible ante los grupos de interés.

La primer estrategia que incurdionaron fue Bogota vamos esta fue implementada para analizar socialmente como ha sido ejecutadas las propuestas que han presentado los candidatos

- **El Tiempo**

Es una casa editorial Colombiana que maneja el tema de Responsabilidad Social Empresarial por una gerencia la cual aborda el tema por medio de 4 frentes: , el más importante la Educación, Lectura, Escritura, Construcción social y la Salud.

Estos frentes se trabajan bajo socios estratégicos para dirigir distintos proyectos y tener un mayor impacto para los lectores que tienen contacto con este medio de comunicación, También los no lectores de estos sitios de comunicación son importantes y por eso obtuvo alianzas con socios estratégicos como fundación santa fe, la fundación corona y la cámara de comercio de Bogotá.

La primera estrategia que incursionaron fue Bogotá cómo vamos esta fue implementada para analizar socialmente como han sido ejecutadas las propuestas que han presentado los candidatos y los planes de gobierno, con el fin de facilitar la comunicación de los bogotanos con sus dirigentes. También se implementó para evaluar los cambios de la calidad de vida de los bogotanos.

Este proyecto ha tenido una gran aceptación y se ha aplicado a diferentes ciudades colombianas generando un mayor reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional ya que este proyecto ha ganado varias menciones internacionales, ganó el premio UN Hábitat de la Municipalidad de Dubai y fue presentado en el encuentro Regional de Auditoría Social del Banco Mundial.
(tiempo, 2021)

- **Mango**

Es una multinacional que se dedica a la fabricación y comercialización de prendas de vestir para mujeres, esta compañía incorporó la RSE con estrategias para la no discriminación desarrolló un código ético para garantizar salarios dignos, salud y seguridad laboral. Además desarrolló otro código para

fabricantes y talleres de producción para tener un mejor control sobre la fabricación y calidad de los productos.

Esta compañía genera políticas internas para el ámbito laboral el diálogo entre trabajadores y empresarios debe ser fundamental, transporte gratuito, descuento en prendas de vestir para sus empleados y políticas externas para fomentar políticas de reciclaje, inculcar buenas prácticas medioambientales y uso de energías renovables.

Esta empresa al incorporar estas estrategias aumentaron sus ventas y su producción, Mejoró las relaciones entre sus empleados y se creó un ambiente laboral más humano más motivado. Esta compañía seguirá ejerciendo la responsabilidad social empresarial para seguir con sus proyectos y seguir contribuyendo en la mejora social y del medio ambiente. (Mango, 2021)

- **Inditex**

Es el mayor distribuidor de moda en el mundo al integrar las RSE sus clientes pasaron a ser la prioridad para esta compañía gestionar el mejoramiento en el área de atención al cliente hizo que la demanda de los consumidores creciera. Para inditex garantizar una cadena de suministros es lo más importante por eso desarrollaron un código para fabricantes y proveedores generando herramientas para analizar mejor la cadena de suministros y las opiniones de los proveedores.

Los empleados son una parte fundamental para Inditex por eso generaron programas para desarrollar los talentos de sus empleados de varios países, así

garantizan la formación técnica de sus empleados y general la igualdad entre hombres y mujeres para la no discriminación.

El compromiso que tiene Inditex con el medio ambiente y el desarrollo sostenible por eso en el 2013 este grupo creó una estrategia publicitaria llamada Global de Energía y la Estrategia de Biodiversidad, además con su creación de tiendas ecoeficientes con conceptos ecotienda y así mitigar el impacto ambiental reduciendo el consumo de energía y agua.

La comunidad es la inversión más grande que tiene Inditex ya que esta es la manera de mejorar el bienestar global, este proyecto inculca prácticas socialmente responsables para acciones sociales y económicas generando programas de educación, acción humanitaria y generando empleo. (Inditex, 2021)

- **Mercadona**

Es una compañía española y familiar de supermercados creada para satisfacer las necesidades alimenticias, al aplicar las RSE implementaron estrategias de precios más bajos, optaron porque todos los productos sean frescos locales y tener surtido de productos sin gluten, esto para ellos tenía 2 beneficios tres beneficios, el primer beneficio es para la satisfacción del cliente ya que esto es un beneficio para la compañía. El segundo beneficio, generar la economía local vendiendo productos locales y el tercer beneficio, llegar a un nuevo mercado de personas celíacos con sus productos sin gluten.

Para el medio ambiente macedonia creó su estrategia llamada “Hacer más con menos” optaron por la economía circular para convertir sus residuos en recursos, así reduce el impacto ambiental, un ejemplo es cuando sus limones comercializados cumplen con el tiempo de comercialización en el mercado los envía a fabricantes de helados para que esto hagan helados de limón.

(Macedonia, 2021)

Estos son algunos de los casos donde las empresas han aplicado las RSE en sus compañías y han adquirido muchos beneficios pero no solo eso, han generado una nueva cultura empresarial donde el apoyo social, la calidad humana, el impulso económico y la lucha contra el cambio climático es lo principal para estas organizaciones.

Finalmente, podemos decir que la responsabilidad social no tiene que ser una acción complementaria y oportunista, antes debe ser reconocida empresarialmente como una estrategia que tiene un gran valor para las empresas tanto del sector público como privado generando múltiples beneficios ya antes mencionados, igualmente seguir inculcando prácticas responsables no solo dentro de las compañías si no también fuera de ellas generando el bien común y aumentando la buena reputación de estas organizaciones

Bibliografía

Acosta, C. (11 de Noviembre de 2017). *ExpokNews*. Obtenido de

<https://www.expoknews.com/tipos-de-rse/>

BBVA. (2021). *BBVA*. Obtenido de <https://www.bbva.com.co/>

castro. (2010). *“El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas”*. Obtenido de Revista Nacional de administración:

file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Mis%20documentos/Downloads/DialnetElEstudioDeCasosComoMetodologiaDeInvestigacionYSuI-3693387%20(1).pdf

CEMIFI. (2021). *Centro mexicano para la filantropía*. Obtenido de

<https://www.responsabilidadsocial.net/cemefi-que-es-mision-vision-y-objetivos/>

CODESPA. (18 de ABRIL de 2017). *Fundacion CODESPA*. Obtenido de

<https://www.codespa.org/blog/2017/04/18/tres-empresas-solidarias-que-ayudan-a-los-mas-vulnerables/>

estandarizacion, O. I. (2010). *ISO 26000*. Obtenido de

https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

Fernandez, R. (2009). Responsabilidad social corporativa. En R. fernandez. club universitario.

idowu, S. (2015). Corporate Social Responsibility Europe . En M. fifka. springer.

Inditex. (2021). *Inditex*. Obtenido de <https://www.inditex.com/es/home>

Macedonia. (2021). *Mark Macedonia*. Obtenido de

<https://www.facebook.com/markmacedonia/>

Mango. (2021). *Mango*. Obtenido de <https://shop.mango.com/es>

tiempo, e. (2021). *el tiempo casa editorial*. Obtenido de

<https://www.eltiempocasaeditorial.com/marcas/el-tiempo>