

CARACTERIZACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN COLOMBIA

Caracterización de la responsabilidad social empresarial en Colombia: estudios de caso de
empresas privadas

Rodrigo Piragauta Díaz

Evany Amor Gutiérrez

Universidad del Norte
Comunicación Social y Periodismo

Docente

Jesús Arroyave

Barranquilla, Atlántico

24/02/2017

Tabla de contenido

1. Introducción.....	3
2. Planteamiento del problema.....	5
3. Justificación.....	9
4. Objetivos.....	10
5. Metodología.....	11
6. Análisis de resultados.....	13
7. Conclusión.....	23
8. Referencias.....	25

Introducción

Colombia es un país que presenta problemas sociales y económicos, como los bajos índices de educación a nivel mundial, que de acuerdo a los resultados de las pruebas PISA 2016, el país ocupó el puesto 59 de los 70 países evaluados. La insatisfacción de necesidades básicas por parte del colombiano promedio, según La Encuesta de Calidad de Vida del año 2015 reveló que el 23,1% de los jefes de hogar o cónyuges consideraron que sus ingresos no logran cubrir los gastos mínimos de sus viviendas. El decrecimiento respecto al porcentaje de habitantes que acuden a los servicios de salud pasó de un 77,1% a un 67,9% revelado por la Encuesta Calidad de Vida del año 1997 y 2003. Las cifras exponen una situación por mejorar en temas de garantizar mejores condiciones económicas y laborales para que los ciudadanos puedan responder ante estas variables.

Las empresas privadas quienes cuentan con una infraestructura económica sostenible pueden jugar un papel fundamental en mejorar las condiciones económicas y sociales de los ciudadanos. En efecto, a través de proyectos de intervención en estrategias sociales que apoyen el desarrollo económico de los habitantes que presentan casos de pobreza, pueden contribuir en la reducción de la pobreza en el Atlántico.

La Responsabilidad Social Empresarial se define, según el consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sustentable, como el compromiso permanente de las empresas de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico. De esta manera se puede mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como de la comunidad local y la sociedad.

De acuerdo con la más reciente versión de la encuesta de la Andi sobre Responsabilidad Social Empresarial, que se encuentra citada en La República (2013), el compromiso de las compañías colombianas con dicho segmento está aumentando, tanto que en 2011 invirtieron en promedio el 2,4 % de sus ingresos por ventas en programas relacionados con esta vertiente, la cifra representa un aumento frente al 2,1% en comparación con el que se registró a cierre del año inmediatamente anterior.

Aunque se ha encontrado un crecimiento en la implementación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), todavía existe desconocimiento en el sector empresarial sobre el concepto de RSE. Un estudio de la Superintendencia de Sociedades, en convenio con la Facultad de Administración de empresas de la Universidad Externado de Colombia, Colombia.com 2013 (Citado en Ramírez, F 2013) reveló en una muestra realizada a 22.266 empresas de Colombia en el 2012, que tan solo el 12% de los empresarios encuestados están realmente informados de lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial. Por tanto, existe un gran desconocimiento de esta práctica en el sector empresarial (88%). La intención de este trabajo es caracterizar algunas experiencias de RSE en Colombia tal y como aparecen presentados en la literatura, describiendo su impacto, y mostrando además los beneficios que puede tener para las empresas, la implementación de este tipo de prácticas. Denotando así como la RSE, no es una moda, sino una evolución del concepto de la concepción misma de la empresa privada en las últimas décadas.

El análisis de los casos estará categorizado de acuerdo a los siguientes sectores: Alimentario, bancario, industrial. Primero se delimitará el problema, luego se pasará a definir los objetivos generales y específicos, seguidamente se explicará la metodología de búsqueda y finalizar con un análisis de los resultados, con e que se hará una conclusión general.

Planteamiento del problema

La Responsabilidad Social Empresarial es una estrategia de mutuo beneficio entre los empresarios y la infraestructura social de una Nación, que a pesar de presentar beneficios económicos, todavía es considerada por muchos como caridad (Farto, 2008). La responsabilidad social empresarial, si bien está presente en Colombia desde los años 70, todavía no se ha implementado de manera masiva en las compañías colombianas, como se menciona posteriormente.

Es necesario un cambio de paradigma respecto al incremento de prácticas de estrategias de RSE en las empresas colombianas, debido que representa un factor clave para el desarrollo económico de los países y la generación de empleo. Para la Unión Europea las Pymes (Empresas Pequeñas) son el soporte para contribuir la reducción de la pobreza, por esta razón es fundamental que se lleven a cabo estrategias prácticas en pro al beneficio a los stakeholder internos y externos.

Todo esto teniendo en cuenta los factores Gestión de los Recursos Humanos, Salud y Seguridad en el Trabajo, Adaptación al Cambio, Gestión del Impacto Ambiental y de los Recursos Naturales; desde la dimensión externa se incluyen las comunidades locales, Socios Comerciales, Proveedores y Consumidores, Derechos Humanos, Problemas Ecológicos Mundiales (Unión Europea, 2001).

De acuerdo a los resultados de la Superintendencia que habíamos expuesto en la sección de

justificación, volvemos a replantear la importancia de la RSE dado que si esta no se conoce, no se puede aplicar, y este estudio pone en evidencia que tan sólo 2.671 empresarios han puesto en práctica la RSE en sus compañías. Así mismo, el análisis develó que el 54% de los entrevistados apenas sabe lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que otro 20% sólo lo han oído nombrar y el 14% reconoce no saber nada del tema. Por tanto los índices de implementación siguen siendo bajos.

En el proceso de caracterización, en cuanto a prácticas de RSE, el 38% de la muestra dice utilizarlas, el 16% afirma que cuenta con políticas formalmente establecidas y hace periódicamente un informe del RSE. En ese mismo sentido, un 83% de los empresarios afirma que realiza prácticas para asegurar el respeto y la promoción por los derechos humanos, por los clientes y usuarios, y un 78% dice que cuenta con reglas claras y equitativas con los proveedores. “Colombia.com, 2013” citado en Ramírez, F (2013). Esto deja en evidencia que a pesar de que en las empresas no tienen un alto nivel de conocimiento sobre la responsabilidad social empresarial, tienen un compromiso empírico no formal, hacia el manejo del respeto y promoción por los derechos humanos.

En cuanto a la implementación de estrategias de RSE en otros países, empresas de gran trayectoria como Cannon y General Electric, han sido reconocidas por su gestión social y ambiental. Desafortunadamente en Latinoamérica se presenta una situación completamente diferente, pues se concluyó que las empresas “perciben en su mayoría la noción de RSE como prácticas de filantropía y caridad”. Además que este tipo de prácticas se suele implementar generalmente en compañías multinacionales, como por ejemplo Bimbo en México, y Gerdau en Brasil. Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas (Pymes), incorporan en menor medida prácticas responsable, sea por falta de recursos o por los prejuicios y falta de

información que tienen sobre el tema (Farto 2008, citado en Rivera, R 2015, p. 16').

Por otro lado, existen empresas en Colombia que sí conocen el concepto, y si lo implementan de manera exitosa, mostrando con el ejemplo el impacto que la empresa privada puede llegar a tener en su entorno. Rivera, (2015) presenta el caso de L'oreal Colombia, que tiene 4 programas de RSE exitosos; **Belleza Por Un futuro**, es un programa de RSE que tiene como objetivo capacitar en peluquería y belleza a mujeres en condición de vulnerabilidad, víctimas del conflicto armado, para que estas sean sostenibles económicamente y puedan brindar un sustento a sus familias.

El programa **Belleza Por Un Futuro**, proporciona a las beneficiarias varios seminarios en temas de bioseguridad y emprendimiento, convirtiéndolas así en expertas de belleza, competitivas. A su vez L'oreal, también tiene un programa de RSE, enfocado a impulsar el trabajo de las científicas colombianas, llamado **Mujeres Para La Ciencia**. En este programa, se ha premiado a 77 mujeres sobresalientes en el campo de la ciencia. Además, ha apoyado a más de 1700 becarias que han realizado contribuciones en todos los campos de la investigación científica.

Otro de Los programas que implementa L'Oreal Colombia es "**Luzca Bien, Siéntase Mejor**". A través de este se busca mejorar la calidad de vida y autoestima de mujeres que sufren cáncer en el país. Hasta la fecha se han beneficiado a más de 1700 pacientes que sufren cáncer. De esta manera se contribuye permitiéndoles mejorar sus condiciones y aumentar su bienestar durante la etapa de tratamiento de la enfermedad.

Como se ha planteado anteriormente, esa empresa ejerce un considerable impacto en la comunidad, y muchas veces esa información no se da a conocer. Se han realizado estudios

que muestran los beneficios que tiene para las empresas ser socialmente responsables. De esta manera, se observan diversos factores positivos: El mejoramiento de la reputación, se atraen más clientes, se reducen costos, entre otros, como se mencionan más adelante en estudios de investigación.

De no llegarse a implementar estas estrategias de responsabilidad social, se estaría perdiendo la oportunidad de apuntar a los objetivos del desarrollo sostenible, definidos por la ONU como: Fin de la pobreza, Hambre Cero, Salud y Bienestar, Educación de Calidad, Igualdad de Género , Agua Limpia y Saneamiento, Energía Asequible y no Contaminante, Trabajo decente y crecimiento económico , Industria , Innovación de Infraestructura, Reducción de las Desigualdades , Ciudades y Comunidades sostenibles, Producción y Consumo Responsables, Acción por el clima , Vida Submarina, Vida de ecosistemas Terrestres, Paz , Justicia e Instituciones Sólidas y Alianzas para Lograr los objetivos.

Agudelo (2013) en La República, opina que más allá de considerarse un complemento de iniciativas de responsabilidad social empresarial, los programas de sostenibilidad son el modelo principal de crecimiento de negocio de cualquier empresa. En efecto, con el tiempo, las firmas se han dado cuenta de que la implementación de estrategias inscritas bajo esta filosofía transmiten mensajes más sólidos a los clientes, desarrollan sinergias a largo plazo entre los grupos de interés y optimizan las ventajas competitivas a través de la diferenciación y la innovación, mejorando a su vez las dimensiones integradas de la población el planeta y los beneficios. Según lo anterior, la empresa privada tiene las herramientas para generar para sí los beneficios económicos que persigue, pero debe entender, que la responsabilidad social no se trata de caridad, y que definitivamente va más

allá de la simple evasión de impuestos. Responde más bien a tomar consciencia de que la empresa atiende a varios *Stakeholders*, tanto internos como externos, que ella hace parte de un engranaje que debe ser **sostenible**, y que todas las acciones que realice a mejorar la calidad de vida de su entorno, será reflejado en beneficios para sí.

En cuanto a la manera en que una empresa realiza sus estrategias de Responsabilidad social empresarial, depende mucho del sector en que está, y de cómo se puede orientar la estrategia a la consecución de los objetivos, de su misión y de su visión. Por esta razón se delimitará la caracterización de la implementación de RSE de las empresas en Colombia según los sectores a los que pertenecen.

En el ámbito del sector alimentario, en labores de responsabilidad social empresarial, se destaca el Grupo Nutresa. Según Ramírez (2013), el Grupo Nutresa ha mantenido una constante evolución, y prueba de ello es su visión y sagacidad en el mundo empresarial, ya que ha realizado una serie de alianzas y adquisiciones estratégicas y ha hecho inversiones de gran envergadura, para penetrar nuevos mercados, todo ello con la meta de alcanzar niveles de competitividad cada vez más altos, expandirse internacionalmente y generar un crecimiento con rentabilidad. Además de hacerlo sin olvidar su compromiso con la sociedad, desarrollando actividades como programas de nutrición, educación, generación de ingresos, emprendimiento, medio ambiente, arte y cultura (Cortés & Navia Gómez 2011, citado en Ramírez, F 2013).

Sector bancario

Por otro lado en el sector bancario se encontró que:

- Existe una confusión conceptual de la RSE como mecenazgo o filantropía empresarial “Sarro, et al., 2007” (citado en Duque, Y. & Martínez, D. (2012).
- Existe una asociación positiva y significativa entre la RSE de los bancos y su calidad y tamaño financiero “Sholtens, 2009” (citado en Duque, Y. & Martínez, D. (2012).
- La adaptación sectorial de la iniciativa GRI ha propiciado el aumento en el número de las adhesiones no sólo a esta iniciativa sino a otras de nivel internacional del sector “Ruiz, et al. 2009” (citado en Duque, Y. & Martínez, D. (2012).
- Los bancos usan cada vez el marco Gri, y que este está asistiendo a los bancos para que la RSE sea más consistente y sea un factor de cambio para el rendimiento de RSE “Vigano & Nicolai, 2006” (citado en Duque, Y. & Martínez, D. (2012).

Con este trabajo queremos conocer ¿qué están haciendo las empresas colombianas en materia de RSE?, ¿Cuál ha sido el impacto que se ha generado en la sociedad desde los diferentes sectores? ¿Cuáles son los ámbitos en los que se enfocan las empresas en materia de RSE?.

Por tanto la presente monografía se ha trazado como objetivo caracterizar la responsabilidad social empresarial en Colombia.

Justificación

Colombia es un estado culturalmente diverso que presenta distintos intereses económicos y sociales por parte de la clase trabajadora de sus ciudadanos de diferentes regiones del país.

Desde esta perspectiva es un compromiso fundamental de las empresas nacionales ejercer la inversión social responsable y altruista para promover programas de emprendimiento, deportivos, artísticos y relaciones interpersonales para mejorar las condiciones laborales y sociales de los colombianos de escasos recursos.

La importancia de impulsar la cultura de inversión social por parte de las empresas privadas es una solución para los colombianos víctimas del conflicto armado, violencia doméstica, desigualdad de género, delincuencia y pobreza extrema, debido que se proporcionará un apoyo en temas de recursos y herramientas para que los beneficiarios de puedan desarrollar ideas de negocio o ser empleados con un mejor rendimiento laboral e interpersonal dentro de las empresas; ambos beneficios buscan reducir los índices de pobreza del país.

El gobierno colombiano, con la implementación de programas sociales para reducir los índices de pobreza, de acuerdo un informe oficial del Dane en el 2016, logró disminuir de un 28.5% a 27,8% entre los años 2014 y 2015, que se traducen que 171.000 de colombianos dejaron de ser pobres.

El gobierno Colombiano ha implementado normativas no obligatorias para hacer que la empresa privada destine cierto porcentaje para llevar a cabo prácticas que se enfoquen a uno o varios puntos por mejorar en la comunidad, sea a través de la educación, la cultura, el deporte , la salud, el medioambiente, garantías laborales.

En Activo Legal (2011) la Responsabilidad Social Empresarial encuentra su fundamento primario en el derecho Internacional, más específicamente en el Libro Verde de Responsabilidad Social de la Comisión Europea, publicado en el 2001. Además, el ICONTEC- como Organismo Nacional de Normalización – inició el proceso de creación del

documento Guía Técnica de Responsabilidad Social – GTC 180 , define a la empresa socialmente responsable , la que además de ofrecer productos y servicios, generar utilidades, empleos y pagar impuestos, identifica los problemas que aquejan a su comunidad y propone alternativas para su solución.

Así bien, mientras que la RSE tiene un carácter voluntario, se ha identificado que al momento de elegir un producto, si los clientes tienen opciones similares con respecto a calidad y precio, tienden a preferir aquellas marcas que están comprometidas con alguna causa benéfica (Puro Marketing 2013).

En un estudio realizado por Edelman (2011) , la empresa de R.R PP, ha podido observar que esta tendencia se ha acentuado en los últimos años. Entre 2008 y 2011, el 48% de los clientes apostaba por este tipo de empresas socialmente responsables, y ahora en el 2011 este porcentaje se eleva hasta el 53%(Edelman Trust Barometer Findings 2011).

De manera que la motivación para este trabajo nace de la importancia social que tienen las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, del sector privado del país.

Mostrándole a los empresarios, los referentes nacionales (Bancolombia, Ecopetrol, L Oreal) en materia de RSE, se puede llegar a motivar a las compañías a que empiecen a implementar este tipo de prácticas si no lo están haciendo, y a las que si lo hacen, sentirse empoderados para ampliar la cobertura de sus enfoques estratégicos. Esto va dirigido no solamente a empresarios, sino también a los estudiantes de áreas afines a administración y humanidades,

como comunicación social. Para que estén al tanto de las tendencias actuales en materia de RSE, y puedan el día de mañana, promover desde cualquier tipo de empresa, el desarrollo humano sostenible.

Objetivos

Objetivo General

Caracterizar las prácticas de responsabilidad social empresarial en Colombia.

Objetivos Específicos

Identificar los campos de trabajo de la responsabilidad social en Colombia.

Describir los principales elementos de las prácticas de responsabilidad social empresarial en diferentes sectores comerciales del país.

Metodología

En la revisión bibliográfica para esta monografía se realizó una búsqueda virtual en las bases de datos de la Universidad del Norte y Google Scholar, Utilizando los términos: Responsabilidad social, Stakeholders, Sostenibilidad, Impacto social, Empresarial, Organización, Estrategia, Colombia. Luego se realizó una recombinação de términos para

encontrar artículos afines a la temática planteada, en este caso las prácticas de Responsabilidad Social en Colombia.

Resultados

Responsabilidad social + Stakeholders 2144

Sostenibilidad + estrategia 5049

Sostenibilidad + empresarial 3486

Stakeholders + estrategia 3124

Impacto social + empresarial 12418

Estrategia + empresarial 18618

Criterios de inclusión y exclusión (mínimo 3)

- Publicaciones que estén entre el 2005 -2016 (tiempo).
- Publicaciones que estudien el caso de una empresa que esté dentro de los sectores planteados en la introducción.
- Publicaciones que reflejen unos resultados de impacto social considerable.

Análisis de resultados

Luego de haber realizado una rigurosa revisión de los distintos artículos seleccionados a partir de nuestra temática de interés, hemos logrado resolver inquietudes y sobre todo nuestra pregunta problema

Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio de esta monografía, en este caso

Identificaremos los campos de trabajo de la responsabilidad social en Colombia. Sector y empresa

<i>Sector de servicios</i>	<i>Campo de trabajo</i>
<i>financieros/bancario</i> <i>Caso: Bancolombia y BBVA</i>	<i>Dimensión laboral: prácticas laborales empleo, relaciones empresa-trabajadores, salud, seguridad en el trabajo, formación y educación, y diversidad e igualdad de oportunidades.</i>
<i>Sector industrial:</i>	<hr/>
<i>Caso Ecopetrol :</i>	<i>Derechos humanos</i> <i>Medio ambiente: ecoeficiencia , los biocombustibles , el cambio climático y la biodiversidad</i>

	<i>Ética</i>
<i>Caso L´Oreal</i>	<p>Social : Belleza por un futuro</p> <p>Educación: Mujeres para la ciencia</p> <p>Social: Luzca bien, siéntase mejor</p> <p>Educación: Programa de becas</p>
<i>Caso Epm</i>	<p>Foro de divulgación de RSE de 8 horas</p> <p>diplomado de contratación</p> <p>acompañamiento</p>
<i>Caso Isa</i>	Enfoque laboral
<i>Caso Isagen</i>	<p>Aplican los diez principios relacionados con derechos humanos</p> <p>Enfoque laboral y ambiental</p>
<i>Caso Colmotores</i>	<p>Enfoque Ambiental</p> <p>Enfoque Económico</p> <p>Enfoque Social</p>
<i>Caso Ecopetrol</i>	<p>Gestión ambiental</p> <p>Enfoque Laboral</p> <p>Social/Comunidad</p>

	Cadena de valor con los clientes
<i>Sector alimentario:</i>	<hr/>
<i>Caso Nutresa</i>	Voluntariado, Fundación Nutresa Enfoque medioambiente
<i>Caso Coca Cola Femsa</i>	Social: Calidad de vida Salud: Deporte

Teniendo en cuenta una serie de estudio de casos, *describiremos los principales elementos de las prácticas de responsabilidad social empresarial en los diferentes sectores comerciales del país se mostrarán a continuación.*

Sector de servicios financieros/bancario

1.1 Caso Bancolombia

Es un banco privado colombiano perteneciente al Grupo Sura que tiene como política en generar experiencia superior para sus clientes, mantener la motivación y sentido de pertenencia de sus empleados y fortalecer los lazos financieros con sus accionistas de manera sostenible (Grupo Bancolombia, 2017).

De acuerdo con Zapata, Vargas, & Rayo, (2012) los principales compromisos que están desarrollando en el Grupo Bancolombia por medio de su estrategia de Responsabilidad Corporativa se orientan, en especial, a tres ejes fundamentales: Económico, social, ambiental:

- **Crear** una cultura financiera para las personas de escasos recursos con el propósito de generar mejores condiciones económicas a través de programas de educación financiera.
- **Facilitar** el acceso al sistema financiero a la población de bajos ingresos mediante programas de inclusión financiera.
- **Disminuir** los impactos directos e indirectos de su actividad en el entorno por medio de la gestión de riesgos ambientales y sociales.
- En cuanto a los diferentes Stakeholders, la relación de Bancolombia con ellos es la siguiente:
- **Accionistas:** Esperan que sus accionistas encuentren un valor agregado en la organización, gracias a su confianza su inversión facilita el desarrollo sostenible de las comunidades en las que tienen presencia.
- **Clientes:** Su propósito es brindarles oportunidades de desarrollo sostenible y

ayudarles a manifestar de manera explícita sus compromisos con la sociedad y el medio ambiente.

- **Empleados:** Desarrollan con ellos y sus familias programas de competencias alrededor de la sostenibilidad corporativa, fortalecen la cultura organizacional, ofreciendo opciones para mejorar su calidad de vida.
- **Comunidad:** Aprovechan los espacios habituales para entender sus necesidades y les brindan, de la mano de las demás partes de interés, alternativas para que sus inquietudes sean tenidas en cuenta, con el objeto de fomentar su crecimiento y desarrollo equitativo.

El Grupo Bancolombia, por otro lado, rechaza cualquier forma de trabajo en condiciones forzosas, el trabajo infantil y las condiciones de trabajo que vayan en contra de los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo.

Este tipo de cultura que respeta y garantiza un ambiente laboral para los colaboradores se viene desarrollando desde mediados del siglo xx en el mundo, en el que hay un reconocimiento de los derechos humanos laborales de los empleados en el que se exige a la empresa su cumplimiento. La organización tiene el compromiso de permitir espacios a sus trabajadores para el respeto de sus derechos en el caso que sean vulnerados, como por ejemplo los sindicatos (Guillermo, 2007).

El ambiente laboral se convierte en un pilar fundamental para la cultura organizacional de las empresas colombianas, debido a la necesidad de generar un contexto “favorable buscando garantizar un ambiente social donde exista estabilidad ética, educación y desarrollo” (Guillermo 2007, p.92).

Planes de formación

A este respecto, Zapata, Vargas, & Rayo (2012) plantean:

- Durante 2010 el Grupo Bancolombia invirtió en la formación de sus colaboradores la suma de **\$5.691 millones**.
- Con relación al año anterior, la inversión económica tuvo un incremento del **13,65%** (**\$684 millones**) y de **15.544** beneficiarios para un 21,12%, tanto en formación presencial con cursos internos y externos, como en los programas virtuales.
- Inglés: Para continuar con el fortalecimiento del talento humano, Se están formando **355** personas, con el fin de alcanzar un nivel adecuado en las competencias requeridas.

En este estudio de caso podemos apreciar que Bancolombia tiene en cuenta a sus diferentes Stakeholders desde una planificación estratégica de la relación con ellos, además de un apoyo financiero, y formación educativa para sus colaboradores.

1.2 Caso comparativo Bancolombia y BBVA

En el estudio “Responsabilidad Social Empresarial en la dimensión laboral: caso Bancolombia y BBVA” se realizó un análisis de contenido de los Informes Sociales (2009 y 2010) de los dos bancos. Tomando como referente las propuestas por el suplemento sobre el Sector de Servicios Financieros del Global Reporting Initiative – GRI .(Duque, &

Martínez, 2012)

En el caso particular de estos dos bancos, se realizó el estudio de caso con respecto a las prácticas laborales el GRI, considerando cinco aspectos: *empleo, relaciones empresa-trabajadores, salud, seguridad en el trabajo, formación y educación, y diversidad e igualdad de oportunidades.*

Teniendo en cuenta los diversos aspectos que considera el GRI en lo que concierne a las prácticas laborales, se encontró para BBVA y Bancolombia, lo siguiente:

- Las dos empresas no manifiestan programas de educación, prevención, orientación de riesgos. (amenazas y violencia en el lugar de trabajo, para apoyar a los empleados, sus familias o comunidad, en las circunstancias de ataques y agresiones por parte de clientes u otros, atracos, lavado de dinero o terrorismo.)
- En aspectos como la igualdad de oportunidades es clara la existencia de una brecha salarial entre las mujeres y los hombres, la cual es del 13,4%. Por otro lado, tampoco se aprecia la participación de las minorías en este tipo de entidades.
- Con respecto a las relaciones laborales empresa- trabajadores no son claras las oportunidades de ascenso para los trabajadores sindicalizados y las políticas organizacionales de cara a la libre asociación.

1.3 Banco Caja Social y Banco Colmena, Responsabilidad Social Compartida.

(Muñoz, D. & B. Llorente. (2010) En 1991 la entidad Fundación Social hizo su inauguración en Colombia, patrocinada por el padre jesuita José María Campoamor, en el cual la fundación operó como un “Holding”, que se comprende como aquella empresa que sostiene las actividades de otras organizaciones enfocadas a un impacto económico y social a gran escala

(referencia).

Durante 25 años la empresa estuvo desarrollando estrategias en función al “impacto en el desarrollo” del que los bancos Caja Social y Colmena se encuentran involucrados en proyectos sociales para el impacto de la población colombiana. De estos se destacan actividades elaboradas por estos bancos en el ámbito financiero, previsional y de construcción.

Debido a la naturaleza de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de estos bancos apoyados de la Fundación Social, se constituyeron como agentes activos en las discusiones e iniciativas que exploran estrategias de RSE en el sector bancario, tanto en el marco nacional e internacional (Muñoz, & Llorente 2010).

1.4 Banco de Bogotá

El Banco de Bogotá desarrolla desde la inversión social diversas estrategias enfocadas a la educación a sus empleados a través de capacitaciones virtuales y presenciales, con extensión de estudios de técnicos, profesional en el marco de pre-grado y posgrado. Henao, R. (2014)

En la siguiente literatura se aprecia los cursos que ofrece el Banco para sus colaboradores:

Capacitaciones y programas de formación.

- Educación virtual.
- Cursos de inducción al Banco de Bogotá.
- Talleres y cursos.
- Cursos de actualización.

Desarrollo del personal administrativo y comercial.

- Programa de administración bancaria con énfasis comercial.
- Programa de administración bancaria con énfasis en administración y servicios.
- Programa talento joven – Curso SENA técnico en banca.
- Programas de Postgrados y educación continua.

Esta iniciativa de invertir a sus colaboradores, busca la cualificación del talento humano debido que representa un valor fundamental para el Banco de Bogotá por el constante movimiento financiero y bancario que genera la empresa considerando las regulaciones que establece la súper intendencia financiera y el mercado en el que se posiciona la empresa. Todas estas estrategias impulsadas con la organización desde la cultura organizacional se enfocan en estimular la motivación y sentido de pertenencia de los empleados para la construcción de un clima laboral favorable dentro de la empresa. Henao, R. (2014)

Por último cabe destacar que esta inversión social tiene como objetivo impulsar a las personas que no cuentan con recursos económicos para cubrir sus estudios para formar profesionales capacitados en responder ante las necesidades de la empresa con un carácter profesional. Henao, R. (2014)

A continuación adjuntamos el impacto estadístico de la empresa hacia sus empleados respecto a los programas técnicos, pre-grado y posgrado.

ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	DESCRIPCION	# PERSONAS BENEFICIADAS	VALOR INVERTIDO O TIEMPO DESTINADO
Reconocida por la BVC (Bolsa de Valores de Colombia)	mejores prácticas de divulgación de información y relación con el inversionista	Permite reafirmar el posicionamiento en los mercados locales e internacionales.	n/a	n/a
Capacitaciones y programas de formación	Educación virtual	“La U virtual”, es una plataforma tecnológica que permite entregar información y cursos de capacitación	5.239 empleados aproximadamente	n/a
	Cursos de inducción al Banco de Bogotá	Comprensión general de la organización y de su cultura	773 nuevos empleados aproximadamente	n/a
	Talleres y cursos	Para fortalecer y desarrollar las competencias de sus colaboradores	4,291 empleados	n/a
	Cursos de actualización	Cursos y programas abiertos en instituciones universitarias y en instituciones de formación empresarial reconocidas	130 empleados	n/a
Desarrollo del personal administrativo y comercial	Programa de administración bancaria con énfasis comercial	Formación en el negocio bancario y en las mejores prácticas comerciales de la banca	203 empleados	1.400 horas
	Programa de administración bancaria con énfasis en administración y servicios	Aplican personas que están en cargos auxiliares que tiene buen desempeño y potencial para asumir cargos de mayor responsabilidad	84 empleados	1.135 horas
	Programa talento joven Curso SENA técnico en banca	Estudiar una carrera técnica en el sector bancario y luego vincularse al Banco como su primer empleo	702 empleados	1,875 horas
	Programas de Postgrados y educación continua	Oportunidad a personas con un perfil alto y con expectativas de crecimiento en la organización	67 empleados	n/a

Stakeholder Externo enfocada Sociedad:

La sociedad es un componente importante para cualquier empresa, debido que es el entorno de desenvolvimiento de la organización, dado que dentro de la sociedad se encuentran “sus empleados, sus proveedores, sus clientes, etc.” –(Henao, 2014).

Una de las estrategias más influyentes del Banco de Bogotá es el fomento de la creación de pequeñas empresas a nivel nacional. El carácter del proyecto es estimular a los pequeños empresarios en construir organizaciones con el propósito de generar oportunidades de trabajo para los ciudadanos locales. También con el uso de los fondos de emprendimiento social busca en apoyar ideas en negocios con proyección nacional aquellas organizaciones pequeñas o que sufren de inestabilidad económica.

Resumen Sector Bancario

En el sector bancario, se hizo una revisión bibliográfica haciendo énfasis en los bancos BBVA y Bancolombia, Banco Caja social , Colmena y Banco de Bogotá. En los primeros dos se encontró que dentro de sus políticas de RSE su objetivo principal es mantener la motivación y el sentido de pertenencia de sus empleados. Para el caso de Bancolombia, este se orienta hacia 3 ejes fundamentales; Económico, social y ambiental.

Para el eje económico se busca crear una cultura financiera para personas de escasos recursos con el propósito de mejorar su calidad de vida, a través de la educación financiera.

Para el eje ambiental, este banco tiene como objetivo disminuir los impactos directos e indirectos de su actividad en el entorno por medio de la gestión de riesgos ambientales y sociales.

En el caso de Caja Social y Banco Colmena , estos llevan 25 años desarrollando estrategias en función al impacto en el desarrollo (ambitos: financiero, previsional y de construcción) a través de la Fundación Social , patrocinada por el padre jesuita José María Campoamor.

Por último, el Banco de Bogotá desarrolla diferentes estrategias de RSE enfocadas a la educación de sus empleados, a través de capacitaciones virtuales y presenciales, con extensión de estudios técnicos, profesional , tanto de pre-grado como posgrado. Por otro lado una de sus estrategias más influyentes es el fomento de la creación de pequeñas empresas a nivel nacional, estimulando así a los pequeños empresarios en construir organizaciones con el propósito de generar oportunidades de trabajo para los ciudadanos locales.

Conclusión

Según lo estudiado, el sector bancario (Bancolombia y BBVA) le apunta a una RSE desde

el enfoque laboral. Sin embargo, la RSE del sector bancario no ha sido un tema suficientemente explorado en nuestro país, el cual se convierte en un espacio de estudio potencial para los investigadores

Para el caso de Bancolombia y BBVA se puede denotar que no se están estableciendo programas de educación y planeación de riesgos, además de la brecha salarial entre hombres y mujeres y la poca claridad en las oportunidades de ascenso para los trabajadores sindicalizados y las políticas organizacionales.

Por otro lado otras entidades si presentan estrategias que abarcan más enfoques, como lo son el Banco Caja Social, Colmena y Banco de Bogotá, los cuales abordan desde el ámbito financiero, el ambiental y el educativo. Todavía se puede hacer más para el mejoramiento de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, se evidencia un avance en cuanto a la implementación de estas prácticas por parte de estas instituciones del sector bancario.

2 Sector industrial

2.1 Caso EPM:

EPM es una empresa de propiedad del municipio de Medellín, creada en 1955. Es líder en la expansión y adopción de tecnologías de punta en los servicios de telefonía, acueducto, alcantarillado, gas y distribución eléctrica. Guevara, N (2011).

A partir del 2004 se formula RSE desde la teoría de la agregación de valor para los grupos objetivo y despega el concepto como tal.

En EPM “la estrategia clave, es la del aprendizaje”, que entendiendo lo que significa RSE, puede ser aplicada en sus funciones y a partir de ahí agregar valor.

1. Divulgación: Noticias y hechos de RSE en los medios internos, telerevista, periódico SAETIN. Y un sub sitio WEB en la Intranet Corporativa, que se llama Bitácora.
2. Formación: Tienen como elemento de base un Foro de RSE de 8 horas, al que asisten todos los empleados. Además un módulo en la inducción y otro en un diplomado de contratación.
3. Acompañamiento: Divulgamos RSE en los Grupos Primarios y hacen asesorías sobre su aplicación en concreto a las áreas que lo requieran.

En este caso EPM, no se especifican puntualmente las prácticas, pero se evidencian las estrategias de divulgación de la responsabilidad social empresarial de la empresa.

2.2 Caso: ISA

ISA nace en el año de 1993 con la misión de desarrollar mercados mediante el diseño, construcción y operación de sistemas de infraestructura lineal. Esta es una empresa que actúa en un marco de relaciones equilibradas entre las empresas de ISA y sus partes interesadas para agregar valor, generar confianza y contribuir al desarrollo sostenible de las sociedades en las cuales está presente. Guevara, N (2011).

En el año 2005, se incorporaron al trabajo, acciones específicas que responden a los principios del Pacto Global. Entre sus prácticas de responsabilidad social corporativa

Logros con trabajadores

- En la Compañía se ha logrado una generación de valor, los procesos son más efectivos y se generen mayores inversores. La Compañía ha logrado que tanto ésta, como sus trabajadores estén alineados, hablen un mismo idioma, tengan un mayor posicionamiento y crezcan limpia y transparentemente.

- La empresa ISA , se enfoca principalmente en la relación con sus trabajadores, para que ellos tengan un posicionamiento y una autorrealización.

2.3 Caso: ISAGEN

ISAGEN es una empresa de servicios públicos mixta, constituida en forma de Sociedad Anónima, de carácter comercial, de orden nacional y vinculada al Ministerio de Minas y Energía de Colombia. Su objeto social principal es la generación y comercialización de energía eléctrica.

ISAGEN asumió el compromiso ético de acoger los diez principios relacionados con derechos humanos, normas laborales, ambiente y lucha contra la corrupción, desde hace 12 años, comprometiéndose de lleno con la RSE que el Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo del Milenio inculcaban.

Para ISAGEN, la Responsabilidad Social Empresarial es una manera de concebir sus relaciones con otros grupos humanos en la búsqueda de una sociedad sostenible en términos sociales, ambientales y económicos.

Una de las prácticas de responsabilidad social empresarial es la educación ambiental que lleva a cabo la Organización conjunto a sus trabajadores:

- ISAGEN promueve entre los trabajadores y contratistas buenas prácticas de gestión ambiental con el fin de que sean aplicadas en el trabajo y en la vida cotidiana.

Constantemente se realizan capacitaciones orientadas a temas como:

- Agotamiento de los recursos naturales.
- Disposición de residuos sólidos.
- Manejos de sustancias químicas.

- Uso racional de la energía.
- Mitigación del cambio climático.

En este estudio de caso, se evidencia como la empresa Isagen se acogió a los 10 principios de los DDHH, enfocándose en el aspecto medioambiental a través de los colaboradores.

2.4 Caso General Motors – Colmotores

¿En qué consiste?

Según Prieto, & Muñoz, (2010) El programa de RSE de General Motors está sustentado en tres enfoques básicos para, según ellos, construir un Desarrollo Sostenible sobre la población objetivo, estos aspectos son:

- El enfoque Ambiental, contempla la conservación y mejoramiento del ecosistema de la ciudad, por medio de la educación ambiental en sus Stakeholders, tratamiento de agua sanitarias y gestión integral de residuos sólidos. El enfoque Económico, genera oportunidades de empleo y desarrollo para el país involucrando a la población en la implementación de las actividades que apoyan este programa.
- El enfoque Social, que para el objetivo de la investigación nos concentramos en las actividades orientadas al trabajo con la comunidad y puntualmente aquellas que

impacten a la población de Cazuca. este tiene tres aspectos claves:

a) Movilidad; el cual se desarrolla con los trabajadores de la organización, enfocado a disminuir el impacto ambiental a través de compartir automóvil entre los empleados para asistir a la oficina.

b) Educación; A través de programas como Junior Achievement, que busca incentivar valores de responsabilidad ambiental y emprendimiento, además de otorgar becas a jóvenes de Ciudad Bolívar y con el Semillero de Latoneros, este último ayuda en la obtención de recursos para la fundación a través del reciclaje.

Una iniciativa de RSE en Colmotores, es el voluntariado conformado por empleados de la organización: La contribución que hace el voluntariado es de dos formas: en tiempo y dinero; por ejemplo “en la construcción de 40 casas prefabricadas en Ciudad Bolívar y Cazucá para poblaciones en extrema pobreza a causa del conflicto en el país”.

Objetivos del Programa Puntadas Por la Paz de GM:

- Crear un plan de trabajo e inclusión a desmovilizados, brindándoles una oportunidad de formación humana y técnica para 90 personas que han dejado sus prácticas de violencia para integrarse a la sociedad.
- Acompañamiento psicosocial que les permita llevar a cabo un proceso de reconciliación consigo mismo y con la sociedad estableciendo nuevas y mejores relaciones.
- Estabilidad laboral con un empleo justo, con posibilidades de desarrollo y crecimiento personal a partir del compromiso de cada uno.

En el estudio de caso de General Motors, se hace manifiesto que los intereses de la compañía en materia de RSE, son fundamentalmente económico, social, y medioambiental. En el área de lo social, fundamentalmente a través de becas y el semillero de latoneros, además del voluntariado llevado a cabo por los empleados de la organización y sobretodo cabe destacar la inclusión a desmovilizados y el acompañamiento psicosocial que es tan importante para llevar a cabo armonía entre las partes.

2.5 Caso Ecopetrol

Responsabilidad social empresarial en Ecopetrol

En 2009, en la encuesta realizada por la firma de investigación Invamer Gallup y la revista Dinero (Dinero, 2009), Ecopetrol fue seleccionada como la empresa colombiana más admirada, también fue elegida como la empresa número uno en cuanto a su compromiso con la comunidad y el medio ambiente, al mismo tiempo que era considerada como financieramente rentable. Uribe, C. (2014)

A partir de 2009 Ecopetrol replantea su estrategia ambiental enfocando su gestión alrededor de temas fundamentales como son la ecoeficiencia, los biocombustibles, el cambio climático y la biodiversidad. El cual incluyó:

- a. La gestión ambiental de energía: Ecoeficiencia en los procesos de la empresa, desarrollo de biocombustibles, mitigación del cambio climático y mejoramiento de

combustibles mediante la reducción de emisiones.

- b. La gestión ambiental de sólidos: Compras de materiales mediante contratación verde, tratamiento y disposición de residuos sólidos y el proceso de abandono de pozos, el desmantelamiento de instalaciones, la recuperación ambiental de las áreas de influencia y la entrega final de pozos.
- c. El gerenciamiento ambiental del agua : Iniciativas para el buen manejo del agua, gestión de vertimientos, reciclaje de aguas y respuesta a emergencias ambientales
- d. Conservación de la biodiversidad: Desarrollo de estrategias para la gestión de impacto, gestión de áreas de alta diversidad y cuidado de especies protegidas.

- El sistema de RSE de Ecopetrol se ha regido a partir de 2009 por los lineamientos del reporte de sostenibilidad de la Global Reporting Initiative (GRI), que es el marco de referencia más usado en el mundo para reportar los esfuerzos de sostenibilidad de las organizaciones y que cuenta con el respaldo del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (Uribe, 2014).
- Un dato importante en la gestión de la RSE de Ecopetrol, consiste en que la inversión ambiental de Ecopetrol se ha incrementado de un 0,89% del total de las ventas en 2005 a un 1,83% en 2012.
- El Modelo de Ecopetrol para el desarrollo sostenible

En Ecopetrol desde el área estrategia de comunicaciones se desarrollan varios enfoques para la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial

Desempeño ético del trabajo

- En el año 2008, se creó el primer código de ética, en este, participan 577

colaboradores, además se implementó una estrategia integral para generar comportamientos éticos, basados en el respeto, la integridad, y la responsabilidad mediante tres ejes: Divulgación, interiorización y administración del Código de Ética.

Sparano, H (2010)

Desempeño laboral y calidad de vida

Para que la empresa Ecopetrol se relacione adecuadamente con sus colaboradores, familiares y jubilados, hizo esfuerzos importantes en el 2009:

- El 80%, de los trabajadores están vinculados mediante contrato a término indefinido, en 20 de los 32 departamentos del país.
- En el 2008 se validó el programa del “Líder Global” como apoyo a su estrategia corporativa, mediante el desarrollo del talento humano:
- En el campo de la salud ocupacional y seguridad industrial, la campaña de sensibilización “La Mancha Azul”, mediante una buena comunicación. Esto trajo como resultado disminuir la frecuencia de accidentalidad y mejorar sus prácticas que garanticen una mejor Calidad de vida para este grupo de interés.

2.6 Caso Cementos Argos:

Cementos Argos, es una empresa dedicada a la producción y exportación de arcilla molida en Colombia y Latino América. Se posiciona en el cuarto lugar como mayor productor de concreto en el mundo manteniendo inversiones en Panamá, Haití y República Dominicana. El modelo de negocio está centrado en el cliente y en el desarrollo sostenible, es decir, económicamente viable, respetuoso de las personas, responsable y amigable con el medio ambiente.” (Argos, 2012, <http://www.argos.co/site/Default.aspx?tabid=174>).

Según (Ariza, 2012) ,Cementos Argos, a través de su “Fundación Argos” implementó el proyecto “Generación de Desarrollo Productivo” que tiene como objetivo principal mejorar las condiciones económicas de las comunidades rurales en Colombia por medio de estrategias de RSE

Los pilares fundamentales donde se sostiene el proyecto: La Infraestructura Comunitaria, La educación en ánimo sobre una infraestructura de calidad, en el desarrollo de proyectos sostenibles y en la construcción y mejoramiento de la vivienda de interés social

El proyecto “Generación de Desarrollo Productivo”, tienen como finalidad en impulsar a las comunidades rurales en Colombia víctimas del conflicto armado en crecimiento económico. La finalidad de sus estrategias es empoderar a las comunidades por medio de la mano de obra local, para la elaboración de productos que puedan ser comercializados dentro de la comunidad en precios razonables. De este modo se cumple con el objetivo de fomentar el desarrollo humano sostenible.

Las dimensiones de la empresa en función de la Responsabilidad Social Empresarial, se sostienen en valores que permitan a la organización enfrentar desafíos al momento de generar un impacto social en la comunidad por medio de estrategias de RSE, con el objetivo de

invertir en actividades eficientes en pro a la construcción de una dimensión integral que implique una “relación armoniosa entre el ser de la empresa y el que hacer, dando satisfacción a las necesidades de la sociedad” (Méndez, 2015).

Según Méndez R. 2015, las estrategias de RSE de esta compañía se clasifican de la siguiente manera:

- La dimensión económica interna

Tiene como objetivo principal la construcción de valor agregado entre colaboradores y accionistas, con una base sólida de la equidad entre los miembros participantes de la empresa para fortalecer las condiciones del mercado

- La dimensión económica externa:

Se refiere en el desarrollo y distribución de bienes, servicios útiles y sostenibles para sus clientes, además de su aporte a los intereses públicos en función a la contribución impositiva. Es también fundamental que la empresa elabore planes de impacto económico en el país.

- Dimensión Social Interna:

Tiene como objetivo principal en impulsar la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para garantizarla calidad de vida laboral y desarrollo integral de estos actores dentro de la empresa. (Méndez R. 2015)

- Dimensión Ecológica Interna:

Corresponde en la responsabilidad por parte de la empresa respecto a las posibles repercusiones ambientales durante los procesos de producción de cemento. Esta dimensión implica el compromiso de la organización en mecanismos de prevención

durante los procesos para no afectar el medio ambiente. (Méndez R. 2015)

- Dimensión de Ecológica Externa:

En esta última dimensión la empresa desarrolla estrategias prácticas específicas para preservar el medio ambiente debido que las zonas verdes son la base para la vida en general. (Méndez R. 2015)

Resumen:

La RSE que corresponde para el sector industrial tiene un profundo enfoque en la gestión del medio ambiente representado en políticas para los empleados y directivos de las empresas que estimulen la conciencia y responsabilidad del ecosistema. **General Motors**, es una organización cuyas prácticas de RSE tienen como objetivo desarrollar procesos para el tratamiento de aguas sanitarias, gestión integral de residuos sólidos y programas sociales como “Junior Achievement” que educa a sus empleados sobre la importancia de la preservación del medio ambiente para formar actores transformadores del ecosistema natural. También organizaciones como **EPM** e **ISAGEN** manejan programas educativos que busca incentivar la conciencia ético-ambiental con el fin de formar empleados líderes y proactivos capacitados para hacer un uso eficiente de los recursos naturales sin que generen consecuencias negativas del ecosistema.

EPM prioriza en divulgar noticias e informes respecto a las prácticas y eventos que involubren la gestión del medio ambiente a través de los medios de comunicación, tales

como la web para incentivar el espíritu verde de los empleados de la organización.

Otro aspecto fundamental para estas organizaciones en sus prácticas de RSE, es el enfoque social que se apoya a base de educación para los empleados. La empresa **ISA**, maneja programas de relacionamiento entre los trabajadores y directivos con el fin de fortalecer los lazos de comunicación entre los colaborador y jefe para establecer la armonía y empatía del cuerpo empresarial. **ISA** dicta talleres y seminarios para estimular la comunicación y relacionamiento profesional entre jefe empleado para impulsar el sentido de pertenencia de los empleado, la motivación y promover la auto realización profesional dentro de la organización.

Ecopetrol es la organización que de acuerdo a la encuesta Invamer Gallup y revista Dinero 2009, es una de las empresas más admiradas a nivel internacional debido a su firme compromiso de mantener prácticas de RSE en el medio ambiente. Dentro de los objetivos que establece la organización es el mejoramiento de combustibles mediante la reducción de emisiones, compras de materiales por medio de contratación verde y gestión del agua para un correcto reciclaje con el fin de re utilizarlo para emergencias ambientales.

La compañía **Argos**, por su parte, utilizar la educación como estrategia de RSE para el desarrollo de proyectos sostenibles significativos para el beneficio de comunidades de escasos recursos, entre ellas a las víctimas del conflicto armado de Colombia. Argos tiene como prioridad en invertir en actividades eficientes en pro a la construcción de una dimensión integral tales como el empoderamiento de la comunidad con la mano de obra, para que los individuos elaboran productos que sean comercializados dentro de su sociedad a precios razonables para mejorar su condición económica.

estrategias está el empoderamiento a las comunidades por medio de la mano de obra local, para la elaboración de productos que puedan ser comercializados en la comunidad a precios razonables.

Conclusión:

Las prácticas de RSE en el sector Industrial tienen un amplio enfoque respecto a estrategias para la gestión del medio ambiente, por medio de una cultura de conciencia verde para motivar a los empleados y agentes exteriores a ser agentes dinámicos en la protección y preservación de los recursos naturales.

Casos destacados como Ecopetrol y General Motors, son los que representan el compromiso de las empresas en utilizar los mecanismos necesarios de producción de sus productos para no afectar negativamente el medio ambiente. Sin embargo, es evidente la ausencia de estrategias sociales que promuevan la cultura de emprendimiento para comunidades de escasos recursos para que sea de apoyo para ingresos extras.

Entre los pocos casos más destacados es de la empresa Argos, quienes por medio del empoderamiento de la mano de obra hacia la comunidad, motivan a las personas a construir productos y venderlos a precios razonables como apoyo para ganancias extras.

Sector alimentario

3.1 Caso Nestlé.

El modelo de RSE de Nestlé se enfoca desde tres puntos de referencia: Garantizar el beneficio para la sociedad, el medio ambiente y finalmente impulsar la competitividad de la empresa nivel mundial, enfocados a sus grupos de interés que corresponden a los Empleados, Sociedad en general, Medio Ambiente y Países del Tercer Mundo. Todo esto para promover un favorable ambiente laboral y el establecimiento de una relación “Gana a Gana” con la comunidad. Por último, el objetivo de la RSC no tiene como prioridad obtener una mejor imagen de marca corporativa, sino alimentar la cultura del mutuo beneficio entre empleados y directivos (Truño-Igual & Criado, 2008).

La cultura organizacional de Nestlé se encarga de optimizar los aspectos internos de las organizaciones, mediante estrategias que permitan la fluidez en la comunicación en el cuerpo de la empresa para mantener la motivación y colaboración de todos los trabajadores en función a la resolución de conflictos o crisis que puedan presentarse en empresa en la cotidianidad (Córdoba, López, Valencia, & Arias, 2017).

Su modelo de cultura organizacional se enfoca desde una “cultura abierta” encaminada a

superar las crisis internas y externas que puedan presentarse, expresado por French & Bell (1996) citando a Beckhard: “Es un esfuerzo planificado de toda organización y controlado desde el nivel más alto para incrementar la efectividad y el bienestar de la organización mediante intervenciones planificadas en los procesos de la organización aplicando los conocimientos de las ciencias de la conducta (p.27).” De esta manera, se puede identificar como Nestlé se diferencia entre otras empresa, debido a su modelo de cultura organizacional.

El inicio del desarrollo de los recursos humanos en esta compañía se inició en 1960 con la implementación de la flexibilidad horario y la conciliación de la vida laboral y familiar del empleado. Estas normas para garantizar el progreso profesional y personal del colaborador, se complementaron cursos de carácter técnico, académico y de crecimiento personal para capacitar empleados interdisciplinarios capaces de afrontar las exigencias de la empresa. (Truño-Igual J. & J. Criado, 2008)

El ejercicio de abrir espacios de aprendizaje y la iniciativa de mejorar el ambiente laboral para sus empleados son prácticas compartidas que estimulan el mutuo beneficio (Ganar/Ganar) entre los colaboradores y la empresa. También entre los aspectos a destacar de estas estrategias es la aprobación y lealtad por parte de los miembros de la organización hacia sus directivos y de esta manera hay una sinergia de talento, disciplina y trabajo en equipo. (Truño-Igual J. & J. Criado, 2008)

Medio ambiente

Desde la segunda mitad de los años sesenta, Nestlé empezó a instalar depuradoras a sus fábricas y adoptó un sistema de gestión ambiental propio de la compañía. Implementado en todo el mundo, que cuenta con unos puntos de auditoría interna y unos objetivos más

exigentes que la legislación actual.

Sociedad

En referencia a la acción social, la empresa colabora con la Cruz Roja, y con los Bancos de Alimentos en los sectores vulnerables. También lleva a cabo una tarea educativa sobre los hábitos saludables de alimentación y nutrición.

3.2 Caso Nutresa

Nutresa es una empresa del Departamento de Antioquia y está conformado por 44 empresas con presencia directa en 12 países en América y exportaciones a 74 países del mundo. Esta empresa inicia en el siglo XX en el momento en que Colombia se da un avance del desarrollo industrial, en 1920 nace la “Compañía Nacional de Chocolates Cruz Roja”, la cual cambiaría de nombre posteriormente a “Compañía Nacional de Chocolates S.A.” y por último a Nutresa, como se denomina actualmente. La compañía Nutresa maneja diferentes negocios, estructurados en cárnicos, galletas, chocolates, café, pastas y helados (Lineró, 2011).

Son ejes transversales de esta gestión:

- El **voluntariado** que crea redes de cooperación, al vincular de manera efectiva y organizada la labor social de los colaboradores en sus comunidades.
- La **inclusión** como marco de referencia para desarrollar oportunidades.
- Las relaciones colaborativas con entidades que son especializadas en desarrollo social (Ramírez, 2013).

De acuerdo a lo planteado por el GRUPO NUTRESA (2012), se caracterizan las siguientes acciones:

- Las acciones que adelanta la Fundación Nutresa en materia de nutrición, permiten brindar a niños, jóvenes y adultos mayores, una mejor calidad de vida y un adecuado desarrollo físico y cognitivo.
- Enfocan su inversión en la promoción de una educación inclusiva y de calidad. Apoyan iniciativas de largo plazo, que potencian el liderazgo, promueven la sostenibilidad y la transferencia de buenas prácticas empresariales a entornos educativos.
- Participan en proyectos productivos sostenibles que responden al desarrollo social de las comunidades, se benefician de manera directa a 151 personas y 15 comunidades de indígenas y afrocolombianos del medio Atrato.
- Apalancan programas que permiten la vinculación de jóvenes a proyectos de educación cultural y promueven eventos de ciudad, que convoquen y faciliten el acceso a la población.

Medio ambiente

COMPROMISO CON EL PLANETA En el Grupo Nutresa se brinda especial prioridad a la interacción corporativa con el medio ambiente para que esta se realice de manera responsable, contribuyendo a su equilibrio, al uso eficiente de los recursos naturales y al relacionamiento armónico con nuestro planeta. (GRUPO NUTRESA, 2012)

El caso de la empresa Nutresa, se enfoca en su labor medioambiental y a través de su voluntariado se generan estrategias para propiciar una nutrición de calidad, una educación inclusiva y los proyectos que responden al desarrollo social de las comunidades.

3.3 Estudio de Caso: Coca Cola - Femsa

La RSE se explica dentro de la compañía Coca Cola en el nuevo paradigma del desarrollo sustentable, en el cual el desarrollo económico es entendido como la articulación entre el equilibrio *ecológico y social*. Para lograr el desarrollo sustentable es necesario agrupar aspectos sociales, ambientales y económicos en procesos y estrategias organizacionales. De acuerdo con Paéz & Forero (2012), la empresa maneja las siguientes estrategias:

- La estrategia “viviendo positivamente” , dentro del enfoque ambiental, en donde la marca quiere resaltar la importancia del cuidado del agua, el apoyo a la comunidad, una vida activa-saludable y el cuidado del medio ambiente. Paéz, j & Forero, D (2012).
- Donación de 10 plantas de tratamiento de agua a la fundación Colombia humanitaria: a propósito de las tragedias invernales vividas en el país en los últimos meses. . Paéz, j & Forero, D (2012).
- En el ámbito ambiental el programa denominado CENPRE (compromiso empresarial para el reciclaje, Colombia). Con este proyecto se espera la generación de empleo formal para 30 recicladores de oficio.
- El programa “apúntate a jugar” en donde se han beneficiado más de 20.000 niños y niñas por medio de la actividad física.
- El impulso de los IX Juegos Suramericanos en el cual la marca se quiso destacar por ser la bebida oficial del evento más importante de la región.
- La vida activa en la ciclovía de Bogotá, un programa donde el trabajo conjunto con

el distrito de la ciudad se quiere hacer énfasis en una vida activa cada domingo en la capital.

- El evento de “exercise is medicine en América Latina”, una iniciativa de la marca alrededor del mundo y cuyo principal objetivo es hacer que los beneficios de la actividad física sean parte integral de los sistemas de atención médica y salud pública en nuestro país y alrededor del mundo.
- “Fundacolombia” creada en Abril del 2005, tiene como misión generar programas para atender las necesidades básicas de educación y trabajo dignos.
- “La unión de coca cola a un techo para mi país” iniciativa para marcar una diferencia positiva en el mundo y en la cual se dio techo a 3.000 compatriotas desplazados que viven en situación de extrema pobreza.

En el caso de coca cola Femsa, se encuentra que se propicia a través de sus campañas y el estilo de vida saludable.

Caso Alpina

Dentro de las actividades que desarrolla Alpina para el beneficio de miembros de escasos recursos, cada miembro interno y externo de la empresa asume distintos roles:

Proveedores: Se encargan de direccionar programas de capacitación a más de 500 productores rurales en técnicas y métodos para mejorar habilidades de productores.

Empleados: Son los miembros que participan activamente en proyectos de RSE y voluntariados corporativos en función al beneficio de productores rurales y familias campesinas.

Distribuidores: Se encargan de capacitar a los proveedores para que lideren los proyectos sociales en las zonas rurales.

Clientes: El programa de mercadeo llamado Revolución Alimentaria ha promovido el consumo de alimentos cada vez más nutritivos y saludables, de esta manera ha logrado generar mayor información en sus productos.

Según el artículo Los Cinco Enfoques de Alpina para su RSE, para esta compañía las estrategias en cuanto a estas prácticas están categorizadas de la siguiente manera:

Programa Alpina como buen ciudadano:

Este proyecto de la empresa Alpina, corresponde al cumplimiento de las obligaciones tributarias, fiscales y de desempeño empresarial en función al crecimiento de económico del sector, del medio ambiente y del país.

Programa Alpina como buen empleador:

Este proyecto se desarrolla a través de diversas capacitaciones enfocadas en actitudes (inteligencia emocional) y habilidades gerenciales con el objetivo de mejorar los niveles de competitividad de los colaboradores para ofrecer productos de mayor calidad.

Programa Alpina como buen vecino:

En este programa por medio de campañas emprendidas por la empresa Alpina, se abren programas educativos y salud alimentaria para el beneficio de comunidades de escasos recursos. También se capacitan a las madres cabeza de familia en temas de nutrición, salud y valores.

Alpina como marca responsable:

La empresa Alpina se mantiene activa en desarrollar campañas que transmitan la práctica de un consumo de alimentos saludables en los hogares y de manera responsable. Estas estrategias tuvieron un impacto positivo para la organización debido que su marca genera confiabilidad y transparencia hacia sus clientes. *Los Cinco Enfoques de Alpina para su RSE. Dinero. 262.*

Alpina y su política de medio ambiente:

Los pilares fundamentales de los que se sostiene las políticas del medio ambiente de la

empresa son: Mejoramiento continuo del desempeño ambiental, Prevención de la Contaminación, Prevención de la Contaminación, Gestión del Agua Como Principal Recurso Natural de la Compañía y Cumplimiento de la Legislación Ambiental en su Gestión.

Objetivos RSE de Alpina:

Según Rodriguez C & I Gallego, (2011)

Dentro de los objetivos que busca Alpina por medio de sus estrategias de RSE y del Marketing Responsable se destaca el siguiente:

Garantizar el cumplimiento de la normatividad de los Alimentos Funcionales (que generan impactos positivismo en las funciones de los organismos y que además cuidan la salud.). Esta línea está respaldada por evidencias científicas que evidencian de los resultados favorables que generan los alimentos a la población. El seguimiento para asegurar la calidad nutricional, mediante Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (HACCP) y el Codex Alimentarius, que son requisitos exigidos en el ámbito internacional.

Medir y evaluar el sistema de efectividad de la gestión de calidad, por medio de la tendencia del comportamiento de reclamos recibidos anualmente. Entre 2005 y 2008, el indicador de cumplimiento de especificaciones se mantuvo satisfactorio, en niveles de 97%.

Línea gratuita de atención al cliente, como una herramienta para obtener información y la oportunidad de mejorar procesos.

Resumen Sector alimentario

Para el sector alimentario se estudiaron estas empresas: **Nestlé, Nutresa, Alpina y Coca**

Cola Femsa. En el estudio de caso de **Nestlé**, se encontró que esta se enfoca desde 3 puntos de referencia: El beneficio social (establecimiento de una relación Gana-Gana con la comunidad) , medioambiental y el mejoramiento de la competitividad de la compañía a nivel mundial. A su vez **Nutresa**, maneja su RSE, a través de las siguientes estrategias: Las acciones implementadas a través de la fundación Nutresa en materia de nutrición, que busca brindar a niños y adultos mayores, un mejoramiento de su calidad de vida. Por otro lado, invierten en la promoción de una educación inclusiva y calidad, apoyando programas de liderazgo y la sostenibilidad en entornos educativos. Por otro lado , para **Coca cola Femsa** es fundamental apostarle al desarrollo sustentable, entendiéndose como la articulación entre el equilibrio ecológico y social. Desde el enfoque medioambiental , esta compañía implementa las siguientes estrategias: El programa Viviendo Positivamente, que promueve el cuidado del agua; La donación de 10 plantas de tratamiento de agua a la fundación Colombia humanitaria; Programa CENPRE (compromiso, empresarial para el reciclaje) ;El programa "Apúntate a jugar , en el cual se han beneficiado más de 20 mil niños por medio de la actividad física. Además de las iniciativas como; Vida Activa en la ciclovía de Bogotá, el evento Exercise is medicine in Latin America, Fundacolombia , y la unión de Coca Cola Femsa a un Techo para mi país. Por último, **Alpina**, esta compañía desarrolla sus estrategias de Responsabilidad Social Empresarial a través de sus diferentes stakeholders. En cuanto a los proveedores, se encargan de direccionar programas de capacitación a más de 500 productores rurales en técnicas y métodos para mejorar habilidades de productores.

Por parte de los empleados, les brindan la posibilidad de participar activamente en los diferentes voluntariados corporativos en función de los productores rurales y familias campesinas.

Conclusión

En lo que concierne al Sector Alimentario, se encontró una amplia variedad en la implementación de estrategias de RSE, por ejemplo, el beneficio social que estas buscan, a través del establecimiento de relaciones de mutuo beneficio con la comunidad. A su vez estas compañías se preocupan por tener buenas prácticas medioambientales y fomentar una cultura de buenos hábitos alimenticios para el mejoramiento de la calidad de vida de sus públicos impactados. Por otro lado, las empresas de este sector invierten en la promoción de la educación, apoyando programas de liderazgo y sostenibilidad. Programas como "Apúntate a jugar" en los cuales se han beneficiado más de 20.000 niños, denotan el compromiso de las empresas de este sector por asumir el reto de implementar de una manera disciplinada y masiva, las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Conclusión General:

En síntesis es, a pesar que son pocas las empresas que tienen conocimiento y ejecutan la estrategias de RSE, cumplen con la función de impactar el ámbito social, ambiental y educativo hacia comunidades de escasos recursos. Sin embargo aún es necesario impulsar programas sociales enfocados al emprendimiento y manejo de finanzas para facilitar herramientas prácticas a las familias cabeza de hogar que les faciliten ingresos extras que apoyen sus situación económica.

Por otra parte se evidencia que algunas empresas contaminan el medio ambiente a pesar de mantener estrategias de RSE para el medio ambiente. Por ejemplo en Coca Cola, según la contraloría distrital (2007) solo en Bogotá esta compañía contaminó 49 mil hectáreas de humedales con la descarga de aguas industriales no tratadas por parte de Panamco. Este tipo de acciones que generan desconfianza hacia los colombianos, debido a la ausencia de honestidad por parte de empresas multinacionales en el país respecto a su compromiso social y ambiental con el país.

Una correcta gestión de la RSE, además de mejorar la imagen corporativa y reputación de la empresa desde estándares locales hasta internacionales, garantiza también la fidelidad de clientes y empleados debido a los fines sociales y ambientales que impacten positivamente a Colombia. Como evidencia Páez y Forero (2012), las compañías han entendido los beneficios que trae en su imagen y reputación un buen manejo de la RSE. Esto es un llamado

para que la RSE no sea una cuestión de *branding*, sino un compromiso real desde la conformación de la empresa para evitar que se generen las mismas problemáticas a través de la gestión empresarial (a través de contaminación y demás).

En la labor de analizar las diferentes empresas cabe destacar la labor de algunas que evidenciaron su impacto, por ejemplo la compañía L'oreal con sus 4 programas de RSE exitosos, el primero es Belleza Por Un futuro, otro llamado Mujeres Para La Ciencia, en este programa, se ha premiado a 77 laureadas. Además ha apoyado a más de 1700 becarias que han realizado contribuciones en todos los campos de la investigación científica, además de otro de Los programas que implementa L'Oreal Colombia es "Luzca Bien, Siéntase Mejor", en el cual se busca mejorar la calidad de vida y autoestima de mujeres que sufren cáncer en el país, beneficiando así a más de 1700 pacientes que sufren cáncer, permitiéndoles mejorar sus condiciones y aumentar su bienestar durante la etapa de tratamiento de la enfermedad.

Concluimos que Ecopetrol es un ejemplo a seguir para las empresas cuyas de prácticas de RSE se enfoquen en el sector de impacto ambiental, debido que la organización promueve la gestión de los recursos naturales, tales como el agua, para reciclar y reutilizar ante emergencias ambientales. También la compañía estimula la conciencia verde a sus empleados por medio del ejemplo por parte de los directivos de comprar materiales para uso de la empresa mediante contratación verde para no contaminar el medio ambiente.

Sin embargo, volvemos a reiterar que es necesario que más empresas colombianas tengan conocimiento de las RSE y hagan uso de ellas para beneficiar a los Stakeholders. La retribución para la organización que ejercen estas prácticas mejoran su reputación e imagen corporativa a nivel nacional e internacional.

Esta es una invitación para las organizaciones colombianas , en especial de la Costa Caribe, a que refuercen sus prácticas de RSE, o que las implementen, para que con el aporte de todas, se pueda alcanzar el tan anhelado desarrollo humano sostenible propuesto por la Organización de las Naciones Unidas.

Referencias

Duque, Y. & Martínez, D. (2012) Responsabilidad Social Empresarial en la dimensión laboral: caso Bancolombia y BBVA. En: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada.

Rivera, R. (2015). Belleza por un futuro; el compromiso de responsabilidad social de L'oreal Colombia. Bogotá. Universidad Militar Nueva Granada, Facultad De Ciencias Económicas.

Ramírez, F. (2013). Caracterización de la responsabilidad social empresarial en el sector alimenticio de consumo masivo: Caso Grupo Nutresa. Universidad Militar de nueva Granada, Facultad de Ciencias Económicas.

La Republica (2013), Los 15 casos de éxito de RSE en Colombia

Activo Legal (2013), fundamentos legales de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia

Farto. (2008). Responsabilidad social empresarial RSE Para Emprendedores.

Paéz, j & Forero, D (2012). La implementación de una estrategia de marketing exitosa, el caso de Coca Cola Company en Estados Unidos y coca cola servicios en Colombia. Corporacion Universitaria Minuto de Dios.

Uribe, C. (2014). Mercadeo verde de una empresa dorada. Caso: Ecopetrol. Universidad Eafit, Departamento de mercadeo.

Ecopetrol (2012a). Reporte integrado de gestión sostenible 2011 (pp. 362) recuperado en: <http://www.ecopetrol.com.co/contenido.aspx?catID=283&conID=41869>

Pulido, A & Ramiro, P (2011) . La responsabilidad social corporativa de las multinacionales españolas en Colombia. Lan Herremanak/19

Guevara, N (2011). Guía metodológica para la comunicación eficiente de la responsabilidad social empresarial en medianas empresas del sector eléctrico colombiano. Universidad Javeriana

Sparano, H (2010). Responsabilidad Social Empresarial: Modelo de Ecopetrol para el desarrollo sostenible. Dimensión Empresarial Vol. 8 No. 1, Pág. 35- 39

Zapata, A , Vargas, J & Rayo, L. (2012) Metodologías de responsabilidad social empresarial en renting Colombia S.A . Universidad de Medellín.

Prieto, L & Muñoz, Y (2010). Propuesta de tesis “ un análisis de responsabilidad social empresarial del programa puntadas por la paz de General Motors Colmotores en altos de Cauca frente al concepto desarrollo humano del programa de las naciones unidas 2010 . Pontificia Universidad Javeriana

Jiménez, P. (2013). Corporaciones multinacionales y responsabilidad social corporativa en la creación de paz en Colombia

Grupo Bancolombia, Página oficial 2017,
<https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/informacion-corporativa/quienes-somos/>

Nohora, G (2011). Guía metodológica para la comunicación eficiente de la responsabilidad social empresarial en medianas empresas del sector eléctrico Colombia. Pontificia Universidad Javeriana

Prieto, C. & Muñoz Y. (2010). El análisis del entorno como función estratégica de la comunicación en programas de responsabilidad del sector eléctrico cita nueva puntadas por la paz de General Motors

Guillermo, J (2007) Evolución Histórica de los Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social.

Niño-Muñoz, D. & B. Llorente. 2010. Equidad y eficiencia en la banca colombiana: evidencia del aporte de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Henao, R (2014) Análisis de Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Financiero

Banco de Bogotá como caso a analizar.

Truño-Igual J. & J. Criado La Responsabilidad Social Corporativa: Gestión Empresarial de un Activo Intangible. (2008)

Córdoba, V. López, D. Valencia, J. & A, Arias. Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Competitividad en Nestlé de Colombia.

Méndez, R. Caracterización de las Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el Ámbito Ambiental de la Cementera Argos en Colombia 2009-2015. (2015)

Carolina R, I, Gallego. Análisis del bienestar del consumidor a partir de las estrategias de responsabilidad social empresarial que emplea Alpina en su línea de productos funcionales.

Dinero, Los Cincos Enfoques de Alpina para su RSE. (2015)

Ariza, S. Análisis de la implementación de la responsabilidad social empresarial mediante el modelo de negocio inclusivo en Colombia. (2012)

Cementos Argos Página Oficial,

(Argos,2012,<http://www.argos.co/site/Default.aspx?tabid=174>).

Pardo, M. Responsabilidad Social desde el interior de la empresa Grupo Nutresa. Un reto, una oportunidad y una actitud empresarial. Universidad del Norte, 2011.