

Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial y el cliente interno en organizaciones empresariales afiliadas a Acopi en Risaralda¹

Implementing corporate social responsibility and internal clients in businesses affiliated to Acopi in Risaralda

Carlos Alberto Hernández Villanueva* John Jairo Mosquera Rodas** Pedro Antonio Torres*** Mario Cuervo Gómez****

Presentado: 20 de febrero de 2010 Aprobado: 8 de mayo de 2010

Resumen

Introducción: las sociedades deben generar confianza dentro de la comunidad donde operan y establecer propósitos que sirvan al bien común, sin descuidar el fin, maximizando el retorno económico para sus asociados. En consecuencia, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de una empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de su influencia. **Metodología:** el enfoque es de índole cuantitativo, centrado en la descripción de la responsabilidad social. La metodología se basa en el desarrollo de una investigación de carácter descriptivo teniendo en cuenta el identificar los conceptos concebidos sobre Responsabilidad Social en las organizaciones empresariales. **Resultados:** en 63 empresas se tiene incluida la responsabilidad social en sus valores, 28 empresas no realizan ningún tipo de documento en valores y principios, y 27 empresas desconocen la importancia de este tema; en la relación con los trabajadores, 71 empresas tiene políticas claras con base a los acuerdos de obr, 31 empresas desconocen las políticas laborales en relación con los trabajadores, y en 17 empresas se desconoce la política de relación de trabajadores y su impacto en la reducción de la pobreza. Se tomaron 120 organizaciones empresariales afiliadas a Acopi en Risaralda. **Conclusiones:** los empresarios buscan con el pago oportuno de salarios, prestaciones y acuerdos básicos de la obr, garantizar condiciones básicas al cliente interno en las medida que las condiciones económicas de las empresas lo permitan. Los empresarios proponen acciones particulares para mejorar condiciones de vida en los aspectos de vivienda, educación salud, adecuado manejo ambiental, disminución de la corrupción en las empresas, mejoramiento de las relaciones con el Estado y la comunidad y el reconocimiento a la importancia del territorio en la relación empresario-trabajador, comunidad y gobierno.

Palabras clave: responsabilidad social, modelo Responsabilidad Social Empresarial, cliente interno, organización empresarial.

Abstract

Introduction: companies must build trust within the community where they operate and establish purpose it serves the common good, without neglecting to maximizing the economic return for its partners. In that vein Social Responsibility (CSR) is a corporate philosophy adopted by top management of a company to act on behalf of their workers, their families and the social environment in their areas of influence. **Methodology:** the approach is quantitative in nature in the description of social responsibility. The methodology is based on the development of a descriptive research taking into account the identification of concepts designed for Social Responsibility within business organizations. **Results:** 63 companies have included social responsibility in their values, 28 companies do not perform any type of document values and principles and 27 companies are unaware of the importance of this issue, in relation to workers 71 companies have clear policies based agreements of oip, 31 companies are unaware of labor policies in relation to employees and 17 companies, is unknown relationship policy for workers and their impact on poverty reduction. It took 120 business organizations affiliated Acopi in the department of Risaralda. **Conclusions:** employers looking to the timely payment of wages, benefits, and basic agreements of the ilo, to ensure basic conditions in internal customer as the companies' economic conditions permit. Employers propose specific actions to improve living conditions at housing, education, health, adequate environmental management, less corruption within enterprises, improving relations with the state and the community and the recognition of the importance of the territory in the employer-employee relationship, community and government.

Keywords: Social Responsibility, CSR model, internal client, business organization.

* Docente Universidad Cooperativa de Colombia seccional Pereira. Licenciado en ciencias sociales. Magister en Planeación Urbana y Regional. Pontificia Universidad Javeriana. Especialista en Alta Gerencia, Universidad Libre, seccional Pereira. Correo electrónico: ca.al.h@hotmail.com

** Docente Universidad Cooperativa de Colombia, seccional Pereira. Licenciado en Español y Comunicación Audiovisual. Magister en Educación, Universidad Católica de Manizales. Correo electrónico: tiempo16@hotmail.com

*** Docente Universidad Cooperativa de Colombia seccional Pereira. Magister en Educación, Universidad de Manizales. Correo electrónico: patorres56@gmail.com

**** Docente Universidad Cooperativa de Colombia, seccional Pereira. Especialista en Gerencia Financiera, Universidad Libre, seccional Pereira. Correo electrónico: mariocuervogomez@hotmail.com

¹ Resultado de proyecto Conadi: Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial y el Cliente Interno en Organizaciones Empresariales de Risaralda.

Introducción

Las sociedades deben generar confianza dentro de la comunidad donde operan y establecer propósitos que sirvan al bien común, sin descuidar el fin, maximizando el retorno económico para sus asociados. En consecuencia, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de una empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de su influencia. Se la considera como un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se instrumentan en toda la gama de operaciones corporativas, en los procesos de toma de decisiones, aspecto este que significa poner en marcha un sistema de administración con procedimientos, controles y documentos en contextos empresariales específicos. Por ello, la orientación y base de este proyecto está ligado al concepto de implementación de la RSE, mediante un estudio descriptivo en el campo de la estructura y cultura organizacional aplicada. A partir de lo anterior, la disposición de este ejercicio académico se enfoca al conocimiento conceptual, realizando análisis de carácter descriptivo en torno al rastreo, sobre cómo se ha entendido el concepto de responsabilidad social y cómo se manifiestan las prácticas empresariales en el campo de RSE, teniendo en cuenta su contribución en el desarrollo humano del cliente interno.

Metodología

El enfoque es de índole cuantitativo, centrado en la descripción de la responsabilidad social, que se ha transformado en un fenómeno

de gran importancia para el desarrollo de la cultura y la organización empresarial. La metodología se basa en el desarrollo de una investigación de carácter descriptivo, teniendo en cuenta el identificar los conceptos concebidos sobre responsabilidad social en las organizaciones empresariales del sector privado en el Departamento de Risaralda, con el propósito de percibir el desarrollo de las prácticas empresariales y su contribución en el desarrollo humano del cliente.

- *Población*: se toma como universo a 150 organizaciones empresariales afiliadas a Acopi en el año 2009, en el Departamento de Risaralda.
- *Muestra*: una muestra de 120 empresas, considerándose un nivel estimado de confianza del 95% y un error muestral del 4%.
- *Técnica de recolección*: la forma como se desarrolló la aplicación del instrumento fue mediante entrevista directa con personas del *staff* de gerencia o mando medio, con la cual se buscaba conocer los conceptos concebidos, comparar las percepciones, y analizar las prácticas empresariales de estas organizaciones en la RSE y su contribución al desarrollo humano del cliente interno, en cada una de las 120 empresas. El instrumento fue concertado con Acopi centro occidente siendo aprobado y ajustado con empresarios de este gremio; los resultados obtenidos serán evaluados por el grupo de organizaciones empresariales afiliadas a dicha colectividad.
- *Análisis de la información*: se aplicó el *software* EPI-INFO para tabular, clasificar y obtener datos cuantitativos, lo cual arrojó graficas elaboradas en Excel.

Fundamentación teórica

En este referente teórico se hará mención a algunas categorías que, a juicio de los investigadores, están relacionadas con la RSE. Su abordaje se realiza a partir de estudios que se han ejecutado en varias regiones del mundo y que, por su universalidad, no interesa el lugar donde se hayan llevado a cabo.

A partir del concepto que asume la Superintendencia de Sociedades de Colombia (SIS), la RES se entiende en esta investigación como “ el compromiso voluntario que las organizaciones asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico el desarrollo social y el equilibrio ecológico” (SIS, 2007).

La RSE es una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de una empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de su influencia. Se considera como un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se instrumentan en toda la gama de operaciones corporativas y en los procesos de toma de decisiones, y que significa poner en marcha un sistema de administración con procedimientos; controles y documentos.

En los últimos años surgió un nuevo término: “ciudadanía corporativa”, cuyo rasgo diferencial es que traza un paralelismo entre los deberes y derechos de una empresa con los deberes y derechos de un ciudadano. Se entiende que la empresa es una institución que actúa dentro de una sociedad más amplia con la cual desarrolla y administra relaciones

con diferentes grupos de interés o *stakeholders* (Centro Colombiano de Responsabilidad Social [CCRE]).

El aporte fundamental de esta idea es que la RSE comienza considerando cómo debe ser una relación justa y sostenible con cada una de las personas y grupos relacionadas con las actividades propias del negocio, ya sea directa e indirectamente.

Según Schein (1980, citado por Smith, 2004), existen ciertos requisitos fundamentales a tener en cuenta para lograr el cambio organizacional:

- Una motivación fuerte de querer cambiar una situación que se percibe como indeseable o al menos, mejorarla.
- La participación de personas clave en la organización, equipo directivo y mandos intermedios. Personas con capacidad de liderazgo, aunque no estén en posiciones de autoridad.
- La formación de una red de relaciones entre personas que se sientan comprometidas con el proceso iniciado y movilizan los recursos necesarios en momentos de duda desánimo.
- Pequeñas experiencias de éxito ya desde el principio para dar confianza en que las cosas van por buen camino.
- Un marco conceptual científico que avale el proceso de cambio tal como se ha planteado. Dentro de esto reiterar tres factores:
 - Objetivos claros.
 - Agentes de cambio internos y externos bien adiestrados y compenetrados entre sí.
 - Un plan flexible.
- Un proceso de ejecución con un ritmo debidamente acompasado según la complejidad de la situación. Demasiada rapidez en una situación muy compleja puede aumentar la

confusión y crear desconcierto. Asimismo, una lentitud excesiva puede sembrar desinterés y apatía.

Como lo afirmara hace algunos años Peter Drucker: “las sociedades contemporáneas son primordialmente Sociedades de Organizaciones. Las organizaciones son quienes moldean numerosos aspectos de la vida humana como las motivaciones, el carácter, las formas de relación social, los usos de las tecnologías, etc.”. El reconocimiento de esta cuestión nos conduce a pensar que en manos de las organizaciones, entre ellas las empresas, se encuentra un poder social capaz de transformar no sólo los medios de producción en bienes y servicios sino también de transformar los propósitos, las condiciones y los resultados de la vida social en su conjunto.

La participación, la tolerancia y la cooperación como ejes centrales de la economía solidaria

Cuando estos tres ejes se articulan a través de la acción comunicativa, logran ser las bases de las prácticas sociales encaminadas a crear y fortalecer organizaciones sociales que puedan dar cuenta de un sistema económico basado en la solidaridad.

Una reflexión sobre el tema de la economía solidaria está en los planteamientos que hace el profesor Luis Razeto, que apuntan a establecer la relación con el proyecto de transformación de la economía a partir de una visión más amplia de la realidad que contemple la multiplicidad de sujetos y un método nuevo de concebir la economía; que reconoce la diversidad pero supera un modo de pensamiento homogéneo que fuera cooperativo, y lo concibe como una economía pluralista,

diversificada; que puede ofrecer mucho y está basada en la cooperación y en la solidaridad.

Razeto afirma que “cuando decimos economía de solidaridad, estamos planteando la necesidad de introducir la solidaridad en la economía, de incorporar la solidaridad en la teoría y en la práctica de la economía” (1993, p. 14).

Esta propuesta la analiza el autor como las posibilidades de mover recursos de los que tienen hacia los que no, a través del aporte que hagan las personas e instituciones a los sectores más pobres, pero orientando esos recursos a la búsqueda de soluciones efectivas, que cuenten con la participación activa de las personas involucradas, que les permita generar ocupaciones y así organizar comunidades, para instalarlas en la vida comunitaria.

La confianza como base de la RSE en el proceso de asociación

De acuerdo con Moreno:

Hoy, la confianza se ha convertido en un valor de trascendental importancia por todas las implicaciones que de allí se derivan. Cada vez es más claro que la confianza, dispuesta en distintos escenarios, se constituye en un ingrediente fundamental para fortalecer relaciones de comunicación, en el entendido que ésta por su propia naturaleza sociocultural e inter subjetiva, es configuradora y constructora de realidad (2003, p. 11).

Dos de los principios orientadores de las organizaciones sociales son la libre asociación y el libre retiro, en los que se evidencia en la confianza en el proceso organizaciones que otros adelantaron para adherirse a ellas, o los altos niveles de confianza que debieron tener aquellos pioneros que tuvieron que convencer a otros para que se integraran y dieran vida,

no sólo social sino también económica, a una organización que fuera el reflejo de sus ideales de mejoramiento de la calidad de vida, para que luego tuvieran seguidores que los acompañaran en el desarrollo, crecimiento y fortalecimiento organizacional.

A través de la confianza se logra el conocimiento del otro y de sus prácticas sociales y se potencia la participación, la tolerancia y la cooperación como mecanismos de búsqueda de información y de las actuaciones de los individuos en su recorrido histórico y de la elaboración de argumentos y prácticas sociales de convivencia; prácticas que se evidencian en las organizaciones sociales (Díaz, 2003, p. 89).

La RSE y la generación de trabajo como factor de creación de riqueza

Producto de la acción social es la organización, que es una construcción social creada para satisfacer en ella, entre otras, las necesidades básicas de integración y de reconocimiento.

Las organizaciones son hechos sociales resultados de depositar en ellos la confianza y la cooperación. Por la confianza es que se crean organizaciones que conllevan una dimensión social y se espera que tengan un sistema de valores, de creencias, de supuestos y de políticas o de pensamientos orientadores que ayuden a articular a los individuos movidos por intereses colectivos, que en las organizaciones se vuelven comunes. Por la cooperación se genera en la organización la dimensión económica mediante la cual los individuos aprenden a interactuar con recursos no humanos que acuerdan en transformar para generar otros bienes o servicios que, después de producir, distribuirán y consumirán entre ellos mismos u otros individuos.

La acción social conlleva una cuestión social. Para Messner, ésta es definida como “la cuestión de las deficiencias del orden social de una sociedad por lo que respecta a su cometido de realizar el bien común, la cuestión de las causas y de los medios necesarios para su superación” (Messner, 1976, p. 24). Comprende estudiar la cuestión social la cuestión social desde las condiciones que el individuo encuentra en sus prácticas y las acciones que emprende, bien sea desde lo racional, referido a fines y valores, lo afectivo o lo tradicional. En consecuencia, está llamada a convertirse en la abanderada para ser el espacio de reflexión y actuación donde se diferencie trabajo, labor y acción para hacer productivo al ser humano, buscando darle un lugar predominante por encima de lo racional y lo económico.

Arendt (1998, p. 21) explica la labor como la actividad correspondiente al proceso biológico del cuerpo humano, cuyo desarrollo está ligado a las necesidades vitales producidas en el proceso de la vida; ésta asegura la vida de la especie. El trabajo como la actividad que corresponde a lo no natural la exigencia del hombre; proporciona un mundo artificial de cosas distintas de las circunstancias naturales. El trabajo y su producto artificial, hecho por el hombre, permiten la permanencia de la vida mortal. Por último, la acción es la actividad que se realiza entre los hombres sin la mediación de cosas o materia, y crea la condición para la historia. Para cada una, Arendt estableció su condición: la condición humana de la condición es la vida; la del trabajo, la mundanidad; y la de la acción, la pluralidad. La condición humana no es lo mismo que la naturaleza humana: la suma total de actividades y capacidades que corresponden a la condición humana no constituye nada semejante a la naturaleza humana.

En la sociedad del conocimiento, o lo que Alvin Toffler llamó la tercera ola, se potencia el trabajo (Peter Drucker plantea la expresión “trabajadores del conocimiento”) como un factor generador de riqueza. El trabajo es un creador de conocimiento y ofrece nuevas formas de desarrollarlo y de relacionarse con él. Por el trabajo como acción transformadora el individuo se siente incluido, pues éste le proporciona un mundo artificial de cosas, claramente distintas de todas las circunstancias naturales; de ahí que al trabajo se le aportan las capacidades para generar una economía de bienestar. El individuo crea organizaciones en las cuales él mismo da sentido a la labor, al trabajo y a la acción cuando satisface las necesidades que motivaron su creación, es decir, cuando logra una interacción entre la dimensión social y la dimensión económica de esa organización en la que él espera realizar su condición humana.

Resultados

La responsabilidad social empresarial se manifiesta cuando existe un conjunto sistemático de políticas, programas y prácticas coordinadas e integradas a la operación del negocio, que soportan el proceso de toma de decisiones frente a cada una de las relaciones que la empresa mantiene, de manera coherente con unos principios básicos de gestión. 63 empresas tienen incluidos sus valores en toda la estructura organizacional, 28 empresas no realizan ningún tipo de documento en valores y principios y 27 empresas desconocen la importancia de este tema; en la relación con los trabajadores, 71 empresas tienen políticas claras con base a los acuerdos de OIP, 31 empresas desconocen las políticas laborales en relación con los trabajadores, y en 17 empresas se desconoce la política de relación de trabajadores y su impacto en la reducción de la pobreza.

Valores y transparencia

Los datos reflejan que las empresas cuentan con una estructura de valores sociales y económicos que les permite actuar con transparencia y honestidad, en lo referente a las relaciones entre empresas y la formación dirigida a sus trabajadores, lo cual se manifiesta a través de la aplicación de los códigos de ética en 80 empresas, de criterios claros de lealtad frente a la competencia en 101 empresas, y la publicación del balance social en sólo 47 empresas, así como la fijación de precios para manejar el mercado en 52 empresas, y la definición de costos de producción que afecten el mercado en 69 empresas. Esto se demuestra en las cifras estadísticas obtenidas del ejercicio de análisis con las diversas empresas de la región.

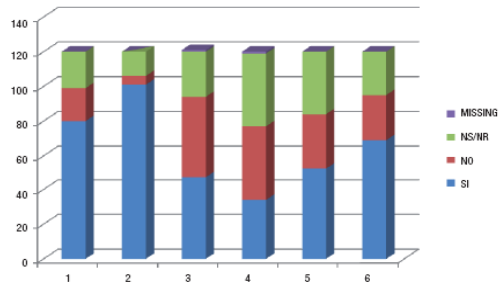


Figura 1. Valores y transparencia
Fuente: proyecto de investigación

Relacion con los trabajadores y el impacto en la reducción de la pobreza

Las empresas pequeñas y medianas han contribuido al cumplimiento del pago oportuno de los salarios, horas extras, maternidad y jornadas de trabajo, asimismo se busca obtener productos con alta competitividad y calidad para el mercado nacional e internacional.

Las empresas estudiadas mantienen unas relaciones favorables con sus trabajadores en el marco de los acuerdos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), según afirma el 95% de los encuestados; buscando con ello reducir la pobreza en el Departamento de Risaralda, pero el fenómeno en este momento no es fácil por la crisis económica con los países vecinos de Venezuela y Ecuador, que han afectado la producción y han obligado a la mayoría de las empresas a reducir en un 50% su capacidad productiva, según datos de Acopi (septiembre del 2009) y la Cámara de Comercio de Dosquebradas Risaralda (Informe 2009).

A pesar de los esfuerzos de los empresarios de contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de esta zona geográfica, la realidad es contraria por los factores exógenos y por la falta de políticas gubernamentales de estimular la inversión y la creación de empresas.

Individualmente, algunas empresas procuran realizar programas de vivienda de interés social para sus trabajadores, apoyo a programas de infancia, de prevención en el consumo de sustancias psicoactivas, prevención en el uso y manejo de la sexualidad de sus trabajadores y, además, procuran generar políticas de bienestar social.

Un fenómeno que se observa es la vinculación de personal por *outsourcing*, según afirman el 46% de los encuestados, forma de contratación lesiva para los intereses económicos de los trabajadores, puesto que los salarios no son los más justos. Sin embargo, en esta crisis económica las personas aceptan las condiciones laborales que los patrones les imponen, pues la necesidad de obtener ingresos es básica para subsistir.

Las empresas de la región son muy cuidadosas en el pago oportuno de las prestaciones

sociales de sus trabajadores, esto se refleja en la información que demuestra que en 113 empresas se cumplen con los requisitos exigidos por la ley.

A continuación presentamos un resumen del comportamiento de las empresas frente al tema.

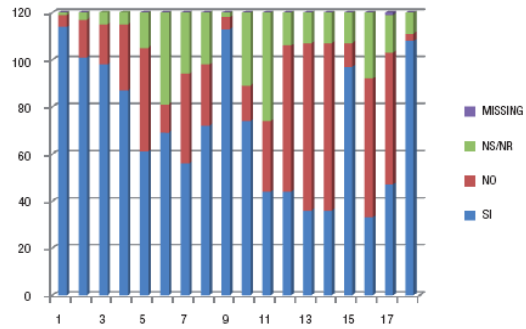


Figura 2. Relación con los trabajadores y el impacto en la reducción de la pobreza

Fuente: proyecto de investigación

Medioambiente y Responsabilidad Social Empresarial

El compromiso de las empresas en el manejo ambiental ha venido creciendo en los últimos años como consecuencia de la normatividad expedida por el gobierno nacional, que ha exigido de las empresas un mayor compromiso social por la protección de las cuencas, microcuencas y zonas de protección de flora y fauna.

Analizando la cifras, observamos que 67 pequeñas empresas han elaborado sus planes de manejo ambiental y preparan a su personal en este campo; 43 empresas participan en discusiones comunitarias sobre la protección ambiental; 74 empresas impulsan programas de reciclaje y sólo 18 empresas son claras en definir que contaminan con sus actividades productivas.

Otro hecho interesante es la vinculación de los proveedores en el manejo ambiental de esta zona, pues 32 empresas logran que las empresas proveedoras los apoyen en este tipo de programas; 59 empresas tienen un control riguroso del manejo y empleo de combustibles y aplican políticas de racionamiento; y 39 empresas aplican sistemas de monitoreo, sobre cómo sus actividades afectan el medio ambiente.

Es claro que las medidas adoptadas por la Carder y las políticas del sistema general de la calidad han obligado a las empresas a mejorar sus sistemas de protección ambiental; no sin antes mencionar que existen empresarios que aun no tienen conciencia del tema, especialmente constructores que aun continúan desarrollando proyectos de infraestructura sobre los lechos de las quebradas o violando normas de construcción en Pereira, Dosquebradas y de otros municipios. Muchos, a través de funcionarios inescrupulosos, obtienen licencias de construcción violando las distancias de los retiros de las quebradas o ríos, afectando su curso y generando situaciones de inundaciones, que perjudican a la población en general o a las vías.

En Risaralda se ha avanzado en el tema, pero aún se requiere avanzar en este tema con los empresarios de la región, en cuanto a la necesidad de proteger al planeta y la producción de agua.

El ejercicio muestra que aun existen empresas que no han adoptado medidas tendientes a reducir la contaminación de las quebradas o ríos de Risaralda, y que poco hacen porque sus trabajadores y empleados asuman una posición clara frente al manejo ambiental.

Se requiere de una política más agresiva por parte de las instituciones encargadas

del tema, en dirección a que se cumplan las normas de protección ambiental; así como a reducir el impacto en la contaminación ambiental. Se debe realizar un esfuerzo mayor en este campo, que garantice la recuperación de por lo menos los ríos y quebradas más importantes.

Asimismo, por parte del Estado se debe exigir el estricto cumplimiento y aplicación de los planes de manejo ambiental, con lo cual las empresas se comprometen a dar cumplimiento estricto de en la protección de los recursos naturales e hídricos, con lo cual posibilita que a futuro se garantice un hábitat más sano y saludable para la población.

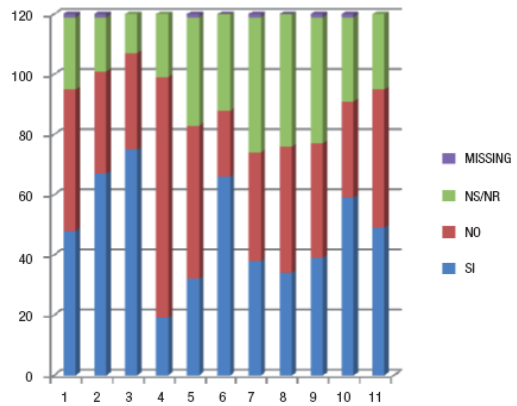


Figura 3. Medioambiente y responsabilidad social empresarial

Fuente: proyecto de investigación

Encadenamiento productivo y asociatividad en el marco de las Responsabilidad Social Empresarial

El desarrollo y fortalecimiento empresarial están estrechamente ligados con el mejoramiento de las condiciones de vida de la población y, en especial, con los procesos

académicos, donde la educación primaria se convierte en un elemento básico exigido por las Naciones Unidas, como una necesidad para que los pueblos logren un nivel de formación académica que responda a las exigencias del mercado mundial; pero, igualmente, que los seres humanos tengan el acceso a un derecho universal, la educación básica primaria.

Sólo 23 empresas efectúan seguimiento a la formación académica de los hijos de los trabajadores y a ellos mismos, lo cual refleja que no existe una política clara garantizar que las nuevas generaciones reciban la formación básica; 30 empresas tienen planes de formación educativa para los trabajadores e hijos de éstos. Sólo 10 empresas de las encuestadas participan de las actividades de apoyo al desarrollo curricular de instituciones educativas de la región, lo cual refleja la desarticulación entre empresarios e instituciones educativas; de las empresas encuestadas sólo 18 realizan seguimiento a la vinculación de los hijos al sistema de seguridad social; 17 empresas ofrecen alternativas de vinculación laboral a personas en condición de desplazamiento o que en otrora estuvieron participando de grupos armados al margen de la ley, lo cual afecta la vinculación y reinserción social de esta población a los procesos productivos de la región; la vinculación de las empresas con su entorno es débil y se expresa en que sólo 17 empresas vinculan personas cercanas a su área de influencia geográfica, pues sus actividades sólo se limitan a la participación en algunas actividades de recreación o bienestar social de carácter espontáneo; 79 empresas se preocupan por difundir políticas educativas de rechazo a la vinculación de niños y jóvenes a las actividades laborales no autorizadas.

En promedio, treinta empresas establecen criterios de Responsabilidad Social Empresarial con sus proveedores e incluyen algunas familias de grupos comunitarios como base de sus actividades económicas.

Las empresas en general tienen una estrecha relación con el SENA, y emplean personal de esta institución como base para sus procesos productivos y generación de empleo; pero esta política no se aplica con el sector educativo de básica primaria y secundaria, donde no existe relación alguna, lo cual se refleja en la desarticulación entre academia y empresarios en procesos productivos.

Asimismo, como requisitos para todas las empresas constituidas legalmente, es contratar al menos una persona con capacidades disminuidas y valorar su trabajo. 24 empresas de las encuestadas cumplen con el contrato de personal con capacidades disminuidas y 55 de ellas no lo hacen, las empresas que dejan a un lado esta ley constituyen más del 60%, lo que deja ver la poca responsabilidad social que se tiene en este campo.

Es notorio que las empresas no tengan dentro de sus planes la formación académica e intelectual de sus trabajadores, y que tampoco desarrollen políticas tendientes a mejorar las condiciones educativas de su personal, pues existen razones como la inestabilidad laboral, la migración de los trabajadores y el poco interés de éstos por mejorar sus condiciones de educación.

Los pequeños empresarios parten de que los trabajadores deben conocer bien su oficio o arte, y que no requieren de entrenamiento o formación adicional, y ésta, en general, debe correr por cuenta de ellos.

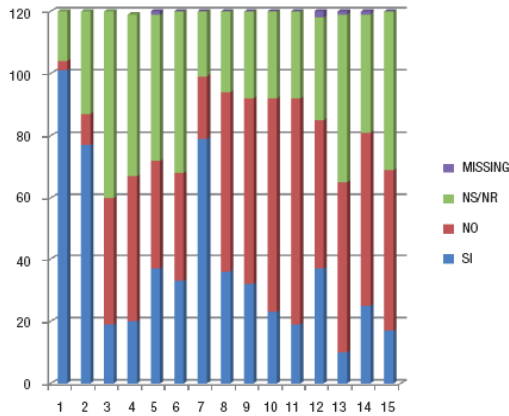


Figura 4. Encadenamiento productivo y asociatividad en el marco de las Responsabilidad Social Empresarial
Fuente: proyecto de investigación

Consumidores y clientes y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial

Las empresas estudiadas tienen un alto compromiso con sus clientes y consumidores en cuanto a las respuestas a sus quejas y reclamos, 85 empresas dan respuesta oportuna a sus inquietudes, 108 empresas establecen mecanismos directos de información y contacto con sus clientes y consumidores; 89 empresas ejercen un control riguroso sobre la marca de las empresas a través de los empaques y embalajes; y 90 empresas tienen programas de atención al usuario.

Las empresas tienen muy claro que para ser competitivos y mantenerse en el mercado deben mantener una actitud ofensiva en el manejo de sus clientes. De esta política se deriva que el mercado es un factor esencial para las empresas, puesto que el éxito de sus ventas depende de las estrategias de mercadeo y, a su vez, garantiza que la producción sea exitosa y consumida por los clientes.

Por esto, el resultado debe ser una política clara de los pequeños y medianos empresarios de atender muy bien a los clientes y a los consumidores finales de los productos.

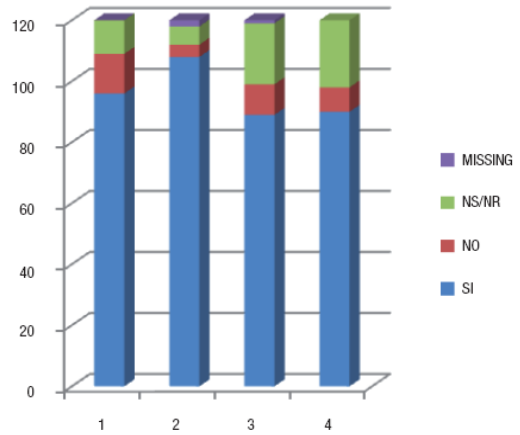


Figura 5. Consumidores y clientes y su relación con la Responsabilidad Social Empresarial
Fuente: proyecto de investigación

Gobierno y sociedad una relación con la Responsabilidad Social Empresarial

Ante la pregunta: ¿cuál es el tipo de participación que se estimula en las empresas?, los empresarios expresaron ser reacios a que los trabajadores tengan organizaciones sociales o sindicales, pues éstas generan conflictos en la empresa.

En 80 empresas se afirma que los trabajadores tienen en sus empresas participación en la defensa de sus derechos y libertades, en 23 empresas se afirma que no existe ninguna participación, y en 17 empresas desconocen cualquier participación de los trabajadores en escenarios comunitarios o sindicales.

En cuanto a la corrupción en los sectores público y privado, se presenta esta situación.

Sin embargo, los encuestados afirman que en 92 empresas se rechaza cualquier tipo de práctica al soborno, corrupción; 5 empresas aceptan esta situación y 22 empresas desconocen si se practica este tipo de actividades.

La corrupción en las empresas es catalogada como un fenómeno que ataca de forma inesperada, y muchas empresas hoy tienen estrictos mecanismos de control para que este fenómeno no se presente. Sin embargo, en 87 empresas se tienen medidas, 121 no aplican criterios de protección a estas conductas, y en 20 empresas se desconocen prácticas que detengan este fenómeno. En general, la relación de los empresarios con el gobierno y el

territorio no es de gran significado, puesto que no representa intereses claros en beneficio del mejoramiento de las condiciones de productividad y rentabilidad social y económica.

En el ámbito regional los empresarios no se sienten representados por el gobierno y por las diversas instancias gubernamentales; por el contrario, lo ven como nichos de corrupción y despilfarro de recursos; los impuestos no se reflejan en obras y proyectos de impacto, que benefician al empresario.

En este campo hay mucho que trabajar en dirección a tender puentes entre gobierno, empresarios y sociedad civil.

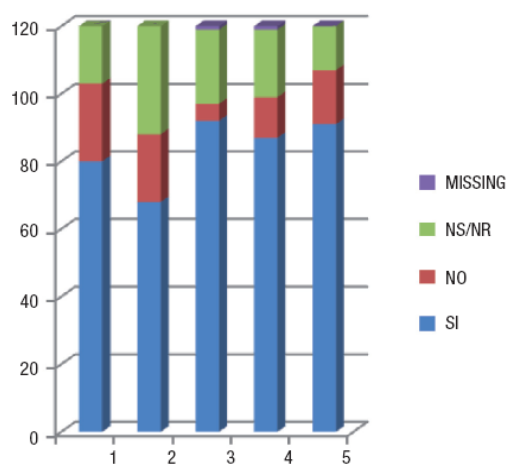


Figura 6. Gobierno y sociedad una relación con la Responsabilidad Social Empresarial
 Fuente: proyecto de investigación

Conclusiones

El ejercicio investigativo identificó los conceptos sobre *Responsabilidad Social* en las organizaciones empresariales del sector privado afiliadas a Acopi, en el Departamento de Risaralda; los empresarios buscan con el pago

oportuno de salarios, prestaciones, y acuerdos básicos de la OIT garantizar condiciones básicas al cliente interno en la medida en que las condiciones económicas de las empresas lo permitan. Los empresarios proponen acciones particulares para mejorar condiciones de vida en aspectos como vivienda, educación, salud,

adecuado manejo ambiental, disminución de la corrupción en las empresas, mejoramiento de las relaciones con el Estado y la comunidad, y el reconocimiento a la importancia del territorio en la relación empresario-trabajador, comunidad y gobierno.

Las percepciones conceptuales en el campo de la responsabilidad social que tienen los integrantes de las organizaciones empresariales del sector privado afiliadas en el Departamento de Risaralda son diversas, pues no tienen la RSE como una política y menos hace parte de un proceso articulado y coherente con sus planes estratégicos; los empresarios miran aun la RSE como un conjunto de acciones benéficas a favor de sus trabajadores y no la han incorporado como cultura, lo cual se refleja en el número de empresas que desconocen o no aplican los conceptos fundamentales de RSE. Las prácticas empresariales son aun primarias y se requiere impulsar acciones en Risaralda que contribuyan al enriquecimiento teórico y práctico de la RSE.

De 150 empresas identificadas en Acopi en el Departamento se logró obtener información en 120 organizaciones empresariales, en algunas con un alto grado de dificultad por los tiempos de ocupación del personal, para responder al instrumento.

Finalmente, las empresas y los empresarios deben realizar un gran esfuerzo para la implementación de la RSE en el Departamento se tienen avances particulares, pero no hace parte de una cultura empresarial en el Departamento.

Referencias

- Arendt, H. (1998). *La condición humana*, Barcelona, Paidós, p. 21.
- Díaz, A. (2003). *La confianza: argumento y principio para enfrentar realidades y prácticas sociales en las organizaciones solidarias*, Manizales, Departamento de Publicaciones Universidad de Manizales, p. 89.
- Messner, J. (1976). *La cuestión social*, Madrid, Ediciones Rialp, p. 24.
- Moreno, M. et ál. (2003). *La confianza: un valor para crear*, Manizales, Departamento de Publicaciones Universidad de Manizales, p. 11.
- Perdiguero, T. G.; García Reche, A. y Encabo, A. (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*, Barcelona, Balbín Editores, p. 275.
- Razeto, L. (1993). *Los caminos de la economía de solidaridad*, Santiago de Chile, Editorial Impresos, p. 14.
- Toffler, A. y H. (1980). *La tercera ola*, Barcelona, Plaza y Janés.

Webgrafía

- “¿Qué es la responsabilidad social empresarial?”, Bogotá, disponible en: www.ccre.org.co/upload/2art03_g.pdf, recuperado: 12 de febrero de 2010.
- “Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial”, Bogotá, disponible en: www.profesiones.org/var/plain/.../cf51169ac983d4e5f5e7931f2be7ab25.pdf, recuperado: 12 de febrero de 2010.