

ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS E INTERNOS QUE INFLUYEN EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES PRIVADAS DEL DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO¹

ANALYSIS OF THE EXTERNAL FACTORS INFLUENCING THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF QUINDIO REGION PRIVATE SECTOR ORGANIZATIONS

Ana Gladys Torres Castaño ²
Olga Inés Ceballos Rincón ³
Gloria Patricia Botero Giraldo ⁴

Recepción: Junio 4/2012 - Aceptación: Agosto 10/2012

RESUMEN

Es importante tener en cuenta el papel que desempeñan las empresas como entidades promotoras de responsabilidad social en la comunidad en que se desenvuelven, siendo conscientes de la influencia que ejercen en cuanto a factores como la sostenibilidad del medio ambiente, la calidad de vida y la equidad social; mediante su participación en actividades sociales, a través de políticas externas e internas, contribuyendo de manera significativa con los propósitos planteados por la sociedad en cuanto al tema; debido a que el empresario tiene obligación directa de devolverle beneficios a la sociedad, pues ante todo hace parte de ella. El factor interno más significativo en relación a la responsabilidad social está fundamentado en el capital humano de la empresa, buscando implementar políticas que beneficien, motiven y propicien un adecuado clima laboral, logrando con ello incrementar la productividad, mayor compromiso por parte de los trabajadores, reduciendo los costos operativos, mejorando la capacidad financiera, fortaleciendo la lealtad y confianza de los empleados y beneficiando indirectamente a sus familias, a la comunidad en que se desenvuelve, reflejando cada vez una mejor imagen de la empresa tanto interna como externa. Este artículo presenta un análisis descriptivo de los factores externos e internos que influyen en la Responsabilidad Social desarrollada por las Mipymes del Departamento del Quindío, con el propósito de identificar cuáles son los que mayor impacto generan en el cumplimiento de la misma. Además contribuye a la divulgación de datos actualizados, confiables y pertinentes, que servirán de base para medir y conocer las acciones de las poblaciones empresariales de la región, así como para evaluar la gestión de los gerentes y administradores dentro de las mismas, proponiendo cambios a nivel empresarial que les permitan ser más eficaces y competitivas retribuyendo al desarrollo económico propio y de la región.

PALABRAS CLAVE

Beneficio social, factores externos, factores internos, organizaciones, responsabilidad social.

1. Artículo resultado del proyecto de investigación: "Responsabilidad social y legal en las organizaciones privadas del departamento del Quindío". Grupo de Investigación La Función Financiera. Universidad del Quindío.

2. Especialista en Gestión Tributaria. Docente Universidad del Quindío. Grupo de Investigación La Función Financiera. agtorres@uniquindio.edu.co Colombia.

3. Magister en Educación. Docente Universidad del Quindío. Grupo de Investigación La Función Financiera. oiceballos@uniquindio.edu.co Colombia.

4. Magister en Gestión Empresarial. Docente Universidad del Quindío. Grupo de Investigación La Función Financiera. gpbotero@uniquindio.edu.co Colombia.

ABSTRACT

It is important to take into account the role assumed by some enterprises like the entities that promote social responsibility in the community in which they operate, being aware of some factor's influence such as environment sustainability, life quality and social equity by participating in social activities derived from external and internal policies that significantly contribute to the purposes stated by society regarding the subject. The entrepreneur's got the direct obligation of giving back benefits to society first of all because he is part of it. The internal most significant factor in relation to the social responsibility is grounded in the entrepreneurial human capital searching to implement policies that benefit, motivate and propitiate an adequate working environment, and therefore to raise productivity and a greater compromise from the workers, reducing operational costs, increasing the financial capacity, strengthening employees loyalty and trust which indirectly benefits their families as well and the community and therefore reflecting in a better entrepreneurial outer and inner image. This article presents a descriptive analysis of external and internal factors influencing Mipymes Social Responsibility in Quindío Region with the purpose of identifying which are those of greater impact generated by its fulfillment. It also contributes to the disclosure of updated trustable and pertinent data that will serve to measure and acknowledge the entrepreneurial population actions of the region, as well as to evaluate the entrepreneurial management of administrators and managers in order to propose changes raising efficacy, competitiveness and reattributing economic development due to the region.

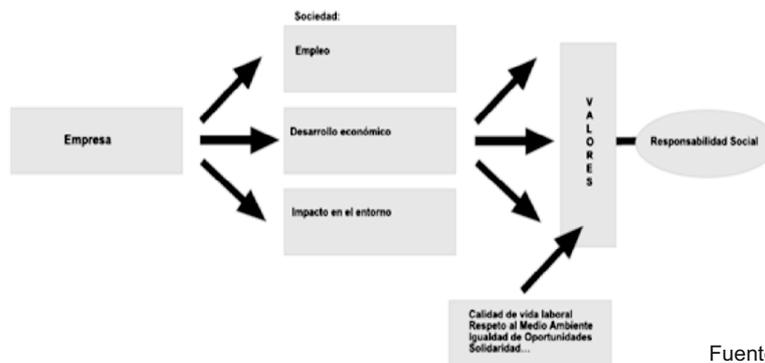
KEYWORDS

Social Benefit, external factors, internal factors organizations, social responsibility.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial o corporativa es un tema que desde hace muchos años se ha venido desarrollando como parte de la gestión de las grandes organizaciones, pero hoy en día, se ha ampliado su horizonte a todo tipo de entidades (Mipymes), debido a que los mercados cada vez se hacen más competitivos y una forma de diferenciación se puede lograr a través de la aplicación de principios de responsabilidad social. Este proceso implica una aproximación a un concepto poco conocido por muchas empresas, es por eso que aplicarlo significa un aprendizaje progresivo y dinámico, en el que deben participar tanto la gerencia como los trabajadores, y en el que la comunicación permanente con los distintos públicos de interés permite cumplir las metas y objetivos.

La responsabilidad social empresarial es producto de una decisión estratégica que toma la alta gerencia, no debe ser vista como un acto obligatorio, su aplicación surge del querer aportar a la comunidad calidad de vida, no sólo obtener rentabilidad, sino también crear una imagen positiva incrementando los resultados comerciales. Lo importante al desarrollar actividades de responsabilidad social empresarial es que se beneficie a todos los grupos de interés, no se basa en buscar solamente beneficios económicos. Existen dos posiciones en relación al tema, una es la europea fundamentada en valores humanistas, liderada por los gobiernos y los consumidores, y la otra es la americana que se basa en el lema "hacer el bien, hace bien al negocio".



Fuente: Los Autores

La actividad empresarial de la región, está representada principalmente por las microempresas, las cuales juegan un papel fundamental en el desarrollo y sostenimiento de la región, contribuyendo de manera importante a su economía.

En el departamento del Quindío las microempresas han logrado ser la elección para muchos individuos que después de perder su trabajo, se enfrentan a la necesidad de mantener a su familia. No hay diferenciación de clase social o posición laboral, en este grupo de empresarios se encuentra desde directivos desempleados de grandes empresas hasta ayudantes de algún oficial técnico (Torres, Ceballos y Botero, 2009)².

Las microempresas en su mayoría surgen como una alternativa de solución al desempleo, por lo general, carecen de planeación y cuentan con muy poco financiamiento, también se crean como opciones de ingresos extras cuando el salario en la familia no alcanza para el sostenimiento de la misma. Por otro lado, las microempresas, además de contribuir a la disminución del desempleo por la generación de nuevas fuentes de trabajo. Debido a la facilidad de creación y la simplicidad de su operación, resulta factible que alguno de sus empleados se lance a poner su propia empresa (Bolaños, 2009)³.

Para el desarrollo de la investigación en primer lugar se identificaron las empresas privadas en el Departamento del Quindío, teniendo en cuenta su tamaño, actividad, ubicación geográfica, obteniendo como resultado, según el gráfico No. 1 “Clasificación de Empresas por tamaño”, que el 98.99% de las empresas son micro y pequeñas, de las cuales el 96.20% son microempresas, lo cual refleja el poco desarrollo a nivel de escala, encontrando que las medianas y grandes empresas son sólo el 0.01% del total, sin tener un reconocimiento exitoso a nivel nacional. Se evidencia así, que las empresas del departamento del Quindío siguen el mismo comportamiento empresarial que el presentado a nivel nacional.

Otro análisis general que se pudo observar, fue la clasificación de la actividad a la que se dedica la empresa, teniendo en cuenta que se entiende por actividad económica el proceso mediante el cual se crea un bien, presta un servicio o comercializa un producto (bien o servicio), a través de un establecimiento de comercio, agencia, sucursal, sede, consultorio, local o negocio, oficina pública o privada, corporación, administración, seccional, regional, o intendencia (UCO-Grupo 1-Tributaria III, 2011)⁴.

En el departamento del Quindío, se presenta la siguiente clasificación:

CLASE DE ACTIVIDAD	PRINCIPAL
Agropecuaria	177
Industrial	1.323
Comercial	7.549
Servicios	5.505
Pendientes	46
Total	14.600

Ilustración 1. Clase de actividad



Fuente: Los Autores

Según la gráfica, la actividad principal es la comercial con un 51.71%, seguida de la actividad de servicios con un 37.71%, siendo la industrial sólo el 9.01%, confirmando el poco desarrollo productivo de la región.

En segundo lugar, se analiza la responsabilidad social desde la ética y los valores de los empresarios, teniendo en cuenta factores como la solidaridad con la comunidad, el concepto de responsabilidad social, factores internos y externos que influyen su aplicación, la disposición de los empresarios, la integración voluntaria de los mismos y su compromiso en la comunicación, al igual que los procesos administrativos relacionados con el tema.

En tercer y último lugar, el proyecto describe las obligaciones legales de las empresas en el campo de la responsabilidad social. En cada uno de los temas abordados, se realizaron análisis y recomendaciones, que proporcionan un punto de partida para que las unidades empresariales y demás entes tomen medidas tendientes a mejorar las buenas prácticas en materia de responsabilidad social en el Departamento del Quindío.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente artículo se deriva del trabajo de investigación denominado “La Responsabilidad Social y Legal en las Organizaciones Privadas del Departamento del Quindío” (Proyecto de investigación, No.485, 2011)⁵, en éste se hace un análisis descriptivo de los factores externos e internos que influyen en la Responsabilidad Social desarrollada por las Mipymes del Departamento del Quindío, con el propósito de identificar cuáles son los que mayor impacto generan en el cumplimiento de la misma; teniendo en cuenta la ubicación geográfica de las empresas, actividad económica y tamaño (base de datos Cámara de Comercio de Armenia).

El análisis se realizó con información primaria obtenida a través de la aplicación de un instrumento a las empresas privadas del Departamento del Quindío, el cual contaba para el año 2010 con 14.600 organizaciones con las siguientes características:

TAMAÑO	TOTAL
Microempresa	14.045
Pequeña	407
Mediana	119
Grande	29
Total	14.600

Ilustración 2. Clasificación empresas por tamaño

Estos datos se obtuvieron a través de un estudio realizado con una muestra representativa de las empresas privadas en los 12 municipios del departamento del Quindío. Para seleccionar las unidades a tener en cuenta en el estudio se realizó un muestreo estratificado, donde se tuvo en cuenta que al interior del universo (Departamento del Quindío), existen empresas privadas homogéneas (en cuanto ubicación geográfica) pero cualitativa (actividad) y cuantitativamente (tamaño) diferentes entre sí, y que no se cumple la condición de selección aleatoria pues las empresas privadas mayoritarias tienen una mayor probabilidad de ser seleccionados en la muestra.

Por lo anterior, fue necesario subdividir las empresas por ubicación geográfica, con el propósito de obtener representación de ellas en todos los municipios proporcional a la cantidad de las mismas por subgrupo

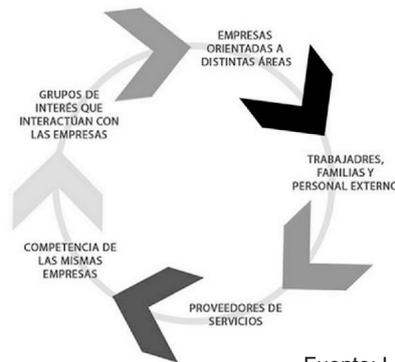
(municipios). Para la selección de las empresas por municipio se realiza un muestreo aleatorio simple utilizando la opción de Excel.

RESULTADOS

El hallazgo principal de este estudio de investigación permitió identificar cuáles son los factores externos e internos de mayor impacto que influyen en la Responsabilidad Social desarrollada por las Mipymes del Departamento del Quindío.

Factores Externos

La Responsabilidad Social Empresarial se puede definir como el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar, y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general (Vidal, 2009)⁶, lo que se representa en el siguiente esquema:



Fuente: Los Autores

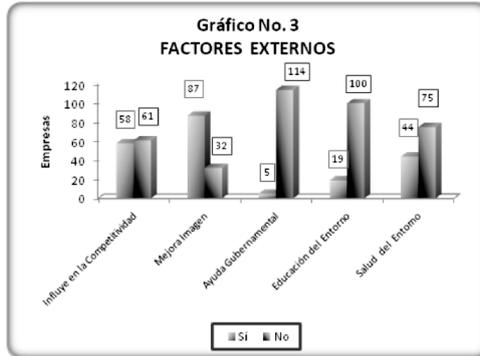
El análisis externo comprende los acontecimientos que se presentan en el entorno de una empresa, que no son de control directo de la misma y que pueden afectarla o beneficiarla.

Los factores externos de responsabilidad social empresarial en las organizaciones encuestadas en el departamento del Quindío son:

EVENTOS	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL				
	FACTORES EXTERNOS				
	INFLUYE EN LA COMPETITIVIDAD	MEJORA IMAGEN	AYUDA GOBIERNO	EDUCACION DEL ENTORNO	SALUD DEL ENTORNO
Sí	58	87	5	19	44
No	61	32	114	100	75
Total	119	119	119	119	119

Ilustración 3. RSE FACTORES EXTERNOS

Fuente: Los Autores



Fuente: Los Autores

Los factores externos que tienen mayor influencia para los empresarios en el tema de responsabilidad social empresarial corresponden a la imagen (73%), competitividad (49%) y la salud del entorno (37%).

comunidad, fortaleciendo la imagen de la empresa frente a la sociedad. Para que una empresa fortalezca su imagen ante los consumidores, puede optar por realizar actividades innovadoras que beneficien a la comunidad, proporcionándole una identificación ante la misma convirtiéndose en una excelente inversión en promoción y publicidad.

Al analizar el *factor imagen*, algunas empresas ofrecen apoyo a diferentes sectores de la comunidad, siendo una excelente estrategia de mercado, además dentro de sus políticas patrocinan eventos y campañas de ayuda a la

La influencia de la imagen en las empresas encuestadas en el departamento del Quindío:

INFLUENCIA EN LA IMAGEN	TOTAL DE EMPRESAS (SI)
Exigencia del entorno	11
Genera confianza y credibilidad	46
Genera mayor compromiso	15
Modelo a seguir	10
Se da a conocer	5

Ilustración 4. Influencia en la imagen



Fuente: Los Autores

Los empresarios manifiestan que de aplicar la responsabilidad social empresarial, la mayor influencia en cuanto a la imagen ante el entorno social se verá reflejada en una mayor confianza y credibilidad en un 53%, lo cual puede ser consecuencia de que el consumidor es muy susceptible a ser influenciado por campañas sociales o de beneficencia, puesto que la solidaridad es algo innato en el ser humano, y esto de alguna forma lo parcializa a la hora de decidirse por un producto u otro.

Algunas personas consideran que las prácticas de responsabilidad social empresarial se realizan solo para darle fama a las empresas o para descontarse impuestos. La filosofía de la responsabilidad social empresarial es sana, precisa, y con objetivos claros, el utilizarla como estrategia de mercado es hacer uso inadecuado de la misma desviando los propósitos para los cuales fue creada.

Los empresarios tienen que demostrar que el aplicar la responsabilidad social empresarial, es un plan de vida, por el tiempo que ésta opere. Existe un gran riesgo cuando las organizaciones la aplican inadecuadamente, publicando determinadas acciones que no son reales, y que en cualquier momento esas mismas acciones se pueden volver en contra de la empresa, sobretodo en la actualidad,

donde la sociedad está cada vez más informada, en este sentido es que las acciones que sólo son para su plan de mercadeo, tarde o temprano actuarán desfavorablemente en la imagen de la organización.

En cuanto al *factor competitividad*, es necesario explicar que se entiende como la capacidad de una organización, cualquiera que sea su clasificación, de mantener ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición socioeconómica. La competitividad incide en la manera de formular una iniciativa de negocios, lo que conlleva a una evolución en el modelo de la organización y del empresario.

De esta manera, la responsabilidad social empresarial es hoy un factor de competitividad no sólo entre las propias empresas, sino entre países que buscan posicionarse en nuevos bloques comerciales. Si las empresas practican la responsabilidad social por razones estrictamente de competitividad, como herramienta que puede ayudarlos a ser percibidos positivamente por mercados, y, por tanto, mejorar su imagen y aumentar su participación de mercado, debe ser un elemento inherente a la práctica empresarial (Schaeffler, 2006)⁷. La influencia de la competitividad en las empresas encuestadas en el departamento del Quindío es:

INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD	TOTAL DE EMPRESAS (SI)
Competitividad Nacional	8
Mejoramiento Continuo	7
Mejorar Imagen	20
Visión Social	23

Ilustración 5. Influencia competitividad



Fuente: Los Autores

De las ilustraciones anteriores, se observa cómo la competitividad mejora la visión social (23 empresas) y la imagen de la empresa (20 empresas), Difícilmente pueden las empresas ser competitivas sin que actúen éticamente y de manera socialmente responsables; ser solamente competitivo sin valores, significa que las empresa puede ser competitiva en el corto plazo sin ser ética. Para ser competitiva en el largo plazo las empresas tiene que ser primero éticas y en base a esto buscar su competitividad.

La responsabilidad social empresarial ayuda a la empresa a ser más competitiva y obtener resultados positivos, no sólo en la faceta económica, sino también en aspectos fundamentales para la supervivencia, la permanencia de la misma en el mercado y el éxito a largo plazo como son: la confianza del mercado, la reputación, la fidelidad y una imagen positiva frente a la sociedad.

De otra parte, en relación al *factor ayuda gubernamental*, las empresas manifiestan que es muy poca la colaboración que reciben por parte del Estado a la solución de los problemas de la comunidad, teniendo en cuenta que es éste el directo responsable de disminuir las deficiencias sociales, por el contrario, traslada dicha obligación a las empresas sin crear motivaciones o estímulos que las favorezcan. Lo anterior se ve reflejado en la Ilustración No.5, donde tan sólo cinco de las empresas encuestadas manifiestan que han recibido alguna ayuda por parte del Estado.

En cuanto al *factor educación*, se ha hecho práctica habitual que los programas de responsabilidad social empresarial contemplen planes ligados al desarrollo o sostenimiento de políticas educativas. Las empresas privadas deben participar en conjunto con el Estado, en proyectos que contribuyan a la mejora de la educación, como apoyo indispensable para el crecimiento del país.

La educación es un bien fundamental de la democracia, en situaciones económicas difíciles para el país, las empresas deben trabajar en conjunto con las instituciones

educativas y el Estado, de tal forma que la responsabilidad social en educación, no se convierta en un factor exclusivo de un sector particular de empresas, sino del conjunto de los actores sociales.

La Responsabilidad Social de la empresa en el campo de la educación es tanto interna como externa, desde el punto de vista interno corresponde a todas las actividades de capacitación a sus trabajadores y sus familias, a través de ayudas económicas o de tiempo, que faciliten el acceso a la educación permitiéndoles lograr sus ideales. Desde el punto de vista externo, comprende todas las actividades enfocadas a la comunidad, como donaciones en dinero, infraestructura o recursos humanos.

La participación de las empresas en cuanto al aporte a la educación de su entorno: del total de empresas, sólo el 16% manifiesta que realizan aportes a la educación del entorno, principalmente en ayudas a instituciones educativas, porcentaje de participación muy bajo, si se tiene en cuenta que bien la responsabilidad en educación es del Estado, el hecho de que las empresas inviertan en la educación puede traer aportes muy positivos, tanto para las empresas, como para la calidad de la educación de una nación considerada como una de sus mayores riquezas.

En el *factor salud*, existe un compromiso por parte de las empresas a pesar de que es una obligación del Estado, de contribuir al bienestar de la comunidad a través de programas que promuevan iniciativas y proyectos que aporten al mejoramiento de la salud y autocuidado, que lleven a los grupos de interés a mejorar su calidad de vida, buscando impacto a largo plazo.

El aporte a la salud del entorno de las empresas en el departamento del Quindío se observa:

APORTE A LA EDUCACIÓN DEL ENTORNO	TOTAL DE EMPRESAS (SI)
Auxilios Educativos	2
Ayudas Instituciones Educativas	10
Capacitación al entorno	5
No responde	2

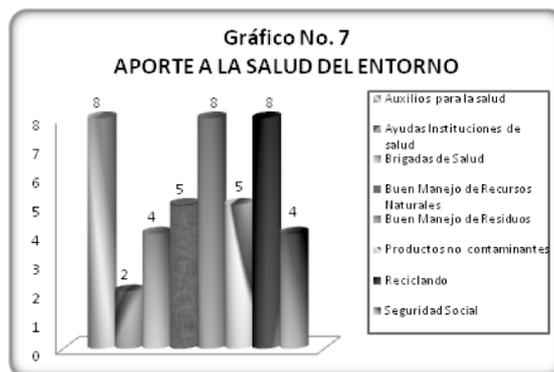
Ilustración 6. Aporte a la educación



Fuente: Los Autores

APORTE A LA SALUD DEL ENTORNO	TOTAL DE EMPRESAS (SI)
Auxilios para la salud	8
Ayudas Instituciones de salud	2
Brigadas de Salud	4
Buen Manejo de Recursos Naturales	5
Buen Manejo de Residuos	8
Productos no contaminantes	5
Reciclando	8
Seguridad Social	4

Ilustración 7. Aporte a la salud



Fuente: Los Autores

El 37% de las empresas manifiestan realizar aportes a la salud del entorno, a través de acciones como auxilios para la salud, buen manejo de recursos naturales, reciclando, entre otros. Analizando los resultados se observa que las empresas no tienen claro cuáles son las actividades que se pueden desarrollar entorno a la salud, hay algunas acciones de las empresas que podrían realizar y que son consideradas como actividades de responsabilidad social entre las que se incluyen brigadas de salud, entrega de anteojos, sillas de ruedas, entre otras, pero se encuentran muy poca acciones de responsabilidad social que incluyan actividades a corto y largo plazo para mejorar la salud de sus trabajadores y prevenir enfermedades en la comunidad.

Si bien promover la salud ha sido una función organizada por el gobierno, el acceso adecuado a los servicios médicos es compartido por el gobierno y las empresas, quienes al cumplir con sus obligaciones fiscales juegan un rol esencial para su

sustento. Aunque las empresas no comparten las obligaciones de promoción de la salud con el gobierno en el sentido más estricto, tienen una obligación legal de prevenir, remediar y reportar riesgos de trabajo incluyendo accidentes y enfermedades laborales (Leiner de la Cabada, et al., 2008)⁸.

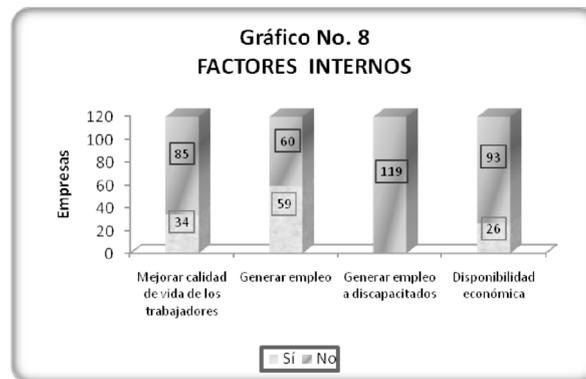
Factores Internos

Las organizaciones deben proponer un plan estratégico para el desarrollo de sus actividades de responsabilidad social interna, para esto, es necesario que dentro de su visión se evidencie un compromiso con los temas, expectativas y metas, tanto de su empresa como de la comunidad en la que se desenvuelve. Por lo tanto, deben desarrollar políticas y programas específicos, asignar recursos, personal responsable y establecer mecanismos de seguimiento y control.

Los factores internos que las empresas encuestadas del departamento del Quindío consideran primordiales en la responsabilidad social son:

EVENTOS	RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL FACTORES INTERNOS			
	MEJORAR CALIDAD DE VIDA DE LOS TRABAJADORES	GENERAR EMPLEO	GENERAR EMPLEO A DISCAPACITADOS	DISPONIBILIDAD ECONÓMICA
Si	34	59	0	26
No	85	60	119	93
Total	119	119	119	119

Ilustración 8. RSE FACTORES INTERNOS



Fuente: Los Autores

Los factores internos que tienen mayor influencia para los empresarios en el tema de responsabilidad social empresarial corresponden a generar empleo (49%), mejorar la calidad de vida de los trabajadores (29%) y disponibilidad económica (22%).

Cada vez, con más frecuencia, las acciones económicas fundamentales de las empresas como producir bienes, generar empleo, realizar contribuciones fiscales, incrementar sus clientes o crear nuevos productos, surgen identificadas como "responsabilidad social".

El concepto de responsabilidad social en el mundo empresarial apareció como una obligación a las empresas para que contribuyeran con la sociedad, dadas las condiciones y situación social generalizada en muchos países y como una manera adicional y complementaria a su responsabilidad fundamental, reconocida como una contribución valiosa y generadora también de impactos sociales positivos para la población.

Por lo tanto, es cuestionable llamar responsabilidad social a la dedicación y razón fundamental de las empresas. Una cosa es la responsabilidad económica, cuya producción de bienes y servicios genera un impacto social en la población, y otra cosa muy distinta es responsabilidad social. Si fueran lo mismo, todas aquellas actividades productivas de las empresas cualesquiera que fueren, serían en sí mismas responsabilidad social. Si el producto de la empresa es de interés público o

vital, ello no convierte a una empresa en socialmente responsable.

Para el *factor generación de empleo*, no cabe duda de que la primera responsabilidad de un empresario es crear empleos y mantenerlos, siendo parte inherente de formar empresa. Aunque en principio la responsabilidad social empresarial se tomaba como el compromiso que tenían las compañías en la generación de empleo digno, así como el pago de impuestos y la oferta de productos y servicios de calidad, ese concepto ha tenido que evolucionar y abarcar aspectos mucho más relevantes para las comunidades.

La responsabilidad de las empresas privadas en la solución de los problemas de pobreza, comprende sus posibilidades reales de generar empleo, cumplir con sus obligaciones tributarias, competir sanamente y generar utilidades.

Del mismo modo, la generación de empleos de calidad es responsabilidad de los empresarios, los cuales deben pagar salarios justos, dando cumplimiento a la legislación laboral. No se puede establecer estrategias competitivas globalizadas, basadas en bajos salarios y mano de obra poco calificada.

La generación de empleo por parte de las empresas que confirma entre sus factores internos como responsabilidad social la generación de empleo en el departamento del Quindío se observa a continuación:

Ilustración 9. Generar empleo

GENERAR EMPLEO	TOTAL DE EMPRESAS (SI)
Generando empleo	39
Generado empleo temporal	20



Fuente: Los Autores

En términos generales las empresas encuestadas hacen mucha referencia a la generación de empleo como factor primordial de responsabilidad social empresarial, concepción errada, debido a que el generar empleo hace parte del proceso de crear empresa. Además el mayor porcentaje en la generación de empleo corresponde a empleos temporales, exentos de beneficios de ley, lo que nuevamente evidencia el poco conocimiento que se tiene sobre el tema.

Uno de las principales confusiones es la generación de empleo como un acto de ayuda o de caridad, considerando las empresas que al generar empleo cumplen con la responsabilidad social. La postura que asumen las empresas no es correcta, ninguna organización genera empleo si no obtiene un beneficio.

De otra parte, en relación al *factor generación de empleo a los discapacitados*, se observa que ninguna de las empresas encuestadas aplica como actividad de responsabilidad social interna la generación de empleo a los discapacitados. Trabajar la responsabilidad social empresarial en discapacidad es una oportunidad y un desafío a todo nivel dentro del desarrollo interno de una empresa, lo primero que una organización debe tener en cuenta, es que para poder generar empleo a los discapacitados, es necesario que los empresarios aprendan y se capaciten, para dar

inicio a cualquier programa social o de integración que se quiera llevar a cabo en beneficio de las personas con discapacidad.

Una gran estrategia es realizar alianzas con organizaciones expertas en discapacidad, de esta forma se logra programar capacitaciones dirigidas tanto a la administración, al área responsable y a todos los trabajadores.

Algunos de los beneficios de la responsabilidad social empresarial en discapacidad según Alejandro Hernández, Presidente y Director Ejecutivo - Fundación Nacional de Discapacitados son:

- Mejorar la calidad de vida: Entregar a las personas con algún grado de discapacidad, la posibilidad de mejorar su calidad de vida, desarrollarse y realizarse.
- Potencia el trabajo en equipo: La inclusión es un aporte al funcionamiento global de los equipos de trabajo.
- Mejora el clima interno: La presencia de las personas con discapacidad une, integra e impone desafíos colectivos de productividad, debido a la gran responsabilidad y perseverancia que ellos manifiestan.

- **Traspasar la experiencia:** En el caso de las firmas que prestan servicios, el mostrar los beneficios de la inclusión laboral a otras compañías contribuye a que las personas con discapacidad puedan encontrar un trabajo.
- **Mejora la reputación corporativa:** El ser una empresa de personas al servicio de las personas, permite llegar a nuevos clientes y mercados, siendo un elemento diferenciador de la competencia.
- **Nuevas oportunidades:** dar a los trabajadores la oportunidad de compartir tareas con personas que tienen capacidades distintas a las de ellos, esta es una experiencia relevante y significativa.
- **Fomenta la tolerancia:** La oportunidad de trabajar con personas con discapacidad, sensibiliza a todo el personal de la compañía, fomentando valores como la tolerancia y la no discriminación.

Una empresa con nuevos desafíos es una empresa que tiene nuevos logros y la responsabilidad social empresarial en discapacidad es un detonante importante a la

hora de avanzar en el desarrollo humano y de valor al interior de toda organización productiva.

En cuanto al *factor mejorar la calidad de vida de los trabajadores*, la Comunidad Económica Europea, en su Libro Verde, considera la responsabilidad social empresarial como un compromiso de la empresa de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad y la sociedad en general, con el fin de mejorar su calidad de vida.

La empresa debe integrar en su gestión formas adicionales de contribuir al desarrollo humano, si quiere dar un sentido trascendente a sus acciones y aportar eficazmente al progreso.

Las empresas deben implementar políticas que permitan mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, centrándose en aspectos laborales como la seguridad industrial, remuneraciones acordes con los cargos y conocimientos, obteniendo como resultado una mayor fidelidad del empleado y aportar a su desarrollo social, del cual la empresa no puede abstraerse.

De las empresas encuestadas, el 29% aportan a la calidad de vida de sus empleados y lo hacen a través de:

Ilustración 10. Aportes a la calidad de vida de empleados

APORTES A LA CALIDAD DE VIDA DE EMPLEADOS	TOTAL DE EMPRESAS (SI)
Bienestar de la Familia	3
Bienestar del Trabajador	6
Capacitación	2
Cumplimiento con las obligaciones de ley	11
Flexibilidad en horarios	3
Incentivos económicos	9



Fuente: Los Autores

El 32% de las empresas que aportan a la calidad de vida de los empleados consideran que el cumplir con las obligaciones de ley es parte de la responsabilidad social, siendo esto un compromiso de carácter obligatorio cuando se tiene una empresa, lo que se aparta del concepto de responsabilidad social, ya que ésta es de carácter voluntario. El 26% de ellas aplican responsabilidad social a través de incentivos económicos, las demás se centran en el bienestar del trabajador y su familia, se observa que son muy pocas las organizaciones que se interesan por aportar de una manera positiva a la calidad de vida de sus empleados.

Entre las actividades que pueden aportar a la calidad de vida de los empleados está en ayuda o créditos para obtención de casa propia, auxilios en planes de salud, capacitación técnica y educacional, programas de entretenimiento y desarrollo personal. Algunas empresas, que han venido trabajando el tema de responsabilidad social empresarial, han implementado políticas y prácticas innovadoras en el tema, respetando las necesidades de todos los trabajadores de acuerdo al conjunto de objetivos de la empresa, reflejando el interés que tienen por sus colaboradores, logrando la fidelidad de los mejores talentos, de tal forma que dentro de sus políticas laborales incluyen la cultura corporativa, los valores y el diseño organizacional.

En relación al *factor disponibilidad económica*, la responsabilidad social empresarial es una manera de gestionar, debe permear todas las

actuaciones de la empresa, formar parte de las actividades cotidianas, no son solo algunas actividades especiales. Algunas actividades tienen costos y beneficios medibles, que se pueden contabilizar y por ende reportar en pesos. Algunas tienen costos medibles, como la acción social, pero impactos o beneficios para la empresa no medibles. Pero la gran mayoría de las acciones responsables no tienen costos y beneficios medibles, o por lo menos no con los sistemas de contabilidad actuales.

Cuando a través de la capacitación o un mejor ambiente de trabajo aumenta el valor del capital humano, la contabilidad no lo recoge. El capital humano no está en el Balance General, incluye los gastos de entrenamiento, pero no se contabilizan los beneficios, aumenta la productividad y podrá reflejarse en el estado de pérdidas y ganancias, pero no habrá atribución del beneficio al gasto.

También es necesario tener en cuenta el enfoque de las actividades de proyección a la comunidad que realizan las empresas; es decir, si se involucran en proyectos de naturaleza asistencial o sostenible. Los proyectos asistenciales viven, generalmente, de donaciones que se agotan en su ejecución y no ofrecen ninguna posibilidad de reproducción al finalizarse los recursos. Los proyectos sostenibles, en cambio, dependen en un inicio de los fondos de la empresa, pero en el mediano plazo tienen como meta generar las condiciones de independencia respecto del ente donante.

La disponibilidad económica para aplicar la responsabilidad social por parte del 24% de las empresas que manifiestan asignar recursos del

total de las empresas encuestadas en el departamento del Quindío, se observa a continuación:

DISPONIBILIDAD ECONÓMICA	TOTAL EMPRESAS (SI)
Menos de \$150.000	14
Entre \$150.000 y \$500.000	2
Más de \$500.000	1
Depende de las Circunstancias	9

Ilustración 11. Disponibilidad económica



Fuente: Los Autores

Del total de las empresas que asignan recursos a actividades de responsabilidad social, el 54% invierten menos de \$100.000 mensuales y solamente el 4% indica que destina más de \$500.000 mensuales. No es posible establecer la suma adecuada que debe invertir una empresa para acciones de responsabilidad social, debido a que el impacto puede ser diferente, ya que los beneficios generados por los resultados no son cuantificables. A su vez, existen actividades de responsabilidad social que las empresas no cuantifican como tal sino que las incluyen en sus gastos normales, por lo tanto no se ven reflejados en su Balance Social, e incluso algunas empresas ni lo elaboran.

La creencia es que sólo las grandes empresas pueden emprender acciones que impliquen responsabilidad social, las responsabilidades resultan ser iguales sin importar los recursos materiales o humanos, por ejemplo sus

políticas y estrategias como empresa bien pueden enfocarse en un desempeño ético, generar calidad de vida para sus trabajadores, mantener una relación adecuada con la comunidad, ayudar al cuidado de los recursos y preservación del medioambiente, actividades que necesariamente no necesitan asignación de recursos monetarios.

Otros factores internos que deben ser tenidos en cuenta en la responsabilidad social empresarial son:

La Innovación, corresponde no solo a la creación de productos de uso cotidiano, sino que también debe aportar a la responsabilidad social, combinando la misma con fines sociales, haciendo uso eficiente de los recursos disponibles aprovechándolos al máximo.



Pacto de productividad⁹

Los directivos de las organizaciones para alcanzar el éxito empresarial, deben innovar en sus productos o servicios teniendo en cuenta la responsabilidad social, buscando siempre el beneficio de sus clientes, permitiendo también que las personas con pocos recursos

económicos puedan tener acceso a buenos productos.

El porcentaje de empresas en el departamento del Quindío que realiza actividades de innovación con relación a la responsabilidad social empresarial:

INNOVACIÓN EN RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	EMPRESA
Si	12
No	107

Ilustración 12. Innovación en responsabilidad social

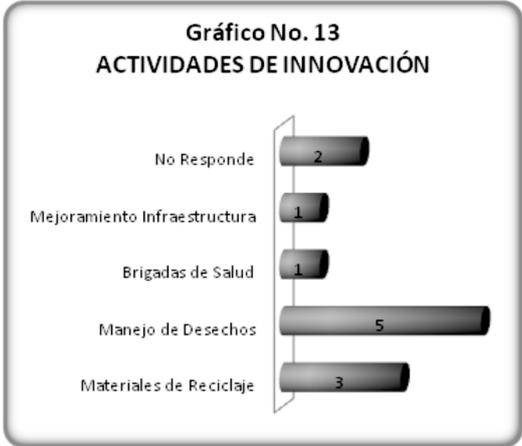


Fuente: Los Autores

Tan sólo el 10% de las empresas manifiestan realizar actividades de innovación con relación a la responsabilidad social empresarial, de la siguiente manera:

ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN	EMPRESA
Materiales de Reciclaje	3
Manejo de Desechos	5
Brigadas de Salud	1
Mejoramiento Infraestructura	1
No Responde	2

Ilustración 13. Actividades de innovación



Fuente: Los Autores

Las empresas deben tener en cuenta los problemas sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales, aportando a su solución de forma voluntaria, tomando posturas éticas de comportamiento en su interacción con el entorno, creando una cultura empresarial adecuada a las realidades, exigencias y requerimientos de los llamados

grupos de interés, que no sea contraria a la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas medioambientales.

Únicamente el 11% de las empresas consideran que la responsabilidad social es una integración voluntaria:

LA RS INTEGRACIÓN VOLUNTARIA	EMPRESA
Si	106
No	13

Ilustración 14. Integración voluntaria

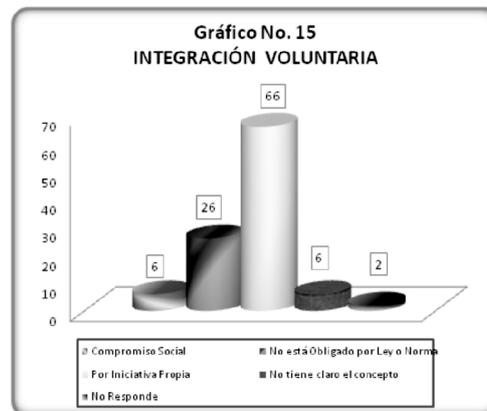


Fuente: Los Autores

El 89% de las empresas consideran que la responsabilidad social es una integración voluntaria y las razones que expresan se incluyen en la siguiente ilustración:

INTEGRACIÓN VOLUNTARIA	EMPRESA
Compromiso Social	6
No está Obligado por Ley o Norma	26
Por Iniciativa Propia	66
No tiene claro el concepto	6
No Responde	2

Ilustración 15. Integración voluntaria



Fuente: Los Autores

La mayoría de las empresas consideran que la responsabilidad social es una integración voluntaria porque debe ser por iniciativa propia o no está obligado por ley o norma, debido a que el hecho de ser una empresa socialmente responsable es una decisión voluntaria que debe tomar la propia empresa, no porque se lo impone el mercado ni porque le obligue una ley, ni porque esté de moda. La responsabilidad social debe ir más allá de la legislación, ya que lo primordial que debe tener en cuenta una empresa que quiere ser socialmente responsable es que debe cumplir todas las leyes vigentes, tanto las leyes nacionales como las internacionales.

Toda organización debe tener claridad que las áreas de la empresa deben estar comprometidas con la responsabilidad social, de tal forma que el área económica desarrolle la producción de bienes y servicios que la

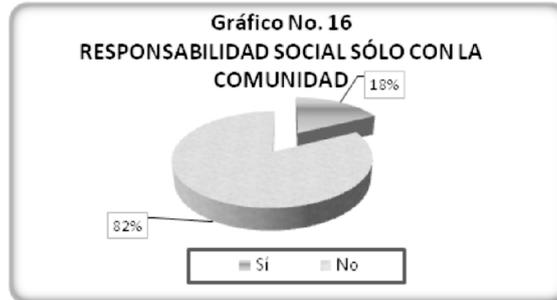
comunidad necesita, creando empleos, brindando capacitación, seguridad e higiene en el trabajo, brindando calidad de vida, contribuyendo a preservar el medioambiente o nivel general de vida. El área de inversión social debe contribuir con recursos de la empresa, a la solución de problemas de la comunidad.

El *compromiso de la empresa con la comunidad*, se evidencia con el aporte al desarrollo económico de su entorno, con las comunidades desfavorecidas o de bajos ingresos, logrando un beneficio tanto de la empresa como de la sociedad.

Las empresas en el departamento del Quindío que consideran que la responsabilidad social es sólo con la comunidad:

LA RS CON LA COMUNIDAD	EMPRESA
Si	21
No	98

Ilustración 16. RS con la comunidad

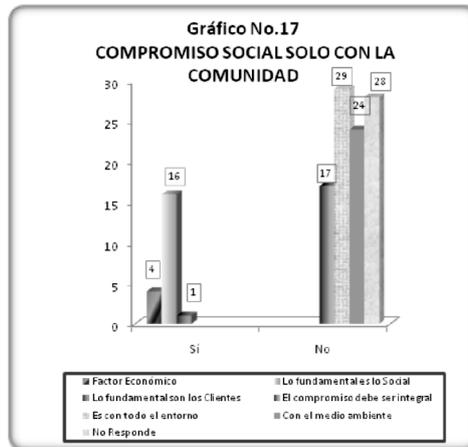


Fuente: Los Autores

El 82% de estas empresas consideran que la responsabilidad social no es sólo con la comunidad presentando como explicación las siguientes alternativas:

RESPONSABILIDAD SOCIAL SOLO CON LA COMUNIDAD	Si	NO
Factor Económico	4	
Lo fundamental es lo Social	16	
Lo fundamental son los Clientes	1	
El compromiso debe ser integral		17
Es con todo el entorno		29
Con el medio ambiente		24
No Responde		28

Ilustración 17. RS con la comunidad



Fuente: Los Autores

Asimismo, el 56% de las empresas consideran que la responsabilidad social es un compromiso integral con el entorno, posición válida, ya que la comunidad es sólo uno de los factores que se deben tener en cuenta dentro de la responsabilidad social, que hace referencia a las diferentes acciones tomadas por la empresa para maximizar el impacto de sus contribuciones en recursos hacia las comunidades en las cuales se desenvuelve. Cuando todas estas actividades se plantean y se llevan a cabo en forma organizada y estratégicamente, no sólo se entrega un valor agregado a los beneficiarios, sino que además, estas decisiones fortalecen la imagen de las empresas en las comunidades donde operan.

Cuando las organizaciones desarrollan actividades de tipo económico en la comunidad en la que se desenvuelven, creando alianzas con organizaciones de base y evidenciando los beneficios y el impacto de sus acciones en la misma, están fortaleciendo relaciones más allá de las acostumbradas prácticas de voluntariado y donaciones.

Por su parte, las organizaciones que desarrollan programas de responsabilidad social empresarial enfocados al desarrollo comunitario, deben estar preparados para un compromiso a largo plazo y deben contar con instituciones colaboradoras del proceso, personal capacitado y con todos los recursos necesarios para llevar a cabo su ejecución.

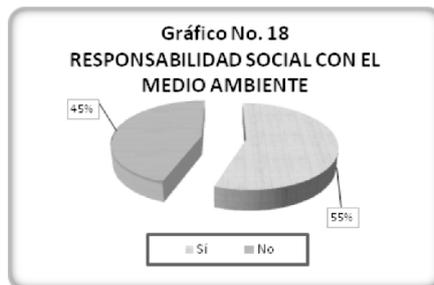
Otro aspecto a tener en cuenta por parte de las organizaciones es el *compromiso con el medio ambiente*, el cual se ve reflejado en el cumplimiento estricto de las regulaciones gubernamentales existentes o realizando actividades encaminadas a la protección y preservación de los recursos naturales como el manejo eficiente de las basuras y desechos tóxicos. En la actualidad, los empresarios están determinando sus responsabilidades con el medio ambiente, para lo cual, están llevando a cabo dentro de sus organizaciones prácticas que impliquen una mayor eficiencia y productividad de todas sus tareas y recursos, que sirvan para minimizar el desgaste de los recursos naturales que pudiesen afectar a futuras generaciones.

Las empresas socialmente responsables han acogido algunas iniciativas que impactan el cuidado del medio ambiente como ecología industrial, prevención de la contaminación, desarrollo sustentable, entre otros, al mismo tiempo que están integrando la responsabilidad sobre el medio ambiente como un valor central del negocio en todos sus niveles operativos.

El compromiso de las empresas encuestadas en el departamento del Quindío en relación con el medio ambiente es:

LA RS CON EL MEDIO AMBIENTE	EMPRESA
Si	66
No	53

Ilustración 18. RS con el medio ambiente



Fuente: Los Autores

El 55% de las empresas incluyen dentro de sus actividades de responsabilidad social su compromiso con el medio ambiente, reflejándolo así:

ACTIVIDADES DE RS CON EL MEDIO AMBIENTE	EMPRESA
Ahorro Agua	2
Ahorro Energia	1
No Contaminando	13
Reciclando	46
Siembra Árboles	3
No Respondió	1

Ilustración 19. Actividades con el medio ambiente



Fuente: Los Autores

La principal actividad de responsabilidad social con el medio ambiente que desarrollan las empresas es el reciclaje, seguido de la no contaminación, se observa que es muy poco el porcentaje de empresas involucradas en preservar el medio ambiente, situación que la sociedad demanda cada vez con más fuerza para que las empresas respeten el entorno en el que desarrollan su actividad.

Para las actuales organizaciones se hace absolutamente necesario desarrollar actividades sociales, éticas y ambientales de responsabilidad social, que impacten a la comunidad, de manera que la imagen ambiental de las mismas se convierta en un valor reconocido por todos los grupos de interés que intervienen en ella, asegurando esto, una ventaja competitiva para conseguir diferenciarse y sobresalir.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En términos generales se evidencia que la responsabilidad social no es un elemento nuevo y que debería ser inherente en el

desarrollo de todas las actividades dentro y fuera de las organizaciones, se encontró que en la mayoría de las empresas del Departamento del Quindío no se asume un rol adecuado en su aplicación, sin tener en cuenta que son mayores los beneficios que podrían obtener, al ganar posicionamiento que permite generar valor para ellas y las partes interesadas.

En relación a los usuarios internos, las empresas no han logrado promover su responsabilidad frente a los mismos, privándolos de beneficios indispensables como los obligatorios por ley, entre ellos las prestaciones sociales, aportes parafiscales y otros que se deberían tener en cuenta como educación, vivienda, recreación, entre otros.

Al igual el estudio muestra que las empresas no están realizando actividades en relación al tema que beneficien a la comunidad y demás usuarios externos, debido a que no se ejecutan o desarrollan planes y proyectos que generen impacto y cambio social en los mismos; lo que mejoraría la calidad de vida, el desarrollo

económico, cultural, social y ambiental de la región; situación que a su vez favorecería a las mismas organizaciones.

Teniendo en cuenta lo anterior, está investigación exterioriza la inercia que tienen los empresarios para invertir en actividades de responsabilidad social, ya que consideran que las mismas traen gastos adicionales y pocos beneficios, posición errada debido a la falta de conocimiento de las ventajas que ofrecen las buenas prácticas sociales, aumentando su rentabilidad y competitividad.

CONCLUSIONES

- * El universo de empresas no ha logrado establecer completamente la relación que hay entre los beneficios de la comunidad y los beneficios de las mismas. El hecho de que no exista una comprensión cabal de la estrategia en la que “todos ganan” (comunidad y empresa o entorno y empresa) le resta sentido de largo plazo a la inversión social efectuada.
- * El ambiente laboral de las empresas encuestadas, indican que un aspecto importante en la responsabilidad social, es lograr el beneficio de los empleados que se refleja a su vez en el beneficio a sus familias; es necesario establecer políticas y programas que promueven la integración de conceptos de responsabilidad social en el entorno interno de la empresa, como tiempo libre, horarios flexibles, salud y seguridad, seguridad laboral, planes y beneficios para familias, entre otros.
- * Para la mayoría de las empresas, tiene mayor prioridad aplicar la responsabilidad social a la comunidad antes que a los trabajadores y el medio ambiente. Algunas de las empresas relacionan el interés con sus proveedores y accionistas. Si bien es cierto que las empresas deben asumir un compromiso ético con la sociedad, no se debe desconocer la importancia de aplicar primero la responsabilidad interna, la cual se verá reflejada en el bienestar externo, es decir, con la comunidad.

- * Los empresarios manifiestan, que al aplicar la responsabilidad social empresarial, ésta influye en la imagen que tiene el entorno social de la empresa, la cual se ve reflejada en una mayor confianza y credibilidad, lo que puede ser consecuencia de que el consumidor es muy susceptible a ser influenciado por campañas sociales o de beneficencia, puesto que la solidaridad es algo innato en el ser humano, y esto de alguna forma lo induce a la hora de decidirse por un producto u otro.
- * En la actualidad las organizaciones no deben desconocer que la responsabilidad social empresarial es un factor de competitividad no sólo entre empresas de la región, sino entre países que buscan posicionarse e internacionalizarse. Si las empresas quieren lograr posicionarse, ser competitivas y obtener un reconocimiento tanto nacional como internacional, deberán realizar actividades de responsabilidad social que se deben convertir en un elemento propio de la práctica empresarial.
- * En cuanto a innovación los empresarios no tienen claramente definido cuales son las actividades que se deben manejar en el tema de Responsabilidad social, hacen referencia a acciones como materiales de Reciclaje, manejo de desechos, brigadas de salud y mejoramiento en infraestructura. Para referirse a innovación se debe hablar de desarrollo, de educación, de sanidad o de bienestar social. La innovación claramente definida elimina barreras económicas e impacta de una manera directa el desarrollo de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) Cámara de Madrid. (Julio 2007). Guía para la mejora y la implementación de la responsabilidad social empresarial en las Pymes.
- (2) Torres, A; Ceballos, O. y Botero, G. (2009). Investigación Caracterización de la Estructura

Operativa en las Organizaciones Privadas del Departamento del Quindío. Universidad del Quindío.

(3) Bolaños, R. (2009). "La Microempresa y su impacto en la economía nacional".

(4) UCO-Grupo 1. Tributaria III, Junio, 2011

(5) Proyecto de investigación No. 485, Uniquindío. Informe Final Aprobado según sesión No. 029 de Octubre 18 de 2011

(6) Vidal, P. (2009). RSE nuevo modelo de gestión para las empresas, construyendo diálogo.

(7) Schaeffler, K. (2006). Pobreza y responsabilidad social del empresariado. Venezuela: Fundación Honrad Adenauer.

(8) Leiner de la Cabada, Marie y Otros. (2008). Un nuevo paradigma de la responsabilidad social corporativa. México.

(9) "Pacto de productividad". Consultado el 10 de enero de 2012.

En: <http://www.pactodeproductividad.com/foro/2ramonmorales.pdf>