

CARACTERIZACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN LAS MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DEL QUINDÍO

CHARACTERIZATION ON THE CORPORATE SOCIAL LIABILITY AT MEDIUM AND BIG CORPORATIONS IN QUINDÍO

Miryam Romero Restrepo*
 Constanza Loreth Fajardo Calderón**
 Edwin Tarapuez Chamorro***

Romero R. Miryam, Fajardo C. Constanza L., Tarapuez C. Edwin. *Sophia* N° 7 - 2011. ISSN: 194-8932 Págs. 92-105.

Recepción: Junio 29 de 2011

Aceptación: Agosto 8 de 2011

*En la máquina social hay que ser motor, no rueda;
 personalidad, no persona.
 (Santiago RAMÓN Y CAJAL)*

RESUMEN

La responsabilidad social Empresarial es conocida como la forma de contribuir activa y voluntariamente al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, a través no solo del cumplimiento de sus obligaciones legales de control y fiscales por parte del Estado sino como aquella contribución que queda en la sociedad como el valor agregado del desempeño y el desarrollo de su actividad económica.

Las prácticas de RSE corresponden a uno de los componentes de la cultura empresarial que permite además que se vinculen una serie de costumbres de las diferentes organizaciones en cuanto a su actuar hacia los grupos de interés, donde no solo intervienen los socios o propietarios, los trabajadores, los clientes, el medio ambiente, sino la comunidad en general.

* Abogada, especialista en Derecho Comercial y Control Fiscal para Entidades Públicas, Docente Universidad del Quindío, Giscas Grupo De Investigación En Sistemas De Información, Auditoría Y Calidad De Software, Mromero05@Hotmail.com - Colombia.

** Contadora Pública, Magister en Educación Docencia, Especialista en Ciencias Tributarias, Especialista en Control Fiscal para Entidades Públicas, Integrante Grupo de Investigación Giscas En Sistemas De Información, Auditoría Y Calidad De Software. Docente Universidad del Quindío. lorethfa1@Yahoo.es - Colombia.

*** Economista, Doctorado en Ciencias Económicas Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, Especialista en Alta Gerencia Universidad de Nariño y Planificación y gestión del desarrollo regional, Universidad de Nariño, Gerencia y Emprendimiento (GIGA). eitarapuez@uniquindio.edu.co - Carrera 15 calle 12 Norte, Armenia, Quindío, Colombia.

Hoy se quiere dar a conocer el resultado de la investigación que nos permite conocer cuáles son las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial del Departamento del Quindío, especialmente entre las medianas y grandes empresas que son las unidades productivas con mayores posibilidades para realizar actividades de este tipo.

PALABRAS CLAVE

Códigos de conducta, desarrollo social, función social empresarial, RSE, RSE en el Quindío.

ABSTRACT

The purpose of this document is to study the concept of financial intermediation and its contextualization in the environment of some of the financial crisis of the XX and XXI century.

In the first part a brief theoretical framework of the financial intermediation is presented from the asymmetry of information point of view, the financial innovations and risks management as well as the concept of margin intermediation.

The second part describes some of the main national and international financial crisis of the XX and XXI century which purpose is to analyze the performance of financial intermediation during its development. It also establishes relations and degree of influence between financial policies and the behavior of intermediaries.

KEY WORDS

Codes of behavior, social development, Corporate social functions, CSR, CSR Quindío.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo presenta los resultados obtenidos de la investigación *caracterización de la responsabilidad social empresarial (rse) en las medianas y grandes empresas del Quindío*, llevado a cabo durante el año 2009, como parte del informe final de un proyecto que se divide en siete capítulos. En el primero se aborda el problema de investigación con sus diferentes componentes, entre ellos, antecedentes, conceptualización, impacto esperado y planteamiento del problema. En el segundo capítulo se presentan los Objetivos, tanto el general como los específicos. En el tercero se plantea la Justificación del proyecto de investigación. En el cuarto capítulo se incluye la Metodología utilizada para la realización del proyecto, y dentro de ella se hace énfasis en el tipo de estudio, el universo y la muestra, los instrumentos de recolección de información, los resultados esperados y las estrategias de comunicación de los resultados de la investigación. En la quinta parte se esboza el Marco Teórico, en tanto que en el sexto capítulo se realiza un detallado análisis de los resultados del trabajo de campo. En el séptimo capítulo, los investigadores plantean las conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado. Finalmente se encuentra la Bibliografía utilizada y los Anexos respectivos, que contienen información complementaria.

La creciente globalización ha elevado la sensibilidad hacia el carácter social que diversas empresas

desean fomentar en sus miembros, de manera que las acciones y proyectos sociales en muchas de estas empresas se entienden como la promoción de una cultura centrada en las necesidades de la comunidad.

El sector privado puede hacer mucho más de lo que hasta ahora ha hecho. Aportar para la salud, la cultura, el deporte, los derechos humanos, es un medio válido para ser socialmente responsable. Algunas otras empresas y grupos económicos, deciden emprender su causa social directamente, es decir, por creación de centros de promoción y apoyo a la causa que se quiera proteger.

Se encuentra, como ejemplo, la creación de propias fundaciones de interés social que privilegian las causas sociales, como ocurre con la construcción de escuelas, financiación de profesores, construcción de clínicas, creación de centros de atención al desvalido (desplazados, niños, indigentes, adultos mayores, entre otras)” (Corredor, 2008). “Las principales razones para invertir en la comunidad tienen que ver directamente con las inquietudes de cada empresa por sus propios motivos, pero existen tres indicadores que son primordiales: El dar es parte de su responsabilidad como empresa; el apoyo a su comunidad es una inversión sólida a largo plazo y al coparticipar con la comunidad se obtienen beneficios inmediatos a corto plazo” (Guerrero, 1988)

Lo anterior conllevó a la necesidad de conocer el comportamiento de las empresas de nuestra región y para lo cual nos planteamos la siguiente pregunta: ¿Cómo se caracteriza la responsabilidad social empresarial (RSE) en las medianas y grandes empresas del Quindío?

El inciso 3º del artículo 333 de la Constitución Política se ha referido a la función social conforme al cual la “empresa como base del desarrollo tiene una función social que implica obligaciones”, llamadas según la Doctrina Responsabilidad Social Empresarial. Con fundamento en esta normativa se llevó un **estudio exploratorio** sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial del Departamento del Quindío, especialmente entre las medianas y grandes empresas que son las unidades productivas con mayores posibilidades para realizar actividades de este tipo, excluyendo las demás formas de responsabilidad social empresarial (medio ambiente, proveedores, acreedores, trabajadores).

La investigación sobre RSE desde la perspectiva de la pequeña y mediana empresas PYMES difiere significativamente de la investigación enfocada en las prácticas de grandes organizaciones debido en parte a que éstas se desarrollan con características y en circunstancias que distinguen - y afectan- el contenido, la naturaleza y extensión de sus actividades de RSE. En la mayoría de las pequeñas empresas el propietario y el gerente son la misma persona, quien juega un rol clave en el desarrollo de la organización y en las decisiones de asignación de recursos, por lo que es la referencia del dueño la que determina el tipo de acciones que realiza la empresa en su involucramiento con la sociedad (Mercado y Hernández, 2007).

Las prácticas de RSE de las medianas y grandes empresas del Quindío corresponden a uno de los componentes de su cultura empresarial puesto que vinculan una serie de costumbres de estas organizaciones en cuanto a su actuar hacia los grupos de interés.

El método utilizado en esta investigación es de tipo exploratorio porque el punto de partida fue la formulación de un problema social que permitió observar las conductas de los actores (empresarios) y es descriptiva porque se realizó para

recolectar datos y describir pautas de comportamiento social en la comunidad seleccionada. Se utilizaron como fuentes primarias para la recolección de información las encuestas dirigidas a los empresarios de las medianas y grandes empresas del Quindío, y como fuentes secundarias, los análisis de balances sociales; materiales documentales como revistas especializadas, trabajos de investigación, informes, libros, tesis de grado y periódicos, entre otros.

Desde el planteamiento del proyecto de investigación se buscó alcanzar algunos resultados como los siguientes:

- Caracterizar la Responsabilidad Social Empresarial en las medianas y grandes empresas del departamento del Quindío para elaborar un mapa general que permita identificar las principales particularidades en este aspecto.
- Sensibilizar a los medianos y grandes empresarios del Quindío sobre la importancia de la RSE como una de las prioridades de la gerencia de hoy, de tal manera que dichas empresas puedan no solamente compensar a la comunidad a través del ejercicio de la RSE, sino que igualmente puedan generar mayores niveles de competitividad organizacional a través de dichas prácticas.
- Formular recomendaciones para integrar la empresa con la comunidad mediante prácticas de RSE que puedan generar una relación más estrecha, estratégica, de largo plazo y de beneficio mutuo.

RESULTADOS

De las encuestas realizadas a las medianas y grandes empresas del departamento del Quindío se extrajeron los resultados que se indican en cuadros y gráficos para mejor comprensión.

Cuadro y gráfico 1. Quindío. Cargo que ocupan las personas que responden la encuesta sobre RSE en las medianas y grandes empresas, 2009.

Cargo	Fi	Hi
Gerente, Director (a) o Presidente de Junta Directiva	30	30,3%
Subgerente, Subdirector (a)	24	24,2%
Jefe	8	8,1%
Coordinador	11	11,1%
Asesor de la empresa	8	8,1%
Secretaria, Asistente de Gerencia	7	7,1%
Otro (Por favor especifique)	11	11,1%
TOTAL	99	100%

Fuente: Esta investigación.

Fi = frecuencia (# de respuestas)
Hi = porcentaje de respuestas

Gráfico 1.



Fuente: Esta investigación

De acuerdo con la información presentada en el Cuadro 1 y Gráfico 1, las encuestas fueron respondidas mayoritariamente por personas con cierto nivel de autoridad y/o conocimiento dentro de la empresa. Al sumar los porcentajes de Gerentes, Directores, Presidentes de Junta Directiva, Subgerentes, Subdirectores, Jefes, Coordinadores y Asesores de las empresas, se nota que aproximadamente el 87% de las encuestas fueron respondidas por este grupo de personas.

El 11,1% que corresponde a "Otros", es de personas relacionadas con profesiones y/o cargos como Contador, Revisor Fiscal e Ingeniero de Sistemas, especialmente.

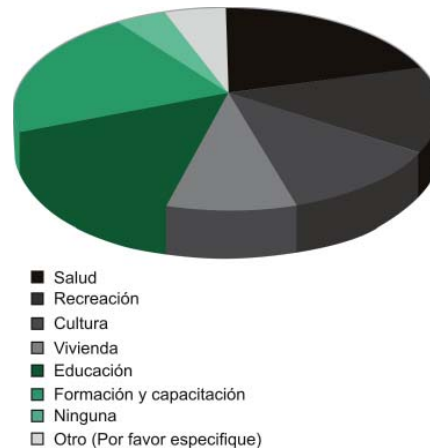
Cuadro y gráfico 2. Quindío. Principales áreas de atención en las que las medianas y grandes empresas brindan apoyo a la comunidad, 2009*.

Área	Fi	Hi
Salud	60	20%
Recreación	41	14%
Cultura	33	11%
Vivienda	24	8%
Educación	43	15%
Formación y capacitación	63	22%
Ninguna	13	4%
Otro (Por favor especifique)	16	5%
TOTAL	293	

* Las empresas podían seleccionar más de una opción.

Fuente: Esta investigación
Fi = frecuencia (# de respuestas)
Hi = porcentaje de respuestas

Gráfico 2.



Fuente: Esta investigación

De acuerdo con lo observado en el Cuadro 2 y Gráfico 2, el 22% de las empresas encuestadas brindan más apoyo a la formación y capacitación, un 21% a la salud, un 15% a la educación, un 14% a la recreación, un 11% a la cultura, un 8% a la vivienda, un 4% no prestan ninguna atención en ningún área.

El 5% que respondió "Otro", incluyó iniciativas en la creación de espacios para la divulgación de empresas sociales, donaciones, creación de fondos, fundaciones, crédito para el fortalecimiento de mi-

croempresas, alumbrado público, rehabilitación, alimentación e iniciativas agropecuarias. Un dato importante consiste en que en promedio cada una de las empresas encuestadas presta atención en un promedio aproximado de tres áreas.

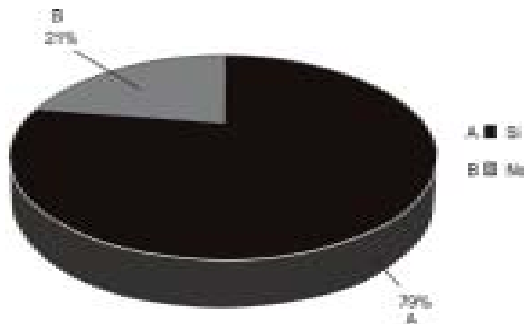
Cuadro y gráfico 3. Quindío. Empresas que conocen y no conocen el significado de Responsabilidad Social Empresarial, 2009.

Conoce	FI	HI
Si	78	78,79
No	21	21,21
TOTAL	99	100,00

Fuente: Esta investigación.

FI = frecuencia (# de respuestas)
HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 3.



Fuente: Esta investigación

Con base en la información disponible en el Cuadro 3 y Gráfico 3, se nota que el 79% de las empresas encuestadas aseguran saber qué es la RSE mientras un 21% dice desconocerla.

A pesar del elevado porcentaje de empresas que dicen conocer qué es la RSE, es importante anotar que aún existe un 21% de las empresas encuestadas que no tienen claro el significado de esta práctica. Este porcentaje se convierte en una oportunidad para poder aclarar con estos empresarios el verdadero significado y ventajas de conocer la RSE.

Cuadro y gráfico 4. Quindío. Significado de la Responsabilidad Social para las medianas y grandes empresas, 2009*

Significado de la RSE	FI	HI
Trabajar por los empleados	36	10%
Compromiso con el bienestar de los empleados	62	17%
Trabajar con compromiso hacia la comunidad	70	19%
Contribuir con el bienestar de la sociedad	77	21%
Contribuir al desarrollo social y económico	74	20%
Apoyar a los desfavorecidos	35	10%
Otro (Por favor especifique)	7	2%
TOTAL	361	100%

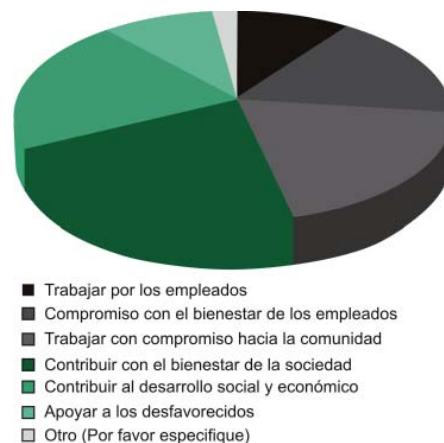
* Las empresas podían seleccionar más de una opción.

Fuente: Esta investigación.

FI = frecuencia (# de respuestas)
HI = porcentaje de respuestas

De acuerdo con la información del Cuadro 4 y Gráfico 4, para un 21% de las empresas encuestadas, la RSE significa contribuir con el bienestar de la sociedad, para el 20% es contribuir al desarrollo social y económico, un 19% opina que RSE es trabajar con compromiso hacia la comunidad, un 17% dice significar el compromiso con el bienestar de los empleados, para el 10% significa apoyar a los desfavorecidos, para otro 10% es trabajar por los empleados. Para las empresas que respondieron "Otro", incluyen significados como la contribución al desarrollo económico, social y ambiental, el desarrollo del país y la rehabilitación a la población vulnerable. Una empresa respondió que "no significa ninguno de las anteriores".

Gráfico 4.



Fuente: Esta investigación

Cuadro y gráfico 5. Quindío. Quindío. Porcentaje de ingresos brutos de las medianas y grandes empresas invertidos anualmente en Responsabilidad Social Empresarial, 2009.*

Porcentaje de ingresos	FI	HI
Menos del 1%	17	17%
Entre 1,1% y 2%	10	10%
Entre 2,1% y 4%	7	7%
Entre 4,1% y 6%	4	4%
Entre 6,1% y 8%	4	4%
Entre 8,1% y 10%	4	4%
Entre 10,1% y 15%	3	3%
Entre 15,1% y 20%	1	1%
Entre 20,1% y 30%	3	3%
Entre 30,1% y 40%	1	1%
Entre 40,1% y 50%	1	1%
Más del 50,1%	4	4%
Otro (Por favor especifique)	40	40%
TOTAL	99	100%

* Incluye aportes en efectivo, especie y tiempo de los empleados, entre otros.

Fuente: Esta investigación.

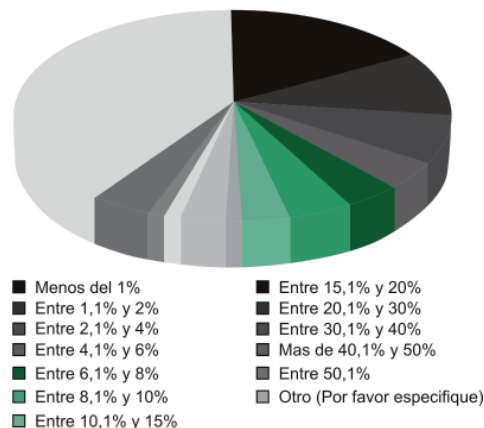
FI = frecuencia (# de respuestas)

HI = porcentaje de respuestas

De acuerdo con el Cuadro 5 y Gráfico 5, el 40% de los encuestados respondieron "Otro", aclaran que no saben exactamente el porcentaje de los ingresos de su empresa destinados a RSE y en otros casos dicen que dicho porcentaje es del 0% (sic). El 17% de las empresas encuestadas dice invertir menos del 1%, el 10% dicen invertir en RSE entre el 1,1% y el 2%, un 7% entre 2,1 y 4%, un 4% en cuatro ocasiones dicen invertir entre el 4,1 y 6% , entre el 6,1% y 8%, entre 10,1% y 15% y más del 50%, respectivamente; un 3% entre 20,1% y 30%, un 1% en tres ocasiones entre 30,1 y 40% y el 15,1% y el 20%,y un 1% entre 40,1 y 50%, respectivamente.

Los porcentajes de inversión relativamente altos invertidos en RSE en algunas empresas encuestadas toman dimensiones bastante elevadas debido a que consideran que toda la inversión en nómina, prestaciones sociales, recreación, parafiscales, pago de impuestos, apoyo a los empleados, campañas y donaciones, entre otros aspectos, constituyen aportes de RSE.

Gráfico 5.



Fuente: Esta investigación

Cuadro y gráfico 6. Quindío. Porcentaje de medianas y grandes empresas que adelantan acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con la comunidad, 2009.

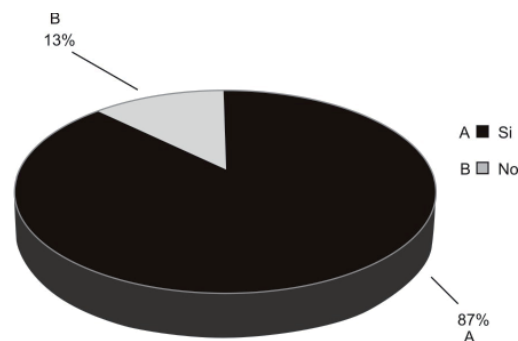
Adelanta acciones de RSE	FI	HI
Si	87	88%
No	12	12%
TOTAL	99	100%

Fuente: Esta investigación.

FI = frecuencia (# de respuestas)

HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 6.



Fuente: Esta investigación

De acuerdo con el Cuadro 6 y Gráfico 6, el 88% de las empresas encuestadas aseguran estar adelantando acciones de RSE con la comunidad, en tanto que el 12% dice no adelantar ninguna acción.

Cuadro y gráfico 7. Quindío. Porcentaje de medianas y grandes empresas que piensan deben asumir responsabilidades sociales con la comunidad, 2009.

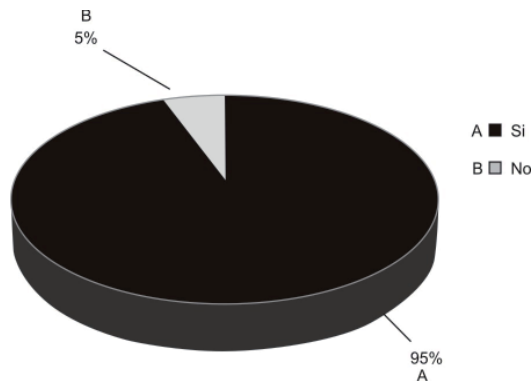
Debe asumir	FI	HI
Si	94	94,9%
No	5	5,1%
TOTAL	99	100%

Fuente: Esta investigación.

FI = frecuencia (# de respuestas)

HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 7.



Fuente: Esta investigación

El 95% de los encuestados cree que su empresa debe asumir responsabilidades sociales con la comunidad, mientras que el 5% asume que no debe asumirlas. Véase Cuadro 7 y Gráfico 7. A pesar del porcentaje mayoritario de empresas a favor de la RSE con la comunidad, aún existe un 5% de las empresas encuestadas que persisten en un enfoque clásico de la RSE en el que la empresa debe dedicarse a cuidar las utilidades de los socios y accionistas de la empresa.

Cuadro y gráfico 8. Quindío. Porcentaje de medianas y grandes empresas que considera conveniente incluir prácticas de Responsabilidad Social orientadas a la comunidad, 2009.

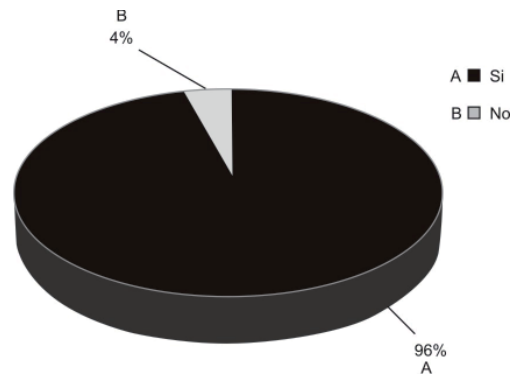
Es conveniente	FI	HI
Si	95	96%
No	4	4%
TOTAL	99	100%

Fuente: Esta investigación.

FI = frecuencia (# de respuestas)

HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 8.



Fuente: Esta investigación

Según la información disponible en el Cuadro 8 y Gráfico 8, el 96% de las empresas dice considerar conveniente incluir las prácticas de responsabilidad social orientadas a la comunidad, mientras que un 4% de los encuestados dicen no considerar conveniente dichas prácticas.

Cuadro y gráfico 9. Quindío. Porcentaje de medianas y grandes empresas que creen que sus empleados conocen qué es la RSE, 2009.

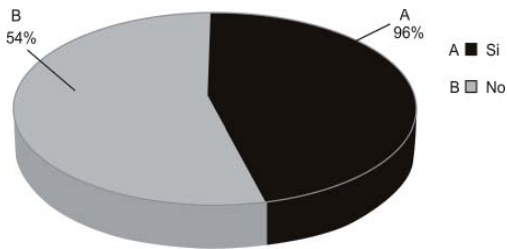
Cree	FI	HI
Si	46	46%
No	53	54%
TOTAL	99	100%

Fuente: Esta investigación.

FI = frecuencia (# de respuestas)

HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 9.



Fuente: Esta investigación.

El 46% de las empresas asegura creer que sus empleados conocen qué es la RSE, mientras que el otro 54% opina que ellos desconocen estas prácticas. Véase Cuadro 9 y Gráfico 9.

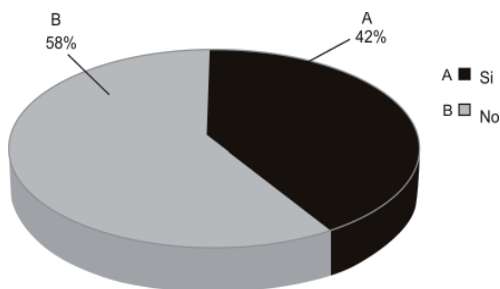
Cuadro y gráfico 10. Quindío. Porcentaje de medianas y grandes empresas que conocen prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en otras empresas del departamento, 2009.

Conoce otras empresas	FI	HI
Si	42	42%
No	57	58%
TOTAL	99	100%

Fuente: Esta investigación.

FI = frecuencia (# de respuestas)
HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 10.



Fuente: Esta investigación

De acuerdo con el Cuadro 10 y Gráfico 10, el 42% de los encuestados conocen otras empresas que realizan prácticas de RSE, en tanto el 58% no sabe de alguna que las haga.

Entre las empresas entrevistadas se incluyen instituciones de todo tipo, tales como privadas, sin ánimo de lucro, gubernamentales y mixtas, entre otras.

Ello denota que la percepción de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de las empresas encuestadas es amplia y que ella se puede realizar desde cualquier tipo de organización, independientemente de su constitución jurídica, aporte de capital u objeto social, entre otros aspectos.

Cuadro y gráfico 11. Quindío. Cómo visibilizan las medianas y grandes empresas los resultados de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), 2009.*

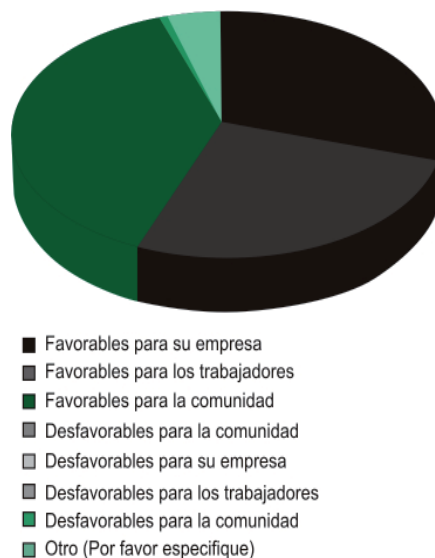
Cómo visibilizan los resultados	FI	HI
Favorables para su empresa	48	30%
Favorables para los trabajadores	41	26%
Favorables para la comunidad	63	39%
Desfavorables para su empresa	0	0%
Desfavorables para los trabajadores	0	0%
Desfavorables para la comunidad	1	1%
Otro (Por favor especifique)	7	4%
TOTAL	160	100%

* Las empresas podían seleccionar más de una opción

Fuente: Esta investigación

FI = frecuencia (# de respuestas)
HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 11.



Fuente: Esta investigación

De acuerdo con el Cuadro 11 y Gráfico 11, el 39% de las empresas encuestadas visibilizan los resultados de la RSE como favorables para la comunidad, un 30% como favorables para la empresa, un 26% como favorables para los trabajadores, un 1% dicen que es desfavorables para la comunidad, las empresas no están de acuerdo en ningún momento que los resultados de RSE sean desfavorables tanto para los trabajadores o empresa. En tanto que el 4% de las empresas encuestadas que respondieron "Otro", contestaron como favorables los resultados de RSE para el medio ambiente o simplemente no saben o no responden.

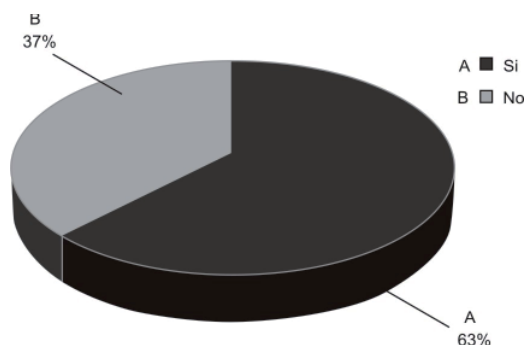
Cuadro y gráfico 12. Quindío. Porcentaje de medianas y grandes empresas que realizan balance social anual, 2009.*

Realiza balance social	FI	HI
Si	62	63%
No	37	37%
TOTAL	99	100%

* incluye acciones, recursos y estrategias de apoyo a los empleados y la comunidad en general.

Fuente: Esta investigación
 FI = frecuencia (# de respuestas)
 HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 12.



Fuente: Esta investigación

En cuanto al balance social, el 63% de las empresas encuestadas dicen realizar un balance social anual en el que incluyen las acciones, recursos y estrategias de apoyo a los empleados y la comunidad en general, mientras que un 37% aseguran no hacerlo. Véase Cuadro 12 y Gráfico 12.

Cuadro 13. Quindío. Porcentaje de medianas y grandes empresa que afilian a sus empleados al sistema de seguridad social, 2009.

Afilian a los empleados	FI	HI
Si	99	100%
No	0	0%
TOTAL	99	100%

* Incluye salud, pensiones, cesantías, ARP.

Fuente: Esta investigación

FI = frecuencia (# de respuestas)
 HI = porcentaje de respuestas

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 100% de las empresas dicen tener a sus empleados afiliados a salud, pensiones, cesantías y ARP. Ello puede ser consecuencia del tamaño de las empresas vinculadas a la investigación, ya que al ser catalogadas como medianas y grandes tienen mayor visibilidad ante la sociedad, una infraestructura organizacional formal muy bien definida, un sistema de gestión gerencial que involucra un adecuado manejo del talento humano de la empresa y una dinámica en el mercado que permite asumir todos los compromisos legales con los empleados, entre otros factores. Véase Cuadro.

Cuadro 14. Quindío. Porcentaje de medianas y grandes empresas que cumple con todos los aportes parafiscales, 2009.

Afilian a los empleados	FI	HI
Si	99	100%
No	0	0%
TOTAL	99	100%

Fuente: Esta investigación

FI = frecuencia (# de respuestas)
 HI = porcentaje de respuestas

Con la información disponible en el Cuadro 14 y Gráfico 14 se puede observar que el 100% de las empresas encuestadas cumple con todos los aportes parafiscales establecidos por el Gobierno nacional (SENA, ICBF y Caja de Compensación Familiar, que en total suman el 9% de la nómina de la empresa). Ello, al igual que el análisis de la información disponible en el Cuadro 13, puede ser consecuencia del tamaño de las empresas encuestadas (medianas y grandes).

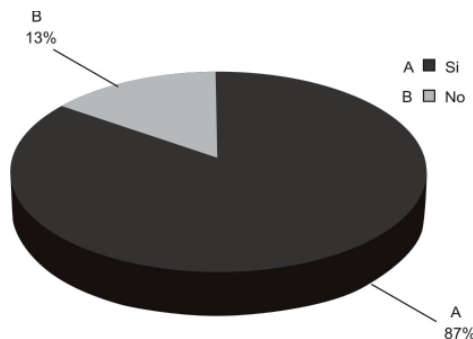
Cuadro y gráfico 15. Quindío. Porcentaje de medianas y grandes empresas que cuenta con programas de salud ocupacional, 2009.

Cuenta con programas de salud ocupacional	FI	HI
Si	108	87%
No	16	13%
TOTAL	124	100%

Incluye: gimnasia laboral, capacitación y prevención de enfermedades laborales, entre otros.

Fuente: Esta investigación
 FI = frecuencia (# de respuestas)
 HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 15.



Fuente: Esta investigación

Según los datos del Cuadro 15 y Gráfico 15, el 87% de las empresas encuestadas dicen contar con programas de salud ocupacional como gimnasia laboral, capacitación y prevención de enfermedades laborales, en tanto que un 13% dice no contar con estos.

Esta situación que se presenta para el 13% de las empresas puede deberse a falta de conocimiento de la normatividad y de los mecanismos de acceso a programas de gimnasia laboral y prevención de enfermedades laborales, o escasez de presupuesto de la empresa para programas de capacitación.

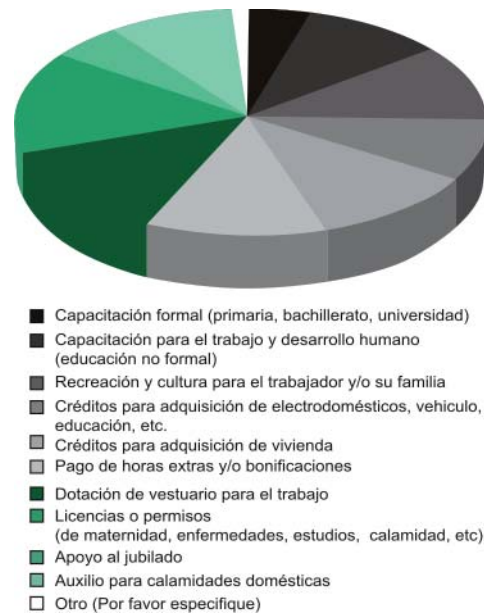
Cuadro y gráfico 16. Quindío. Principales programas realizados en las medianas y grandes empresas en Responsabilidad Social Empresarial, 2009*

Qué programas realiza su empresa	FI	HI
Capacitación formal (primaria, bachillerato, universidad)	27	5%
Capacitación para el trabajo y desarrollo humano (educación no formal)	60	10%
Recreación y cultura para el trabajador y/o su familia	60	10%
Créditos para adquisición de electrodomésticos, vehículo, educación, etc.	50	9%
Crédito para adquisición de vivienda	64	11%
Pago de horas extras y/o bonificaciones	71	12%
Dotación de vestuario para el trabajo	75	13%
Licencias o permisos (de maternidad, enfermedades, estudios, calamidad, etc)	87	15%
Apoyo al jubilado	28	5%
Auxilio para calamidades domésticas	54	9%
Otro (Por favor especifique)	6	1%
TOTAL	582	100%

* Los encuestados podían seleccionar más de una opción.
Fuente: Esta investigación.

FI = frecuencia (# de respuestas)
 HI = porcentaje de respuestas

Gráfico 16.



Fuente: Esta investigación

En el Cuadro 16 y Gráfico 16 se halla la información relacionada con los principales programas realizados en cuanto a RSE. Según dicha información, el 15% de las empresas dicen realizar programas como licencias o permisos, un 13% dotación de vestuario para el trabajo, un 12% en el pago de horas extras y/o bonificaciones, un 10% en dos ocasiones dice realizar la recreación y cultura para el trabajador y/o su familia, y capacitación para el trabajo y desarrollo humano, un 11% crédito para la adquisición de vivienda, un 9% en dos ocasiones entre auxilio para calamidades domesticas y créditos para la adquisición de electrodomésticos respectivamente, y un 5% en dos ocasiones en apoyo al jubilado y capacitación formal.

Algo importante en este aparte es que de 10 opciones de posibles programas de RSE, cada una de las empresas encuestadas seleccionaron un promedio de aproximadamente 6 programas, ya que en total se tuvo 582 respuestas. Ello representa una situación favorable en cuanto a la práctica de la RSE en las medianas y grandes empresas del Quindío.

Para el 1% de los que respondieron otro, dicen estar entre ninguno, no sabe, auxilio educativo para el nivel superior, fondo empleados IBG, primas extralegales, transporte extralegal y todo tipo de auxilios (véase Cuadro 16 y Gráfico 16).

Las recomendaciones que hacen las empresas para tener en cuenta son:

- Es de gran importancia recibir conocimiento de cómo se puede ayudar a la comunidad siendo empresa quindiana.
- Hacer campañas de motivación a nivel empresarial relacionadas con RSE,
- Difundir y fortalecer la RSE como modo de hacer empresa.
- Vigilar que los recursos asignados en el balance social sean invertidos en programas sociales.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con base en las encuestas realizadas, se infiere que los empresarios de las medianas y grandes empresas del Quindío, conocen el significado del tema y lo asocian especialmente con el

bienestar de la comunidad, como una contribución con el desarrollo social y económico, como una forma de trabajar con compromiso hacia la comunidad y como un compromiso con el bienestar de los empleados. Estas cuatro opciones representan el 77% de las respuestas, aspecto que denota que la RSE tiene un significado positivo para las medianas y grandes empresas del Quindío que fueron encuestadas en desarrollo de esta investigación.

De otra parte, este significado representa la buena voluntad y las intenciones positivas de los empresarios frente al tema de la Responsabilidad Social Empresarial, no en vano el 96% de las medianas y grandes empresas vinculadas a esta investigación consideran conveniente incluir prácticas de RSE orientadas hacia la comunidad y el 95% visibiliza favorablemente los resultados de practicar la RSE (además, el 94% de los encuestados afirma que las empresas deben asumir responsabilidades sociales con la comunidad y el 88% sostiene que su empresa adelanta acciones de RSE), aunque igualmente se puede inferir que las acciones que realizan en su gran mayoría no corresponden a un programa estructurado sobre esta temática sino que más bien forman parte de una serie de acciones aisladas que se ejecutan en diversos campos.

A pesar de lo anterior es importante destacar que todas las empresas encuestadas destinan un porcentaje de sus ingresos anuales a la ejecución de acciones de RSE, sin embargo no todos tienen la misma claridad sobre el tema ya que por ejemplo, el 34% de las empresas encuestadas invierten hasta el 4% de sus ingresos brutos anuales en programas de RSE, en tanto que un 4% de las empresas afirma que invierte más del 50% de sus ingresos brutos anuales. Esta situación denota que para muchos empresarios el pago de nómina, aportes de la seguridad social y pago de parafiscales, entre otros, corresponden a una práctica de RSE en tanto que para la mayoría de empresarios pareciera que esto es sólo una obligación legal y que hay que cumplir y al parecer no incluyen estos rubros dentro de sus prácticas de RSE.

Es importante destacar que las medianas y grandes empresas del Quindío brindan apoyo a la comunidad en un promedio aproximado de tres áreas, destacándose las de formación

y capacitación, salud, educación y recreación, que aproximadamente representan el 70% de las respuestas.

Esta conclusión se desprende de los elevados porcentajes de empresarios que además de cumplir con los elementos mínimos de ley en cuanto a seguridad social y protección laboral del empleado tales como la afiliación a salud, pensiones, riesgos profesionales, cumplimiento de las licencias de maternidad etc., también se preocupan por otras acciones que más que de ley son voluntarias pero no menos importantes como son brindar acceso a capacitación, a programas de protección y prevención contra enfermedades laborales, a interesarse por las facilidades para que sus empleados puedan algún día adquirir una vivienda propia, entre otras iniciativas.

A pesar de lo anterior, el 54% de las empresas encuestadas cree que sus empleados no conocen qué es la RSE, aspecto que conlleva a pensar que el tema de la RSE se maneja de manera formal más entre el personal directivo de las empresas y no tanto con los empleados de las mismas.

Es importante destacar que el 100% de las empresas encuestadas afilian a sus empleados al sistema de seguridad social (incluyendo salud, pensiones, cesantías y ARP) y paga sus aportes parafiscales (SENA, ICBF y caja de compensación familiar). Al parecer, ello podría ser consecuencia del tamaño de las organizaciones vinculadas a la investigación, ya que al ser catalogadas como medianas y grandes tienen mayor visibilidad ante la sociedad, una infraestructura productiva formal muy bien definida, un sistema de gestión gerencial que involucra un adecuado manejo del talento humano de la empresa y una dinámica en el mercado que permite asumir todos los compromisos legales con los empleados, entre otros factores.

Sobre el particular, es importante destacar que el 87% de las empresas encuestadas cuenta con programas de salud ocupacional (gimnasia laboral, capacitación y prevención de enfermedades laborales, entre otros). Esto puede deberse a falta de conocimiento de la normatividad y de los mecanismos de acceso a programas de gimnasia laboral y prevención de enfermedades laborales, o escasez de presupuesto de la empresa para programas relacionados con el tema.

A pesar de que el tema del balance social de las empresas es una práctica mucho más nueva, se encontró que el 63% de las empresas encuestadas realiza dicho balance y en él se incluyen acciones, recursos y estrategias de apoyo a los empleados y a la comunidad en general. Ello se convierte en una práctica sana dado que la empresa puede cuantificar de cierta manera el aporte que realiza a la sociedad en temas relacionados con la RSE.

De 10 opciones de posibles programas de RSE, cada una de las empresas encuestadas seleccionó un promedio de aproximadamente 6 programas. Ello representa una situación favorable en cuanto a la práctica de la RSE en las medianas y grandes empresas del Quindío.

- A pesar de que se encuentra un clima favorable a la práctica de la RSE en las medianas y grandes empresas del Quindío, se propone a manera de recomendación, tener en cuenta aspectos como los siguientes que pueden permitir un mejor desarrollo de este tema al interior de las empresas como una estrategia de vinculación con la comunidad para generar un mayor nivel de sinergia y competitividad empresarial:
- Realizar capacitaciones con las empresas para clarificar los conceptos de la RSE, diseñar indicadores y establecer estrategias para aprovechar recursos de entidades vinculadas con el sistema de seguridad social que pueden promover otras prácticas de RSE en la empresa, entre otras.
- Brindar a las empresas procesos de asesoría y consultoría en el tema de la RSE de tal manera que se pueda generar un plan estratégico en la empresa que incluya herramientas que generen un mayor nivel de competitividad organizacional.
- Definir las acciones que las empresas van a realizar en RSE durante cada año de tal manera que puedan focalizar sus acciones y generar resultados puntuales y más medibles.
- Elaborar informes de responsabilidad social y difundirlo entre directivos, accionistas, empleados, proveedores, clientes, contratistas y comunidad en general.
- Es de gran importancia recibir capacitación sobre cómo las empresas quindianas pue-

den ayudar a la comunidad. Sobre este particular es importante generar una estrategia que permita focalizar dichas necesidades de la comunidad con los apoyos y aportes que las empresas quieran realizar.

- Hacer campañas de motivación a nivel empresarial relacionadas con RSE, para difundir y fortalecer la RSE como un modo de hacer empresa y proyectarla en forma competitiva.
- Es importante monitorear que los recursos asignados en el balance social de las empresas sean invertidos en programas sociales y que estos no sean desviados o utilizados en otras actividades.
- Incluir en el balance social las prácticas de responsabilidad social orientadas a la comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bonomi, Gonzalo et. al (2003). La responsabilidad social empresarial en el marco de las relaciones laborales. Trabajo monográfico para obtener el título de Contador Público. Facultad de Ciencias Económicas y de Administración. Universidad de la República. Uruguay.

Canals, Jordi y Fontrodona, Juan (sfe). La ética empresarial, su impacto en la empresa y en el recurso humano. En:

Centro Colombiano de Responsabilidad Social, vía Internet en: <http://www.ccre.org.co>. Consultado el 23 de abril de 2008. Colombia. Constitución Política.

Colombia. Ley 590 de 2000. Ley MIPYME.

Colombia. Ley 905 de 2004. Modifica la Ley Mipyme.

Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas.

Consejo Europeo. Resolución de 10/01/2003 relativa a la responsabilidad Social de las Empresas.

Corredor, Alejo (2008). "Beneficios tributarios". En: La República, Febrero 28. p. 3

De Gatta, Dionisio (2004). "La responsabilidad social corporativa en materia ambiental. Estado de la cuestión". En: Boletín Económico de ICE. Noviembre 15-21. pp. 27-43.

Dorado, Yul (2003). Responsabilidad Social Empresarial - RSE. ¿Nuevo Escenario de lo Público para las Organizaciones de Consumidores? En: http://www.consumidoresint.org/documentos/responsabilidad/marketing_o_desarrollo.doc.

En:http://www.cmsconsultores.com/IMG/pdf/ASESOR_1_L_.DOC.pdf.

Escobar Natalia (2005). Responsabilidad Social de Las Grandes Superficies, Universidad de los Andes, Bogotá, Junio.

Fischer-Bollin Peter (2008), director del programa POSLA (Política de Orden Social) Ponencia:La RSE, factor clave del nuevo modelo económico El Papel de La RSE . Marzo 27 2008 Pag 3 La República.

Fundación Ecología y Desarrollo (2004). Las organizaciones de la sociedad civil y la responsabilidad social corporativa. Algunos casos destacables. Zaragoza. La Fundación.

Garriga, Elisabet y Mele, Dome`nec (2004). "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory". En: Journal of Business Ethics, No. 53. pp. 51-71.

Gautier, Carolina (2005). "Measuring Corporate Social and Environmental Performance: The Extended Life-Cycle Assesment". En: Journal of Business Ethics. No. 59. pp. 199-206.

Griesse, Margaret (2007). "The Geographic, Political and Economic Context for Corporate Social Responsibility in Brazil". En: Journal of Business Ethics. No. 73. pp. 21-37.

Guerrero, Mauricio (1998). Responsabilidad Social: la mejor manera de hacer negocios.

<http://www.transparenciacolombia.org.co/Portals/0/Art%C3%ADculo%20%20Rumbo%20Pymes%20pdf.pdf>. Consultado el 12 de abril de 2008.

Gutierrez, Roberto, Aportes y Desafíos de La Responsabilidad Social empresarial En Colombia, Universidad de los Andes, 2006.

Husted, Bryan y Allen, David (2006). "Corporate social responsibility in the multinacional enterprise: strategic and institucional approaches". En: Journal of International Business Studies. No. 37. pp. 838-849.

ISO (2002). Corporate social responsibility. Concepts and solutions. Trinidad.

Matiz, Daniel et. Al (2006). Responsabilidad Social Empresarial del Sector Financiero en Colombia. Tesis de grado, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C.

Melo, Oscar y Guerra, Juan (2005). Una Propuesta para la Regulación de la Responsabilidad Social Empresarial del Sector Privado en Colombia. Tesis de Grado para optar al título de Abogado. Facultad de Ciencias Jurídicas. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Mercado, Patricia y García, Patricia (2007). "La responsabilidad social en empresas del valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio". En Revista Estudios Gerenciales. Volumen 23, No. 102. Enero-marzo. pp. 119-135.

Nadeo, María y Zícarí, Adrián (2005). El rol del gobierno en la responsabilidad social empresarial. Ponencia presentada en el 1er. Congreso de Economía Provincial. Rosario, septiembre 22 y 23.

Osorio Andrés Alberto. La Responsabilidad Social como Factor Fundamental de la Rentabilidad Empresarial. Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales.

Paladino Marcelo (2007). Desarrollo de las ideas sobre la RSE. La República, 21 de Junio.

Peinado, Estrella (2003). Responsabilidad social de la Empresa, PYMES y Competitividad. La experiencia del Banco Interamericano de Desarrollo. En: Memorias del Congreso Responsabilidad Corporativa y PYMES. Madrid.

Quirós Elkin y Bustamante, Hernán (2007). Responsabilidad social. Organizaciones y contabilidad.

Restrepo Vélez, Clara Inés. Compromiso Social y Liderazgo Empresarial. 1994. Fundación Corona Bogotá

Stanciu, Pavel y Hapenciu, Cristian (sfe). Touristic sustainability through social responsibility. En: <http://anale.steconomics.econet.ro/arhiva/2007/management-and-marketing/113.pdf>. Consultado el 23 de abril de 2008.

Trímboli, Juan (2004). Consumidores, empresarios y responsabilidad social. Ponencia presentada en el V Congreso Internacional de Responsabilidad Social Empresarial. Santiago de Chile, 17 y 18 de agosto.

Vieira, Jaime y Correa, Ivonne (2005). El concepto y la práctica de la responsabilidad social empresarial en dirigentes de la ciudad de Manizales. En: Segundo Congreso Iberoamericano de Investigación en Administración. Tomado de: http://www.almamater.edu.co/new_page/documento/memorias_foro_iti-nerante/Memorias/2_DOCUMENTOS.T%C3%89CNI%20COS.DE.SOPORTE/7_El.Concepto.de.Responsabilidad.Social.en.el.Empresariado.de.Manizales_Jaime.Viera.pdf.

Whooley, Niamh (2005). "Responsible Business Conduct. There's nothing 'fluffy' about CSR". En: Accountancy Ireland. Abril. Vol. 37, No. 2. pp. 74-75.

Yepes López Gustavo. Responsabilidad Social Empresarial, Fundamentos y Aplicación en las organizaciones de hoy. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2007, pág. 113 (<http://www.monografias.com>, 2008).