

2009-12-01

## Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial: el caso de algunas empresas ubicadas en Bogotá

Jorge Enrique Saiz Vélez

*Universidad de La Salle, Bogotá, jsaiz@unisalle.edu.co*

John Harold Muñoz Rojas

*Universidad de La Salle, Bogotá, jmunoz@unisalle.edu.co*

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/gs>

---

### Citación recomendada

Saiz Vélez, Jorge Enrique and Muñoz Rojas, John Harold (2009) "Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial: el caso de algunas empresas ubicadas en Bogotá," *Gestión y Sociedad*: No. 2 , Article 6. Disponible en:

This Artículo de investigación is brought to you for free and open access by Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Gestión y Sociedad* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

# Diagnóstico de la responsabilidad social empresarial: el caso de algunas empresas ubicadas en Bogotá<sup>1</sup>

Jorge Enrique Saiz Vélez\*  
John Harold Muñoz Rojas\*\*

**Recibido:** 25 de junio de 2009 – **Aprobado:** 6 de agosto de 2009

*La ética es obediencia de lo no exigido*  
(Rushwoth Kidder)

## Resumen

El tema de la responsabilidad social empresarial (RSE) en los últimos años ha sido discutido en diferentes foros a nivel mundial como Naciones Unidas, la Comisión Europea y la Organización Internacional del Trabajo, entre otros organismos. Sin embargo, las empresas aún tienen dificultades para comprender los conceptos relacionados con el tema y los alcances de las metodologías utilizadas para planificar y evaluar los resultados de los programas frente a compromisos adquiridos con

---

1 Artículo elaborado a partir de un trabajo de investigación de los autores y entregado a la Vicerrectoría de Investigación y Transferencia de la Universidad de La Salle (VRIT) en julio de 2008.

\* Economista de la Universidad Santo Tomás. Especialista en Finanzas y Magíster en Economía. Docente investigador del Programa de Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. Bogotá.

\*\* Economista de la Universidad Nacional. Especialista en Finanzas Públicas. Estudios de Maestría en la Universidad Santo Tomás. Docente investigador del Programa de Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. Bogotá.

los grupos de interés. En este artículo, se establece una relación teórica entre los conceptos de ética y RSE, luego se definen algunas estrategias que pueden utilizar las empresas para gestionar eficientemente la RSE y, finalmente, se presentan las conclusiones más relevantes sobre un diagnóstico realizado en 13 empresas con sede en Bogotá.

## Palabras clave

Responsabilidad social empresarial, ética, balance social, ética de los negocios, grupos de interés.

## Abstract

The issue about Corporate Social Responsibility (CSR) has been discussed during last years in different forums from world-wide level such as United Nations, the European Commission and the International Labour Organization among others. Nevertheless, companies still have difficulties understanding concepts related to this issue and the methodology achievements used to plan and evaluate the programs results aligned with responsibilities acquired against the stakeholders. In this paper, a theoretical relationship between Ethics concepts and CSR is established; then a definition about some strategies that can use companies to manage efficiently the CSR; and finally the most relevant conclusions on a diagnosis carried out in thirteen Bogota-located companies.

## Keywords

Corporate Social Responsibility, Ethics, Social Balance, business Ethics, stakeholders.

## Introducción

Desde 2004, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) ha aplicado, entre sus empresas afiliadas, la encuesta de responsabilidad social empresarial (RSE) con el fin de conocer las acciones que éstas adelantan sobre el tema, sus características, magnitud e impacto. La encuesta de 2006 revela que el 98% de las empresas consideran que deben asumir

responsabilidades sociales con la comunidad. El 41% elaboran el balance social y el 34% entregan informes de gestión social. Igualmente, manifiestan que la responsabilidad con los grupos de interés (aquellos afectados por las decisiones del negocio) debe ir más allá de lo legal. Las acciones sociales se dirigen principalmente a trabajadores y sus familias, quienes mayor cercanía tienen con la empresa; esto permite disminuir el ausentismo laboral, mejorando a

la vez el compromiso hacia la organización y los indicadores de productividad laboral. Los mecanismos que utilizan las empresas para evidenciar los compromisos con la sociedad, son donaciones en especie, patrocinios y donaciones a fundaciones sociales.

Con respecto a lo anterior, es útil mencionar que la filantropía es un primer paso hacia la responsabilidad social de las empresas. Sin embargo, se corre el riesgo de utilizarla como una importante herramienta para reducir cargas fiscales. Además, divulgar el tema de la RSE, como una oportunidad de lograr mayor rentabilidad económica, gracias a los beneficios que tiene (imagen y reputación entre otros), implica aceptar que la ética empresarial se justifica por la compensación monetaria que genera. Desde esta perspectiva, la RSE se convierte en una materia prima cuyo costo se solventa con creces reflejado en una mayor cobertura en los mercados y de menor riesgo para los negocios.

Este documento presenta los resultados de una investigación cuyo propósito fue desarrollar un diagnóstico sobre el tema de responsabilidad social empresarial a partir de la información suministrada por 13 empresas ubicadas en Bogotá. Para ello se utilizaron algunos de los indicadores del manual del balance social (versión 2001) elaborado conjuntamente por la ANDI, la OIT y la Cámara Junior de Colombia (Capítulo de Antioquía). Como complemento, se elaboró una encuesta mediante la cual se indagó a gerentes y directores de recursos humanos sobre los conocimientos en el tema.

La conclusión es que la mayoría de las empresas realizan informes sociales en los cuales se describen las actividades y las inversiones realizadas en esta materia. Sin embargo, estas actividades no son planeadas y evaluadas

con los grupos de interés. No se tiene claro el concepto y los alcances de la RSE, y el balance se confunde con el informe social.

## Breve revisión de conceptos

En primera instancia, resulta importante establecer relaciones y diferencias de conceptos, hecho que permitirá entender con mayor propiedad el sentido de la responsabilidad social empresarial y la forma adecuada de gestionarla. Para comenzar existe una sutil diferencia entre los conceptos de principios y valores. Covey (1990) afirma que los principios son verdades profundas y directrices para la conducta humana; el autor menciona, por ejemplo, rectitud, integridad, honestidad, dignidad humana, servicio y excelencia. Por su parte, los valores emergen de un conjunto de fuentes como necesidades, expectativas, capacidades, éxito del otro y éxito propio. Los valores que se derivan de estas fuentes son alimento, cultura, sabiduría, reconocimiento, compasión, solidaridad, sensibilidad comunitaria, compromiso, ciudadanía y espiritualidad, entre otros.

De otro lado, es útil recordar que las normas exigen el acatamiento por parte de los individuos y de la sociedad. Para Guédez (2006) la ética empieza donde terminan las aplicaciones de las normas y donde se impone la necesidad de una decisión. Mientras las normas exigen obediencia, la ética nace del individuo y reclama libertad; estas razones son las que hacen que la ética sea escasa, mientras las normas son abundantes.

Un concepto similar es establecido por González Fabre (2005), quien concibe la ética como el saber que se ocupa de lo que hacen los individuos (personal y colectivamente) con las elecciones conscientes y libres. Existe entonces

una relación entre inteligencia y voluntad; la primera identifica y explica las diferentes posibilidades que se presentan en una elección, la segunda implica la libertad moral de elegir. Cada individuo al actuar éticamente no sólo se configura como persona, sino que altera de algún modo las posibilidades de otros. Sin embargo, las virtudes por sí mismas no son suficientes para la toma de decisiones cuando depende en gran medida de los parámetros sociales. Como lo afirma Piñeros (2006), al referirse a Kant (1964), la gente virtuosa que carece de principios éticos, es ciega; de igual forma, aquellos que se basan en principios éticos y viven sin virtudes, son vacíos.

El siguiente paso consiste en establecer una relación entre la ética y los negocios empresariales. Para ello, es necesario que confluyan los fines de la economía (como ciencia social) y de la ética (como ciencia del comportamiento). La ética busca conclusiones razonables sobre la manera más humana de actuar en situaciones concretas; este saber implica tanto fines como medios. La economía busca relacionar de manera eficiente los medios escasos frente a las necesidades materiales de la sociedad. La economía y la ética coinciden o se acercan en el sentido en que ambas tratan sobre las elecciones humanas en contextos reales. La economía normativa coincide con los fines que persigue la ética (qué objetivos deben lograrse al hacer una elección).

Esta relación trasciende al ámbito de los negocios. García (2003) utiliza el término ética empresarial dialógica, para referirse a que las decisiones empresariales afectan la calidad de vida de terceras personas, lo que obliga necesariamente a buscar una integración entre los criterios económicos y los éticos. El papel que una empresa desempeña en una sociedad,

debe responder a lo que se espera de ésta en términos de contribución a equidad y transparencia. La exigencia del entorno –social, cultural y ambiental– obliga a las organizaciones a tener en cuenta a todos aquellos agentes afectados directa e indirectamente por sus actividades cotidianas.

En el tema de la ética empresarial, el término “grupos de interés” (*stakeholders*) adquiere especial relevancia pues se refiere a aquellas personas o grupos de individuos que se ven o podrían ser afectados por las operaciones de una organización. El origen de la palabra aparece en 1963 en un memorando interno de la organización *Stanford Research Institute*. Sin embargo, solamente hasta la década de los ochenta, este concepto se convierte en una teoría que identifica y ordena por importancia a los grupos que afectan los intereses económicos de las empresas, y establece metodologías para lograr comunicación y entendimiento entre la organización y todos los grupos de interés.

Para Freeman (1984) existen cuatro grupos de interés básicos: empleados, clientes, accionistas y proveedores; y cada uno desempeña un papel importante para la salud financiera de la empresa. Asimismo, cada uno de los grupos establece una relación diferente con la empresa, generándose compromisos entre las partes. Esta complejidad se manifiesta a menudo en relaciones en las cuales existe conflicto de intereses. El compromiso surge de la intensidad y de la frecuencia de la relación. La empresa entonces está éticamente obligada a escuchar y a tener en cuenta los intereses y las demandas de los grupos de interés, generando y manteniendo una actitud comunicativa de tal manera que permita el entendimiento y los compromisos mutuos.

Como se ha mencionado, las empresas tienen diferentes responsabilidades que implican compromisos tanto económicos como morales y legales. Carroll (1991) determina que toda empresa debe enfrentar cuatro componentes de responsabilidad:

1. Económico. Beneficio para los accionistas a partir de un precio justo que satisfaga las necesidades de los consumidores o usuarios.
2. Legal. Normas que regulan el funcionamiento de los mercados.
3. Ético. Recoge las necesidades y expectativas de los grupos de interés con los que se relaciona la empresa.
4. Filantrópico. Obligación libre y voluntaria que asume una empresa para mejorar la calidad de vida de la sociedad.

A continuación se presentan algunos conceptos sobre RSE, establecidos en su orden por la Fundación Prohumana (2005), el Instituto Ethos (2006), la ANDI (2001) y la Unión Europea (2001):

- Es la contribución al desarrollo humano sostenible mediante el compromiso y la confianza con sus empleados y familiares, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.
- Es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad.
- Es la respuesta voluntaria que la empresa debe dar a las expectativas de los sectores con los cuales tiene relación, en materia de desarrollo integral de sus trabajadores y en el aporte a la comunidad que le permite crecer y desarrollarse.

- Ser socialmente responsable no significa sólo cumplir plenamente con las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

A partir de los anteriores conceptos, y teniendo como referencia las nociones de principios y valores, al igual que la relación entre ética y economía, se puede concluir lo siguiente:

- El fundamento de la RSE se encuentra en la ética. La razón es que mientras la ética se refiere a los efectos que recaen tanto en el que actúa como en los otros, la RSE considera los impactos de las acciones de las empresas sobre los grupos de interés.
- El reconocimiento, el compromiso y la solidaridad son valores que se desprenden de los principios de servicio e integridad.
- La RSE no debe ser entendida como una actividad marginal y oportunista, sino como una actitud de la empresa hacia el entorno.
- La RSE se asume libremente e implica el compromiso de devolver a la sociedad algo de lo que las empresas han tomado de ella (recursos físicos, financieros y ambientales).
- Las actitudes de empresas socialmente responsables comienzan por reconocer los intereses de los otros. Esto implica diálogo y corresponsabilidad.

De otro lado, las empresas, de acuerdo con los conocimientos sobre el tema de RSE, la metodología empleada y el compromiso frente a los grupos de interés, establecen diferentes estrategias que les permiten gestionar la RSE.

Méndez (2004) propone algunas alternativas que las empresas pueden utilizar en función de

la misión, visión, valores y principios éticos con los que actúan. Según este autor, las estrategias sobre RSE se convierten en esfuerzos orientados a lograr y preservar un equilibrio entre lo eco-

nómico, lo social y lo ambiental. La proyección de estos esfuerzos hace que las empresas adopten la condición de ciudadanía corporativa y contribuyan a generar capital social.

**Tabla 1.** Secuencia de las estrategias de responsabilidad social empresarial.

<b>Estrategia</b>	<b>Características</b>	<b>Principio</b>
Máxima riqueza (la copa rebosada)	Beneficio creciente para accionistas y consumidores Generar empleo y cumplir las leyes Esperar impactos sociales derivados de lo anterior	Funciones básicas y responsabilidades primarias
Protección laboral de trabajadores y asociados ( la caridad es para la casa)	Privilegia la realidad interna de la organización Genera una expansión progresiva hacia asociados a la empresa. Atender salario, condición y educación	Justicia y equidad social
Filantropía del empresario y filantropía corporativa (dar sin buscar impacto ni retorno)	Atender necesidades sociales externas Ayudar por vías financieras y no financieras. Es remedial, reactiva y asistencialista.	Solidaridad y contribución
Inversión social (equilibrar el impacto social y retorno de la inversión)	Actuar más sobre las causas que sobre las manifestaciones de los problemas Fomentar desarrollo social. Se ejecuta por vía directa y de cogestión.	Cooperación y reciprocidad
Gestión sustentable (todos somos responsables por todo)	Preservar el ambiente y minimizar impactos negativos. Equilibrar lo económico con lo social y ambiental Compartir responsabilidades y pensar en generaciones futuras.	Retribución y previsión
Ciudadanía corporativa ( el derecho a tener derecho, proviene del deber de tener deber)	Dimensionar sociopolíticamente la participación empresarial Generar compromiso con la sociedad Asumir condición de actor en la vida de un país	Corresponsabilidad y participación

**Fuente:** Méndez, 2004.

Vale la pena aclarar que ningún aspecto mencionado en la anterior tabla excluye a otro. Por el contrario, se trata de una dinámica incluyente en la cual cada avance permite la integración de nuevos adelantos sin que implique la desaparición de los otros. Todas las estrategias pueden convivir dentro de un espectro que se difunde de forma continua hacia la llamada ciudadanía corporativa.

Una de las metodologías de gestión empresarial sobre el tema de RSE, es el balance social. Este documento surgió en la década de los setenta cuando grandes empresas de Europa y Norteamérica –ante la necesidad de mejorar su imagen de marca frente a consumidores e inversionistas– empezaron a asumir actividades orientadas a optimizar el clima organizacional en cuanto a aspectos laborales y ambientales. La ley francesa de 1977 fue planteada como un indicador de gestión del recurso humano en temas como remuneraciones, seguridad, capacitación y otras condiciones propias del trabajo.

En los últimos años, la condición de no obligatoriedad –sumada a los pocos conocimientos que tiene la gran mayoría de las empresas sobre el tema de RSE– ha contribuido a que existan diferentes metodologías para elaborar el balance social –el cual sigue asimilándose como un informe de filantropía. Sin embargo, actualmente se registra una tendencia a la adopción de una metodología común.

Este movimiento ha sido liderado por la Iniciativa de Reporte Global (GRI, por su sigla original), institución internacional independiente, que surgió en 1997 como proyecto de trabajo del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente y de la organización estadounidense no gubernamental *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES). Su misión con-

siste en desarrollar lineamientos metodológicos comunes para que empresas, gobiernos y organizaciones puedan informar sobre su desempeño en los aspectos económico, social y ambiental, respectivamente. Cada uno, a su vez, evaluado por indicadores cuantitativos y cualitativos en diferentes aspectos como consumidores, trabajadores, empleabilidad y trabajo, prácticas de seguridad, biodiversidad y desechos, entre otros.

A continuación, algunas definiciones de balance social:

- Registro o informe, un sistema de información acerca de las consecuencias de la actividad empresarial, de las prestaciones sociales que ofrece y de los gastos sociales en los que incurre. Con ello, se pretende integrar los intereses económico-financieros de la empresa, con los intereses de los trabajadores y de la sociedad en general (García, 2003).
- Herramienta de gestión empresarial, que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus áreas interna y externa, durante un periodo determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente, con fines de diagnóstico del clima laboral y social, información interna y externa, planeación de su política social y concentración con los diversos sectores con los cuales se relaciona la empresa (Fernández y Gallego, 1996).
- Herramienta de auditoría social en cuanto permite, mediante la aplicación de una metodología específica, medir cuantitativa y cualitativamente la gestión social de cualquier organización dentro del marco de su responsabilidad social (Gallego, 1999).



- Instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa en determinado periodo y frente a metas preestablecidas (OIT, ANDI y CJC, 2002).

A partir de los anteriores conceptos, se pueden mencionar componentes importantes:

- El balance social está compuesto por indicadores cuantitativos y cualitativos.
- Debe ser un informe en el cual se expresen las metas esperadas en materia de responsabilidad social y los resultados de los programas desarrollados para cumplir los objetivos.
- Como instrumento de gestión de RSE, el balance social debe contener herramientas para evaluar y controlar tanto las actividades como los programas encaminados hacia el logro de los compromisos sociales preestablecidos.

De otro lado, Gallego (1999) explica de manera clara la diferencia entre balance e informe social. El primero debe reflejar de manera objetiva y precisa los logros y fracasos de la empresa en materia social; en tanto que el informe social hace referencia a una descripción de las actividades realizadas durante un periodo específico.

Resulta importante entonces resaltar que el informe social constituye una técnica limitada de gestión empresarial, debido a que mediante éste las empresas no establecen metas de desempeño (previo conocimiento y concertación con los grupos de interés). Es sólo un documento, en que se informa sobre las actividades y las inversiones realizadas en un periodo específico (generalmente un año). Por tanto, a partir de los informes sociales, no es posible evaluar

el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial.

## Resultados del diagnóstico

El diagnóstico sobre la RSE se elaboró a partir del análisis de informes sociales de 13 empresas pertenecientes a los sectores manufacturero y de servicios con sede en Bogotá. Cuatro de estas empresas son multinacionales con significativo capital financiero y humano; dos son pequeñas empresas que llevan más de diez años de producción continua. Una de las empresas evaluadas se destaca a nivel nacional por ser una entidad privada sin ánimo de lucro, dedicada a desarrollar programas especiales a favor de los sectores populares de la población colombiana.

El diagnóstico de las empresas evaluadas muestra algunos aspectos relevantes, a saber:

- La elección de modelos e indicadores para diagnosticar la gestión social, depende específicamente de las características de cada empresa y sus objetivos.
- Una política exitosa de RSE requiere una visión integral que designe lineamientos a corto y largo plazos, e incorpore indicadores que le permitan evaluar su desempeño.
- Ninguna de las empresas elabora el balance social, entendido como una herramienta para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos la gestión social de una empresa en determinado periodo y frente a metas preestablecidas.
- Aunque las empresas objeto de estudio con alguna periodicidad han desarrollado informes sociales, en los cuales registran y describen las inversiones y las actividades realizadas para mejorar principalmente el

bienestar de trabajadores y sus familias, y en segunda instancia el de comunidades más cercanas, la investigación establece que las empresas no consultan las necesidades reales de los grupos con los cuales se relacionan en sus actividades de negocio; además, no utilizan herramientas de control y evaluación a partir de las actividades realizadas.

- Al establecer una relación entre los fundamentos teóricos y los resultados obtenidos, se puede afirmar que, tomando lo descrito por Carroll (1991) y Méndez (2004), las empresas se encuentran desarrollando principalmente dos componentes de responsabilidad: el económico y el legal. En cuanto a las estrategias para llevar a cabo la RSE, existe una combinación entre máxima riqueza, protección laboral y filantropía.
- Los resultados de las encuestas muestran, entre otros aspectos, que aunque sólo el 23% de las empresas identifican apropiadamente los grupos de interés más relevantes, ninguna planifica y evalúa junto a éstos los resultados de planes y programas ejecutados. Por esta razón, de acuerdo con las estrategias establecidas por Méndez (2004), se deduce que las empresas se han focalizado en la manifestación de los problemas y no tanto en las causas (sobre todo en indicadores del área externa).
- La mayoría de los informes sociales elaborados por las empresas son parciales, y generalmente, se presentan desde la perspectiva más favorable a la empresa, eludiendo aspectos fundamentales como las políticas de empleo, de contrataciones y despidos, o los problemas relacionados con desigualdades de ingresos entre los niveles altos y el resto de empleados.
- Los informes sociales tienen en común que las empresas establecen las políticas socia-

les y ambientales, lo mismo que la filosofía que asumen frente a estos temas lo cual se evidencia en la misión y la visión.

- Cinco de las 13 empresas evaluadas realizan informes sociales con base en una metodología definida (tres utilizan el modelo GRI). El resto elaboran indicadores parciales, enfocados principalmente al área interna.
- Las encuestas aplicadas a los directores de los departamentos de recursos humanos, demuestran que el tema de la RSE es nuevo para las empresas, por lo que existen dudas en funcionarios encargados de elaborar el informe social, respecto a cómo hacer adecuadamente el diagnóstico, la planeación y el control de los programas y actividades orientadas a cumplir con los compromisos libremente adquiridos de tal manera que satisfagan las expectativas de todos los grupos de interés.
- Persisten dificultades en diferenciar conceptos y alcances del tema de la responsabilidad social empresarial y del balance social. El 25% de las empresas estudiadas, considera que este último es un instrumento para medir el grado de satisfacción de los empleados en sus puestos de trabajo.

Todo lo anteriormente expresado indica que es largo el camino que las empresas analizadas deben trasegar para que asuman con criterio de eficiencia y eficacia el tema de la responsabilidad social empresarial. Pero aun con todo ello, se seguirá corriendo el riesgo (como de hecho ha venido sucediendo) que algunas empresas utilicen este tema, como mecanismo para reducir las cargas tributarias y sacar alguna ventaja en el mercado sobre las que no elaboran y ejecutan programas de ayuda para comunidades menos favorecidas. La filantropía cuyos fines sean acogerse a ventajas fiscales, distorsiona los principios y objetivos de la RSE.

Puesto que la mayoría de los problemas que afectan a las sociedades tienen un origen fundamentalmente ético, las actitudes de los directivos de las empresas frente a sus responsabilidades, se enmarcan también en este contexto. Tal como lo ha expresado Cortina (1994), la empresa moderna es una institución socioeconómica que tiene una responsabilidad moral con la sociedad y con todos sus miembros (empleados, consumidores, accionistas y proveedores). De esta manera, cuando se habla de empresa ciudadana, se hace referencia a un proyecto compartido en el que empresa y sociedad se comprometen a generar riqueza monetaria, dignidad humana, comunidad y un planeta vivible.

## Conclusiones

El tema de la RSE ha sido objeto de divulgación gracias a una amplia oferta de cursos, seminarios, congresos, artículos y textos. Sin embargo, presenta limitaciones en cuanto a la metodología que han utilizado las empresas para gestionar eficientemente los compromisos libremente adquiridos con sus grupos de interés (accionistas, empleados, proveedores, consumidores, comunidad y medio ambiente).

La mayoría de las 13 empresas evaluadas han centrado su atención en programas orientados a mejorar la productividad laboral y reducir los riesgos de accidentalidad en los puestos de trabajo. En cuanto a la participación por género y por edad, se observó una relativa equidad; sin

embargo, sólo una de las empresas mantiene en su nómina un porcentaje mayor al 5% de personas mayores de cincuenta años.

Aunque existe la tendencia a utilizar la metodología propuesta por el GRI para elaborar los informes sociales, no se presentó evidencia concreta en cuanto a una adecuada identificación de las necesidades de los grupos de interés distintas a las de accionistas y empleados. De igual manera, los informes sociales son parcializados en cuanto a presentar aquellas actividades que contribuyan a mejorar la imagen corporativa, pues de alguna manera eluden temas sensibles como la equidad en la escala salarial y políticas para la estabilidad laboral de los empleados.

El diagnóstico presentó inconvenientes en cuanto a la uniformidad en los indicadores para evaluar la gestión de la RSE. Esto obedece a que la mayoría de las empresas han venido cambiando la metodología para elaborar el balance social o el informe de sostenibilidad. Además, ninguna de las empresas evaluadas realiza seguimiento a los planes o actividades desarrolladas para gestionar los compromisos con los grupos de interés.

Por lo anterior, se deduce que las empresas no han asumido de manera integral y con criterios de eficiencia y eficacia los compromisos con la sociedad de la cual toman recursos y, como contraprestación adicional a la legal, asumir y gestionar compromisos que den respuesta a las necesidades de los grupos afectados directa o indirectamente por sus decisiones de negocios.

## Referencias

Asociación de Industriales de Colombia (2006). Encuesta de responsabilidad social empresarial.

Caroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders.

- Business Horizons*, July-August 1991. Vol. 34, No. 5, pp. 39-48.
- Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa*. pp.147.
- Covey, S. (1990). *Habits of highly effective people*. Ed. Simon & Shuster.
- Fernández, J. y Gallego F. (1996). *Balance social: fundamentos e implementación*. Ed. UPB. Medellín.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Ed. Pitman. Boston M.A.
- Fundación Prohumana (2005). En: [http:// www.prohumana.cl](http://www.prohumana.cl)
- Gallego M. (1999). El Balance Social como herramienta de auditoría organizacional. *Revista Tecnología Administrativa*, Vol. XIV, No. 13, pp. 30-31.
- García, M. (2003). Ética empresarial: un marco teórico para la responsabilidad empresarial. En Fichar G. *La empresa socialmente*. Madrid: Cidel.
- González, F. (2005). *Ética y economía*. Bilbao: Descleé.
- Global Reporting Initiative (s.f.). [http:// www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)
- Guédez, V. (2006). *Ética y Práctica de la responsabilidad social empresarial: el aporte de la empresa al capital social*. Caracas: Planeta.
- Instituto Ethos (2006). [http:// www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)
- Kant, I. (1964). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Madrid: F.C.E.
- Méndez, R. (2004). *Responsabilidad social de empresarios y empresas en Venezuela durante el siglo XX*. Caracas: Strategos.
- OIT, ANDI y CJC –Capítulo de Antioquia- (2002). *Manual de balance social*. Medellín, Colombia.
- Piñeros, R. (2006). *Aproximación a un marco teórico de la ética y la responsabilidad social de la empresa*. Bogotá: Universidad del Rosario.