



Facultad de Economía y Negocios
Programa Contaduría Pública

2012

VERÓNICA OBREDOR LÓPEZ
SINDY MILENA VALDERRAMA
BALLESTEROS



**El Balance Social como herramienta para evaluar la
Responsabilidad Social Empresarial -RSE-
Comfenalco Cartagena**



Por una mejor
calidad de vida...

**EL BALANCE SOCIAL COMO HERRAMIENTA PARA EVALUAR LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE- EN LA CAJA DE
COMPENSACION FAMILIAR DE FENALCO-ANDI COMFENALCO
CARTAGENA**

**VERÓNICA OBREDOR LÓPEZ
SINDY MILENA VALDERRAMA BALLESTEROS**



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE ECONÓMICA Y NEGOCIOS
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA
CARTAGENA DE INDIAS
NOVIEMBRE DE 2012**

**EL BALANCE SOCIAL COMO HERRAMIENTA PARA EVALUAR LA
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE- EN LA CAJA DE
COMPENSACION FAMILIAR DE FENALCO-ANDI COMFENALCO
CARTAGENA**

**VERÓNICA OBREDOR LÓPEZ
SINDY MILENA VALDERRAMA BALLESTEROS**

***Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de
Contador Público***

Asesor

Luis Enrique Vergara Gómez



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE ECONÓMICA Y NEGOCIOS
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA
NOVIEMBRE DE 2012**

DEDICATORIA

Este trabajo de grado se lo dedico principalmente a Dios, a mi mamá Josefina López, mi papá Henry Obredor, mis hermanos Wendy y Henry por ser parte fundamental en mi vida, sin ellos yo nunca sería la persona que hoy soy.

La dedico a mi esposo David Pomares Hurtado quien ha sido esa persona que me empujo a seguir adelante con este proyecto y quien ha sido mi compañía incondicional durante estos dos años y al que amo mucho.

Verónica Obredor López

AGRADECIMIENTOS

A Dios: por darme la vida y todas las bendiciones que he recibido durante toda esta vida.

A mis padres Josefina López y Henry Obredor: por darme traerme a este mundo, cuidarme, apoyarme, protegerme y sobre todo amarme sin ninguna condición.

A mis hermanos Wendy y Henry: por ser parte integral en mi vida, que aunque se presenten dificultades entre nosotros, siempre los amaré.

A mi esposo David Pomares H: por amarme, cuidarme y estar conmigo todo este tiempo, que aunque no ha sido fácil, con la ayuda de Dios lo hemos sabido superar.

A mi amiga Margi Ramos: por ser una personita tan especial, por apoyarme y ayudarme con el desarrollo de este proyecto de grado.

A mi asesor Luis Vergara: por su ayuda, perseverancia e intensidad a la hora de trabajar en este proyecto.

A mis amigos de la UTB, de la oficina y el resto de mi familia: por compartir momentos buenos y malos juntos.

Verónica Obredor López

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, pilares fundamentales en mi vida quienes a lo largo de ella han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad a ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido ser, los amo con todo mi corazón y a todos aquellos que de alguna u otra manera contribuyeron a la realización de uno mis principales sueños.

SINDY MILENA VALDERRAMA BALLESTEROS

AGRADECIMIENTOS

A DIOS

Por acompañarme en cada paso que he dado desde el inicio de mis días, por la oportunidad que me diste para entrar en esta universidad, por los padres tan grandiosos y maravillosos que me diste, y los cuales me han enseñado a depender de ti en todo momento, gracias por darme la vida y por darme la fortaleza de concluir este proceso de mi vida. Te amo Dios con toda mi alma y mi corazón.

MAMI

Por ser mi fortaleza, mi guía y mi apoyo en los momentos más difíciles de mi vida. Gracias a ti por ser mi cómplice y aliada en esta parte de mi vida, por su inagotable paciencia y su infinito amor.

PAPI

Por este logro en mi vida, que si no fuera por su ayuda infinita no estuviera cumpliendo otro de mis sueños, gracias por su paciencia y amor y por regalarme la herencia más grande que le da un padre a un hijo que es la base para una vida fructífera “la educación”, sin él que es mi apoyo incondicional nunca hubiera vivido una de las más grandes experiencias de todo ser humano que es la universidad.

HERMANITA

Mi gordita aunque seamos tan diferentes en todo, muchas gracias por ser mi hermana y por echarme porras, por tu amor y compañía. Te quiero mucho aunque a veces lo dudes.

SENIA BALLESTEROS

Tía gracias a ti no hubiera podido gozar de esta dicha tan grande que alberga mi corazón. Por tu ayuda en este último momento ya para culminar mi historia universitaria. Siempre te voy agradecer la confianza que depositaste el día que decidiste meter tus manos en este proceso de mi vida. Gracias te quiero mucho.

AMIGOS

La amistad es un tesoro invaluable y los amigos son aquellas piezas de oro que cualquier buscador de tesoro anhela encontrar, yo me siento profundamente

agradecida por todos aquellos amigos que me han acompañado en mi carrera profesional, gracias por estar en los mejores y peores momentos de mi vida, con ustedes compartí bastantes buenos momentos en esta universidad.

VERONICA OBREDOR: De vero como cariñosamente lo llamo, me llevo su inigualable paciencia, su calidad como amiga, la capacidad de hacer amigos y su tiempo compartido conmigo, por su invaluable amistad, en fin por todo lo que conlleva tener mi amistad jajajajaja no mentiras vero en realidad gracias por ser mi amiga y compañera de tesis, se le quiere mucho.

EDITH GUELBRETH: "NIÑA" como cariñosamente le digo que me llevo su cariño, comprensión, apoyo en esos momentos en los que la necesité, las palabras de aliento cuando me sentí caída, su manera de resolver problemas, la paciencia de tolerarme las espinas más agudas, los arrebatos del humor, la negligencia, las vanidades, los temores y las dudas, gracias a ella a su manera tan intensa de decirme una y otra vez las cosas pude salir adelante en muchas materias tan complicadas para mí, por su tiempo invertido explicándome en los parciales, en fin por todos esos momentos compartidos que nunca olvidare y que quedaran guardados en mi corazón. Se le quiere mucho.

PROFESORES

A las personas que dedicaron su tiempo, sus regaños, sus alegrías y un pedacito de su vida en mi realización profesional que créanme me lo llevo con todo cariño en mi alma y en mi mente y que me enseñaron las armas para defenderme en el mundo real. Gracias Maestros.

UNIVERSIDAD

Que buenos momentos tengo de mi hermosa universidad, en los salones de clases, las pláticas con los maestros, las horas en que pasábamos en la biblioteca, el tiempo invertido estudiando para los parciales y todos esos momentos de relax y preocupación vividos en cada rincón de mi querida universidad.

SINDY MILENA VALDERRAMA BALLESTEROS

RESUMEN

Esta investigación está basada en el modelo de Balance Social realizado por la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS)¹, el cual está adecuado a la empresa colombiana.

La razón que motiva esta investigación está en el interés de promover e incentivar la Responsabilidad Social de las empresas y así contribuir a mejorar la calidad de vida de los trabajadores y el desarrollo sustentable de la comunidad en la cual se inserta. Para esta investigación se escogió a la Caja de Compensación Familiar de Fenalco-Comfenalco Cartagena por ser una institución de prestación de servicios dirigidos a las empresas afiliadas al sistema de compensación familiar estipulado por la legislación colombiana líder en el tema de Responsabilidad Empresarial y a partir de la revisión del modelo FEGS, se llegó al siguiente planteamiento: ¿Cuán socialmente responsable es Comfenalco Cartagena, a partir de la sistematización y evaluación de sus iniciativas de inversión social dirigidas tanto a sus trabajadores como a la comunidad en la que se circunscribe, a partir de la metodología de Balance Social propuesta por la Fundación Escuela de Gerencia Social?

Esta investigación tiene como objetivo principal, evaluar a través de la aplicación de un instrumento de medición de Responsabilidad Social propuesto por la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS), las iniciativas de inversión social llevadas a cabo por Comfenalco.

El tipo de estudio de campo, dentro del cual se enmarca esta investigación es específicamente un Estudio de Casos por ser Comfenalco Cartagena nuestro único objeto de investigación, y desarrollar una investigación exhaustiva de sus componentes. Este estudio se caracteriza también por ser descriptivo y exploratorio porque su objetivo es abordar un tema poco estudiado y a su vez

¹ Modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS) el cual es un modelo de Balance Social para Organizaciones sin ánimo de lucro, cuyas autoras son: Clemy Machado de Acedo, Zaira Berti Ávila y Leticia Caraballo Molina.

será de tipo transversal ya que se recolectan datos en un tiempo único, en este caso un año.

Se justifica esta investigación además, por la necesidad de disponer de un instrumento que permita evaluar efectivamente el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial y de esta manera definir en qué términos cuantitativos y cualitativos, dicha responsabilidad constituye un factor de desarrollo para el recurso humano de Comfenalco Cartagena y cuál es el impacto que tiene su gestión en la comunidad.

Palabras Claves: Responsabilidad Social Empresarial, Balance Social,

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge por la necesidad de optar el título de Contador Público y por la inquietud de indagar sobre la concepción de la Responsabilidad Social Empresarial en las Cajas de Compensación en Colombia. El estudio abordará el tema a través del análisis de la inversión social de la Caja de Compensación Familiar de Fenalco Andi-Comfenalco Cartagena, y el propósito de determinar el impacto y el efecto de las empresas afiliadas a la caja, considerándolas con sus actividades que van más allá de los compromisos legales laborales, y las funciones netamente económicas y rentistas a las que éstas son destinadas.

Las Cajas de Compensación en Colombia no han sido ajenas a las necesidades sociales, pero los fundamentos de su acción han cambiado, cobrando modalidades más afines con la idea moderna de responsabilidad social y son estas modalidades las que se pretende ilustrar en el presente estudio.

La Responsabilidad Social de las Cajas de Compensación, está dirigida a múltiples ámbitos en donde las empresas afiliadas se mueven o pueden tener contacto, incluso los derechos humanos; sin embargo, se pueden distinguir dos áreas principales de actuación: una es la que toca con el ambiente interno de la empresa y que abarca todos los aspectos de la misma; y la otra es la relacionada con el ambiente externo de cara a la Sociedad en donde se desarrolla. En cuanto al primer aspecto, la responsabilidad social afecta, en primer término, a los trabajadores y hace referencia la promoción del capital humano en los trabajadores². Cuando se hace referencia al ámbito de los trabajadores hay tres aspectos importantes: la gestión de los recursos humanos, la salud y seguridad en el lugar de trabajo y la adaptación al cambio. Desde este aspecto, de la gestión de recursos humanos las empresas deben empezar por de trabajo, se trata en primer lugar, de cumplir todas las normas laborales

² Jorge Chamon, Juan Carlos Amurrio. Responsabilidad Social de la Organización. Este escrito fue incluido dentro de la Biblioteca Digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo - www.iadb.org/etica.

establecidas en este ámbito, y después deben buscarse modos complementarios de promover la salud y la seguridad utilizándolas como condiciones para adquirir productos y servicios de otras empresas y para promocionar sus propios productos o servicios.

Por último, y refiriéndose a la adaptación al cambio, las cajas de compensación deben buscar que las reestructuraciones sean hechas desde un punto de vista socialmente responsable que significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios. La participación de todos los afectados mediante una información y una consulta abierta, tiene una gran importancia, por lo tanto, en las reestructuraciones deben participar las autoridades públicas y los representantes de los trabajadores. Las Cajas de Compensación deben procurar no dejar desamparados a los trabajadores, procurar que se organicen montando nuevas empresas o potenciando su futura formación.

En su dimensión externa, la responsabilidad social de las empresas pretende también la integración de éstas en su entorno local. Las empresas son uno de los elementos más importantes del desarrollo de las comunidades en donde se ubican, proporcionando empleo y riqueza para sus miembros. Pero, a su vez, la empresa puede proporcionar, en el entorno en donde se desarrolle, un importante papel social mediante la promoción del capital humano de la zona. De otro lado, la integración de la empresa en su entorno local debe llevar una responsabilidad medioambiental para su protección. Otro aspecto, dentro de la vertiente externa de la empresa hace referencia a sus relaciones con los consumidores. Esto implica, por tanto, de una actuación consiente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa ser más competitiva, respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus participantes: Inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad.

La investigación está estructurada, como se indica a continuación:

En la Formulación del Problema, se presenta y se justifica el problema de investigación, y los objetivos de la misma.

Dentro del Marco Teórico, se recogen los planteamientos más recientes de la literatura sobre el tema, se profundiza en los antecedentes de la investigación; menciona las teorías en la que sustenta; se define el concepto de Responsabilidad Social Empresarial; y sus principales ventajas.

El Marco Metodológico, describe en detalle la forma en que se llevó a cabo el estudio; proporciona la información metodológica del mismo, como: el tipo de investigación, el diseño, la unidad de análisis, la muestra seleccionada, la descripción y administración de los instrumentos aplicados y las variables del modelo.

Por otra parte, el Marco Contextual, sintetiza la historia de Comfenalco Cartagena, a fin de familiarizar al lector con el ámbito en el cual se desenvuelve la población de los equipos de trabajo seleccionados para la investigación. Incluye la misión, valores corporativos y principios así como un bosquejo de la línea del negocio.

En el Análisis de Resultados, se presentan los datos recolectados por medio de la administración de los instrumentos de recolección de información a la muestra seleccionada, así como su tratamiento.

En la Discusión de los Resultados, se analizan los resultados obtenidos y presentados en el capítulo anterior. Los resultados son examinados, interpretados y calificados, exponiendo los criterios de responsabilidad social en cada iniciativa.

Las Conclusiones y Recomendaciones, presentan la evaluación e interpretación, especialmente con respecto a los objetivos de la investigación, a la que llegaron los investigadores luego del análisis detallado de los resultados y, considerando,

lo planteado por las teorías en las cuales se fundamenta la investigación. También, suministra recomendaciones para las futuras iniciativas de Responsabilidad Social de Comfenalco Cartagena y algunas críticas para el modelo aplicado.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	11
2. ASPECTOS GENERALES	19
2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
2.1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA -----	19
2.1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA -----	21
2.1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN -----	25
2.2 OBJETIVOS	26
1.2.1 Objetivo General -----	26
1.2.2 Objetivos Específicos. -----	26
3. MARCO TEÓRICO	27
3.1 Conceptualización de la Responsabilidad Social Empresarial.	27
3.1.1 Enfoques Teóricos de la RSE -----	29
3.1.2 Enfoque Instrumental. -----	30
3.1.3 Enfoque Político. -----	31
3.1.4 Enfoque Integrador. -----	32
3.1.5 Enfoque Ético. -----	32
3.2 Clasificación de Métodos para abordar el Balance Social	33
3.2.1 Modelos Contables -----	33
3.2.2 Otros Modelos Contables. -----	35
3.2.3 Modelos No Contables. -----	35
3.2.4 Otros Modelos No Contables -----	37
3.3 Marcos Regulatorios Internacionales de RSE	37
3.3.1 Convenciones de la OIT -----	37
3.3.2 Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) -----	38
3.3.3 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). -----	40
3.4 Ventajas de la Responsabilidad Social	41
3.4.1 Ventajas para las Empresas. -----	41
3.4.2 Ventajas para las Comunidades. -----	49
3.4.3 Valores de la Responsabilidad Social Empresarial. -----	51
3.4.3.1 Lugar de Trabajo -----	51
3.4.3.2 Inversión Social Comunitaria -----	52
3.4.3.3 Derechos Humanos -----	53
3.4.3.4 Valores y Ética -----	54
3.4.3.5 Mercado -----	55
3.4.3.6 Medio Ambiente -----	56

3.5	El Balance Social como apoyo a la Evaluación de Gestión de RSE	57
3.6	Métodos de auditoría y certificación	59
3.6.1	Accountability 1000 (AA1000)-----	59
3.6.2	La norma internacional. Accountability 8000 (SA8000) -----	60
3.6.3	ISO 14000 -----	61
3.6.4	El FSC o el Consejo de Administración de Bosques ("FOREST STEWARDSHIP COUNCIL")-----	61
3.6.5	Índices Internacionales de RSE -----	62
3.6.5.1	Índice de Sostenibilidad Dow Jones -----	63
3.6.5.2	FTSE4GOOD -----	63
3.7	Modelos de Balance Social.	64
3.7.1	Global Reporting Initiative (GRI)-----	64
3.7.2	Balance Social Anual de Ibase (BRASIL)-----	66
3.7.3	Sozial Bilanz Praxis SBP (ALEMANIA)-----	67
3.7.4	Danish Ethical Accounting System EAS (REINO UNIDO) -----	67
3.7.5	El Modelo New Economic Foundation NEF (REINO UNIDO) -----	68
3.7.6	Modelo Smaer del "Bilan Social" (ITALIA)-----	69
3.8	Algunas Investigaciones Sobre RSE	69
3.8.1	Informe Forética 2002: Situación en España -----	69
	Concepto De Responsabilidad Social.-----	72
3.9	Modelo de Balance Social FECS	72
3.9.1	Concepto de Balance Social-----	72
3.9.2	Propósito del Balance Social Propuesto por la FECS: -----	73
3.9.2.1	Beneficios del Balance Social.-----	73
3.9.2.2	Procedimiento-----	73
3.10	Variables de Estudio	75
3.10.1	En la dimensión interna: -----	75
3.10.2	En la dimensión externa:-----	76
	Productos del Modelo de Balance Social.-----	76
❖	Indicadores Sociales: -----	78
❖	Indicadores Económicos: -----	78
❖	Comparación Inter. Anual:-----	78
4.	LA INVERSIÓN SOCIAL EMPRESARIAL EN LA PERSPECTIVA HISTÓRICA COLOMBIANA	79
	Programas Empresariales Adoptados como Política Pública.	82
	Aportes y Desafíos de la RSE en Colombia.	83
	Otros Aportes Empresariales Particulares del Caso Colombiano.	84
	Primera mitad del siglo XX: -----	86
	Década de 1960:-----	86
	Década de 1990:-----	87

Inicios del siglo XXI: -----	87
Diversidad En Las Poblaciones Atendidas.	88
Diversidad en las Necesidades y Problemas Enfrentados.	90
Diversidad e Innovación en las Formas de Intervención Social.	94
La Filantropía Estratégica:	97
5. MARCO METODOLÓGICO	100
5.1 Tipo de Investigación	100
5.2 Diseño	100
5.3 Unidad de Análisis	102
5.4 Población	102
5.5 Muestra	102
5.6 Justificación de la muestra	103
5.7 Definición Operacional de Variables	103
Dimensión Interna: e -----	103
5.7.1 Variables de la Dimensión Interna-----	103
5.7.2 Dimensión Externa-----	114
5.8 DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS	118
5.9 PROCEDIMIENTOS DEL ESTUDIO	119
5.9.1 Primer contacto con la organización. -----	119
5.9.2 Definición del plan de Trabajo-----	119
5.9.3 Adecuación del Modelo-----	120
5.9.4 Recolección de la Información -----	120
5.9.5 Análisis de la Información -----	121
5.9.6 Elaboración del Cuadro de Balance -----	121
6. MARCO CONTEXTUAL	122
6.1 MISIÓN DE COMFENALCO CARTAGENA	124
VISIÓN DE COMFENALCO CARTAGENA	124
6.2 VALORES DE COMFENALCO CARTAGENA	124
6.3 ANTECEDENTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COMFENALCO CARTAGENA	125

6.4	PRINCIPIOS DE COMFENALCO CARTAGENA EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	125
6.5	DIVISIÓN DE COMUNICACIONES EXTERNAS Y SERVICIOS SOCIALES RESPONSABLE DEL BALANCE SOCIAL EN LA ORGANIZACIÓN	127
7.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	129
7.1	PERÍODO EVALUADO	129
7.2	MEDICIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE COMFENALCO: ADECUANDO EL MODELO DE LA FUNDACIÓN ESCUELA DE GERENCIA SOCIAL	129
7.3	CARACTERIZACIÓN SOCIO-DEMOGRÁFICA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA COMFENALCO	131
7.4	DIMENSIÓN INTERNA DE LA RSE DE COMFENALCO-CARTAGENA	137
7.4.1	Relaciones Laborales -----	137
7.4.2	Desarrollo de Personal -----	144
7.4.3	Programas Sociales Internos -----	146
7.4.4	Salud -----	149
7.4.5	Información y Participación -----	156
7.5	DIMENSIÓN EXTERNA DE LA RSE DE COMFENALCO-CARTAGENA	157
7.5.1	Relaciones Interinstitucionales -----	157
7.5.2	Medios de Comunicación Social -----	159
7.5.3	Inversión Social dirigida a la comunidad -----	160
7.6	CUADRO RESUMEN DEL BALANCE SOCIAL DE COMFENALCO-CARTAGENA	162
7.7	DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	164
7.7.1	Dimensión Interna -----	169
7.7.2	Dimensión externa -----	175
8.	CONCLUSIONES	176
9.	RECOMENDACIONES	180
❖	Para la Organización:	180
10.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	182
11.	ANEXOS	186
11.1	ANEXO A	186
11.2	ANEXO B	187

2. ASPECTOS GENERALES

2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2.1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Desde tiempos históricos, las Cajas de compensación cartageneras han dejado rastros de importantes contribuciones sociales. Sin embargo, estas iniciativas han hecho referencia a actividades de índole más caritativa y espontánea de esas organizaciones, que de un ejercicio sistemático de la Responsabilidad Social.

Para los años 70, y como consecuencia de los cambios dados en los procesos de privatización y de la doctrina de Estado Benefactor, se replantea el papel de las cajas de compensación y nuevos dirigentes de las mismas comenzaron a comprender que los problemas sociales eran de incumbencia empresarial y de las cajas.

Actualmente, tanto el Estado como las empresas viven un ambiente de alta responsabilidad en el ejercicio de sus actividades sociales, productivas y comerciales, esto ha hecho que surja la necesidad imperiosa de realizar un debate e investigar la Responsabilidad Social Empresarial de cada una de las cajas en donde estas tienen afiliados a sus trabajadores, la cual ha dado origen a múltiples concepciones y enfoques desde diversas disciplinas que se han interesado en el tema. El sistema de cajas de compensación familiar no es ajeno a esta situación y por lo tanto, ya no es extraño oír hablar de diversos asuntos relacionados con la responsabilidad empresarial y la contabilidad social, el balance social y la contabilidad ambiental entre otros temas, como elemento fundamental para el funcionamiento de las cajas de compensación en Colombia y el mundo.

Hoy en día el tema en mención ha tenido mucha repercusión dentro de las múltiples actividades empresariales y dentro de las actividades de las cajas. Es

necesario aclarar que el tema no es en su totalidad novedoso porque desde los años 70, se viene hablando de responsabilidad social empresarial, pero existen algunas motivaciones básicas como es la de pretender participar en el debate actual sobre el tema, el cual tiene diversos matices que configuran una gran variedad de significados en el mundo de la gestión y de las organizaciones empresariales de las cajas de compensación sean estas públicas o privadas, pequeñas, medianas o grandes.

Lo anterior, conlleva a que en determinados momentos, es necesario asumir posiciones conceptuales y éticas sobre el tema hasta el punto de que se sustenten posiciones de carácter social de las organizaciones desde una perspectiva teórica y moral. Por otro lado, se discute el papel que cumplen o debe cumplir la contabilidad como disciplina productora de información, representación y medición en el desarrollo de la Responsabilidad Social empresarial y como esta debe describir la relación conocimiento-información-control en la estructura contable de una organización desde la perspectiva de la responsabilidad social organizacional.

En esta investigación se busca medir o identificar las iniciativas de la Responsabilidad Social de la Caja de Compensación Familiar de Fenalco Andicomfenalco Cartagena, a través de la metodología de Balance Social, debido a que ésta puede ser adaptada a diversas organizaciones en función a sus características, sus diversas orientaciones sociales y sus necesidades y prioridades como organización; además de considerar los principales problemas sociales; las áreas de inversión social que han resultado de interés para el sector empresarial; y la identificación de leyes que den a conocer algunas empresas que aporten mucho más de lo exigido.

Al realizar esta investigación, podemos demostrar que las cajas de compensación tienen un nuevo rol que cumplir en la era de la globalización de los mercados y evolucionar hacia una visión integral basada en la construcción de valor para sus distintos grupos de interés o *Stakeholders*, sin cuyo apoyo

estas dejarían de existir, y no solo limitarse a la tarea tradicional de producir bienes y servicios.

Se trata entonces de que la Caja de Compensación Familiar de Fenalco Andí Comfenalco Cartagena, entre en un cambio de paradigma en la forma de cómo están estructurados sus sistemas de información contable, los cuales ya no solo deben dar resultados y satisfacciones a corto plazo a sus accionistas, sino también al conjunto de actores sociales, tales como trabajadores y sus familias, sociedad civil, consumidores, sector público, proveedores y a la sociedad en su conjunto.

2.1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde el siglo XIX, empresarios colombianos han dejado rastros históricos de importantes contribuciones sociales; tal es el caso de aquellos miembros de la Cámara de Comercio agrupados en la Junta de Salubridad pública, que hacía las veces del inexistente (en el momento) Ministerio de la Salud (VenAmCham, 2000). A pesar de lo anterior, esta iniciativa trataba de algo más caritativo y espontáneo de esa organización, que de un ejercicio sistemático de la Responsabilidad Social.

Por otra parte y como consecuencia de los recursos fiscales de la explotación petrolera y de la doctrina de Estado Benefactor, se replantea el papel de la empresa privada y nuevos empresarios comenzaron a comprender que los problemas sociales eran de incumbencia empresarial.

Sin embargo, la primera demostración explícita de Responsabilidad Social en Colombia, fue dada por el dividendo Voluntario para la Comunidad en 1965, en el Primer Congreso de Ejecutivos celebrado en Macuto. En declaraciones dadas en dicho Congreso se sostiene que “son fines superiores de la empresa servir a la sociedad y contribuir con obligaciones y responsabilidades que beneficien su capital, sus empleados y obreros, pero también dedicar parte de sus beneficios a

elevanto y mejorar el nivel de vida de comunidades urbanas y rurales de menores recursos” (Venamcham, 2000 2002, p. 15)

Para la década de los 90, en el VI Congreso de Ejecutivos sobre la Gerencia de los 90, se consideró como la gran estrategia gerencial en América Latina, y los propios empresarios sintieron la necesidad de evaluar el destino y el impacto de la inversión social, de manera que dicha inversión sea “expresión de un proceso de planificación y se desarrollen programas que sean producto de metodologías modernas” (Venamcham, 2000, p. 95), para poder así superar las experiencias anteriores e iniciar una cultura empresarial del Balance Social.

Ya desde la década de los 60, algunas organizaciones colombianas pueden ser consideradas como ejemplo de Responsabilidad Social, pero es solo ahora cuando el concepto empieza a tener resonancia en el país, ya que sobre este tema, grupos empresariales así como de organismos de acción social están dando pasos a iniciativas, para el diseño y ejecución de un sistema de balance social.

En Colombia, según un estudio realizado en el año 2000 (VenAmCham, 2000), se pudo constatar esta nueva visión social de la empresa como el compromiso que tiene en la contribución del mejoramiento de la calidad de vida de la población y el desarrollo del país.

Las situaciones de incremento en las condiciones de competencia en las que tienen que desenvolverse las empresas del país, cada vez se hace más necesario impulsar programas cuyo objetivo sea apoyar el fortalecimiento de la capacidad competitiva del recurso humano de las empresas, enfatizándose en el desarrollo de una capacidad propia para crear estrategias competitivas basadas en la calidad y productividad.

Aun así, el Estado en su papel paternalista no ha podido atender de manera satisfactoria las áreas prioritarias del ente social como son salud, vivienda y

educación. La Seguridad Social del país durante toda su historia, ha sido caracterizada por la ineficiencia de la asistencia social, servicio que el Estado debería proveer a las clases más desprotegidas y marginadas para garantizarles un bienestar mínimo frente a las contingencias de salud, maternidad, vejez, invalidez y muerte.

Ante tal contexto, el sector privado que ha venido abogando durante años un sistema de Seguridad Social que le garantice a sus trabajadores de manera eficiente las prestaciones de salud, pensiones de retiro, protección ante los riesgos del trabajo y del desempleo entre otras, le ha visto una esperanza a su preocupación al retomarse en el año 2002 las propuestas para una modernización y aplicación de la Ley Orgánica de Seguridad Social (LOSSI) que en 1998 fue postergada por el gobierno. Desde la interrupción de las reformas y después de casi cinco años transcurridos, no se ha presentado ningún plan viable que las sustituya y que goce del apoyo político del Gobierno. Antes por el contrario, las necesidades se han ido incrementando a medida que la población aumenta (para el censo de 1970, la población del país alcanzaba los 7.555.799 y para el año 2001 pasó a 23.054.210, lo que en términos relativos representa un incremento del 305,11% aproximadamente) (INE, 2002), y se ha hecho necesaria la participación de la empresa privada para poder lograr mejores resultados a los obtenidos en la actualidad.

Los problemas sociales revelan las áreas prioritarias de intervención social asociadas al desarrollo, atendiendo a esta consideración, éstas son las que han resultado de interés para el sector empresarial con la finalidad de plantear la concepción del desarrollo humano, siendo este un "proceso mediante el cual se amplían las oportunidades de los individuos, donde las más importantes son una vida prolongada y saludable, acceso a la educación y disfrute de un nivel de vida decente". (PNUD 1990; p. 33) como un enfoque alternativo al crecimiento económico, en términos de redimensionar su importancia como factor de desarrollo al considerarlo como un medio y no como un fin.

Se habla entonces de Responsabilidad Social, cuando las empresas abarcan las relaciones con todos sus interlocutores sociales: accionistas, trabajadores, proveedores, clientes y comunidad, así como también con el medio ambiente; es la conciencia empresarial de ir más allá del cumplimiento de sus deberes laborales, para involucrarse proactivamente en un compromiso ético con la multiplicidad de actores, tanto en el ámbito interno de la empresa, como en su entorno comunitario y social y de esta manera contribuir tanto al desarrollo humano como al desarrollo económico sostenible en el cual se identifican cuatro elementos fundamentales: salud, educación, calidad de vida y trabajo.

El Balance Social, visto de esta manera, se considera un aspecto de gran relevancia por ser ésta una herramienta diseñada para la medición de la responsabilidad social de una corporación o empresa, lo cual hace interesante su aplicación para dar cuenta del compromiso que tienen de contribuir al desarrollo económico de sus empleados, sus familiares, la comunidad local y la sociedad en general. (OIT y ANDI, 2001)

Se busca en esta investigación, medir o identificar las iniciativas de la Responsabilidad Social de una organización, a través de la metodología propuesta por la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS), debido a que ésta puede ser adaptada a diversas empresas en función a sus características, sus diversas orientaciones sociales y sus necesidades y prioridades como organización; además de considerar los principales problemas sociales; las áreas de inversión social que han resultado de interés para el sector empresarial; y la identificación de leyes que den a conocer algunas empresas que aporten mucho más de lo exigido.

La empresa seleccionada para efectos de estudio fue la Caja de Compensación Familiar de Fenalco–Andi Comfenalco Cartagena que opera en el país desde el año 1.961 como una organización prestadora de servicios con calidad dirigida a los trabajadores de las empresas afiliadas a esta.

A través de los indicadores contenidos en el modelo de Balance Social propuesto por la Fundación Escuela Gerencia Social, Comfenalco Cartagena podrá evaluar en qué medida la responsabilidad es un valor colectivo de la organización y de qué manera se conciben como actores que intervienen en el desarrollo social y económico de su entorno, tanto en la dimensión interna (sus recursos humanos) como en la externa (sus clientes, proveedores y comunidad en general).

Se espera, con este modelo, realizar una investigación exhaustiva del proceso de Balance Social de la organización en estudio y así de esta forma validarlo y obtener información valiosa que nos permita construir indicadores básicos y adecuados a nuestra realidad empresarial en general, y en particular la de las cajas de compensación.

Por ser esta investigación un valioso aporte al contenido programático de la carrera de Contaduría Pública como insumo para las actividades del pensum de la Universidad Tecnológica de Bolívar y con el ánimo de desarrollar un proceso novedoso que se inicia a partir de una mayor sensibilidad en cuanto a las expectativas de la sociedad, se llegó a la definición del siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las iniciativas de Comfenalco Cartagena en materia de Responsabilidad Social Empresarial y como puede ser evaluadas a partir de la utilización del Modelo de Balance Social propuesto por la Fundación Escuela de Gerencia Social?

2.1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las iniciativas de Comfenalco Cartagena en materia de Responsabilidad Social Empresarial y como pueden ser evaluadas a partir de la utilización del Modelo de Balance Social propuesto por la Fundación Escuela de Gerencia Social, en los periodos de primer y segundo semestre de 2010 y primer semestre de 2011?

2.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Evaluar la Responsabilidad Social Empresarial de Comfenalco Cartagena caracterizando y analizando sus iniciativas en materia de inversión social mediante el modelo de Balance Social propuesto por la Fundación Escuela de Gerencia Social, en los periodos de primer y segundo semestre de 2010 y primer semestre de 2011.

1.2.2 Objetivos Específicos.

- ❖ Describir los componentes de la responsabilidad social de Comfenalco Cartagena, en función de las dimensiones y variables propuestas en el modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social.
- ❖ Determinar aquellos indicadores que permitan una valoración objetiva del grado de responsabilidad de la empresa frente a los trabajadores y su entorno.
- ❖ Evaluar las iniciativas de la Caja de Compensación Familiar de Comfenalco, en materia de Responsabilidad Social, tanto a nivel de Recursos Humanos (dimensión interna) como a nivel de la inversión social hacia la comunidad (dimensión externa).
- ❖ Recomendar la investigación continua, la discusión y la aplicación sobre el tema del Balance Social en las Cajas de Compensación Familiar que existen en Colombia.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Conceptualización de la Responsabilidad Social Empresarial.

No obstante la existencia de un amplio consenso sobre algunos aspectos que caracterizan el concepto, también ha de constatarse que las definiciones propuestas por diferentes autores son amplias y no cuentan con un consenso en el ámbito internacional de la Responsabilidad Social Empresarial. Pero para la comprensión del concepto se puede afirmar que la RSE implica la existencia de los valores éticos tales como, derechos humanos, el bien común, la solidaridad, la transparencia, la honestidad y el desarrollo, que guían la conducta empresarial de cada organización y la relación que ella desarrolla con su entorno. También hay que destacar que la mayoría de los conceptos de RSE resaltan la importancia de la dimensión social y ambiental del desempeño de la empresa, la relación con los actores claves (*stakeholders*), los principios de la corresponsabilidad y participación, y el rol de la empresa dentro de la sociedad como ciudadano corporativo.

De acuerdo a Baltazar Caravedo Molinari (2000), presidente de SASE-Servicios para el Desarrollo, organización que por tercer año consecutivo ha desarrollado un estudio sobre este tema, entre empresas de Lima y provincias, entendemos por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas. En otras palabras, es una perspectiva que no se limita a satisfacer al consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucra.

Según esta perspectiva, Caravedo (2000) estima que la Responsabilidad Social de la empresa es una visión y filosofía empresarial que sostienen que ésta puede y debe jugar un rol más allá de hacer utilidades o ganancias. Es también una conciencia de que lo que las empresas producen tiene impactos directos e indirectos dentro y fuera de la compañía. La empresa socialmente responsable

es entonces aquella que se preocupa del bienestar de quienes trabajan en ella (salud, educación, remuneración del personal, por ejemplo) y que demuestra su solidaridad con su entorno (clientes, proveedores y la comunidad entre otros).

David Rockefeller, Presidente del Grupo Rockefeller menciona que el sector empresarial tiene una responsabilidad ante la comunidad en la que opera y también antes sus empleados y accionistas. También indica que existen dos tipos de responsabilidad social de la empresa: las fundaciones empresariales y la participación directa de las compañías. La responsabilidad social son acciones para mejorar nuestra sociedad (Centro Mexicano para la Filantropía, 1995, p. 13)

Otros conceptos propuestos por importantes instituciones líderes en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial a nivel mundial son (Venamcham, 2004, p.35); quien define la Responsabilidad Social Empresarial como “la administración de un negocio de forma que cumpla o exceda las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas que tiene la sociedad frente a una empresa”. Business for Social Responsibility, U.S.A.

El Libro Verde, Unión Europea, la define como: “Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. Es la expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella. Lo anterior incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en deterioro de la sociedad y para ser efectivo y visible, este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible y medido (Business in the Community, socio de Corporate Social Responsibility Europe (CSR Europe), U.K).

El World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) de Suiza, plantea que la RSE es, “Compromiso de las empresas a contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”.

Para la Prince of Wales Business Leadership Forum (PWBLF), de Inglaterra, la Responsabilidad Social Empresarial es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente”.

El Instituto Ethos, Brasil, dice que, “Es una forma de conducir los negocios de la empresa, de manera tal que la convierta en socia y corresponsable del desarrollo social”.

Por su parte, para el Centro Mexicano para la Filantropía, de México, la Responsabilidad Social Empresarial “es la conciencia del compromiso y la acción de mejora continua medida y consistente, que hace posible a la empresa ser más competitiva, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes en particular y de la sociedad en lo general, respetando la dignidad de la persona, las comunidades en la que opera y su entorno”.

Por último, la responsabilidad social para la Fundación Escuela Gerencia Social constituye: Una nueva visión y conciencia empresarial que se traduce en una acción que supera las tradicionales actuaciones y donativos filantrópicos para asumir compromisos no sólo hacia lo interno de la empresa y sus trabajadores sino también hacia la comunidad de su entorno y la sociedad en que ésta se inserta. (Machado, Berti y Caraballo, 2002, p. 5)

3.1.1 Enfoques Teóricos de la RSE

Gracias a la gran preocupación por estructurar una base metodológica en el campo de la responsabilidad social corporativa, ésta presenta un amplio abanico de teorías así como una proliferación de enfoques, todos ellos controvertidos, complejos y poco definidos.

Elisabet Garriga y Doménec Melé (2004) del IESE de la Universidad de Navarra, intenta arrojar luz sobre esta área de estudio con una clasificación de los principales enfoques teóricos de RSE.

Como sitio de partida de su clasificación, los autores asumen la hipótesis de que las teorías y enfoques de RSE más importantes presentan cuatro dimensiones relacionadas con los beneficios, la actuación política, las demandas sociales y los valores éticos.

Esta suposición permite sistematizar las teorías de RSE en cuatro grupos:

3.1.2 Enfoque Instrumental.

Este enfoque ve a la organización única y exclusivamente como un instrumento para la creación de riqueza y sus actividades sociales como un medio para alcanzar resultados económicos e incluye en su argumentación: La maximización del valor para el accionista como criterio supremo para evaluar las actividades sociales corporativas y las estrategias para lograr ventajas competitivas.

Este grupo de teorías presenta tres puntos de vista así:

- ❖ Considera las inversiones sociales en un contexto competitivo: los defensores de este enfoque sostienen que la inversión en actividades filantrópicas puede ser útil para mejorar el contexto de ventaja competitiva de una firma ya que normalmente crea un valor social mayor del que pueden crear los donantes individuales o el gobierno.
- ❖ Plantea una perspectiva de la organización y las capacidades dinámicas basada en los recursos naturales: éste enfoque mantiene que la capacidad de una empresa para lograr mejores resultados que sus competidores depende de la interacción de recursos humanos, organizativos y físicos a lo largo del tiempo y en las rutinas organizativas y estratégicas por las cuales los directivos adquieren dichos recursos, los modifican, integran y combinan para generar nuevas estrategias creadoras de valor.
- ❖ Establece estrategias para la base de la pirámide económica, en la que algunos autores ven más una oportunidad para innovar que un problema³: una manera de abordar este tema es la innovación disruptiva: productos o servicios que no tienen las mismas capacidades ni condiciones que los utilizados por los clientes en los mercados convencionales y que, por ello, sólo pueden ser introducidos para aplicaciones nuevas o menos complicadas

³ El marketing con causa, cuyo objetivo principal es aumentar las ventas e ingresos de la empresa o la relación con los clientes creando una imagen de marca, mediante la adquisición o la asociación con la dimensión ética o la dimensión de responsabilidad social.

entre los clientes no tradicionales, con una producción de bajo costo y adaptados a las necesidades de la población.

3.1.3 Enfoque Político.

Este enfoque hace referencia al poder de las empresas en la sociedad y un ejercicio responsable de dicho poder en el escenario político. Entre las más importantes, Garriga y Melé (2004) mencionan:

El constitucionalismo corporativo, basado en la idea de que la empresa es una institución social y debe ejercer el poder de forma responsable, sujeta a la "ecuación de poder social" ("Las responsabilidades sociales de los empresarios derivan del poder social que tienen") y la "ley de hierro de la responsabilidad" ("Quien no ejerza su poder social con responsabilidad lo perderá").

El enfoque del contrato social integrador, inspirada en el pensamiento filosófico de Locke (1690), que considera que las responsabilidades sociales provienen del acuerdo en dos niveles: un contrato macrosocial teórico que apela a todos los contrayentes racionales, y un contrato microsocioal real asumido por los miembros de numerosas comunidades locales.

La ciudadanía corporativa, un concepto con tres significados diferentes: una visión limitada, que comprende la filantropía corporativa, la inversión social o la asunción de ciertas responsabilidades con respecto a la comunidad local; una visión equivalente a la RSE, y otra más amplia, por la que las empresas entran en el escenario de la ciudadanía cuando el gobierno falla en la protección de la ciudadanía incluso en un contexto global. A pesar de las importantes diferencias existentes en este grupo de teorías, los autores ven algunos puntos en común: un fuerte sentido de la responsabilidad de la empresa con respecto a la comunidad local, asociaciones y preocupación por el medio ambiente. A consecuencia de la globalización empresarial, la preocupación por la comunidad local se ha convertido progresivamente en preocupación a nivel mundial.

3.1.4 Enfoque Integrador.

En el que la empresa se centra en la captación, identificación y respuesta a las demandas sociales. Con ello pretenden legitimidad social y una mayor aceptación y prestigio social.

Este grupo de enfoques comprende:

- ❖ La gestión de asuntos sociales, definida como los procesos con los que la empresa identifica, evalúa y responde a los asuntos sociales y políticos que pueden afectarle significativamente.
- ❖ El principio de responsabilidad pública. Sus seguidores sostienen que un comportamiento empresarial adecuado deriva de una política pública relevante, que incluya el modelo general de dirección social reflejado en la opinión pública, asuntos emergentes, requisitos legales formales y prácticas de ejecución o aplicación.
- ❖ La gestión de los grupos implicados (*stakeholders*), un enfoque orientado hacia las personas que afectan a o se ven afectadas por las políticas y prácticas corporativas.
- ❖ La ventaja de este enfoque es la mayor sensibilidad de la empresa hacia su entorno, pero también una mejor comprensión por parte de los agentes de los dilemas que afronta la organización.
- ❖ La acción social corporativa, una serie de teorías que promulgan la búsqueda de la legitimidad social a través de procesos que ofrezcan las respuestas adecuadas.

3.1.5 Enfoque Ético.

Este enfoque está Basado en las responsabilidades éticas de las empresas para con la sociedad, y se fundamentan en principios que expresan qué se debe y qué no se debe hacer o la necesidad de construir una sociedad mejor.

Entre los aspectos principales, Garriga y Melé (2004) distinguen los siguientes:

La normatividad que se aplica a los grupos implicados (*stakeholders*), la cual contempla las obligaciones fiduciarias de la empresa hacia todos sus grupos interdependientes implicados (*stakeholders*): proveedores, clientes, empleados, accionistas y comunidad local.

Para ponerlo en práctica, este exige tomar como referencia alguna teoría ética (kantiana, utilitarista, teorías de justicia, etc.) y además, se deben tener en cuenta los derechos universales, basados en los derechos humanos y laborales y el respeto al medio ambiente.

Además, la teoría del desarrollo sostenible, dirigido a alcanzar un desarrollo humano que tenga en cuenta a las generaciones presentes y futuras, considera que para evaluar su propia sostenibilidad, la empresa debería adoptar un "triple objetivo" que incluya no sólo los aspectos económicos de la firma, sino también los sociales y medioambientales.

El enfoque del bien común, que sostiene que la empresa debe contribuir al bien común porque es parte de la sociedad. La empresa cuenta con muchos medios para conseguirlo: creando riqueza y proveyendo bienes y servicios de una manera justa y eficiente y, al mismo tiempo, respetando la dignidad y los derechos fundamentales inalienables de los individuos.

3.2 Clasificación de Métodos para abordar el Balance Social

La Dra. Aitziber Murruga, profesora de la Universidad de Deusto y Directora del Instituto de Estudios Cooperativos realiza una clasificación de Métodos para abordar el Balance Social. Una breve síntesis de dichos métodos es:

3.2.1 Modelos Contables

“Son modelos contables aquellos modelos que se plantean como objetivo traducir los diversos hechos contables a unidades monetarias, inspirándose para ello en las técnicas contables clásicas”. (Murruga, 2001, p. 2) distingue dentro de

estos modelos contables, las cuentas de valor añadido y la contabilidad de excedentes.

3.2.1.1 Cuentas de Valor Añadido

Las cuentas de Valor Añadido consisten en el cálculo del valor añadido bruto del período estudiado mediante una reclasificación de la información: se deducen de los ingresos todos aquellos gastos correspondientes a los bienes y servicios consumidos necesarios para obtener los ingresos, siempre y cuando hayan sido adquiridos en el mercado exterior. Estas cuentas incluyen también el estudio de la distribución de dicha magnitud entre los diferentes agentes sociales de la empresa: a los trabajadores mediante los salarios, a los prestamistas de fondos a través de los intereses, a los accionistas a través de sus dividendos, al Estado a través de los impuestos pagados, etc., (Murruga, 2001).

3.2.1.2 Contabilidad de Excedentes

Este método “se basa en la comparación de las cuentas de explotación correspondientes a dos ejercicios sucesivos, en las que se disocian todas y cada una de las partidas en cantidad y precio”, (Murruga, 2001, p. 6) lo que permite calcular el excedente generado de productividad global que es la diferencia entre el incremento en los bienes producidos y el incremento de los factores consumidos, valorándose en unidades monetarias ambos incrementos.

3.2.1.3 Balance Socio-Económico

El balance socio-económico trata de integrar en un balance y en una cuenta de resultados únicas tanto los efectos sociales como financieros que se establecen entre la empresa y cada uno de sus partícipes sociales. Esta herramienta servirá de guía a la hora de elegir dónde invertir los diferentes recursos empresariales para la obtención del mayor beneficio económico-social, cumpliendo su objetivo de llegar a determinar cuál es el beneficio social neto de la empresa. (Murruga, 2001).

3.2.2 Otros Modelos Contables.

3.2.2.1 Análisis de Costo-Beneficio Social

Incluye todos aquellos modelos que buscan la determinación de los costos y las utilidades sociales generadas por la empresa, admitiendo también en este caso variantes en su análisis.

3.2.2.2 Social Program Approach

Consiste en centrar la acción de la empresa en programas específicos de actuación social directa de la empresa sobre la sociedad, buscando analizarlos con base en sus costos y las utilidades que se pretenden alcanzar o ya se han alcanzado.

Técnicas de Evaluación de los Costos Sociales. Tratan de medir los costos derivados de las acciones sociales que la empresa realiza. Es decir, la perspectiva del cálculo se hace desde la empresa, tratando de mostrar lo que la empresa destina a sus partícipes.

3.2.3 Modelos No Contables.

Estos modelos son los que se desarrollan al margen de las técnicas contables tradicionales. Este tipo de modelos cubre un amplio abanico de posibilidades, empezando por la simple descripción de determinadas actuaciones sociales de la empresa, hasta modelos más sistemáticos, como puede ser la contabilidad por objetivos aplicada ahora a los objetivos específicamente sociales. (Murruga, 2001).

3.2.3.1 Informes Sociales

Se refiere a los modelos en los que se busca un acercamiento a los datos cualitativos y muy difíciles de monetarizar. Por ejemplo, estos modelos pueden hacer referencia únicamente a programas especiales que la empresa ha

establecido para contribuir a resolver alguna cuestión social apremiante; o bien referirse exclusivamente a analizar el impacto que tienen en la sociedad las actividades normales de la empresa.

3.2.3.2 Indicadores Sociales

Un indicador social es una medida cuantificada, cifrada, cuyo objetivo es proporcionar información sobre la situación, evolución y comparación de aspectos sociales de la empresa, en el caso de utilizarse en balances sociales. Son muchos los posibles tipos de indicadores a diferenciar, pero la distinción más habitual es aquella diferencia entre indicadores objetivos y subjetivos. Los primeros son aquellos indicadores físicos, medibles, y suelen recibir también el nombre de cuantitativos, mientras que los segundos miden la concepción que los individuos o los distintos colectivos sociales tienen de los aspectos a estudiar, por lo que también suelen llamarse indicadores cualitativos. En este tipo de indicadores se nos plantea el tema de las encuestas de opinión utilizadas como instrumento de balance social.

3.2.3.3 Técnicas de encuesta de opinión

La encuesta de opinión aplicada al balance social empresarial es aquella “búsqueda y detección de actitudes, ideas, creencias, imagen, etc., que acerca de la empresa puedan tener los diferentes grupos sociales” (Garrido, 1980, p. 31 en Mugarra, 2001, p. 24).

Una ventaja de este modelo es permite la obtención de dichos indicadores sociales subjetivos, imprescindibles para diagnosticar el clima social de la empresa, detectar las actitudes de sus partícipes sociales en general para con ella, etc.

3.2.3.4 Contabilidad por Objetivos

La contabilidad por objetivos o goal accounting consiste, en “medir de qué manera una empresa cumple o alcanza sus objetivos en determinado período, sobre la base de las metas que se había fijado” (Senarclens, 1981, p. 496 en Murruga, 2001, p. 25). Este modelo suele utilizar indicadores sociales para evaluar el grado de obtención de los objetivos. Al analizar dichos objetivos y su grado de obtención, se enfatiza claramente la utilidad como instrumento de gestión de dicho balance social, no sólo de control sino también de planificación.

3.2.4 Otros Modelos No Contables

3.2.4.1 Auditoria de Procesos

“Implica identificar los motivos que subyacen en las acciones de la empresa, los objetivos de estas acciones y, con base en ello, la racionalidad de dichas acciones.” (Mugarra, 2001, p. 27).

3.2.4.2 Listas de Confrontación Cualitativa

Método que establece listados de acciones socialmente positivas, para detallar objetivos sociales específicos que luego son comparados con los logros efectuados por la empresa en la línea de cada uno de ellos, para poder evaluar el grado de logro de dichos objetivos.

3.3 Marcos Regulatorios Internacionales de RSE

3.3.1 Convenciones de la OIT⁴

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) es una agencia de las Naciones Unidas (ONU) que promueve la justicia social y los derechos humanos y

⁴ Red Puentes, 2003, consultado el día 25 de Septiembre de 2004 de la World Wide Web: http://www.redpuentes.org/centro_de_recursos/herramientas_rse/marcos_regulatorios_internacionales/convenciones

laborales reconocidos y respetados internacionalmente. La OIT fue fundada en 1919 con el Tratado de Versalles, y se convirtió en la primera agencia especializada de la ONU en 1946. Dentro del sistema de la ONU, la OIT posee una disposición tripartita única, con los trabajadores y los empleadores participando en condiciones igualitarias con los gobiernos. Entre los papeles principales de la OIT está el de establecer normas internacionales del trabajo en la forma de Convenciones y Recomendaciones; normas mínimas estas que contemplan disposiciones relacionadas con los derechos laborales básicos que tocan con la libertad de asociación, el derecho a organizarse, la negociación colectiva, abolición del trabajo forzado, igualdad de trato y oportunidad y otras normas que regulan las condiciones a través de un amplio espectro de temas relativos al trabajo. De igual manera, las Convenciones fueron ideadas para ser usadas como una guía para el diseño e implementación de la política laboral y social a nivel nacional.

La Declaración Tripartita de los Principios relacionada con Empresas Internacionales y Política Social. Fue adoptado por el Cuerpo Ejecutivo de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) en noviembre de 1977 y apunta a alentar la contribución positiva y minimizar o resolver las dificultades que las empresas multinacionales ejercen sobre el progreso económico y social. Dicha Declaración está reforzada por cierto número de Convenciones y Recomendaciones de la OIT que definen derechos y obligaciones en términos más específicos.

3.3.2 Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact)

El Global Compact o Pacto Mundial de las Naciones Unidas fue lanzado en el 2002 por el Secretario General de las Naciones Unidas, Sr. Kofi Annan como una iniciativa de compromiso ético destinada a que las empresas de todos los países acojan como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones

diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

Los principios se extractan de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Principios de Río sobre Desarrollo Sustentable y las Recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo y para lograr esos objetivos, el Pacto Mundial ofrece las facilidades y el compromiso a través de política de diálogo, aprendizaje, redes locales y proyectos participativos.

Este pacto comenzó a operar el 26 de julio de 2000, cuando el mismo Secretario General hizo una llamada a los líderes y responsables de las compañías a que se unieran a un gran pacto para llevar a la práctica el compromiso ampliamente compartido de sincronizar la actividad y las necesidades de las empresas con los principios y objetivos de la acción política e institucional de las Naciones Unidas, de las organizaciones laborales y la propia sociedad civil.

Su fin es propiciar la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita la conciliación de los intereses y procesos de la actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad civil, así como con los proyectos de la ONU, Organizaciones Internacionales sectoriales, sindicatos y ONGs.

En síntesis, busca unir el poder de los mercados con el compromiso de aplicación de unos valores universales que pretenden salvaguardar el crecimiento sostenible en la actual economía global. El Pacto Mundial promueve los valores fundamentales para satisfacer las necesidades socio-económicas mundiales. Reclama la colaboración y el compromiso de las compañías multinacionales para trabajar junto a las Naciones Unidas en pro de la Sostenibilidad de las empresas y de búsquedas de soluciones en ámbitos sociales.

En cuanto al pacto este representa para las organizaciones empresariales, tanto laborales como civiles un instrumento de libre adhesión, que descansa en su compromiso de implantación de los diez actuales principios del Pacto en su estrategia y en sus operaciones. Por lo tanto, no es ni un instrumento regulador que plantea normas legales de conducta para todas las empresas, ni un instrumento que concede una certificación a las empresas que cumplen con determinados requisitos. La organización empresarial que se adhiere al pacto

asume el compromiso de ir implantando los principios de pacto en sus actividades diarias y también el compromiso de ir dando cuenta a la sociedad, con publicidad y transparencia, de los progresos que realiza en ese proceso de implantación de los diez principios, a saber: en cuanto a los Derechos Humanos: 1) Apoyo y respeto de los derechos humanos dentro de nuestro ámbito de influencia y 2) Poder garantizar que propias organizaciones empresariales no sean cómplices en casos de abusos de derechos humanos. En cuanto al Trabajo, se establecen los principios de: 1) el de libertad de asociación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva, 2) Eliminación de toda forma de trabajo forzado u obligatorio, 3) Abolición efectiva del trabajo infantil y 4) la eliminación de la discriminación en relación al empleo y a la ocupación. En lo relacionado con el Medio Ambiente, se establecieron los principios de: 1) Apoyar un enfoque prudente de las cuestiones medioambientales, 2) el de emprender iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad medioambiental y 3) Alentar el desarrollo y la difusión de tecnología respetuosa con el medio ambiente. Como último principio, se estableció el de: Trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

3.3.3 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

La OCDE agrupa a 30 países miembros que comparten una comisión al gobierno democrático y a la economía del mercado. Con relaciones activas con 70 países, ONGs y sociedad civil, tiene un alcance global. Existen orientaciones para Empresas Multinacionales de la OCDE, que forman parte de la Declaración de la OCDE sobre la Inversión Internacional y Empresas Multinacionales y que fueron suscritas por los 30 países miembros más Argentina, Brasil y Chile; son recomendaciones que estos países dirigen a las empresas multinacionales con el fin de promover un comportamiento responsable de las mismas, instaurar un clima favorable para la inversión internacional e incrementar los aportes de las multinacionales en los campos económicos, social y medioambiental. (Venamcham, 2004, p. 37).

Las orientaciones rectoras de la OCDE son recomendaciones voluntarias, no obligatorias, hechas por los gobiernos a las empresas. Las directivas, que fueron

aceptadas de manera multilateral, eran las primeras normas para las empresas multinacionales y cubren una serie de asuntos tales como derechos humanos, trabajo, medio ambiente e impuestos y pueden considerarse moralmente obligatorios, pero no pueden exigirse mediante un tribunal. Además, estas se aplican a todos los emprendimientos multinacionales y a todas sus entidades, sin considerar a dónde llevan a cabo sus negocios, incluidos los países que no adhieren a las Directrices y no dan poder a los ciudadanos porque no los dota de derecho alguno. No obstante, cualquier parte interesada puede entablar una demanda en contra de una empresa que no adhiera a las Directivas. Los reclamos se presentan ante los Puntos Nacionales de Contacto localizados en la OECD y en países signatarios. Si el Punto Nacional de Contacto acepta el caso, las partes entran en un período de mediación y de resolución del problema.

3.4 Ventajas de la Responsabilidad Social

3.4.1 Ventajas para las Empresas.

De acuerdo con la Education Fund, Business for Social Responsibility (BRS), diversos estudios respaldan las principales ventajas para una empresa socialmente responsable. La BRS cita los siguientes ejemplos:

- ❖ Mejora el desempeño financiero

Las organizaciones empresariales y de inversión han debatido extensamente sobre la real conexión entre las prácticas empresariales socialmente responsables y un desempeño financiero positivo.

Diversos estudios académicos han demostrado tal correlación, así:

La universidad norteamericana UCLA, a requerimiento de IBM estudió 156 empresas para determinar el vínculo entre el desempeño e involucramiento con la comunidad de una empresa. Dicho estudio determinó que aquellas empresas

con mayor inversión social presentaban los mayores retornos de sus inversiones financieras o activos. El libro escrito en 1998 por John Case, *The Open Book Experience*, informa que las compañías con un manejo abierto, un sistema participativo que incorpore la transparencia empresarial en el poder de decisión del empleado y una compartida apuesta al éxito financiero en la compañía, experimentan significativos aumentos en la productividad, eficiencia, ventas y beneficios. Case afirma que las empresas que adoptan el estilo de dirección Open Book tempranamente en su existencia, como Whole Foods, AES Corp. Y PSS/World Medical, han crecido rápidamente para convertirse en industrias líderes.

Un estudio realizado por la Universidad De Paúl en 1999 entre 300 grandes compañías encontró que las firmas que hacían un compromiso explícito de ceñirse al código de ética lograban ser valorados por sus accionistas más del doble que las compañías que no lo hacían. A comienzos de 1988, un estudio dirigido por The Business Roundtable, titulado: "Ética Corporativa: El principal activo empresarial", informaba que "una fuerte cultura corporativa y una identidad ética, son claves estratégicas, vitales para sobrevivir, y rentables en una era altamente competitiva". Agrega que "valores, principios, y prácticas, son la base de las metas de largo plazo". Investigadores del Business Daily notaron que en 1999 Home Depot, se caracterizaba por "una cultura basada en la libertad", en la cual los empleados son animados a tomar riesgos en las decisiones de sus negocios, con ello las ganancias crecieron en un promedio anual del 24%. En un estudio de la Fundación Ford conducido con Xerox, Corning y Tandem Computadores encontraron una positiva correlación entre las compañías con políticas de calidad de vida laboral y su actuación financiera.

❖ Incrementa la moral, compromiso, retención y desempeño de los trabajadores

De acuerdo con la investigación realizada en USA por Council of Foundations, la acción con la comunidad que realiza una empresa influye directamente en la percepción de los trabajadores respecto de su empleo. El estudio realizado en 1994 por la Universidad de Boston detectó que el 84% de los trabajadores

entrevistados asignaban importancia a la imagen de su empresa en la comunidad, un 54% opinaba que era de gran importancia.

Los proyectos con la comunidad favorecen el desarrollo de una variada gama de habilidades en los empleados que participan directamente en estas actividades, entre las que se incluyen: trabajo en equipo, planificación e implementación, comunicación, conducción y gestión; según lo detectado por un estudio encargado por British Telecom. Una encuesta realizada a los trabajadores estadounidenses en 1999 por la Walker Information y el Hudson Institute, encontró que sólo el 9 % de los trabajadores que piensan que sus jefes no se comportan éticamente, se encuentran inclinados a permanecer en sus empresas, mientras que el 55% de quienes creen que sus líderes se comportan éticamente, desean continuar trabajando. Una encuesta multisectorial llevada a cabo en los Estados Unidos por el Hudson Institute en el año 2000, encontró una correlación positiva entre altos estándares éticos, el compromiso laboral y la lealtad, y concluyó que "los trabajadores que creen trabajar en un ambiente ético, son seis veces más leales que los trabajadores que piensan que sus organizaciones no son éticas". Otro estudio realizado a trabajadores estadounidenses por el Instituto Aon Loyalty en el presente año, encontró que cuando los empleados no sienten que pueden confiar en la administración (dándoles beneficios adicionales), su compromiso con la empresa no es significativo. La evidencia sugiere que los trabajadores tienen mayores sentimientos positivos sobre ellos mismos y su trabajo –y demuestran mayor lealtad–cuando ellos trabajan para una empresa que posee buenos valores y prácticas éticas.

Las estrategias para conciliar Trabajo y Vida Personal, se han convertido en aspectos muy atractivos y significativos, especialmente, entre profesionales jóvenes y trabajadores especializados. En 1997 se realizó un estudio a dos mil administradores en 4 compañías y éste arrojó que más del 75% de ellos, llegó a la conclusión que ofrecer flexibilidad laboral incentivaba la retención de empleados. En suma, el 92% de los empleados de tiempo parcial, incrementaron su bienestar y un 53% reportó un incremento de confianza hacia la compañía.

Algunos estudios sugieren que el nivel de confianza de empleados está directamente relacionado con la respuesta de la compañía a sus necesidades. Una medición, realizada en 1999, apoyada en la información del Instituto Walker Hudson hecha a dos mil empleados en 48 estados (USA) detectó que los factores que tienen mayor influencia en la calidad de vida laboral son: transparencia, preocupación por el empleado, confianza, reputación de la empresa, trabajo y recursos para el trabajador.

En 1998 un estudio de WFD en colaboración con MORI realizado en el Reino Unido, indicó que 9 de 10 trabajadores declaraban que la habilidad para balancear el trabajo con su vida personal era el factor clave para determinar su confianza hacia su empresa. Estudios muestran de que a mayor compromiso de la empresa con sus empleados, hay menor tasa de ausentismo.

Los programas de calidad de vida laboral en la empresa pueden fortalecer la reputación de la compañía entre sus empleados, consumidores, proveedores e inversionistas y también con la comunidad en la cual operan. En 1998 un estudio de la Corporación Cultural, en el que se estudiaron 10 compañías del listado de "Las Compañías más Admiradas" de la revista Fortune, encontró que "las compañías más admiradas son las que han decidido poner énfasis en el trabajo de equipo, focus groups, en la transparencia en el tratamiento a sus trabajadores, en la iniciativa y las innovaciones".

❖ Beneficia las Ventas, la Imagen y la Reputación

En la economía global, la imagen de marca y la reputación están entre las más valoradas fortalezas. Prácticas de marketing responsable, por naturaleza, son altamente visibles para los consumidores y tienen el potencial de fortalecer o fragilizar la opinión del público con respecto a una empresa o a su marca. Una buena reputación por integridad y un fuerte compromiso con los consumidores puede generar lealtad y confianza y proveer un espacio de confianza en tiempos de crisis, teniendo un público más tolerante y más propenso a restaurar su confianza cuando la crisis termina. Del mismo modo, prácticas de marketing responsable que son vistas de manera negativa pueden menguar la imagen de marca y la reputación de una empresa, así esta tenga productos o servicios de muy alta calidad y cuando el público es informado por medio de la prensa, que

una empresa recurre al trabajo infantil, y no respeta los derechos fundamentales de los trabajadores, o cae en casos de financiamiento oculto de partidos políticos o tiene prácticas desleales, resulta habitualmente una fuerte depreciación de su imagen y reputación pública. Antes por el contrario, varios estudios han destacado la preferencia de los consumidores por las empresas comprometidas en el respeto de valores medioambientales o sociales.

Una investigación realizada en 1999 a los consumidores en 23 países, dirigida por Environics International, en conjunto con The Prince of Wales Business Leaders Forum y The Conference Board, encontró que, en 15 de los países encuestados, la tercera parte de los consumidores creen que un rol importante de las grandes empresas en la sociedad actual es "establecer altos estándares éticos y contribuir en la construcción de una sociedad mejor". El mismo estudio encontró que el 40 por ciento de los consumidores ha considerado castigar a una empresa sobre la base de sus acciones sociales, y que cerca del 20 por ciento ha evitado una empresa por esa razón. Otro estudio realizado en 1998 por Burson-Masteller sobre la vinculación entre CEOs y la reputación corporativa, encontró que la imagen ética fortalece la capacidad de la empresa para atraer inversiones de capital; reclutar a los mejores trabajadores, y obtener el beneficio de la duda en tiempos de crisis.

Un programa de involucramiento con la comunidad, organizado de manera activa, ayuda a construir una positiva y sólida reputación ante los consumidores, los trabajadores, la opinión pública, los inversionistas, accionistas y medios de comunicación. Los estudios estadísticos que se desarrollan de empresas están incluyendo el involucramiento con la comunidad como variable importante de la evaluación; este es el caso en Chile de "Las Empresas más Administradas" (Adimark - La Segunda) y "The Most Admired Companies" (USA)

Incrementa la lealtad y preferencia de los consumidores. En un contexto como el actual en el que crecientemente el precio y la calidad de productos y servicios se estandarizan, el involucramiento con la comunidad puede ayudar a diferenciar a la empresa de sus competidores y a incrementar la lealtad a la marca. En el año 1999 se realizó el estudio Cone-Ruper, el cual detectó que 8 de cada 10

consumidores tenían una mejor imagen de aquellas empresas que apoyaban causas sociales de importancia para ellos; el 68% de estos consumidores declaraban que "no tendrían problemas" con pagar un poco más por productos vinculados a buenas causas.

En 1999, se realizó el estudio Millenium Poll, el cual abarco 23 países y 25.000 encuestados, detectó que el 40% de los entrevistados pensaron durante el año pasado en castigar a una empresa específica al no ser percibida como socialmente responsable; la mitad de ellos -1de cada 5 alrededor del mundo-han evitado un producto de una compañía o han hablado en contra de ella.

Por otra parte existen políticas empresariales (habitualmente bajo la forma de códigos de conducta) que apuntan directamente a la satisfacción del cliente, describiendo ciertos estándares de calidad para los productos, normas de conducta ética (privacidad de los datos personales, integridad del personal). También, indirectamente, las empresas que mejoran su funcionamiento social interno aseguran en la mayoría de los casos un servicio más adaptado a lo que pide el cliente. Así, es indudable que las empresas que practican horarios flexibles, puedan mejorar el servicio a los clientes ofreciendo mayores horarios de atención al cliente. De la misma manera influyen positivamente sobre la relación entre la empresa y la clientela todas las medidas que tienen por propósito el asegurar al empleado el reconocimiento de sus derechos fundamentales (privacidad, salud, comodidad, trato igual, libertad de asociación, etc.).

❖ Incrementa el Valor de Mercado

Muchos son los estudios que han demostrado que los beneficios derivados de programas y estrategias efectivos en lugares de trabajo - y los costos por no hacerlo- están unidos al valor del stock de la compañía.

En 1998, un estudio realizado por Ernst & Young a 275 gerentes, detectó que el 35% de todas las decisiones sobre inversión son manejadas por factores no financieros. La habilidad de atraer o retener a empleados talentosos está rankeado entre los 5 factores de inversión usados para escoger stocks.

❖ Incrementa la productividad

Diferentes investigaciones han comprobado que, por ejemplo, iniciativas empresariales para cuidar a los niños de trabajadores contribuyen a estimular la productividad de los trabajadores (en la medida que los casos de estrés y de depresión disminuyen). Estos programas ayudan también a luchar contra el ausentismo de estos trabajadores y las interrupciones de trabajo.

Por otra parte, estudios que han evaluado el impacto positivo sobre la productividad de los trabajadores de las políticas empresariales que introducen o mejoran la flexibilidad de los horarios de trabajo en la empresa, la salud y el bienestar de los trabajadores, y el respeto de la diversidad en el lugar de trabajo. La empresa Fleet Financial Group para el año 1998, rediseño las labores y obligaciones en dos de sus sitios de trabajo para acomodar la vida laboral de los empleados y sus necesidades, y se encontró que el estrés declino, el cambio de un lugar a otro se redujo y las metas de producción fueron cumplidas o excedidas. La revista, "Working Mother " informo en 1997 que el Centro de Procesos Financieros, Hewlett-Packard doblo su productividad cuando algunos de los trabajadores comenzaron a utilizar semanas de trabajo comprimidas.

❖ Reducción de Costos

Numerosas iniciativas de RSE, particularmente aquellas que están orientadas al medio ambiente y ambiente laboral, pueden reducir los costos drásticamente, disminuir los gastos e improductividad. En el área de administración del capital humano, programas de balance entre la vida personal y el trabajo, reducen el ausentismo e incrementan la retención de empleados, también permiten a las empresas ahorrar dinero gracias a un incremento en la producción y reducción de costos de contratación y entrenamiento.

Por su parte el estudio de la Conferencia 2000, entre 200 ejecutivos de 158 compañías encontró que un gran número de compañías multinacionales reportó un gran ahorro e incremento en su funcionamiento, después de implementar nuevas formas de trabajo que incentivaban a los empleados a crear y compartir conocimientos. Por ejemplo, BP Amoco y Ford Motor Company han ahorrado cada una \$600 millones de dólares a través de sus programas de manejo de

conocimiento. En 1999, "HR Focus" reportó que la oficina de Retención de Ernst & Young's, diseño programas que incrementaron el acceso de los trabajadores a la dirección.

❖ Disminución de la Vulnerabilidad de las organizaciones ante los Boicots y Grupos de Presión

Las empresas que son conocidas por tener un comportamiento poco ético hacia sus accionistas, empleados, la comunidad, etc., son más vulnerables a ser objetivo de los grupos activistas o de presión, de boicots o de ataques "de negación de servicio" en sus operaciones vía Internet. Por el contrario, las empresas que han demostrado un compromiso con un comportamiento ético, pueden manejar una suerte de "capital de integridad" entre todos los agentes involucrados en el desarrollo de su empresa (*stakeholders*) y la opinión pública en general; lo que puede ayudarles cuando se enfrenten a episodios individuales de mala conducta o frente a otras crisis, para no sufrir un gran daño en su credibilidad y reputación.

❖ Evitar Multas, Reparaciones Impuestas por la Corte y Cargos Criminales

Las organizaciones empresariales que contemplan políticas sobre la diversidad y tienen sistemas de resolución de conflictos relacionados con la discriminación, reducen su riesgo de ser perseguidas judicialmente y de pagar multas. Las organizaciones responsables socialmente, pueden reducir otros riesgos de persecución y sanción legal en materias penales, medioambientales, laborales, monopolísticas, etc.

Las organizaciones empresariales y sus colaboradores inmediatos, deben cumplir con las leyes locales, nacionales e internacionales en sus diferentes operaciones. Una conducta anti-ética puede redundar en un incremento sustancial de las multas. Por ejemplo, la Comisión Europea-que tiene el poder para imponer multas de un 10% de los ingresos de una compañía - multó a la Volkswagen con más de 90 millones de dólares en 1998, por violar las leyes de la libre competencia. En 1999, Bankers Trust Co. fue multada con 60 millones de dólares canadienses, porque tres de sus trabajadores realizaron falsos ingresos

para incrementar las utilidades del banco. En algunos casos, las conductas reñidas con la ética pueden resultar en reparaciones judiciales, tal como la ley 2000 que fue rota por Microsoft por sus actividades contra la libre competencia. Asimismo, quienes se encuentran al frente de las empresas responsables por acciones anti-éticas, pueden transformarse en objetivo de persecuciones criminales y tales casos no sólo implican costos de dinero, sino que también distraen a los gerentes de las operaciones propias de su empresa.

❖ Evita Pérdida de Negocios

Las organizaciones de gran tamaño, extienden sus propias prácticas éticas también a sus proveedores. Es así como firmas proveedoras, que carecen de prácticas éticas, pueden ver cancelados sus contratos y/o perder negocios futuros. Por ejemplo, en 1998, la Royal Dutch/Shell canceló 69 contratos con compañías que habían fallado en su adhesión a sus políticas éticas, de salud y seguridad y medio ambientales. Los estados y sus gobiernos, también pueden cancelar contratos o penalizar a las empresas que son percibidas como poco éticas. En 1999, el gobierno japonés revocó la licencia para realizar negocios en el país a Credit Suisse, por prácticas de contabilidad financiera inapropiadas que involucraron transacciones por 4 millones de dólares.

❖ Goza de Mayor Acceso a Capitales

En el año 1999, El Social Investment Forum informó que, más de 2 trillones de dólares en activos fueron manejados por empresas que mostraban prácticas éticas con el medio ambiente y la sociedad. Esto representa más del 12% de los 16,3 trillones en fondos administrados profesionalmente en los EE.UU. Caso contrario muestran las empresas éticamente responsables acceden más rápida y fluidamente a los capitales, que las que no presentan este comportamiento.

3.4.2 Ventajas para las Comunidades.

Las iniciativas de las compañías para asumir una responsabilidad Social pueden y deben beneficiar a la comunidad en general. Estos beneficios son múltiples:

contribución a la democracia, mejoramiento de la cohesión social, lucha contra la pobreza y contribución al desarrollo, incentivo a la honestidad administrativa, reforzamiento del respeto para los Derechos Humanos, respeto de las condiciones de competencia, transferencia de tecnología, preservación del Medio Ambiente, etc.

3.4.2.1 Refuerzo del respeto de los Derechos Fundamentales

A medida que la Responsabilidad Social Empresarial pretenda, entre otros, asegurar el respeto de Derechos Fundamentales como el derecho de ser libre de la esclavitud, tortura u otros tratos inhumanos o degradantes, derecho a la dignidad, libertad de opinión y de expresión, el derecho a la privacidad, los derechos laborales (respeto del derecho de asociación, respeto del derecho de negociación colectiva, eliminación de las discriminaciones en el trabajo, abolición del trabajo infantil, eliminación del trabajo forzado, etc.). Además, el derecho a la salud, derecho a la educación, debemos reconocer el importante papel que puede tener la empresa en contribuir al cumplimiento de los Derechos Fundamentales en la Sociedad.

3.4.2.2 Contribución al Desarrollo

Las empresas pueden y deben aportar su contribución al desarrollo de la Sociedad. Esta debe asegurar una justa remuneración, seguridad, salud y educación a sus trabajadores. Con ello, favorece en una cierta medida el desarrollo de la Sociedad.

Para que realmente el sector privado alcance a mejorar las condiciones económicas y sociales de la Sociedad es necesario que lo haga con el compromiso de invertir en el Desarrollo de la Comunidad, facilitando el acceso a una educación mínima, participando en proyectos de salud, apoyando la modernización de la infraestructura, etc. Es decir en aportes e inversiones de interés público y de beneficio social, más allá del sólo corporativo.

3.4.2.3 Mejoramiento del Medio ambiente

Muchas prácticas de la actividad económica y comercial (principalmente la actividad industrial) tienen impactos nefastos sobre el Medio Ambiente. Dada la importancia de cuidar este Patrimonio Común, es urgente que el mundo empresarial tome conciencia de su responsabilidad y adapte sus prácticas a la necesidad de preservar el Medio Ambiente.

3.4.3 Valores de la Responsabilidad Social Empresarial.

La publicación hecha por Centro Empresarial de Inversión Social (CEDIS) y el Pacto Global (2004), reseña los valores fundamentales que embarca la RSE, a saber:

3.4.3.1 Lugar de Trabajo

En el lugar de trabajo, la responsabilidad social corresponde a métodos y políticas establecidas por las organizaciones empresariales que impactan positivamente en la vida profesional y personal del empleado. Estas políticas de recursos humanos incluyen temas como: compensación, beneficios, desarrollo humano y profesional, horas laborables flexibles, balance entre vida y trabajo, bienestar y salud, cuidado de dependientes y diversidad de género y raza.

Así como la globalización y el desarrollo de nuevas tecnologías han cambiado la manera en que las empresas hacen sus negocios, del mismo modo han influido en las prácticas laborales. Las empresas alrededor del mundo se han visto obligadas a sustituir sistemas tradicionales de trabajo, por aquéllos que se destaquen por su originalidad, innovación y flexibilidad.

La compañía Portugal Telecom, S.A. ejecuta un programa de capacitación llamado "Acciones para el Cambio" para prejubilados y personal que se ha jubilado temprano.

El adiestramiento y preparación permanente, incentiva a los empleados a que diseñen un plan de acción de lo que harán una vez se retiren de la empresa y

durante el programa, a los participantes se les ofrece apoyo e ideas para llevar a cabo sus nuevos proyectos. (CEDIS, 2004, p. 6)

3.4.3.2 Inversión Social Comunitaria

La inversión social ha sido percibida como caridad o beneficencia; sin embargo, hoy las empresas comprenden el inmenso valor detrás de su participación comunitaria.

Está debidamente probado que para garantizar el éxito empresarial, las empresas han de incorporar una visión pro-activa y estratégica sobre la resolución de los problemas de sus comunidades. La inversión social o la práctica por la cual se lleva a cabo esta filosofía, tiene como fundamento el que las empresas retribuyan a la sociedad lo que éstas toman de ella.

La inversión social se puede llevar a cabo de diversas y creativas maneras. No hay una manera fija de llevarla a cabo, pero se distingue por encontrarle soluciones innovadores a problemas sociales por medio de la participación empresarial.

La filantropía estratégica involucra alianzas que van más allá de una simple donación de dinero o en especie, esta involucra un compromiso de mediano a largo plazo, como lo son: diseño y ejecución de proyectos comunitarios, alianzas público-privadas, campañas de mercadeo con causa social, entre otros.

Por otro lado los eventos de voluntariado corporativo ofrecen la plataforma dentro de las empresas para que el personal participe activamente en obras sociales. De este modo, las inversiones sociales de la empresa no se ven como una acción aislada al personal sino que forman parte de ella.

Actualmente, las empresas están comprendiendo que, a través de los programas de voluntariado no sólo apoyan a las comunidades o los proyectos sociales sino que a su vez respaldan y le dan continuidad a las contribuciones monetarias aportadas por la empresa. Finalmente, cabe destacar, que a pesar de que los programas de voluntariado corporativo nacieron como iniciativas de buena voluntad y solidaridad, hoy en día se ha comprobado que su organización dentro

de la empresa genera grandes acciones benéficas como lo son: mayor lealtad y compromiso del personal hacia la empresa, menor ausentismo y mayor productividad, mejor retención del personal e inclusión de jubilados.

3.4.3.3 Derechos Humanos

La aplicación y el respeto de los principios fundamentales de los derechos humanos no se limitan únicamente a las acciones de gobiernos o grupos radicales, sino también a las acciones de las empresas. Además, el acceso rápido a las comunicaciones ha hecho que las empresas estén bajo la observación y escrutinio permanente, tanto del consumidor como de organismos internacionales. De esta manera, mientras que los consumidores e inversionistas aplauden la conducta responsable de aquellas empresas con un buen historial en el ámbito de los derechos humanos, también son capaces de castigar severamente a aquéllas que excluyen estos principios dentro de sus prácticas corporativas.

Un reciente informe del Alto Comisionado de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas indica que estas prácticas se deben a: 1) La proliferación de códigos corporativos de conducta que protegen los derechos humanos y laborales de los empleados; 2) La inclusión de los derechos humanos, definidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en los principios y ética corporativa de las empresas a nivel global; y 3) la creciente atención por parte de organizaciones, consumidores y medios de comunicación al impacto que produce el manejo de los derechos humanos en las empresas; 4) el debate generado por la imposición de sanciones comerciales a aquellos países que ignoran los estándares internacionales de derechos humanos. (Cedis, 2004, p.5) Como caso ejemplar, CEDIS (2004) cita el caso de la Asociación Brasileira de Fabricadores de Juguetes que fundó en 1990 la Fundación Abrinq por los Derechos de la Niñez. La Fundación, promueve el respeto de los derechos infantiles, y es financiada mediante las contribuciones que recibe de alrededor de 3,000 compañías y sus actividades incluyen el influenciar políticas públicas sobre temas relacionados con los derechos de menores, financiar oportunidades

educativas para niños y proveer fondos y asistencia técnica a programas de desarrollo comunitario que apoyen a la niñez, incluyendo bibliotecas y clínicas.

3.4.3.4 Valores y Ética

El tema de la ética corporativa, o el arte de aplicar las normas y valores morales - honestidad, justicia, transparencia y respeto- a las actividades y objetivos de la empresa, ha sido una tendencia global de las últimas dos décadas y también involucra el que la empresa obedezca los estándares legales y que el personal se adhiera a las normas y regulaciones internas. El Instituto ETHOS (2000) en su informe "Indicadores de Responsabilidad Social" define el código de ética como un instrumento para la ejecución de la misión y visión, que orienta las acciones y explica la postura social a todos los que tienen algún vínculo o relación con la empresa.

Las implicaciones morales de las empresas cubren desde la producción y la distribución hasta mercadeo del producto o servicio. Cuestiones como publicidad falsa, alimentos genéticamente modificados, productos inseguros o perjudiciales, violación de los derechos humanos y atrocidades ambientales pueden significar un alto precio sobre la credibilidad de una empresa. Sin importar el tamaño o sector, muchas empresas han pagado un alto costo debido a los escándalos corporativos, además de la pérdida de la reputación de la marca, pérdidas y desvalorización de acciones, por el empleo de prácticas corruptas, inmorales e ilegales.

Uno de los casos más reconocidos en el tema de capacitación ética es del gigante tecnológico, Texas Instruments. Desde 1961, la empresa desarrolla activamente un sólido programa de capacitación en temas de ética y principios para todo el personal.

El programa de capacitación debe estar fundamentado en su código de ética, se complementa con otras herramientas que buscan fortalecer y apoyar al empleado en la toma de decisiones. El apoyo incluye literatura sobre cómo trabajar con los competidores, cómo trabajar de manera global, cómo trabajar con los distribuidores, seguridad de producto, seguridad en el lugar de trabajo, asuntos éticos y nuevas tecnologías, entre otros.

Adicionalmente, la empresa cuenta con un sistema de apoyo interno de correo electrónico y telefónico, donde el personal puede acudir anónimamente para consultas sobre toma de decisiones éticas y reportes de conductas irregulares. (CEDIS), 2004, p.

3.4.3.5 Mercado

En este punto la publicación de CEDIS (2004) cita a Business for Social Responsibility, en cuanto a los indicadores relacionados con el mercado y la responsabilidad social incluyen diversos aspectos entre la actividad comercial y el trato hacia el consumidor: 1) integridad en la fabricación del producto, 2) honestidad y transparencia en el uso de información, rotulación y empaque del producto, 3) mercadeo y publicidad efectiva y clara, 4) métodos de venta, 5) colocación de precio y 6) distribución.

Anteriormente, el precio, la calidad y el servicio eran condiciones suficientes para ser competitivos; sin embargo, con la globalización y el crecimiento del internet se ha incrementado el valor de los intangibles de las empresas. Es por ello que existe una creciente preocupación de las empresas por administrar los aspectos emocionales, además del producto generando la lealtad y confianza del consumidor. Esta estrecha relación entre la marca y el consumidor se puede obtener re-evaluando la percepción externa por medio de la atención al cliente, las relaciones comunitarias y las campañas de mercadeo con causa social.

Al relacionar el mercado con causa social, estamos hablando de una actividad comercial en la cual las empresas y las organizaciones, sin fines de lucro, crean una alianza, mutuamente benéfica, en vías de facilitar que cada parte alcance sus respectivos objetivos de comunicación, recursos humanos, mercadeo y relaciones públicas. Como promoción de ventas, una campaña de mercadeo con causa social se enfoca en realizar una donación a una organización sin fines de lucro, basado en una transacción de sus ventas, o sea que, cuando se realiza una compra, un porcentaje del precio del producto es donado a una causa social. Esta estrategia, por lo general, es acompañada de promoción y publicidad

teniendo así un impacto sobre la imagen de la empresa y la marca del producto. (CEDIS, 2004, p. 9)

Un caso ejemplar mencionado en la publicación es Danone en México, que desde 1996 viene realizando las promociones "Construyamos sus Sueños" para beneficiar a instituciones que atienden las necesidades de la niñez mexicana. Con el tiempo, estas promociones, han logrado reunir más de 50 millones de pesos (aprox. \$US 5 millones), lo que les han permitido colaborar con programas dirigidos a niños discapacitados, abandonados, de la calle, indígenas y con cáncer.

3.4.3.6 Medio Ambiente

Cuando se habla de la RSE ambiental, se debe tener en cuenta que esta es hoy mucho más que iniciativas de reciclaje o de conservación de energía y para ser una empresa ambientalmente responsable se deben considerar todos los impactos ecológicos que genera la producción y operación de la empresa. Estas consideraciones, como prácticas integrales, van más allá de las regulaciones gubernamentales. (CEDIS, 2004)

A nivel mundial, las empresas están considerando los beneficios que conlleva el ser ecológicamente responsable, debido a que no es sólo un compromiso con las futuras generaciones sino que a su vez genera un valor intrínseco y una ventaja competitiva. Sin importar el tamaño, sector o ubicación geográfica, la creatividad de las empresas en el desarrollo de prácticas eco-eficientes y de conservación ha demostrado que la protección del medio ambiente es, últimamente, beneficiosa para todos.

Reflexionando sobre el gran impacto que tienen los desechos sobre el medio ambiente, anualmente General Motors recicla más de 15 millones de los galones de aceite utilizados en sus plantas. Esta iniciativa devuelve alrededor de 5 millones de galones de aceite para ser re-utilizados al año. Además, el programa también logra reducir alrededor de 55,000 toneladas de emisiones de CO2 que usualmente produciría si el aceite fuera quemado como combustible industrial.

Recientemente, General Motors y el American Electric Power se unieron y le permitieron a una ONG del Brasil comprar 41,500 hectáreas de terrenos desiertos del sector Atlántico para ser reconvertidos en densos bosques. La inversión de \$US 10 millones le permitirá a la ONG reforestar esta área, cuando antes habría sido imposible por falta de fondos. (CEDIS, 2004, p. 4)

3.5 El Balance Social como apoyo a la Evaluación de Gestión de RSE

El Balance Social, o la Memoria de Sostenibilidad es el medio a través del cual las empresas exponen, miden y divulgan su impacto y rendimiento ambiental, social y económico. Además, se puede considerar como una herramienta de administración y gestión que permite que la empresa proyecte, verifique y evalúe su rendimiento sobre distintos aspectos que conforman la sostenibilidad corporativa.

Cada día son más las empresas que implementan un Balance Social anual. La rendición de cuentas sobre las gestión y política de la empresa, así como los impactos sobre el ambiente, lo social y lo económico establecen los cimientos de una política integral de responsabilidad social empresarial. Ante los escándalos internacionales recientes, la transparencia informativa ha demostrado ser un requisito ante la creciente demanda del público: inversionistas y consumidores por igual, de conocer cómo la empresa se comporta y lleva a cabo sus prácticas administrativas.

De acuerdo al documento publicado por la Organización Internacional del Trabajo y la Asociación Nacional de Industriales de Colombia (2001), dicha evaluación tiene como objetivo:

- ❖ Realizar el diagnóstico de la gestión empresarial en torno al cumplimiento de su Responsabilidad Social en un período determinado, lo cual le permite definir políticas, establecer programas y racionalizar la efectividad de las inversiones sociales, con miras a la promoción de sus trabajadores y de la sociedad.
- ❖ Como instrumento de gestión empresarial el Balance Social le permite a la

gerencia la planificación de acciones tendientes a aumentar la productividad y la eficiencia de sus trabajadores. Además le permite evaluar las acciones en términos de costo-beneficio.

- ❖ Contar con la información que se refiere a los recursos humanos de la empresa y a los sectores con los cuales ella tiene relación, para poder informar adecuadamente a la opinión pública acerca de su desempeño social como empresa.
- ❖ Como instrumento de gestión le permite a la empresa actualizar políticas y programas relacionados con su Responsabilidad Social, ya que crea instrumentos más efectivos para medir y controlar las consecuencias, los costos, y los beneficios que se desprenden de sus acciones.

Esta herramienta que permite construir el Balance Social de las empresas puede variar dependiendo del sector de actividad de la misma. Esto significa que en ciertos aspectos, una empresa puede pesar más en ciertos temas que en otros. Por tanto, para credibilidad y legitimidad del informe, se presenta un resumen de las políticas generales y los temas principales a indicar y evaluar se resumen a continuación:

- ❖ Actuación e Impacto Ambiental
- ❖ Actuación e Impacto Social/Comunitario
- ❖ Actuación e Impacto Laboral
- ❖ Actuación e Impacto Económico

La herramienta de medición y evaluación aplicables a la empresa es el Balance Social y se divide en área interna y área externa.

Para valorar y evaluar el cumplimiento de la Responsabilidad Social de la Empresa, se utilizan como instrumentos de medición las variables y los indicadores. Las variables se refieren a aquellos campos de actividad que pueden variar en su contenido y los indicadores expresan esa variación. Por una parte, el área interna se refiere únicamente a la información y la evaluación del cumplimiento de la Responsabilidad Social de la Empresa con sus trabajadores

y el área externa se refiere al cumplimiento de la Responsabilidad Social de la empresa hacia los sectores externos con los cuales ella tiene relación.

3.6 Métodos de auditoría y certificación

3.6.1 Accountability 1000 (AA1000)

La AA1000 es una rigurosa norma para establecer informes establecida por el Institute for Social and Ethical Accountability, organización internacional con sede en el Reino Unido, diseñada a finales de 1999 para mejorar la responsabilidad y el desempeño por medio de un proceso de aprendizaje que implica la participación de los *stakeholders*.

El método Accountability 1000 (AA1000) es un procedimiento de responsabilidad que pretende garantizar la calidad de las rendiciones de cuentas, evaluaciones y divulgación sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial. AA1000 es una norma de procedimiento, no un tipo de desempeño sustancial, el cual especifica los procesos que debe llevar a cabo una organización para responder por sus acciones, pero no por los niveles de desempeño que la empresa deberá alcanzar en los indicadores sociales, ambientales y económicos. Ser responsable al rendir cuentas, representa explicar o justificar las acciones u omisiones por las cuales uno es responsable ante quienes poseen un interés legítimo. "Accountability" es una rendición de cuentas transparente. Implica transparencia ante los "*stakeholders*" (afectados o interesados) con relación a las empresas, ser responsable (responsabilidad ante los actos y omisiones de la organización y para el desarrollo de procesos y metas para el mejoramiento sostenido del rendimiento) y acatar (o cumplimiento de los requerimientos legales en relación con las políticas y difusión empresarial).

La AA1000 se divide en 5 fases:

- ❖ Primera Fase: Planificación. Se desarrolla para identificación de los objetivos y valores sociales y éticos de la organización y sus *stakeholders*.
- ❖ Segunda Fase: Responsabilidad: la información es recogida y analizada, los

indicadores y objetivos identificados y se desarrolla un plan de mejora.

- ❖ Tercera Fase: Auditoria y elaboración de informes: se debe elaborar un informe para que sea leído por los *stakeholders* y obtener sus comentarios.
- ❖ Cuarta Fase: Integración: se crean los sistemas (gestión y obtención de información, implantación de valores, auditoría interna) y se desarrollan para fortalecer el proceso y que se integren de la mejor manera posible.
- ❖ Quinta Fase: Implicación de los *stakeholders*: La organización, durante las diferentes fases del proceso se mantiene en contacto permanente con los grupos de interés.

La norma está diseñada para ser auditada tanto interna como externamente y puede ser utilizada por empresas de cualquier tamaño, por organizaciones públicas y por organizaciones no lucrativas.

3.6.2 La norma internacional. Accountability 8000 (SA8000)

Social Accountability 8000 (SA8000) es una norma internacional para la responsabilidad social iniciada en 1998 por CEPAA (Consejo de la Agencia para la Prioridad Económica) a fin de asegurar las normas para la producción ética de bienes y servicios; es una norma voluntaria que puede aplicarse a cualquier organización o empresa en el campo industrial. Las exigencias de esta norma están basados en las recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (NU), la Convención de los Derechos del Niño de las Naciones Unidas y otras convenciones. Una organización debe tener además de las normas de funcionamiento un SMS (Social Management System) Sistema de Gestión Social para garantizar el acatamiento de las normas y el perfeccionamiento sostenido en el desempeño social de las prácticas mencionadas.

Algunos aspectos del sistema de gestión incluyen una política social, un proceso de planificación y la designación de un director con experiencia para asegurar el cumplimiento de las normas de SA8000.

La Norma SA8000 establece pautas transparentes, medibles y verificables para certificar el desempeño de empresas en 9 áreas esenciales: Trabajo Infantil;

Trabajo Forzoso; Higiene y Seguridad; Libertad de asociación; Discriminación; Prácticas Disciplinarias; Horario de Trabajo; Remuneración y Gestión.

3.6.3 ISO 14000

Durante la Cumbre Mundial de Río en 1992, se enfatizó en la necesidad que tenía la industria de comercio de contar con una herramienta que permitiera medir el desempeño ambiental y desarrollar técnicas de gestión ambiental.

La ISO 14000 está orientada a facilitar a las empresas una metodología apropiada para implementar, mantener y mejorar un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) con miras a proteger el ambiente. El SGA es una parte del sistema de gestión global de la organización, e incluye la organización, planificación, responsabilidades, prácticas y procedimientos para implementar y mantener la política ambiental.

La ISO 14001, que es de adopción voluntaria para las organizaciones, prefija objetivos ambientales de alto valor para la sociedad tales como “mantener la prevención de la contaminación y la protección del ambiente en equilibrio con las necesidades socio-económicas”. (Venamcham, 2004)

3.6.4 El FSC o el Consejo de Administración de Bosques ("FOREST STEWARDSHIP COUNCIL")

El FSC o Consejo de Administración de Bosques ("Forest Stewardship Council") fue fundado en 1993 como un incentivo para que los consumidores recompensen a la gestión ejemplar de bosques en los niveles industriales, privado, gubernamental y de propiedad comunitaria. Esta es una iniciativa internacional que puede aplicarse a distintas condiciones políticas, de propiedad y ecosistemas. Las normas FSC son amplias y están dirigidas a una gama de aspectos sociales y ambientales de forestación sustentable. Los funcionarios que laboran como auditores autorizados de FSC llevan a cabo las evaluaciones de los bosques para aprobar la certificación. Es indispensable la consulta a los *stakeholders* para conseguir la certificación, de la madera proveniente de los

bosques que llevan el logo de FSC. Para lograr que un producto final lleve el logo de FSC toda entidad que maneje la madera, comenzando desde la cosecha hasta llegar al consumidor, debe someterse a la certificación de la cadena de custodia de FSC. (Venamcham, 2004)

3.6.5 Índices Internacionales de RSE

La progresiva importancia de la inversión socialmente responsable se refleja en la aparición de nuevos índices bursátiles de sostenibilidad que sirven de guía para inversores en general y para la inversión de los denominados fondos éticos en especial.

Los dos índices más importantes son los gestionados por los dos principales índices mundiales: Dow Jones (Dow Jones Sustainability) y FTSE (FTSE4Good), cuya visibilidad ha contribuido a acercar el concepto de inversión socialmente responsable a empresas, analistas e inversores.

Los criterios de admisión del Dow Jones Sustainability y el FTSE4Good son similares. Los candidatos, en ambos casos los candidatos deben, además de cumplir con los requisitos generales de admisión en el índice global (rentabilidad, solidez financiera, liquidez de la acción, etc.), superar un análisis adicional desde la triple dimensión de la empresa –Económica, Social y Medioambiental– que conforma la Sostenibilidad.

El análisis tiene en cuenta las peculiaridades de cada sector. A diferencia del FTSE4 Good que excluye ciertos sectores (tabaco, armamento, armas nucleares, energía nuclear y extracción/proceso de uranio), el Dow Jones Sustainability no excluye ninguno a priori, pero aplican un coeficiente variable de penalización a determinados sectores a los que exige un mayor grado de compromiso con la Sostenibilidad.

Los índices se revisan periódicamente para comprobar que las empresas que lo forman cumplen de forma continuada con los requisitos del índice y con los compromisos adquiridos en materia de Sostenibilidad. Las empresas que no lo justifican adecuadamente son excluidas automáticamente.

3.6.5.1 Índice de Sostenibilidad Dow Jones

El Índice Dow Jones de Sostenibilidad creado por Dow Jones, STOXX Limited y SAM Group, lanzado en 1999, es el primer índice global que da seguimiento al comportamiento financiero de las principales empresas que muestran una conducción sostenible alrededor del mundo. De acuerdo con el grupo de Sostenibilidad en estos estudios comparativos, la revisión anual está basada en una valoración acuciosa del comportamiento económico de las compañías, así como su responsabilidad ambiental y social. Estas estimaciones también resaltan las tendencias recientes en la actividad de las corporaciones para apoyar el mantenimiento de su negocio.

Las organizaciones incluidas en los índices son evaluadas con base en criterios como su gobierno corporativo, su gestión de la relación con sus clientes, planeación estratégica, manejo de riesgos y de crisis y capacidad de retención de talentos. Estos y otros factores, conjuntamente, dan los argumentos sobre la calidad de la salud financiera de una empresa, su estabilidad y valor a largo plazo para los inversionistas.

3.6.5.2 FTSE4GOOD

Es una innovadora serie de 4 índices éticos, elaborados en 2001 por Financial Times Stocks Exchange (FTSE), entidad independiente que crea y gestiona índices bursátiles en todo el mundo.

Cada uno de los 4 índices está formado por un grupo de empresas “políticamente correctas” o que cumplen con unos criterios “éticos” previamente establecidos. Un índice específico agrupa a las empresas británicas (FTSE4Good UK), otro a las europeas (FTSE4Good Europe), el tercero a las estadounidenses (FTSE4Good USA) y el cuarto índice agrupa a empresas de todo el mundo (FTSE4Good Global).

Los criterios de selección para la serie de índices FTSE4Good son:

- ❖ Atención al desarrollo sostenible y respeto al medioambiente.

- ❖ Desarrollo de relaciones positivas con los accionistas.
- ❖ Apoyo a los Derechos Humanos Universales.

Para la evaluación de los aspectos anteriormente citados, se tiene previsto un “marco “de mejores prácticas, que incluyen las políticas y sistemas de gestión adoptada y datos claves relativos al impacto de actividades. (Venamcham, 2004)

3.7 Modelos de Balance Social.

3.7.1 Global Reporting Initiative (GRI)

Global Reporting Initiative o Iniciativa de Generación de Informes Mundial (GRI) es un acuerdo internacional, que tiene como misión elaborar y difundir la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, aplicable globalmente y de manera voluntaria por organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

Los GRI engloban los tres elementos de sostenibilidad tal y como se aplican a una organización:

- ❖ El elemento Económico, incluye, por ejemplo, los gastos por nóminas, productividad laboral, creación de empleo, gastos en servicios externos, gastos en inversión y desarrollo, e inversiones en formación y otras formas de capital humano. El aspecto económico incluye, aunque no se limita sólo a ello, los estados financieros y declaraciones relacionadas.
- ❖ Medioambiental: Incluyendo, por ejemplo, el impacto de los procesos, productos y servicios sobre el aire, agua, tierra, biodiversidad y salud humana.
- ❖ El elemento Social incluye, por ejemplo, salud y seguridad en el lugar de trabajo, estabilidad de los empleos, derechos laborales, derechos humanos, salarios y condiciones laborales en las operaciones externas.

En la publicación de Marzo de 2006 de la guía G3, el Modelo del GRI especifica que una memoria de sostenibilidad debe contener:

- ❖ La Visión y Estrategia, la cual debe contener la descripción de la estrategia con respecto a la sostenibilidad en la que se incluye una declaración del presidente de la organización.
- ❖ Perfil: visión general de la estructura y las operaciones de la organización informante y del alcance de la memoria.
- ❖ La Estructura de gobierno y sistemas de gestión: análisis de la estructura y la política de la organización, así como de sus sistemas de gestión y sus esfuerzos por comprometerse con las partes interesadas.
- ❖ Índice: tabla elaborada por la organización en la que se señalan en qué lugar de la memoria se puede encontrar la información.
- ❖ Los Indicadores de desempeño: que comprende las medidas de los impactos o efectos causados por la empresa; se clasifican en indicadores integrados, económicos y sociales. (Venamcham, 2004, p. 40).

La Guía en términos generales, es un manual que ofrece principios básicos y contenidos específicos utilizados en la preparación de reportes de sostenibilidad de alta calidad. El apartado para los indicadores se divide en indicadores centrales y adicionales (cuantitativos y cualitativos) para cada aspecto de la sostenibilidad. Los indicadores centrales son 50, de los cuales 10 miden el desempeño económico, 16 el ambiental y 24 el social. El aspecto social tiene 4 sub categorías: 11 indicadores de prácticas laborales, 7 de Derechos Humanos, 3 de sociedad y 3 indicadores sobre la responsabilidad del producto.

Con esto el GRI (2000) pretende ayudar a las organizaciones a elaborar las memorias de modo que: Presenten una visión clara del impacto humano y ecológico de la empresa, para que los responsables de tomar decisiones sobre inversiones, compras y posibles alianzas se encuentren bien informados; Proporcionen a las partes interesadas datos fiables que sean relevantes para sus necesidades e intereses e invite a actores al diálogo y a la investigación; Proporcionen una herramienta de gestión que ayude a la organización a evaluar

y a mejorar constantemente sus actuaciones y progresos; Respeten criterios externos de elaboración de memorias ya establecidos y comúnmente aceptados y los apliquen sistemáticamente en los sucesivos períodos informativos, para garantizar la transparencia y la credibilidad; Se presenten en un formato sencillo y que facilite la comparación con las memorias de sostenibilidad de otras organizaciones; Complemente, y no reemplace, otros informes, incluyendo los financieros; e Ilustre la relación entre los tres elementos que componen la sostenibilidad.

En la actualidad más de 2000 organizaciones en 50 países del mundo siguen los lineamientos del GRI para la realización de sus reportes de sostenibilidad y por lo menos 4600 organizaciones hacen referencia de los lineamientos en sus informes. En la Comunidad Europea la presentación de estas memorias ya es obligatoria para las empresas que cotizan en bolsa y que cuentan con más de 500 trabajadores.

3.7.2 Balance Social Anual de Ibase (BRASIL)

El Balance Social Anual (BS) es un demostrativo anual, cualitativo y cuantitativo de las acciones sociales de las empresas y se considera una herramienta de evaluación, gestión y planificación estratégica empresarial que ayuda a identificar oportunidades para mejoramiento en resultados sociales, ambientales y financieros. En asociación con diversos representantes de empresas públicas y privadas, Ibase (Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicas), un miembro de la Red Puentes, elaboró un modelo simple para el balance. También creó un sello (Balance Ibase/Betinho) como estimular a las empresas que publican el balance obedeciendo las directrices del modelo propuestas por el Ibase. Este modelo del Balance Social actualmente está siendo utilizado por más de 200 empresas brasileñas. Con la publicación de la información contables del desempeño social de las empresas relacionadas a los trabajadores y sus familiares y con las comunidades donde trabajan, la empresa muestra los resultados de acciones concretas que son consecuencias de la RSE y la filantropía empresarial.

3.7.3 Sozial Bilanz Praxis SBP (ALEMANIA)

En el caso alemán el debate sobre el balance social empieza alrededor del concepto de "calidad de vida", y, por tanto, está enfocado tanto sobre los gastos sociales del desarrollo económico, como sobre el análisis de los efectos sociales producidos por la acción empresarial. El modelo más conocido es el Sozial Bilanz Praxis (SBP), cuyo objetivo es armonizar el rendimiento económico con los objetivos económicos y sociales de la empresa que tienen que ser elaborados para permitir el monitoreo y medida de los resultados de la empresa misma.

El SBP se compone de tres partes fundamentales:

- ❖ Informe social, incluye la recogida de estadísticas concernientes a asuntos variables como el desarrollo del personal o las ganancias, el tiempo de trabajo y la formación del personal, y los incidentes laborales.
- ❖ Cálculo del valor adjunto.
- ❖ Contabilidad social.

El SBP está finalizado a promover:

Explicación de los objetivos y políticas empresariales y descripción de todas las actividades producidas para mejorar la planificación empresarial; Información a todos los grupos de personas que están en contacto con la empresa sobre los productos/servicios ofrecidos, sus costos y cuantificación de los efectos producidos; y la Presentación de datos periódicos verificables sobre la responsabilidad social de la empresa.

3.7.4 Danish Ethical Accounting System EAS (REINO UNIDO)

Este modelo apoyado en el trabajo de Peter Pruzan de la Copenhagen Business School, presupone la producción de algunos balances éticos que implican a todos los detentores de interés (*stakeholders*) en el proceso de formación del

balance para abrir la orientación de la organización y mejorar el desarrollo interno y de la cultura organizativa.

Según Pruzan "EAS es una medida de cuanto una organización está comprometida a perseguir". Además, el EAS es una manera para contribuir al proceso político a donde los valores empiezan a ser parte de la organización. El EAS representa las relaciones entre la organización y sus detentores de interés. Por fin, este instrumento da unas oportunidades concretas de desarrollo y sobrevivencia por la organización que la adopte. La actuación del EAS prevé el uso de grupos de participantes representativos de los detentores de interés (personal de la empresa, usuarios, clientes, suministradores, vocales del vecindario, etc.) y que se encuentran en todas las etapas del proceso, a partir de la primera en la que se definen las dimensiones y variables del cuestionario a distribuir en la segunda etapa, mientras la tercera está enfocada sobre la interpretación de los resultados.

3.7.5 El Modelo New Economic Foundation NEF (REINO UNIDO)

Según la NEF el balance social ("social auditing") es: "un proceso a través del cual una organización puede darse cuenta de su beneficio social. Este método evalúa el impacto social y el comportamiento ético de una organización con relación a sus objetivos y a aquellos de sus *stakeholders*". NEF ha elaborado un modelo específico dirigido a las pequeñas empresa.

Este modelo se apoya sobre los ocho pasos siguientes: 1- Exploración y comprensión colectiva del sentido de "social auditing"; 2- Individuación de los detentores de interés de la organización; 3- Definición de los objetivos prioritarios de la empresa y de sus detentores de interés más importantes; 4- Definición de la viabilidad y de los resultados esperados; 5- Selección de los indicadores y de los parámetros de referencia por evaluar los beneficios o impacto; 6- Construcción del sistema de monitoreo y del consejo de administración; 7- Construcción anual del rendición de cuentas social y certificación del mismo; 8- Evaluación final de los resultados por modificar los objetivos y publicación del resumen final a distribuir a todos los detentores de interés.

3.7.6 Modelo SMAER del "Bilan Social" (ITALIA)

Según SMAER el balance social es un instrumento para la gestión de la confianza dirigida a todos los que reciban el producto/servicio ofrecido por la empresa, es decir de los usuarios consumidores, de los beneficiarios, de todos los que se sitúan al final de la cadena de los detentores de interés.

En segundo lugar, el balance es un instrumento para la gestión de la confianza del personal de la empresa, siendo una manera de poner en evidencia las buenas prácticas y reglas en la gestión de los recursos humanos. El balance social no solo es un método para comunicar al exterior lo que la empresa hace internamente porque también eso es un instrumento para medir y comprobar el nivel de actuación de los objetivos a través de las acciones de la organización. El modelo SMAER empieza del estudio de la misión, el conjunto de principios por los cuales la empresa opera que descienden del estado legal de la empresa analizada. Después de eso, el balance representa una manera de explicar las razones de existencia de la empresa y el nivel de coherencia entre el declarado (la misión) y el actuado (las acciones y actividades empujadas).

Por eso el balance se hace un instrumento de comprobación institucional y constituye la base por elaborar nuevas estrategias. Este modelo italiano es inspirado con base en el modelo NEF.

Hay cinco asuntos alrededor de los cuales el balance está organizado: 1-Las acciones de la organización analizada; 2-Las relaciones con los agentes de la red local; 3- La posición sobre el mercado; 4-Como garantizar los productos/servicios ofrecidos en el plano social; y 5-Las relaciones con el medioambiente y con el entorno social.

3.8 Algunas Investigaciones Sobre RSE

3.8.1 Informe Forética 2002: Situación en España

En el informe presentado por Forética en el Foro para la Evaluación de la Gestión Ética (2002) se presentan algunas conclusiones de una encuesta aplicada a empresas españolas que resultan destacables o novedosas. Las

Conclusiones se han ordenado de acuerdo con las áreas de gestión que propone FORÉTICA para la implantación del Sistema de Gestión Ética. Se añaden además conclusiones referidas al papel de la Unión Europea como catalizador de la responsabilidad social en las empresas, así como sobre la importancia que los directivos atribuyen a la presentación anual de informes medioambientales y sociales. En el Presentaron un instrumento que pondría de manifiesto el interés por desarrollar una herramienta aplicada a la gestión de la responsabilidad social empresarial.

Los puntos clave de las conclusiones obtenidas fueron:

- ❖ Alta Dirección: 57,7% afirman que la razón principal de asumir la responsabilidad empresarial es de carácter ético.
- ❖ Relaciones con clientes: 89% está de acuerdo que frente a problemas en las relaciones comerciales, las organizaciones extienden su compromiso más allá de la relación contractual con el cliente.
- ❖ Relaciones con Proveedores: 54,8% de las empresas no utilizan mecanismos para verificar la ausencia de mano de obra forzada.
- ❖ Las personas que integran la organización y su Relaciones internas: 50% de las empresas carecen de mecanismos para solventar problemas de acoso laboral o discriminación.
- ❖ El entorno social y sus Relaciones con el medio ambiente: 57,8% la problemática medio ambiental está integrada en la toma de decisiones de su organización.
- ❖ Relaciones con los accionistas/inversores: 46,5% considera que los accionistas no solamente valoran los dividendos.
- ❖ Relaciones con la competencia: el 40,6% dicen no recibir un trato leal de la competencia.
- ❖ Relaciones con la Administración: la valoración de la actitud ética de la Administración es de 4,96 sobre 10 Papel de la Unión Europea: el 31,3% señala que la acción más urgente que debe emprender es fomentar la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional, sería elaborar un marco europeo general tendiente a promover la transparencia, la

confianza y las buenas prácticas en materia de responsabilidad social.

- ❖ Informes Sociales: 65% considera que además de balances económicos, los informes anuales con resultados basados en criterios medio ambientales y sociales son de gran importancia.

Con tantos cambios a nivel mundial, Forética (2002) menciona que las empresas tienen nuevos retos, a saber:

- ❖ Mejorar la comunicación debido al desarrollo de nuevas tecnologías y el acceso a un nuevo número de clientes y proveedores.
- ❖ Desarrollar políticas que atraigan y retengan el talento de los mejores profesionales.
- ❖ Responder efectivamente a comunidades y culturas locales.
- ❖ Mantener la transparencia en cuanto a las condiciones sociales en que fabrican sus productos o prestan sus servicios.

Las empresas saben que las respuestas locales no ayudan para el desarrollo de estos retos, por tanto, requiere un enfoque integral que es llamado Responsabilidad Social Empresarial que no es más sino “suponer la asunción y reconocimiento por parte de las empresas de su papel en el empeño por conseguir un desarrollo sostenible. De esta manera, se comprometen voluntariamente a gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y se aumente la competitividad integrando al tiempo las preocupaciones sociales y medioambientales”. (Forética, 2002, p. 22).

La Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS) realizó un estudio sobre la Inversión Social de la Empresa Privada en Venezuela (2000), el cual arrojó evidencias de la existencia de una nueva visión por parte de las empresas objeto de estudio, que reflejo como un compromiso de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población y el desarrollo del país, como también se comprobó la necesidad de disponer de un instrumento que permita evaluar sistemáticamente la RS. (FEGS y Venamcham, 2000). Gracias a estas conclusiones, FEGS, se dedicó a diseñar un Modelo de Balance Social

(Machado, 2003). Los aspectos más importantes de éste modelo se presentan a continuación:

Concepto De Responsabilidad Social. Constituye una nueva visión y conciencia empresarial que va más allá de un sentido caritativo y se orienta a la acción de asumir compromisos ya no solo con el medio externo de la organización sino también con sus trabajadores.

Está enmarcada principalmente en:

- ❖ La eliminación de las distancias entre la acción social del Estado y de las empresas, debido a la evidente insuficiencia de éste para resolver los urgentes problemas sociales actuales.
 - ❖ La nueva conciencia empresarial de la necesidad de ir más allá del cumplimiento de sus deberes laborales, para involucrarse en un compromiso ético con una multiplicidad de actores, contribuyendo a la solución de diversos problemas sociales, tanto en el ámbito interno de la empresa como en el de su entorno comunitario y social.
 - ❖ La necesidad de incorporar mejoras de beneficios sociales para los trabajadores, producto de negociaciones colectivas.
 - ❖ La importancia de responder a las expectativas que sobre ella tiene la sociedad, otorgando una nueva legitimidad a la acción empresarial.
- (Machado et al., 2002, p. 18)

3.9 Modelo de Balance Social FECS

3.9.1 Concepto de Balance Social

“Es una herramienta que permite medir el desempeño de la Responsabilidad Social Empresarial, tanto en la dimensión interna (trabajadores) como en la externa (entorno), y permite la medición cuantitativa y cualitativa de las acciones de la Responsabilidad Social efectuadas por la empresa en un período determinado”. (Machado et al., 2002, p. 18).

3.9.2 Propósito del Balance Social Propuesto por la FEGS:

3.9.2.1 Beneficios del Balance Social.

Las autoras del modelo (Machado, et al., 2002) mencionan los beneficios específicos para la empresa al aplicar un Balance Social, a saber:

- ❖ Mejoramiento del desempeño social de la empresa, racionalizando la distribución de sus recursos destinados a acciones sociales.
- ❖ Es un instrumento de divulgación hacia diversos públicos, de las acciones sociales de la empresa que le permite dar cuenta, de manera sistemática, de responsabilidad social.
- ❖ Mejora la imagen social de la empresa haciéndola más competitiva en términos de venta, de credibilidad, etc.
- ❖ Admitir la constitución de un documento de convergencia y consenso para el inicio de un proceso de diálogo con un público más amplio (accionistas, otras empresas, clientes, consumidores finales, proveedores, acreedores, organizaciones de la sociedad civil, organismos gubernamentales, comunidad local, gobiernos centrales y locales, ambientalistas), convirtiéndola en actor relevante de un proceso de desarrollo social sustentable y concertado.

3.9.2.2 Procedimiento

La aplicación de este modelo requiere llevar a cabo una serie de actividades, durante las siguientes etapas (Machado et al., 2002, p. 28-29):

- ❖ Adecuación del Modelo de Balance Social
- ❖ Caracterización de la organización, en términos de su filosofía de responsabilidad social, valores, misión, visión.
- ❖ Determinación de los objetivos del Balance Social en función de los públicos y el uso de la información generada
- ❖ Definición del grado de participación de los involucrados (internos y externos) en la aplicación del modelo.
- ❖ Escogimiento de variables e indicadores: luego de haber establecido las áreas o actividades a evaluar, se definen las variables, los indicadores y

normas de medición que servirán de base para evaluar el cumplimiento de la responsabilidad social de la organización.

- ❖ Determinación de parámetros de comparación para la evaluación de los resultados.
- ❖ Adecuación del modelo, según las características e intereses de la organización. Construcción de nuevos indicadores, en caso de ser necesario.
- ❖ Esclarecimiento de los insumos requeridos para la realización del Balance (humanos, de información, tecnológicos y logísticos)
- ❖ Designación de responsables: por lo general la responsabilidad recae en la Gerencia de Relaciones Industriales o su equivalente, de acuerdo con las características de la organización. El líder de este equipo funge de contraparte de la organización externa que realiza el Balance Social.
- ❖ Dilucidación del plan de trabajo: a partir de una información básica preparada por la empresa se establecen las acciones a seguir, ya que se requiere una clara definición de los aspectos que serán evaluados, de acuerdo a la naturaleza, los criterios y necesidades de la empresa y a la factibilidad de evaluarlos mediante la herramienta del Balance Social. En el plan de trabajo se establece el cronograma de actividades, las estrategias a seguir, así como los medios a emplear para la recolección de información.
- ❖ Presentación de metodología de Balance Social al personal de la Organización.

3.9.2.3 Levantamiento de Información

- ❖ Análisis, diseño, revisión y ajuste de los instrumentos de recolección.
- ❖ Recopilación de la información: las técnicas de recopilación de información a utilizar consisten en cuestionarios, entrevistas, observaciones y análisis de datos disponibles, entre otros.
- ❖ Procesamiento, clasificación y tabulación de los datos.
- ❖ Síntesis de la información, según las categorías de análisis (estadísticos e índices).

3.9.2.4 Análisis de la Información

- ❖ Organización, estudio y análisis cuantitativo y cualitativo de la información procesada, en función de las metas establecidas por la organización.
- ❖ Exposición y validación de resultados con el equipo de la empresa, responsable del seguimiento de las distintas etapas del balance.
- ❖ Sugerencias para futuros balances: entre los aspectos a considerar se encuentran los siguientes: a) Definición de responsables de nuevas aplicaciones del Balance Social; b) Definición de indicadores y metas para futuros ejercicios; c) Adecuación de procedimientos para la obtención de datos.

3.9.2.5 Transferencia de Experticia

- ❖ Adiestramiento del equipo responsable de realizar futuros balances.
- ❖ Acompañar al equipo para la formulación de un plan de trabajo, con miras a aplicar correctivos, plantear mejoras y/o fortalecer iniciativas exitosas

3.9.2.6 Divulgación de Resultados

- ❖ Establecimiento de criterios para la divulgación de los resultados, según los diversos públicos o audiencias.
- ❖ Publicación del Informe y el Balance Social.

3.10 Variables de Estudio

El Balance Social se compone de las siguientes variables de estudio:

3.10.1 En la dimensión interna:

- ❖ Caracterización socio-demográfica de los trabajadores
- ❖ Establecer Relaciones laborales en la empresa
- ❖ Implementar Desarrollo del personal
- ❖ Desarrollar Programas sociales dirigidos a trabajadores, familiares y jubilados

- ❖ Programas de salud ocupacional
- ❖ Participación e integración del personal

3.10.2 En la dimensión externa:

- ❖ Calidad y servicios
- ❖ Relaciones interinstitucionales
- ❖ Inversión social dirigida a la comunidad
- ❖ Medio ambiente

Productos del Modelo de Balance Social. Este aparte del Balance Social consiste en elaborar un informe social el cual constituye un registro de las características sociales de la empresa y las metas que se propone, así como los costos de las acciones sociales realizadas. Implica un proceso de sistematización de la información que ha de permitir evaluar la gestión social de la empresa.

El compendio del Balance Social constituye el análisis y evaluación de las acciones de responsabilidad social de la organización y permite orientar a la toma de decisiones para corregir aspectos deficientes y plantear nuevas metas y recomendaciones para ejercicios futuros.

Asimismo, facilita la medición del desempeño social de la empresa mediante la confrontación de los resultados obtenidos bien con las metas fijadas, con el desempeño de años anteriores o con el desempeño de otras empresas.

El Informe Divulgativo refleja los resultados presentados tanto en el Informe Social como en el Cuadro Resumen, siendo de competencia de la organización la determinación del contenido del mismo y del público a quien va dirigido. (Machado et al., 2002, p. 31).

Cuadro Resumen de un Balance Social. Ver Cuadro 1.

Cuadro 1. Variables de Estudio del Modelo de Balance Social

	VARIABLE	CATEGORIA
DIMENSION INTERNA	1. CARACTERIZACION SOCIO-DEMOGRAFICA	GENERO, EDAD, ESTADO CIVIL, NIVEL EDUCATIVO, PROCEDENCIA GEOGRAFICA, CARGA FAMILIAR
	2. RELACIONES LABORALES	CONTRATACION
		REMUNERACION
		MOVIMIENTOS DE PERSONAL
		NEGOCIACION Y MANEJO DE CONFLICTOS
	3. DESARROLLO DEL PERSONAL	PROMOCION Y ASCENSO
		CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO
		EDUCACION FORMAL (TRABAJADORES)
	4. PROGRAMAS SOCIALES INTERNOS	ALIMENTACION
		TRANSPORTE
		VIVIENDA
		DEPORTE, CULTURA Y RECREACION
		EDUCACION FORMAL (HIJOS DE TRABAJADORES)
		CAPACITACION (FAMILIARES DE TRABAJADORES)
		ATENCION AL PREESCOLAR
	PROGRAMAS DE JUBILACION	
	5. SALUD	SALUD GENERAL
		MEDICINA OCUPACIONAL
		HIGIENE DEL TRABAJO
		ACCIDENTALIDAD
ENFERMEDAD PROFESIONAL		
6. INFORMACION Y PARTICIPACION	INFORMACION	
	PARTICIPACION	
DIMENSION EXTERNA	7. CALIDAD Y SERVICIOS	GARANTIA DE CALIDAD
		SERVICIOS
	8. RELACIONES INSTITUCIONALES	CONVENIOS
		MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
		AFILIACION GREMIAL
		PROGRAMAS SOCIALES
		VOLUNTARIADO
		DONACIONES
		ORGANIZACION INTERNA DE LA EMPRESA
		CUMPLIMIENTO DE LEYES Y DE NORMAS
		PROGRAMAS AMBIENTALES
		AYUDA TECNICA Y ECONOMICA
		Tomado de Machado, Berti, Caraballo, 2002

Fuente: Machado, Berti, Caraballo, 2002

La tabla anterior, “Representa un esfuerzo de síntesis para medir y evaluar cuantitativa y cualitativamente las acciones de responsabilidad social, tanto internas como externas acometidas por la organización en un período determinado, así como determinar el valor económico de esta práctica empresarial”. (Machado et al., 2002, p. 31)

La información se presenta en tres secciones:

- ❖ **Indicadores Sociales:** son los indicadores más relevantes de la empresa. Se confrontan las iniciativas de la organización en: conocer el valor de la inversión social que la empresa ha realizado en beneficio de sus trabajadores y familiares, así como la comunidad ubicada en su entorno.
- ❖ **Indicadores Económicos:** permite conocer el valor de la inversión social que la empresa ha realizado en beneficio de sus trabajadores y familiares, así como de la comunidad ubicada en su entorno.
- ❖ **Comparación Inter. Anual:** contrastar las acciones de responsabilidad social interanualmente, para que el resultado de un período pueda ser comparado con otros.

4. La Inversión Social Empresarial en la Perspectiva Histórica Colombiana

Para el CCRE, la RSE es “la agilidad que tiene una organización para responder, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (*stakeholders* o grupos de interés)”.

Ahora bien, ¿cuál es la situación de la investigación sobre RS en Colombia? En realidad, las pocas investigaciones empíricas realizadas a nivel nacional han sido en su mayoría vinculadas con la gestión de organizaciones específicas, como el caso del estudio realizado con el apoyo y financiación de la Fundación Corona (Gutiérrez, 2006), o Línea Base sobre Responsabilidad Social Empresarial en Colombia (CCRE, 2006). Estos trabajos fueron muy importantes para tener una primera aproximación a la naturaleza de la RS en las organizaciones colombianas. Sin embargo, no fueron suficientes para poder generar un campo de pensamiento y una fortaleza científica; aún más, es necesario profundizar en una metodología más exhaustiva, utilizando fuentes de primera mano, entrevistas a profundidad y observación de las prácticas en el campo.

Por otra parte, en el proyecto de tesis doctoral denominada, “Aportes y Desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia”, se muestra como el empresariado en Colombia ha participado y liderado múltiples iniciativas con impacto en la sociedad. Para poder comprender mejor el amplio espectro de estas iniciativas, presentamos una tipología de los distintos aportes empresariales, desde aquéllos en los cuales la inversión no beneficia directamente a la empresa hasta aquéllos en los cuales hay una vinculación directa con el negocio.

La cuantificación de estos aportes y una evaluación de su impacto están más allá del alcance de este estudio y es necesaria una perspectiva histórica para comprender la diversidad de los aportes del empresariado colombiano.

El estudio enmarca la responsabilidad social de las empresas (RSE) en Colombia, dentro del contexto latinoamericano y de su evolución desde el siglo

pasado, para proponer alternativas que la hagan más estratégica. La gran diversidad y dispersión de las iniciativas sociales del empresariado colombiano hacen de su inventario una tarea por ahora inacabada.

Concentramos nuestra mirada en las iniciativas sociales que han sido promovidas desde el sector privado; es necesario otro estudio para dar cuenta de los aportes de la sociedad civil que no tiene relación con el empresariado.

El estudio en mención, presento información de 75 organizaciones, 35 empresas y 40 corporaciones, fundaciones o asociaciones, y la información primaria se recolecto tomando como herramienta la entrevistas en profundidad, la cual fue la principal fuente, esta se complementó en algunos casos con información disponible en otros trabajos.

La experiencia acumulada en sus intervenciones directas o a través de organizaciones gubernamentales o no gubernamentales, permitió que hoy se dé la construcción de elaboradas propuestas y acuerdos intersectoriales de gran alcance.

En Colombia, como en Latinoamérica, la Iglesia Católica ha jugado un papel importante en la historia de la filantropía desde la Colonia hasta hoy. El predominio de la Iglesia en el ámbito caritativo se mantuvo, con diversas manifestaciones, a lo largo del siglo XIX y la mayor parte del XX (Sanborn y Portocarrero 2003, p. 7).

En el siglo XX, fue necesario entender la formulación e implantación de diversas políticas sociales –por parte de los Estados– en el contexto de los modelos de desarrollo adoptados. Por ejemplo, a través de los esfuerzos de industrialización por sustitución de importaciones ocurridos entre los años 1930 y 1970, los gobiernos latinoamericanos privilegiaron el crecimiento del sector industrial y del mercado interno. Esto incentivó la creación de organizaciones por parte de las clases medias y trabajadoras urbanas que promovían ciertas formas de protección social, servicios en educación y salud, y vivienda.

En nuestro país el desarrollo empresarial ha estado concentrado en las ciudades. Entre 1929 y 1945 el PIB creció apenas a una tasa de 3,3% anual,

mientras la industria manufacturera lo hizo a un ritmo anual de 7,4% e incrementó su participación en el PIB total de 8,9% en 1929 a 16,5% en 1945. En 1944, luego de varios intentos fallidos, cristalizó la fundación de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI). Al año siguiente, un grupo de comerciantes y empresarios de todas las regiones del país, residentes en Bogotá, creó la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco).

Luego, en 1951, nació otro de los gremios importantes, la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias de los diferentes sectores productivos (ACOPI), como resultado de la fusión de entidades afines del orden regional que existían en ese momento en cuatro de las más importantes ciudades del país.

En el primer decenio de posguerra (1945-1955), la producción industrial creció al ritmo más alto de los últimos 50 años (9,1% anual) y, hasta 1974, siguió creciendo a tasas anuales por encima del crecimiento global de la economía. Entre las ciudades que tuvieron importantes desarrollos industriales en Colombia se destacan: Bogotá (con cerveza y cemento), Medellín como principal centro fabril (luego de ser el primer renglón de las importaciones colombianas), Barranquilla (textiles y molinos de trigo) y Cali (procesamiento del azúcar). En la mitad del siglo XX, las industrias llegaron a ciudades como Manizales, Bucaramanga, Pereira, Cartagena e Ibagué (ANDI 1994).

En el 2004, a pesar del desarrollo industrial, fueron pocas las grandes empresas en Colombia y el ingreso promedio anual per cápita (US\$1.810) fue inferior al promedio regional (US\$2.976) y lejano del promedio para los países de la OECD en ese entonces (US\$ 25.773). Según los cálculos de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras, en el país existieron 431.000 microempresas y 47.000 pequeñas y medianas empresas. Las Mipymes generaron 1.700.000 empleos; aportaron 38% de la producción industrial (48% del empleo industrial); y realizaron entre 56% y 70% de las ventas del sector servicios y comercio con 70% y 75% de la fuerza laboral en estos sectores. Su crecimiento tuvo tasas superiores a 8% durante el 2004 (Mercados PYME, 2004). Aunque los requisitos para la operación de un negocio –apertura, dificultades para contrataciones y despidos de personal, procedimientos para

registrar y obtener licencias de operación, acceso a créditos, protecciones a las inversiones, costos legales y costos para el cierre– fueron menores en Colombia que el promedio regional, los requisitos y costos fueron proporcionalmente mayores que los existentes en los países de la OECD de esa época (IFC, 2004).

Programas Empresariales Adoptados como Política Pública. Preocupados por las alzas en el costo de los artículos básicos, que hacían insuficientes los ingresos familiares de las clases obrera y media, el presidente y la junta directiva de la ANDI propusieron a la XI Asamblea General en 1954, establecer un sistema de subsidio familiar mediante la creación de cajas de compensación autónomas financiadas con aportes patronales liquidados sobre el valor de la nómina de la empresa. La idea del salario familiar, inspirada en la doctrina social católica, estaba encaminada a mejorar el bienestar de los trabajadores y, de paso, a contribuir a la paz del país. El subsidio se distribuiría de acuerdo con las necesidades familiares de cada quien, sin tener en cuenta el tipo de empresa o el rendimiento individual.

El 24 de mayo de 1954 se aprobaron los estatutos de la Caja de Compensación Familiar de Antioquia, Comfama, suscritos por 45 compañías con más de veinte mil beneficiarios. La participación de las empresas fue voluntaria y la suma de los aportes patronales fue independiente del número de trabajadores casados y de los hijos que tuviesen. En agosto de ese año, Comfama pagó los primeros subsidios: 8 pesos por cada hijo menor de 14 años o estudiante menor de 20; el primer año representó mejoras en el ingreso a los trabajadores de hasta 40% del salario. En 1957 el Estado volvió obligatoria esta innovación.

Luego ACOPI promovió la constitución de las Cajas de Compensación Familiar para pequeñas y medianas empresas en ciudades como Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cali e Ibagué. Desde su creación, las Cajas y el Sistema de Subsidio Familiar han mostrado a los empresarios, a los trabajadores, al Estado y a la sociedad que constituyen una alternativa para mejorar la vida de los colombianos. Sus servicios llegaron en esos inicios a 22,2% de la población colombiana. Hasta abril de 2004 fueron otorgados 34.300 subsidios de vivienda,

60% para beneficiarios que recibían de 0 a 2 salarios mínimos y el resto para quienes reciben de 2 a 4 salarios mínimos.

Adicionalmente, el programa de la atención integral a la niñez y la jornada escolar complementaria beneficia a 1.600.000 menores con una inversión de \$55.600 millones de pesos (US\$ 21.140.684), y 101.143 estudiantes desde preescolar hasta educación superior fueron apoyados.

Su participación, a través del aseguramiento y la prestación de servicios de salud, alcanza a ser 14% del sistema de salud nacional. Por otro lado, las cajas tuvieron 225 puntos de infraestructura recreativa como centros vacacionales, museos, auditorios y parques.

Aportes y Desafíos de la RSE en Colombia. Otro programa inspirado en modelos que algunas empresas emprendieron fue el programa de atención preescolar del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). En la primera mitad del siglo pasado se atendían, en los predios de ciertas fábricas u oficinas de las empresas, a los hijos pequeños de las madres trabajadoras. El gobierno de Carlos Lleras Restrepo (1966-70) comprendió el beneficio de la iniciativa empresarial y la extendió al resto de empresas con dos modificaciones sustanciales: dejó de ser voluntario y las guarderías no se ubicarían en los predios de las empresas sino en los barrios de las poblaciones de ingresos bajos. Este programa hoy tiene una gama extensa de modalidades y aunque no cubre la totalidad de la población esperada sí ha contribuido a disminuir los altos índices de desnutrición del país y ha permitido la vinculación laboral de las madres sin el abandono de sus hijos.

Un tercer programa estatal en cuya promoción participó el sector privado fue el de formación técnica y vocacional del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Este programa también se financió con un impuesto directo proporcional al valor de la nómina de la empresa. Estos impuestos parafiscales son una tasa impuesta con una destinación específica y no están considerados dentro del presupuesto nacional. Son denominados parafiscales porque su finalidad es financiar una actividad específica que afecta directamente a un determinado grupo, su administración está confiada a un ente diferente a la Administración de

Impuestos y su monto no es proporcional a la capacidad contributiva del sujeto gravado. En Colombia estos impuestos financian al SENA, al ICBF, las Cajas de Compensación Familiar y los fondos del transporte, cafetero y arrocero. El aporte parafiscal debe ser cancelado por toda empresa pública o privada, sin importar su tamaño, número de empleados o capital. Si la empresa está vinculada a alguna Caja de Compensación Familiar, debe pagar el aporte a través de esa Caja y, en ese caso, liquidará el 9% que se distribuye así: 4% para la Caja de Compensación, 3% para el ICBF y 2% para el SENA.

La Caja de Compensación se encarga de hacer el giro correspondiente que, en el caso del ICBF, representa más de 98,5% de sus ingresos totales.

Esto también aconteció con el pago de “primas” semestrales para los empleados. Algunas empresas comenzaron a pagarlas y luego el gobierno las incluyó dentro de las prestaciones sociales a las cuales tienen derecho todos los trabajadores.

En Colombia la diferencia entre ser trabajador y no tener un empleo en el sector formal es mayor por la protección social a la cual tiene derecho el empleado.

Aunque en los últimos años se ha tratado de disminuir esta brecha, la falta de acceso al seguro de desempleo y a pensiones por parte de quienes no tienen un empleo en el sector formal es crítica. En salud, la coexistencia de un régimen contributivo y un régimen subsidiado aminora las diferencias. Un punto porcentual del total pagado a los trabajadores, dinero que constituye un fondo de solidaridad, financia al régimen subsidiado.

Mientras tanto, en el régimen contributivo el dinero recaudado corresponde a 12% del total pagado a los trabajadores: la empresa aporta 8% y los trabajadores 4% de los salarios devengados.

Otros Aportes Empresariales Particulares del Caso Colombiano. Los principales grupos empresariales en Colombia, emprendieron la tarea de la creación de otras organizaciones emblemáticas en Colombia: por ejemplo, en el área de la educación superior contribuyó a la creación de la Universidad EAFIT de Medellín, la Universidad de los Andes de Bogotá, la Universidad Tecnológica de

Pereira, el Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA) de Bogotá y el Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolda (ICESI) de Cali. La ANDI y ACOPI participan en las juntas directivas de múltiples instituciones nacionales.

Un fenómeno de características singulares en Colombia son las Cámaras de Comercio. Las cámaras son más de 50 organizaciones que apoyan al sector empresarial, colaboran con la regulación de la actividad mercantil y contribuyen a mejorar la calidad de vida de su ciudad y su región. Algunos ejemplos de sus diversas intervenciones con impacto social son los siguientes: Cámara de Comercio de Bogotá: protagonista en programas y proyectos relacionados con educación, Cámara de Comercio de Medellín: apoyo a microempresas de familias de bajos recursos, Cámara de Comercio de Neiva: apoyo a niños con labio leporino, Cámara de Comercio de Manizales: capacitación a bachilleres de escasos recursos económicos, Cámara de Comercio de Cali: programa "Salvar al Río Cali". La Confederación Colombiana de las Cámaras de Comercio (Confecámaras), es una institución autónoma, constituida en el año 1969, para fines de ayuda mutua e interés colectivo entre las cámaras de comercio que funcionan en el país o fuera de él. Como gremio lidera actividades de RSE que tienen impacto nacional y convocan al empresariado en general. El trabajo de Confecámaras ha sido pionero en los temas de la ética en las empresas y de la responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas. Desde 1960 hasta hoy se da una creciente presencia de las empresas como actores de diversas intervenciones sociales.

Por un lado, numerosas organizaciones de origen confesional en Colombia siguen destacándose por el impacto social de sus intervenciones y cuentan con un importante apoyo del sector empresarial.

El origen de las distintas iniciativas sociales asumidas directamente por los empresarios tiene diferentes causas. Las razones para tan amplio surgimiento de organizaciones filantrópicas de origen empresarial a comienzos de la década de 1960 fueron variadas.

Algunos mencionan la corriente de pensamiento empresarial gestada a mediados de la década de 1950, preocupada por la responsabilidad social

empresarial, y la legislación tributaria favorable a la inversión de recursos en temas filantrópicos.

Otros señalan la Guerra Fría y la revolución cubana como motivadores y, en el caso colombiano, el fin de un conocido periodo de violencia política y el comienzo del llamado Frente Nacional.” (Fundación Corona 2004, p. 18).

Más allá de las razones detrás de su origen, las iniciativas sociales de las empresas colombianas tienen una fuerza especial: algunas de ellas con “características únicas en Latinoamérica”, otras reconocidas y apropiadas por el Estado que les dio vida propia a través de mecanismos como los impuestos parafiscales.

En resumen, la responsabilidad social de la empresa (RSE) en Colombia ha tenido un desarrollo ascendente desde los primeros años del siglo XX hasta hoy.

Es posible identificar cuatro etapas en su evolución:

Primera mitad del siglo XX: en el contexto católico colombiano, la Iglesia es el actor social al cual el empresario aporta para contribuir a la sociedad. Otros actores destacados son los sindicatos y los gremios.

A comienzos de siglo nacieron iniciativas innovadoras, como la Fundación Social, que hoy siguen destacándose dentro de la RSE en Colombia.

Alrededor de mitad de siglo, surgieron la mayoría de los principales gremios: la Asociación Nacional de Industriales ANDI en 1944, la Federación Nacional de Comerciantes Fenalco en 1945, y la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias ACOPI en 1951.

Década de 1960: la legislación laboral colombiana contribuyó a la protección de los empleados y la legislación tributaria estimuló la creación de fundaciones al permitir que las donaciones sean objeto de deducción de impuestos. Entre 1960 y 1970 surgieron fundaciones de origen empresarial que hoy se mantienen y sobresalen por la cantidad y calidad de sus intervenciones. A finales de dicha década la responsabilidad social empezó a ser estudiada académicamente al crearse una maestría en la Universidad del Valle para formar dirigentes con alta calidad técnica y un énfasis en su formación humanista.

Década de 1990: en 1991 catorce organizaciones gremiales en Colombia se agruparon en el Consejo Gremial Nacional. Desde éste, a través del denominado “Compromiso de Guaymaral” de junio de 1993, decidieron reorganizar y fortalecer la función social de los gremios en el país.

A lo largo de la década el sector privado impulsó la creación de ocho corporaciones en temas estratégicos para el desarrollo como la educación, la salud, la innovación y el desarrollo productivo, la paz, el desarrollo comunitario, la justicia y la transparencia.

Inicios del siglo XXI: el esfuerzo por aumentar el impacto de la filantropía privada en distintos sectores ha generado diversas iniciativas de trabajo con el sector público y con organizaciones de la sociedad civil.

En recientes investigaciones comparativas realizadas por la Social Enterprise Knowledge Network (www.sekn.org), una red de 11 universidades iberoamericanas coordinadas por la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, se destacaron las características singulares y el impacto social de algunas alianzas entre empresas y organizaciones sin fines de lucro colombianas y de las iniciativas sociales de ambos tipos de organizaciones. Por otro lado, la experiencia de las corporaciones mixtas ha servido para la creación de otro tipo de organizaciones, algunas de ellas con mayor participación del empresariado. Finalmente, el Global Compact ha sido suscrito por 54 empresas en Colombia.

En el 2004, el Consejo Gremial Nacional estaba integrado por 16 miembros de los distintos sectores de la economía: la Asociación Nacional de Industriales, ANDI; la Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes, Acolfa; la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias, ACOPI; la Asociación Colombiana de Industrias Plásticas, Acoplásticos; la Asociación Nacional de Comercio Exterior, Analdex; la Asociación Bancaria y de Instituciones Financieras de Colombia, Asobancaria; la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores, Asocolflores; la Asociación Nacional de Cultivadores de Caña de Azúcar, Asocaña; la Cámara Colombiana de la Construcción, Camacol; la Asociación Colombiana de Transportadores de Carga por Carretera,

Colfecar; la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras; la Asociación Hotelera de Colombia, Cotelco; la Asociación Colombiana de Aseguradores, Fasecolda; la Federación Nacional de Ganaderos, Fedegan; la Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco y la Sociedad de Agricultores de Colombia, SAC.

En el contexto colombiano operan compañías, nacionales y multinacionales, con altos estándares en RSE. Estos estándares son ejemplares por su innovadora estructura organizacional, por la calidad de su gestión o por sus resultados, y muchos empresarios consideran que las iniciativas sociales de las empresas deben alejarse de los criterios asistencialistas y, más bien, contar con proyectos que integren el crecimiento económico con acciones que generen valor social y contribuyan a hacer sostenible en el tiempo la generación de riqueza (Revista ANDI 2004, p. 12).

Numerosas empresas superan la “frontera de las expectativas sociales” (cumplir con la ley y las normas básicas de la sociedad) con innovaciones sociales, algunas alejadas de su negocio y otras integradas a éste. Las intervenciones sociales del sector privado en Colombia son diversas en tres dimensiones: a quién atienden, en cuáles temas y cómo están estructuradas. La primera parte de esta sección del documento describe la variedad en las intervenciones en relación con su población objetivo y con los temas abordados; la segunda parte ofrece una tipología de las distintas formas adoptadas para alcanzar los fines que persiguen esas intervenciones sociales.

Diversidad En Las Poblaciones Atendidas. En Colombia, las iniciativas sociales de las empresas están dirigidas a distintos grupos de interés y son desarrolladas en diferentes regiones del país. Estas iniciativas atienden a grupos directamente relacionados con la empresa, a comunidades circundantes y –en ocasiones– a determinadas poblaciones en la sociedad.

Es posible encontrar varias experiencias empresariales con cada uno de estos grupos, pero apenas mencionaremos algunas de ellas a manera de ilustración. Como ejemplo de programas cercanos al giro de los negocios empresariales, la multinacional colombiana Crepes & Wafflers presta a sus empleadas, sin interés,

las cuotas iniciales para su vivienda, ofrece seminarios y charlas para ayudarlas con ser mejores madres, y financia lavadoras para que tengan más tiempo para compartir con sus hijos. El grupo empresarial Bavaria tiene un programa con cultivadores de fruta que incluye capacitación, apalancamiento financiero, acompañamiento técnico y aseguramiento de compra con precios estables.

Tres gremios, ACOPI, ANDI y Fenalco, elaboraron el “Acuerdo unificado sobre buenas prácticas industriales, comerciales y defensa del consumidor” para establecer reglas claras de comportamiento entre, por ejemplo, los proveedores y el comercio de grandes superficies.

Homecenter, una cadena de almacenes de grandes superficies (venta de materiales y equipos) que hacen parte de la Organización Corona, tiene programas para capacitar a sus clientes en la utilización de herramientas y artículos ofrecidos, y para capacitar a maestros de obra en su oferta de servicios a los clientes de los almacenes.

En Colombia, muchas empresas trabajan con sus comunidades vecinas. Algunas se han asociado para crear organizaciones que trabajan por el desarrollo de comunidades geográficas particulares. Por ejemplo, empresas localizadas en los municipios aledaños a Bogotá han creado las Corporaciones Pro Desarrollo del Norte de la Sabana, Prodensa, y del Occidente de la Sabana, Prodeocsa; empresas del sector petrolero crearon –entre otras– la Fundación del Alto Magdalena y la Fundación Oleoductos de Colombia. También la sociedad en general es objeto del trabajo de algunas organizaciones del sector privado.

En su proceso de macroinflujo, la Fundación Social promociona y participa en foros de discusión de políticas públicas.

La inversión social llevada a cabo por organizaciones sin fines de lucro creadas o impulsadas por empresas, atiende a la población menos favorecida de Colombia. Por ello, las poblaciones a las cuales dirigen su atención son mucho mayores que aquellas cercanas a las empresas. Aunque hay programas para grupos de interés cercanos a las empresas, éstos son una minoría frente a la cobertura que tienen las organizaciones sin fines de lucro. La población objetivo de estas organizaciones está en casi todos los rincones del país y, a su vez, la gestión de estas organizaciones es objeto de apoyo por parte de organizaciones

creadas por el sector privado. Vale la pena mencionar una organización como Compartamos con Colombia que nace para elevar la capacidad de operación de organizaciones sin fines de lucro. Para hacerlo creó una estructura organizacional que integra los aportes de 19 firmas consultoras y canaliza las orientaciones de sus consultores profesionales voluntarios. En sus primeros cuatro años de operación, Compartamos ha realizado proyectos de asesoría para 1,2 millones de beneficiarios indirectos.

En las iniciativas sociales de las empresas en distintas regiones de Colombia, es posible observar diversidad y antigüedad. Un estudio patrocinado por el Comité de Responsabilidad y Desarrollo Social de la Seccional Valle del Cauca de la ANDI, rastreó las contribuciones al desarrollo social del empresariado vallecaucano desde finales del siglo XIX y describió sus características actuales en el caso de 41 empresas y 10 organizaciones sin fines de lucro (Laverde 2005). En la región antioqueña, la Unidad de Conocimiento del grupo Empresarial Antioqueño (GEA) realiza encuestas de gestión social a más de tres decenas de empresas del grupo desde el 2001 (Unidad de Conocimiento 2003). En la Costa Caribe, un estudio cualitativo de las iniciativas sociales de 21 empresas y 3 organizaciones sin fines de lucro presentó la diversidad de sus características y los obstáculos que enfrentan (Escobar, Jiménez y Gutiérrez 2004).

Es común encontrar, en las tres regiones, iniciativas en educación, desarrollo comunitario y programas de bienestar para los empleados. El aumento en los aportes y el voluntariado corporativo son otras características comunes. En el Valle del Cauca y la Costa Caribe las empresas tienen apoyos especiales para programas de generación de ingresos, mientras en las empresas del GEA el énfasis está en proyectos de conservación ambiental.

Diversidad en las Necesidades y Problemas Enfrentados. La diversidad de las iniciativas del empresariado colombiano también es notoria al considerar los distintos frentes sociales en los cuales hay programas establecidos. Los ejemplos descritos a continuación son algunos de los esfuerzos por transformar los campos de la educación, la salud, la nutrición, la protección a la infancia, la

vivienda, el desarrollo productivo, la paz, la justicia, la transparencia, el fortalecimiento institucional, el arte y el medio ambiente.

En educación, una empresa de alimentos –Meals de Colombia– ha encabezado el aporte en conocimientos en los temas de gestión de la calidad para más de un centenar de directivos empresariales.

En el 2002, 189 colegios públicos y privados habían formado grupos de trabajo con directivos de 109 empresas. Un resultado de esta interacción es que algunos empresarios fueron llamados a conformar juntas asesoras del Ministerio de Educación Nacional y de varias Secretarías de Educación en el ámbito local.

En 1992, cuatro fundaciones –cada una como brazo social de un grupo económico colombiano y ninguna relacionada con el sector salud–, seis empresas de negocios –todas pertenecientes al sector salud–, siete hospitales, el Fondo Nacional para el Desarrollo (Fonade) y el Instituto de Seguros Sociales (ISS) se comprometieron con un aporte financiero inicial a buscar el desarrollo del sector de la salud.

Diez años después de su creación, el Centro de Gestión Hospitalaria ha trabajado, en asesoría y capacitación, con 125 hospitales que tenían, en su momento, 25% del total de camas hospitalarias en Colombia; con 10 empresas promotoras de salud que reunían 35% de los afiliados al sistema de salud y seguridad social; con 5 Secretarías de Salud en cuyo territorio vivía 34% de población colombiana; y con 35 instituciones prestadoras de salud ambulatorias. Varias cadenas de grandes superficies han apoyado la creación y funcionamiento de los bancos de alimentos del país. Una de ellas, Almacenes Éxito, tiene varios programas en nutrición y salud: donaciones por medio de tarjetas, alianzas con comunidades, organizaciones de la sociedad civil y el Estado, y un premio en dinero para la intervención nutricional e investigación orientadas a mejorar las condiciones de alimentación y nutrición de madres gestantes, niños y adolescentes en todo el país.

En otro contexto, un programa de voluntariado desde el 2000–Alpina Somos Todos– facilita la donación de tiempo, dinero y conocimientos de sus empleados a organizaciones sin fines de lucro escogidas por la empresa. Treinta

organizaciones en temas de nutrición y educación han sido apoyadas por el programa.

Creada en 1967 por un legado personal, la Fundación Antonio Restrepo Barco está dedicada a promover el desarrollo social y los derechos fundamentales, en especial, de la niñez y la juventud.

En asocio con el ICBF, Unicef y la FES, el Programa de Autoevaluación, Fortalecimiento y Estándares de Calidad trabajó, desde mediados de los años noventa, con cerca de 400 organizaciones sin fines de lucro dedicadas a la protección de la infancia.

Desde 1998 la fundación promueve el trabajo de la Red Nacional de Protección a la Infancia, con 15 redes regionales y 225 organizaciones miembros, para la proyección política, la cualificación de los procesos de atención y formación, y la divulgación de las estrategias de acción social en la atención a la infancia bajo la Convención de los Derechos del Niño.

En el tema de vivienda es interesante el trabajo de Compartir. Durante casi tres décadas la empresa y su fundación han desarrollado programas de vivienda y espacio público utilizando la capacidad y experiencia empresarial de la primera, y el conocimiento que la fundación tiene de las comunidades poco privilegiadas.

En el apoyo a la microempresa, la Fundación Carvajal lleva 24 años creando y desarrollando modelos de atención microempresarial regional y nacional; con éstos se han beneficiado cerca de 60,000 empresarios de la pequeña y mediana empresa a través de programas de capacitación, adaptación laboral, formación para el trabajo de indicadores de gestión.

Por su lado, la Fundación Mario Santo Domingo fue reconocida por sus servicios de desarrollo empresarial y como la entidad no financiera con mayor colocación de créditos en el 2004. Entre otras fundaciones de origen empresarial que apoyan la microempresa en Colombia a Fundación Corona apoyó –en 1997– la primera aplicación del Sistema de Evaluación de Impacto de los Servicios de Apoyo a las Microempresas en Colombia. Este sistema de evaluaciones y debate sobre el tema contribuyó a mejorar el marco de políticas públicas para el sector de las micros y pequeñas empresas.

El Informe Nacional de Desarrollo Humano del PNUD sobre Colombia destaca “[el papel de los empresarios en la resolución del conflicto armado y la construcción de una paz duradera” (INDH 2003, p. 499). La Fundación Ideas para la Paz surge, en 1999, por la preocupación de un grupo de ciudadanos-empresarios con la grave situación del país y la poca conciencia, escaso conocimiento e información que la sociedad tiene sobre los temas de paz.

La fundación ha documentado casos regionales de desarrollo y paz, sistematizado la información sobre el proceso de paz en Colombia, observado procesos internacionales, y se construye un plan para el pos conflicto.

En el ámbito nacional, el sector privado ha participado en experiencias como la de la Corporación Excelencia en la Justicia; en el local, algunos empresarios crearon la Corporación Empresarial de Itagüí en 1988.

En alianza con el Tribunal Superior de Medellín, los jueces de Itagüí, la Alcaldía Municipal y la Fundación FES crearon el Programa de Modernización y Sistematización de los Juzgados de Itagüí. Las evaluaciones del programa han mostrado tasas significativas de descongestión, aumento de productividad, y mayor confianza y credibilidad de la comunidad en el sistema de justicia.

Transparencia por Colombia –integrada por 30 organizaciones, la mayoría de ellas empresas– se constituyó como capítulo de Transparencia Internacional en 1998. Su Programa Empresarios Contra el Soborno incluye, entre otros elementos, “pactos de integridad” o acuerdos voluntarios de transparencia en procesos de contratación con recursos públicos. Su Programa Integral de Ética-Pymes Íntegras y Transparentes- se concentra en otros sectores empresariales. Una de las empresas que más ha apoyado a Transparencia, la petrolera Hocol, ha buscado por distintos medios fortalecer la capacidad de las organizaciones estatales locales y el control ciudadano de éstas. En alianza con otras organizaciones han creado, entre otras, la Escuela para la Democracia y el Desarrollo Local del Municipio de Neiva y la Escuela Rural de Participación Comunitaria y Ciudadana.

En el tema de rendición de cuentas y seguimiento al Estado, la Fundación Corona ha impulsado proyectos como Bogotá Cómo Vamos que están siendo adoptados en otras ciudades del país. Este proyecto hace seguimiento a los

cambios en la calidad de vida de los ciudadanos generados por las políticas, programas y proyectos desarrollados por el gobierno de la ciudad respectiva. Las donaciones para la promoción del arte por parte de las empresas son combinadas con otras iniciativas sociales. Por ejemplo, Gas Natural apoya eventos culturales específicos mientras en su propia operación –al otorgar créditos para la instalación de sus redes de distribución– busca bajar las barreras de acceso a su producto dentro de las poblaciones menos privilegiadas. Una compañía como Suramericana de Seguros sostiene una sala de arte y otorga donaciones a obras sociales para conservación ambiental, desarrollo comunitario, educación y salud a través de su fundación. Como una más de sus inversiones para apoyar la cultura, muchas empresas han patrocinado el Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá durante dos décadas.

Por último, en el tema de medio ambiente, empresas como Acesco tienen varios programas para el uso racional y eficiente del agua, disminuir o eliminar los desechos industriales, y para reutilizar las fuentes de calor de los procesos industriales. Cecodes, el capítulo colombiano del World Business Council for Sustainable Development, creado en 1993, está conformado por 25 empresas y 3 gremios que representan más de 4% del PIB con más de 400.000 empleos directos e indirectos y exportaciones de más de 1.600 millones de dólares al año. Sus miembros comparten el compromiso con el medio ambiente y con los principios de crecimiento económico y desarrollo sostenible.

Los anteriores ejemplos dan cuenta de la diversidad de los aportes del sector privado en dos dimensiones: los diversos grupos a los cuales están dirigidas sus iniciativas sociales y los distintos temas en los cuales existen trabajos consolidados. También es diversa la forma en que las empresas estructuran estas iniciativas.

Diversidad e Innovación en las Formas de Intervención Social. Las tendencias en las inversiones del empresariado colombiano son similares a las observadas en otros países. Luego de una filantropía con iniciativas dispersas y relaciones a distancia, hoy predominan las inversiones sociales enfocadas a grupos externos

a las empresas. Esto podría denominarse el paso de la caridad a la inversión social. Hay quienes han dado otro paso al integrar lo social y lo económico.

Un pequeño número de empresas sostienen, como en la teoría promulgan Porter y Kramer (2002), que la filantropía ha de ser estratégica para el negocio porque en esa medida, al usar las habilidades y experticia propias de la empresa, se genera el mayor valor económico y social posible. Antes de concentrarnos en la filantropía estratégica de estas empresas, haremos un resumen de las distintas formas de inversión social de las empresas en Colombia.

La inversión social de las empresas, aunque no tiene relación directa con su negocio, puede generarle beneficios indirectos; entre otros, en imagen externa, y en compromiso y sentido de pertenencia de sus empleados.

En Colombia hay, por lo menos, se dan cuatro modelos diferentes de inversión de las empresas en la sociedad: 1) unas han decidido crear sus propios programas al interior de la empresa; 2) otras han decidido crear una organización aparte (una fundación, una corporación o una asociación) o apoyar una organización sin fines de lucro ya existente; 3) algunas más participan en programas sociales liderados por su gremio; y 4) otras participan en programas del gobierno de turno.

Es fácil identificar el programa propio de una empresa, su participación en programas gubernamentales o las intervenciones de un gremio.

Por ejemplo, existe un creciente acercamiento del sector empresarial a planes de desarrollo de las alcaldías de las principales ciudades, como es el caso de Bogotá, y a programas del gobierno como los “Programas Regionales de Desarrollo y Paz” (14 iniciativas regionales que tienen presencia en más de 350 municipios de 23 departamentos del país con los más altos niveles de conflicto).

Es más difícil identificar algunos de los aportes empresariales canalizados a través de organizaciones sin fines de lucro. Son diversas las organizaciones sin fines de lucro creadas o apoyadas por el sector privado y sirven a distintos propósitos: Canalizar filantropía empresarial (fundaciones empresariales); Usar utilidades con fin social (fundaciones con empresas); Desarrollar un sector (corporaciones mixtas en educación, salud o justicia, entre otras); Desarrollar una actividad (corporaciones mixtas que promueven el empresariado o la

investigación en un tema específico); y Promover un modelo de intervención (organizaciones con una causa como combatir la corrupción o buscar la paz).

Existen varias diferencias entre las organizaciones sin fines de lucro que cumplen con estos propósitos. Los dos primeros tipos de organizaciones, las fundaciones empresariales y las fundaciones con empresas, tienen una estrecha relación con una empresa particular y, además, su rango de acción es más amplio y menos focalizado.

Por el contrario, las organizaciones de los tres últimos tipos convocan a un grupo de empresas y son identificadas por el tipo de acción social que realizan y su especialización aumenta la probabilidad de que sus intervenciones tengan mayor impacto.

Existe también una “evolución” en el tipo de organización creada. Los dos primeros tipos llevan décadas; la mayor parte de estas organizaciones surgió durante los años sesenta. Luego, en la década de 1990 fueron creadas cerca de una docena de corporaciones mixtas.

En algunos de estos casos, un puñado de fundaciones empresariales trabajó con el Departamento Nacional de Planeación (DNP) para convencer a los empresarios del sector de la bondad de crear corporaciones mixtas. Con el tiempo la participación de los empresarios fue limitándose a ciertos espacios como el de la junta directiva y algunas corporaciones mixtas han comenzado a tener dificultades económicas. En el 2002 surgió una organización, la Fundación Empresarios por la Educación, que aborda de una manera distinta estos dos temas: con un enfoque regional busca la participación activa de los empresarios en distintos proyectos locales y tiene una mínima estructura operativa (tres profesionales coordinan, dos años después, las actividades en una docena de capítulos regionales). Participación empresarial permanente y bajos costos operacionales son las características de esta nueva propuesta en el campo de la responsabilidad social del empresariado colombiano.

Una de las consecuencias del vuelo propio que han adquirido las organizaciones sin fines de lucro apoyadas por el sector privado es la diversificación en sus fuentes de financiación. Si en sus orígenes estas organizaciones dependían –en buena parte– de los recursos de las empresas, hoy sus ingresos incluyen

importantes montos por venta de servicios y recursos de cooperación internacional.

La distancia que ha surgido entre las organizaciones sin fines de lucro y las empresas –asociada con menor identificación de las empresas con los programas y menor dependencia de sus recursos financieros– limita la convocatoria, la participación y el uso de múltiples competencias empresariales en los variados emprendimientos sociales.

La Filantropía Estratégica: Iniciativas que Generan Valor Social y Valor Económico a la Vez. Hay diversos esfuerzos que promueven la filantropía estratégica y examinan cómo aumentar el impacto social a la par de los rendimientos económicos.

Durante el 2004, 54 empresas firmaron el Global Compact (Pacto Mundial) en Colombia. Además, más de 170 empresarios se han reunido para construir agendas comunes en responsabilidad social para su sector y región. Aunque la inversión social es reconocida, la filantropía estratégica tiene un lugar especial en estas construcciones colectivas. El trabajo ha comprendido al sector de las grandes superficies, a los establecimientos de crédito y a las empresas de la región Caribe y la región del Valle del Cauca.

Algunas empresas en Colombia han logrado integrar su estrategia de gestión social con su estrategia de negocio. En estos casos la empresa logra generar valor social y valor económico con sus intervenciones sociales. Esto no sólo aumenta la probabilidad de supervivencia de la intervención, sino que le provee una experiencia y una logística difícil de obtener de otra manera. Una iniciativa social integrada con el negocio tiene características muy distintas a las inversiones sociales alejadas del negocio, y tiene un impacto potencial muy alto por la sinergia posible entre lo económico y lo social (Gutiérrez y Jones 2004).

La diversidad de las intervenciones en el panorama de la RSE en Colombia plantea la pregunta por el potencial de escalar sus impactos al establecer canales de asociación y complementariedad entre las iniciativas.

En otras palabras, cómo aprovechar “tantos pasos en distintos caminos”.

Una hipótesis es que la RSE en Colombia podrá contribuir mucho más al desarrollo del país cuando los programas que hoy se realizan de manera aislada se apoyen en la cooperación público–privada (comunidad, empresa, gobierno, ONG, universidad, cooperación internacional).

Dos programas han estudiado resaltan el potencial de las alianzas del sector privado con el sector público y con el sector social en Colombia: la Iniciativa en Emprendimientos Sociales de la Universidad de los Andes y el Programa Nacional de Alianzas de la Fundación Corona, el Banco Mundial y ocho universidades regionales.

Durante la última década, la mayor cantidad de recursos de la ‘nueva filantropía’ organizada en América Latina proviene del mundo empresarial. Encuestas realizadas en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia muestran que entre 80% y 95% de las grandes corporaciones practican algún tipo de filantropía directa, incluyendo donaciones financieras o en especie, programas de voluntariado entre sus empleados y operación directa de programas sociales (Sanborn 2000). Investigaciones realizadas en Brasil, Chile, Perú, Colombia, Ecuador y México también revelan que las empresas y los Líderes empresariales son los principales promotores de las nuevas fundaciones en la región (Teixidó, Chavarría y Riedemann 2001; Portocarrero, Sanborn, Llusera y Quea 2000; Turitz y Winder, 2003).

En comparación con otros países latinoamericanos, las empresas en Colombia apoyan o desarrollan una amplia gama de intervenciones con impacto social. Este país se destaca, en el contexto latinoamericano, por la tradición e importancia de las fundaciones empresariales y por la creciente presencia de acciones empresariales directas. Según Latin Trade (2005); la mitad de las empresas en otros países la responsabilidad social es un tema nuevo o sólo se da entre las multinacionales en Colombia el más importante gremio industrial ha venido promoviendo los balances sociales desde la década de 1970 y son las empresas nacionales las más destacadas por su innovación e impacto.

Las organizaciones sin fines de lucro apoyadas por las empresas han contado también, durante décadas, con financiación de donantes internacionales. Además del apoyo financiero, las relaciones con estos donantes han tenido dos

características: por un lado, los procesos de rendición de cuentas son un componente integral de su gestión y, por otro lado, las organizaciones colombianas han abordado el problema del desarrollo desde una perspectiva integral (más allá de resolver problemas puntuales de educación, salud, vivienda, nutrición, etc.). Esta sofisticación ha llevado a que en Colombia distintas organizaciones sin fines de lucro influyan en la definición de la política social del Estado en temas como educación, salud, infancia, protección y desarrollo comunitario.

5. MARCO METODOLÓGICO

5.1 Tipo de Investigación

Para realizar el estudio acerca de la Responsabilidad Social Empresarial de Comfenalco-Cartagena, caracterizando y analizando sus iniciativas en materia de inversión social mediante el modelo de Balance Social propuesto por la Fundación Escuela de Gerencia Social se ha seleccionado un tipo de estudio descriptivo-exploratorio.

Según Fernández, Hernández y Baptista, “Los estudios descriptivos pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a los que se refiere” (Hernández, Fernández, y Baptista, 2003, p.119). Y además, “Buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Danhke,1998, en Hernández et al, 2003, p.117). Asimismo, esta investigación se puede clasificar como exploratoria ya que “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (Hernández et al, 2003, p 59).

5.2 Diseño

El tipo de investigación se ubica en un estudio de campo, ya que la estrategia a seguir se basa en métodos que permiten recoger los datos en forma directa de la realidad.

Los datos que se recolectarán, en la investigación, se denominan datos primarios, por el hecho de ser de primera mano, producto de la investigación en desarrollo (Hernández et al, 2003).

La investigación de campo constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una

estrategia de recolección directa de la realidad; las informaciones necesarias para la investigación (Acevedo, R y Franco, J., 1979).

El estudio de campo permite al investigador estudiar los hechos o sucesos en el lugar de los acontecimientos, aunado a esto, brinda la oportunidad de cerciorarse de las verdaderas condiciones en las cuales se han recolectado los datos y de seleccionar los mismos acorde a los objetivos de la investigación.

De acuerdo a la segmentación existente en los tipos de Estudios de Campo, la presente investigación es un estudio de casos, que es definido como el “estudio profundizado y exhaustivo de uno o muy pocos objetos de investigación, lo que permite obtener un conocimiento amplio y detallado de los mismos” (Sabino, 1992, p. 106) La utilidad de los estudios de caso es mayor cuando se trata de realizar indagaciones exploratorias ya que son muy flexibles y adecuados para las fases iniciales de una investigación sobre temas complejos, para formular hipótesis de trabajos o reconocer cuáles son las principales variables involucradas en una situación. (Sabino, 1992). También este tipo de estudio permite un examen y escrutinio muy de cerca de la recopilación de una gran cantidad de datos detallados; fomentan el uso de varias técnicas distintas para obtener la información necesaria; y si bien los estudios de casos no prueban hipótesis, sugieren direcciones para estudios subsecuentes. (Salkind, 1998) Con respecto al tipo de diseño de la investigación, esta investigación se define como no experimental, ya que no se manipulan las variables deliberadamente. El objetivo de la investigación no experimental es “observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para luego analizarlos”. (Hernández et al, 2003, p. 269)

Por su dimensión temporal, el número de momentos en el tiempo en el cual se recolectan los datos de la investigación, se definirá como transversal ya que se va a centrar en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado, o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo. En resumen, “los diseños transversales recolectan los datos en un tiempo único y su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (Hernández et al, 2003, p. 270).

5.3 Unidad de Análisis

La unidad de análisis está constituida por la empresa seleccionada, Caja de Compensación Familiar de Fenalco-Comfenalco- Cartagena.

5.4 Población

Se entiende por población o universo de estudio la “totalidad de un conjunto de elementos, seres u objetos que se desea investigar y de la cual se estudiará una fracción (la muestra) que se pretende que reúna las mismas características y en igual proporción” (Ander, 1983, p. 179).

La población o universo de estudio está conformada por todas empresas afiliadas a la Caja de Compensación Familiar de Fenalco-Comfenalco y por los trabajadores y empleados que laboran en cada una de estas organizaciones mencionadas divulgan públicamente sus prácticas de responsabilidad social empresarial.

5.5 Muestra

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández et al, 2003, p. 305).

En este estudio, la muestra fue de tipo no probabilística, también llamada muestra dirigida, la cual supone “un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario; en las muestras de este tipo la elección de los sujetos no depende de que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de encuestadores” (Hernández et al, 2003, p. 226).

Una muestra intencional escoge sus unidades no en forma fortuita sino completamente arbitraria, designado a cada unidad según características que para el investigador resulten de relevancia. Estas muestras son muy útiles y se emplean frecuentemente en los estudios de caso, por más que la posibilidad de

generalizar conclusiones, a partir de ellas, sea en rigor nula. (Sabino, 1992, p. 120).

5.6 Justificación de la muestra

La muestra estudiada fue seleccionada considerando la importancia actual que tiene dicha institución en el área inversión social en la ciudad de Cartagena. La empresa es considerada entre los casos ejemplares de responsabilidad social en el país y es la primera entidad de carácter solidario a nivel local, que tiene la iniciativa de publicar periódicamente un Balance Social donde refleja el total de inversión dedicada a los servicios que otorga para la realización de diversos programas y proyectos sociales de gran impacto en áreas de atención prioritarias, como son educación, salud, recreación, turismo, deportes, fomento empresarial, vivienda y demás beneficios para los trabajadores afiliados, etc.

Otro elemento vinculante con la selección de la muestra, se refiere a que Comfenalco se encuentra, actualmente, en procesos relacionados a la auditoria y mejoras de calidad con la obtención de la certificación ISO 9001:2008 como empresa con altos estándares en su sistema de gestión de calidad en todos los servicios que ofrece, lo cual enriquece considerablemente la investigación.

5.7 Definición Operacional de Variables

Dimensión Interna: es la correspondiente al aspecto interno de la empresa. Se refiere en primer término, a los trabajadores y hace referencia la promoción del capital humano.

5.7.1 Variables de la Dimensión Interna

Caracterización Socio-Demográfica de los Trabajadores: Define las particularidades sociales de los trabajadores y su familia, tales como: género, distribución de edades, nivel educativo, procedencia geográfica y carga familiar, de modo de poder formular políticas adecuadas a dichas características.

5.7.1.1 Indicadores de la Variable “Caracterización Socio-Demográfica” :

- ❖ Género: Caracterización de la población trabajadora en términos de género.
Edad: Caracterización de la población trabajadora en términos de edad.
- ❖ Edad de los Trabajadores: Promedio de edad de los trabajadores de la empresa.
- ❖ Distribución de edad: Distribución de la población trabajadora y de los hijos de los trabajadores por grupos de edad, clasificados en intervalos de 5 años cada uno.
- ❖ Estado Civil: Distribución de la población trabajadora de acuerdo a su estado civil.
- ❖ Nivel Educativo: Caracterización del nivel educativo
- ❖ Años de Educación: Número promedio de años de estudios formales de la población trabajadora.
- ❖ Grado Nivel Educativo: Se refiere al grado, año o semestre más alto alcanzado por el trabajador y los hijos de los trabajadores dentro del sistema educativo formal.

5.7.1.2 Indicadores de la Variable “Relaciones Laborales”

- ❖ Contratación: Implica todas aquellas condiciones de contratación y de la relación de trabajo que están referidas al tipo de contratación con la empresa, los beneficios mínimos iniciales otorgados al trabajador y la relación “tipo de cargos – género”. La finalidad es determinar el predominio del tipo de relación contractual en términos de la estabilidad que representa para el trabajador y analizar la distribución del personal en función de la naturaleza del trabajo.
 - Trabajadores según tipo de contrato
 - Trabajadores según tipo de cargo y género
- ❖ Remuneración: Categoría referida al sistema de remuneración y de

prestación social como pago de los servicios prestados al empleador por parte del trabajador. La finalidad de este indicador es comparar el beneficio de pago con el mínimo exigido en la Ley Orgánica del Trabajo.

- Diferencia entre salario más bajo de la empresa y el salario mínimo nacional.
 - Cobertura de la Canasta de Beneficios de la Empresa con respecto a la Canasta Básica Nacional.
 - Pago de Utilidades
 - Pago de Vacaciones y Bono Vacacional
 - Disfrute de vacaciones (Conocer la cantidad de trabajadores que disfrutaron oportunamente sus vacaciones)
- ❖ Movimientos del Personal: Categoría relacionada con la estabilidad que el trabajador accede, después de formalizada la relación contractual.
- Antigüedad: Cuantifica en términos de años la antigüedad de los trabajadores en la empresa para caracterizar la permanencia de los trabajadores dentro de la empresa.
 - Rotación de personal: Relación anual del personal que ha ingresado y retirado de la empresa.
 - Causas de egresos: Razones que justifican o explican los egresos de personal.
 - Variación del empleo fijo: Da a conocer si hubo generación o disminución de empleos en un período determinado.
 - Ausentismo: Determina el tiempo laboral perdido, por razones de ausencias de los trabajadores, sin distinción de sus causas.
 - Motivos de Ausentismo: Conocer los determinantes del ausentismo en la organización, durante un período determinado.
 - Costos del ausentismo: Valor salarial de los días de ausentismo para conocer el costo salarial que representa para la empresa el ausentismo de sus trabajadores por enfermedad profesional.
 - La Negociación y Manejo de Conflictos Laborales: Categoría referida a los

aspectos de la relación de trabajo concernientes a la posibilidad de realización de convenciones colectivas de trabajadores y patronos, y el número de organizaciones sindicales formalizadas y activas en un lapso determinado, así como el número de agremiados en estas organizaciones de trabajadores. Asimismo, se refieren aquellas acciones que representan protestas o querellas de los trabajadores por causa del empleador, ante las instancias administrativas designadas para tal caso.

- ❖ Realización de Convención Colectiva de Trabajo: Procesos de negociación ocurridos en la empresa en cuanto a modificaciones en las condiciones de trabajo, celebración y/o cumplimiento de las convenciones colectivas.
 - El Sindicato de los trabajadores de la empresa según tipo: Consiste en la identificación de los sindicatos que actúan en representación de los trabajadores de la empresa para su cuantificación y caracterización.
 - Participación sindical: Es el porcentaje de trabajadores que forma parte del o los sindicatos con el objetivo de conocer el grado de representatividad del o los sindicatos que operan en la empresa.
 - Afiliación a federaciones y/o confederaciones: Identifica las federaciones y/o confederaciones de las cuales el sindicato de trabajadores de la empresa es miembro activo.
 - Acciones legales ejecutadas por los trabajadores en contra de la empresa: Se refiere a iniciativas de carácter legal gestionadas por los trabajadores, a consecuencia de una situación conflictiva con la empresa. Este indicador tiene la finalidad de caracterizar el manejo de conflictos laborales individuales y/o colectivos por parte de la empresa.
 - Huelgas: Cuantificación y caracterización de las huelgas realizadas en la empresa a raíz de un conflicto de trabajo. Revela debilidades en el manejo de conflictos de trabajo de naturaleza colectiva
 - Pérdidas por huelga: Es el Valor de la producción y/o de las ventas que se deja de realizar por cada día de huelga. Conocer el costo que representa para la empresa los días de huelga.
 - Desarrollo de Personal: se refiere a los aspectos vinculados con el

desarrollo del recurso humano en su relación laboral con la organización.

- Comprende promociones del personal, actividades de adiestramiento, capacitación y de educación formal que describen la disposición de la empresa a promover el desarrollo a sus trabajadores.

5.7.1.3 Indicadores de la Variable “Desarrollo de Personal”

- ❖ Promoción y Ascenso: Referida a las políticas de promoción de personal adoptadas por la organización, como un mecanismo de reconocimiento al desempeño del trabajador. Este indicador busca conocer la prosecución interna del trabajador en la empresa, como mecanismo de incentivo y desarrollo de personal.
- ❖ Capacitación y Adiestramiento: El objetivo de esta categoría es conocer las iniciativas de la organización en materia de actualización y perfeccionamiento de su recurso humano, determinando la cobertura de las actividades de capacitación y el tiempo invertido en las mismas.
- ❖ Investigación de necesidades de capacitación: Es útil para determinar las iniciativas emprendidas por la Empresa para fortalecer y/o desarrollar competencias en sus trabajadores.
- ❖ Cobertura de la capacitación: Permite identificar el porcentaje de trabajadores que fueron beneficiarios de programas de actualización y/o formación en un período determinado.
- ❖ Capacitación recibida por los trabajadores: Cuantificación de las horas /hombre invertidas en programas formativos o de capacitación, promovidos por la empresa (ejecutados directa o indirectamente).
- ❖ Valor Actual Neto de la Inversión en Capacitación: Conocer y valorar el impacto de la capacitación en los niveles de ingresos de la empresa.
- ❖ Educación Formal: Referida a las iniciativas tomadas por la organización, para facilitar a sus trabajadores el acceso a programas de educación formal, con miras a la profesionalización de sus recursos humanos.
- ❖ Modalidad de ayuda para estudios de educación formal: Beneficios o facilidades económicas otorgadas por la empresa para incentivar la

continuación de estudios formales por parte de los trabajadores.

- ❖ Trabajadores egresados de los niveles de la Educación Formal: Total de trabajadores que culminan niveles educativos, con apoyo de la empresa
- ❖ Programas Sociales Internos: consiste en la caracterización de los programas o servicios sociales desarrollados por la empresa para la atención de las necesidades de los trabajadores y de sus familiares, en las áreas de vivienda, alimentación, transporte, deporte, cultura y recreación, capacitación, atención al preescolar y programas de jubilación.

5.7.1.4 Indicadores de la Variable “Programas Sociales Internos”

- ❖ Vivienda: Se refiere a los programas de vivienda desarrollados por la empresa para atender las necesidades habitacionales de sus trabajadores, más allá de lo establecido en la legislación laboral.
- ❖ Trabajadores sin vivienda: Identifica el número de trabajadores sin solución habitacional.
- ❖ Modalidades de apoyo para vivienda: Caracterización de los tipos de apoyo que presta la empresa para la solución de los problemas de vivienda en términos de: Créditos, planes especiales de vivienda, etc., para evaluar el grado de involucramiento por parte de la empresa en facilitar soluciones habitacionales a sus trabajadores.
- ❖ Cobertura de atención en vivienda: Relación porcentual de trabajadores beneficiados mediante los planes especiales de vivienda, en términos de la modalidad ofrecida para evaluar la cobertura de soluciones a problemas habitacionales logrado por la empresa.
- ❖ Inversión en vivienda: Conocer el monto de gastos que por concepto de atención en vivienda realiza la empresa.
- ❖ Alimentación: Se refiere a los programas de alimentación que tiene la empresa para sus trabajadores, enmarcados dentro de la Ley y más allá de ésta.
- ❖ Programas de alimentación: Caracterización de los tipos de apoyo que presta la empresa para la alimentación de los trabajadores.

- ❖ Inversión en alimentación: Cuantificación de los gastos realizados por la empresa para la atención de los trabajadores en el área de alimentación.
- ❖ Transporte: Se refiere a las iniciativas de la empresa para facilitar servicio de transporte a sus trabajadores de manera directa o indirecta
- ❖ Transporte propio de la empresa: Vehículo propiedad de la empresa utilizado para el transporte de los trabajadores.
- ❖ Transporte contratado: Vehículo contratado por la empresa utilizado para el transporte de los trabajadores.
- ❖ Inversión en transporte: Cuantificación de los gastos realizados por la empresa, para la atención de los trabajadores en el área de transporte.
- ❖ Cultura, Deporte y Recreación: consiste en la descripción y cuantificación de los programas de la empresa dirigidos a los trabajadores y sus familiares, en las áreas de cultura, deporte y recreación.
- ❖ Programas culturales, deportivos y/o recreativos promovidos u organizados por la empresa: Este indicador cuantifica y describe las actividades o programas deportivos, recreativos y/o culturales, promovidos u organizados por la empresa que buscan la participación de los familiares de los trabajadores.
- ❖ Cobertura de programas culturales, deportivos y recreativos: Es la relación porcentual de los trabajadores y familiares beneficiarios de los programas de la empresa, en las áreas de cultura, deporte y recreación.
- ❖ Clubes de aficionados: Sociedad o agrupación creada por la empresa para la consecución de fines culturales, deportivos o recreativos.
- ❖ Infraestructura y/o dotación: Construcción o reparación de instalaciones deportivo-recreativas, así como dotación de materiales o equipos para su uso (ejemplo, artículos deportivos).
- ❖ Inversión en cultura, deporte y recreación: Cuantificación de los gastos realizados por la empresa, para la atención de los trabajadores en las áreas de cultura, deporte y recreación.
- ❖ Educación Formal (Hijos de Trabajadores): Se refiere a las oportunidades de estudio o ayudas monetarias que la empresa ofrece a los hijos de sus trabajadores, para la consecución de logros académicos dentro del sistema

educativo formal

- Alumnos atendidos en Centro Educativo de la empresa según nivel educativo.
 - Alumnos egresados del Centro Educativo de la empresa.
 - Becas otorgadas
 - Beneficiarios con provisión de útiles escolares que culminan nivel educativo.
 - Matrículas o inscripciones escolares
 - Beneficiarios del pago de matrículas que culminan nivel educativo
 - Inversión en educación
- ❖ Capacitación: Se refiere a los programas de formación y/o actualización desarrollados por la empresa en beneficio de familiares de los trabajadores
- Participantes según cursos realizados y área temática: Total de familiares de trabajadores que participaron en actividades de capacitación, clasificados por cursos realizados y área temática.
 - Horas de formación recibida por familiares de los trabajadores según tipo de recurso utilizado: Cuantificación de las horas/hombre invertidas en programas formativos o de capacitación, promovidos por la empresa.
 - Personal en programas de capacitación: Caracterización del recurso humano de la empresa que actuó de facilitador en el programa de capacitación dirigido a familiares de los trabajadores.
 - Inversión en capacitación: Cuantificación de los gastos realizados por la empresa en la ejecución del programa de capacitación dirigido a familiares de los trabajadores.

- ❖ Atención al Preescolar: Se refiere a las acciones emprendidas por la empresa para dar cumplimiento al cuidado integral de los hijos de los Trabajadores, destacándose sus esfuerzos por atender a niños menores de seis (6) años, hijos de sus trabajadores, más allá de lo exigido por ley.
 - Niños atendidos según modalidad de cumplimiento de acuerdo a la ley
 - Trabajadores beneficiarios de la normatividad respectiva
 - Personal de guardería y/o preescolar de la empresa
 - Inversión en atención al preescolar

- ❖ Programas de Jubilación: Consiste en la caracterización de las iniciativas de la empresa en cuanto a la preparación y posterior vinculación con los trabajadores que pasen a condición de jubilados
 - Modalidad de programa de pos-jubilación
 - Modalidad de programa de prejubilación
 - Inversión en programas de jubilación

- ❖ Inversión total en programas sociales internos: Permite la cuantificación de los gastos realizados por la empresa para la atención de los trabajadores y sus familiares, mediante la ejecución de programas sociales internos en las áreas de salud, vivienda, alimentación, transporte, etc.

5.7.1.5 Indicadores de la variable “Salud”

- ❖ Programas de Salud Ocupacional: Esta variable se refiere a las condiciones y beneficios que el patrono provee al trabajador para preservar su salud en el trabajo. Contempla, además, los programas o beneficios otorgados por la empresa para atender necesidades de los trabajadores y de sus familiares, más allá de las obligaciones establecidas en la legislación laboral.

- Cobertura de atención en salud
- Enfermedades más frecuentes
- Consultas realizadas directa y/o indirectamente, según área de servicio
- Cumplimiento de meta de atención en salud
- Exámenes de pre-empleo
- Atención de primeros auxilios
- Programas de medicina preventiva
- Educación en salud ocupacional
- Inversión en salud dirigida a trabajadores y sus familiares
- Relación costo/beneficio de la inversión en salud
- Medicina Ocupacional: Esta categoría incorpora todas aquellas acciones acometidas por la organización para mantener o restituir la salud de sus trabajadores, a través de intervenciones directas o de terceros.
- Controles periódicos de acuerdo con los riesgos
- Reubicación del personal con problemas de salud
- Relación costo/beneficio de la inversión en Medicina Ocupacional
- Higiene y la Seguridad Industrial: En esta categoría se agrupan todos aquellos indicadores que guardan correspondencia con las iniciativas de la organización dirigidas a garantizar un ambiente seguro para el desarrollo de las actividades de trabajo, que implica, además, protección para el trabajador ante eventuales situaciones de riesgo en su entorno.
- Estudios ergonómicos de puestos de trabajo
- Identificación de factores de riesgo
- Manuales sobre normas de seguridad
- Uso de equipos e instrumentos de seguridad personal

- Mantenimiento de maquinarias y equipos industriales
- ❖ Relación costo/beneficio de la Inversión en Higiene del Trabajo :
 - Accidentalidad: Está referida a estadísticas de trabajo que permiten llevar un control de los índices de accidentalidad en las instalaciones de la organización, en términos de su frecuencia, la severidad o gravedad de los accidentes de trabajo y los días perdidos por esta causa.
 - Enfermedad Profesional: Comprende la sistematización de estadísticas de trabajo sobre situaciones en las que se ha detectado la presencia de enfermedades generadas en el ambiente de trabajo, conociéndose así su frecuencia, la severidad o gravedad de las enfermedades, así como los días perdidos por esta causa.
 - Información y Participación: esta variable hace referencia a los mecanismos utilizados por la empresa para generar una cultura organizacional en la que los empleados se sientan motivados a participar en los procesos decisionales, a ser creativos y tener iniciativas, vinculadas a la razón de ser de la organización.

5.7.1.6 Indicadores de la Variable “Información y Participación”

- ❖ Información: Categoría referida a iniciativas de la empresa para divulgar información dirigida a los trabajadores y accionistas, sobre la organización (procesos, valores, normas y recursos) con la finalidad de conocer la amplitud del manejo de información de los trabajadores y accionistas sobre la empresa
- ❖ Divulgación de información sobre la organización y sus operaciones: Referida al tipo de información y a los medios utilizados para su difusión entre los trabajadores y accionistas.
- ❖ Participación: Refleja las iniciativas de la empresa para promover la participación de sus trabajadores en distintas áreas de acción de la empresa, facilitando su acceso al proceso de toma de decisiones.

- ❖ Promoción de espacios para la participación del trabajador: Referido a aquellos espacios formales generados por la Organización, para propiciar la participación del trabajador en sus distintos niveles jerárquicos, de modo que puedan expresar su opinión en torno a decisiones clave para la organización
- ❖ Incentivos a la iniciativa de los trabajadores: Acciones desarrolladas por la empresa para promover que el trabajador tenga iniciativas, sea creativo y proponga mejoras a la organización.

5.7.2 Dimensión Externa

En su dimensión externa, la responsabilidad social de las empresas pretende la integración de éstas en su entorno local. Las empresas son uno de los elementos más importantes del desarrollo de las comunidades en donde se ubican, proporcionando empleo y riqueza para sus miembros. Podemos decir que esta dimensión se refiere al papel social mediante la promoción del capital humano de la zona.

5.7.2.1 Variables de la Dimensión Externa

- ❖ Relaciones Interinstitucionales: se hace referencia a las relaciones establecidas por la empresa con otras organizaciones, bien sea de naturaleza pública o privada, a los fines de realizar acciones de interés colectivo Indicadores de la Variable “Relaciones Interinstitucionales”
- ❖ Convenios: Acuerdos establecidos entre la empresa y otras organizaciones (públicas o privadas), mediante los cuales se formalizan los compromisos de su actuación en actividades de interés público.
- ❖ Convenios interinstitucionales: Evalúa la contribución de la empresa a través de su aporte en experiencia, recursos económicos, materiales y humanos para la atención de problemas de interés público.

- ❖ Inversión de la empresa en pasantes y aprendices, en el marco de convenios interinstitucionales: El indicador da a conocer el costo que representa para la empresa la utilización de la figura de pasantías de estudiantes.
- ❖ Acompañamiento al pasante o aprendiz: Caracterización del proceso de acompañamiento o administración del pasante o aprendiz durante su estadía en la empresa.
- ❖ Pasantes y/o aprendices empleados por la empresa luego de la pasantía: Permite conocer la disposición de la empresa a proporcionar a la población joven oportunidades de inserción al mercado laboral.
- ❖ Medios de Comunicación: Describe las acciones realizadas por la empresa con el fin de divulgar, mediante el uso de los medios de comunicación social, información relevante sobre sí misma. Este indicador permite evaluar el uso constructivo que la empresa hace de los medios de comunicación para beneficio general.
- ❖ Información a los medios de comunicación: Información fidedigna y constructiva a los medios de comunicación
- ❖ Actividad Gremial: Describe la participación de la empresa en actividades de tipo gremial, identificándose las organizaciones a las cuales está afiliada, así como el alcance de su participación. El objetivo del indicador es evaluar la disposición de la empresa para participar en organizaciones gremiales a fin de contribuir en la consecución de objetivos comunes.
- ❖ Afiliaciones: Participación de la empresa en calidad de miembro en organizaciones gremiales.
- ❖ Tiempo de dedicación a la actividad gremial: Horas dedicadas a la participación en actividades gremiales.
- ❖ Calidad y Servicios: Son las acciones desarrolladas por la empresa para garantizar la calidad de sus productos y servicios, al contar con certificaciones de calidad, cumplir con las garantías de devoluciones de productos, así como ofrecer asesoría y asistencia técnica a distribuidores y consumidores.

5.7.2.2 Indicadores de la Variable “Calidad y Servicios”

- ❖ **Garantía de Calidad:** Consiste en la verificación de la disposición de la empresa para garantizar la calidad de los productos y servicios ofrecidos.
 - **Obtención de Certificación y su vigencia:** es una actividad que consiste en atestiguar que un producto o servicio se ajusta a determinadas normas, mediante la expedición de un acta o de una marca de conformidad, con la cual se da fe documental del cumplimiento de todos los requisitos exigidos en dichas normas.
 - **Devoluciones de productos**
 - **Costo de devoluciones de productos por desperfectos**
 - **Servicios:** se refiere a los servicios ofrecidos por la empresa relacionados con el uso de sus productos. Este indicador evidencia el interés de la empresa en cuanto al adiestramiento para el uso de sus productos o servicios. En el caso particular de los distribuidores, refleja, además, el interés en adiestrarlos en técnicas de venta de sus productos.
 - **Asesoría y/o asistencia técnica a distribuidores y consumidores**
 - **Inversión en Asesoría y/o Asistencia Técnica a distribuidores y consumidores**
 - **Inversión Social Dirigida a la Comunidad:** es la gestión social de la empresa hacia el entorno, concebida como una acción racional que persigue generar impactos sociales significativos.

5.7.2.3 Indicadores de la Variable “Inversión Social Dirigida a La Comunidad”

- ❖ **Programas Sociales:** Caracterización de los programas o proyectos sociales ejecutados directa o indirectamente por la empresa, mediante el establecimiento de alianzas con otras organizaciones, con objetivos y metas claramente definidas que contempla procesos de evaluación para garantizar un desempeño eficiente y efectivo

- Grado de formalización de la política social de la empresa hacia el entorno
- Modalidad del programa o proyecto según ejecución directa o indirecta y área de intervención: Descripción del proyecto o programa, identificando el área de intervención y si es ejecutado directamente por la empresa o indirectamente, a través de una alianza con otras organizaciones.
- Participación en la atención de desastres naturales
- Grado de promoción de la participación comunitaria en programas o proyectos sociales de la empresa
- Beneficiarios de los programas o proyectos sociales ejecutados directa o indirectamente por la empresa: Es la población atendida mediante los proyectos o programas de la empresa, según la modalidad de intervención.
- Cumplimiento de meta de cobertura en programas o proyectos sociales ejecutados directa e indirectamente por la empresa: Es la relación porcentual entre el número de beneficiarios, productos o servicios generados por los proyectos o programas de la empresa y las metas proyectadas.
- Cobertura de demanda de productos o servicios, según proyecto o programa: Es la relación porcentual entre el N° de beneficiarios productos o servicios generados por los proyectos o programas de la empresa y el N° total de solicitudes recibidas.
- Personal responsable de la inversión en la comunidad, clasificado por área y por proyecto o programa: Caracterización del recurso humano de la empresa responsable de la inversión en la comunidad.

- Voluntariado: Se refiere a las acciones de voluntariado promovidas por la empresa, como una modalidad de apoyo a organizaciones con fines sociales o a una comunidad en particular.
- Acciones de voluntariado en programas de la empresa: Es la cantidad de horas/hombre laboradas en condición de voluntariado, que constituyen una contribución de la empresa para el desarrollo de un proyecto o programa social, o en beneficio de una comunidad u organización con fines sociales, desagregadas según el tipo de apoyo prestado y el área de intervención.
- Inversión en acciones de voluntariado: Valor económico del N° de horas/hombres que en calidad de voluntariado constituyen un aporte de la empresa para el desarrollo de proyectos o programas sociales, o el apoyo a la gestión de una organización con fines sociales.
- Donaciones: Son los aportes efectuados por la empresa, en calidad de donación, para apoyar una determinada causa o programa social.
- Donaciones en bienes y servicios: Permite cuantificar y describir los aportes realizados por la empresa mediante la modalidad de donaciones en bienes y/o servicios
- Inversión en Donaciones: Es el valor económico de las donaciones tanto en efectivo como en bienes y servicios realizado por la empresa, en apoyo a una causa o programa social.
- Total de la Inversión Social Externa: Es el valor económico del total de las acciones sociales que la empresa realiza en beneficio de la comunidad ubicada en su entorno.

5.8 DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Los instrumentos de medición consisten en un cuestionario, el cual es “un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (Hernández, et al, 2003, p.391).

El cuestionario es autoadministrado tanto para la dimensión interna como la dimensión externa; las preguntas que lo conforman son cerradas con varias alternativas de respuestas, siguiendo los criterios establecidos por el modelo de Balance Social propuesto por la FECS.

5.9 PROCEDIMIENTOS DEL ESTUDIO

Para el estudio de la Responsabilidad Social llevada a cabo por Comfenalco según el Modelo de Balance Social propuesto por la Fundación Escuela de Gerencia Social, fue necesario definir las diferentes etapas metodológicas y prácticas, a saber:

5.9.1 Primer contacto con la organización.

Este primer contacto fue a través de la Dirección General y el Departamento de Talento Humano de Comfenalco Cartagena y tuvo la finalidad de presentar el Proyecto de Trabajo de Grado aprobado por la Universidad Tecnológica de Bolívar –UTB, el cual obtuvo el visto bueno de la empresa ya que se encuentran en el proceso de certificación en el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 y mejoramiento en la presentación de sus informe de Balance Social, este trabajo le proporcionaría un diagnóstico previo a dicha certificación.

5.9.2 Definición del plan de Trabajo

En esta etapa se definieron los elementos a evaluar, dentro de los diferentes campos o actividades susceptibles de serlo a través de la herramienta del Balance Social. En esta etapa se definió el período a evaluar, y quedó establecido año 2010 y 2011 como período de estudio.

La unidad responsable, en este caso la Dirección General y el Departamento de Talento Humano conjuntamente con las tesis y el tutor del trabajo de grado, gestionaron los recursos requeridos para iniciar con el trabajo de investigación,

establecieron un cronograma de actividades y definieron las estrategias de trabajo, contando para ello con el pleno respaldo y apoyo de la dirección de la empresa.

5.9.3 Adecuación del Modelo

Luego de haber establecido las áreas o actividades a evaluar, se definieron las variables, los indicadores y normas de medición que sirvieron de base para evaluar el cumplimiento de la responsabilidad social de la organización. Los estándares de medición utilizados fueron numéricos, índices, porcentajes, etc. Esta adecuación del modelo, se realizó según las características e intereses de la organización, por tal motivo se acordó la construcción de nuevos indicadores, en caso de ser necesario.

5.9.4 Recolección de la Información

En esta etapa se realizó el diseño, revisión y ajuste de los instrumentos de recolección de información para el análisis de resultados. Las técnicas de recopilación de información utilizadas fueron cuestionarios, entrevistas, observaciones y análisis de datos disponibles.

Los cuestionarios utilizados para la recopilación de la información se dividieron para el área de Dimensión Interna y Externa y a su vez, éstos fueron subdivididos para cada área dentro de la organización según el tipo de información requerida.

La solicitud de la información se realizó formalmente vía correo electrónico y a través de cartas a las diferentes áreas especialmente a la de Talento Humano en cuanto a la información de la Dimensión Interna. Con respecto a la Dimensión Externa, la información fue suministrada directamente por la Subdirección comercial y el Departamento de Aportes y Subsidio.

La coordinación del proceso de recolección de información estuvo centralizada por la Dirección General y el Departamento de Talento Humano conjuntamente con las tesis.

5.9.5 Análisis de la Información

En esta etapa se llevó a cabo el análisis cuantitativo y cualitativo de la información procesada. Se estudiaron los datos obtenidos y se analizó el significado que éstos tienen para la organización, así como las debilidades e inconsistencias que presenta la información.

Luego se realizó la presentación y validación de resultados con el equipo de la empresa, responsable del seguimiento de las distintas etapas del balance.

Con base en este análisis se hicieron las recomendaciones pertinentes para la fijación de las metas del siguiente período, así como un diagnóstico de sus actividades de RSE para ser reportado ante el equipo de la dirección de la empresa en estudio.

5.9.6 Elaboración del Cuadro de Balance

Es el procedimiento de presentación de los resultados obtenidos por la empresa luego del análisis de datos.

6. MARCO CONTEXTUAL

La historia de Comfenalco comienza el 20 de enero de 1961, cuando en las oficinas de Fenalco (Federación Nacional de Comerciantes) en el 612 del Edificio Andian se reunieron un grupo de comerciantes de la ciudad con el propósito de crear una Caja de Compensación Familiar.

En esta primera asamblea se aprobaron los estatutos de la Caja y se nombró presidente al señor Antonio Araujo y como secretario al Doctor Ciro Castillo. Pocos días después, el día 14 de febrero de 1961 el Consejo Directivo nombra la primera mesa directiva y nombra como Presidente al señor Teófilo Barbur, como Vicepresidente a Napoleón Coronel y como Director General al Doctor Ciro Castillo; en esta reunión se afiliaron las primeras empresas a la Caja, las cuales fueron: Panadería Imperial, Olarte y Cía, Hotel Playa, Grasa la casera, Méndez y Gómez Ltda, Alfonso Díaz Granados y Cía. Ltda, Hotel Quintana Avenida, Acueductos y Alcantarillados de Bolívar, Transportes Rosario, Espa Ltda.

El 14 de febrero de 1961 con resolución número 92, la Gobernación de Bolívar resolvió " reconocer la Personería Jurídica a la entidad denominada Caja de Compensación Familiar de Fenalco de Cartagena" haciendo de esta fecha algo histórico, ya que con ello inicia el funcionamiento de la Caja.

Sobre esta base comenzó el desarrollo de Comfenalco Cartagena, apoyándose en una estrategia competitiva que rápidamente la diferenció del resto de las entidades en el sentido de que su enfoque fue y sigue siendo, altamente innovador, fundamentalmente centrado en el cliente y orientado a segmentos de mercados específicos, cuyas necesidades son satisfechas a través de la prestación de servicios personalizados de alta calidad, con el apoyo de un recurso humano con excelente preparación y la más avanzada tecnología disponible.

En la actualidad Comfenalco Cartagena, se considera como uno de las Cajas de Compensación Familiar de mayor cobertura en el departamento de Bolívar con

proyección nacional; imagen conquistada a través de la innovación y manteniendo una postura prominente, seria, y agresiva en la nueva concepción del negocio de servicios del sistema de cajas de compensación.

Debido a una estrategia bien diseñada, Comfenalco creció rápidamente en el sistema de cajas de compensación familiar, posicionándose como un proveedor importante de servicios de primera calidad a sus afiliados; que representan una porción significativa del mercado. En el desarrollo de sus negocios, Comfenalco se unió con otras cajas del sector y se convirtió en una organización sólida y fuerte de carácter nacional. Luego organizo alianzas estratégicas tanto públicas como privadas, la cual se convirtió en la institución más importante en el sector, en el Departamento de Bolívar, cuya orientación principal de negocio es proporcionar servicios múltiples como: en el área de vivienda, educación formal y técnica, crédito social, fomento empresarial, recreación, turismo y deportes.

Más tarde una nueva unidad estratégica fue creada: Turismo Social, que empezó su actividad en febrero de 2001, como consecuencia de la fusión de Cafam una de las Cajas de Compensación más antiguos e importantes del país, ambas instituciones líderes en sus mercados respectivos.

Esta alianza, sentó las bases para la modernización definitiva de la institución en el departamento. Estas alianzas han sido, no sólo la más innovadora e importante por su misma naturaleza, sino por su alcance. Esta nueva visión de Comfenalco ofreció a la clientela un modelo de negocios completamente nuevo que con éxito mezcló los servicios tradicionales con una sólida orientación al financiamiento del consumo, a través de una extensa red de servicios a lo largo de la ciudad de Cartagena y del Departamento de Bolívar, con la tecnología más innovadora, el personal más especializado y una amplia experiencia en el campo de la prestación de servicios a sus afiliados.

Comfenalco-Cartagena, es la suma de varias organizaciones empresariales, que lograron exitosamente conjugar las fortalezas de todas sus unidades y divisiones administrativas y operativas, además de lograr importantes economías de escala en el negocio de sistema de cajas de compensación en el país, luego de un arduo proceso de cambios que contribuyó a crear un valor agregado para nuestros clientes.

Esta alianza entre Comfenalco Cartagena y Cafam permitió construir la Torre Empresarial y de Servicios Turísticos Los Corales, en Crespo, una edificación de 10 pisos que dispondrá de 250 habitaciones, salones de capacitación, 168 parqueaderos, dos piscinas, gimnasio, spa, bar, restaurantes, entre otras comodidades.

La obra deberá darse al servicio en octubre del próximo año, y para su apertura se prevé la realización del Congreso Nacional de Asocajas. La construcción genera más de 300 empleos directos y en la etapa de operación se estiman 250.

6.1 MISIÓN DE COMFENALCO CARTAGENA

“Mejorar la calidad de vida de sus afiliados y de la población vulnerable mediante la prestación de servicios sociales que contribuyan al desarrollo de la región en el marco del sistema de compensación familiar”.

VISIÓN DE COMFENALCO CARTAGENA

“En el 2015 Comfenalco Cartagena continuará siendo la Caja de Compensación Familiar preferida por las empresas y trabajadores de su ámbito territorial, consolidando su proyección nacional a través de alianzas estratégicas y un portafolio de servicios innovador, generando nuevos recursos para ser reinvertidos dentro de un marco de responsabilidad social empresarial”.

6.2 VALORES DE COMFENALCO CARTAGENA

- ❖ Respeto por las personas
- ❖ Calidad
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Equipos éticos
- ❖ Competitividad
- ❖ Integración de la familia
- ❖ Responsabilidad social

6.3 ANTECEDENTES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COMFENALCO CARTAGENA

La cultura Corporativa de la organización está cimentada en valores éticos y sociales que privilegian la solidaridad. El sentido de pertenencia a la organización como la familia Comfenalco y la conciencia de los miembros de esa entidad empresarial del rol como ciudadanos corporativos en la construcción de una mejor sociedad, hicieron posible la iniciativa de ser empresa socialmente responsable. El compromiso de sus líderes con los valores organizacionales, y la participación activa en el desarrollo social, estimula a los empleados a sentirse comprometidos con los ideales organizacionales.

6.4 PRINCIPIOS DE COMFENALCO CARTAGENA EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

En el contexto de una economía decreciente y unas estadísticas desfavorables, las necesidades de las comunidades se hicieron cada vez más inminentes y requirieron de la participación de todos los actores del sistema social (Estado, sector privado y sociedad civil) para buscar soluciones que avanzaran hacia el desarrollo sostenible.

A partir de ésta iniciativa surge la inquietud de la Responsabilidad Social Empresarial. Comfenalco-Cartagena entiende la Responsabilidad Social como un modelo de gestión ético y humano que establece el equilibrio entre la generación de recursos y beneficios para los afiliados y trabajadores y la participación de la empresa en el bienestar colectivo.

Su aspiración es construir una cultura que les permita ser ciudadanos corporativos que logren establecer un equilibrio justo entre aspectos que pareciesen ser contradictoria: la generación de recursos que representa riqueza para el afiliado, el usuarios de los servicios y los directivos y trabajadores y la contribución de la empresa en la conquista de fórmulas que se traduzcan en bienestar colectivo. Comfenalco- Cartagena, asumen la Responsabilidad Social en dos dimensiones: Interna y Externa.

En la primera dimensión, asumen el compromiso con sus directivos y sus trabajadores. Profesando la transparencia de la gerencia, la cultura de la eficiencia y la responsabilidad, permiten una cuenta de resultados favorable para las empresas afiliadas. De los excedentes obtenidos emerge el presupuesto del programa de Responsabilidad Social.

Adicionalmente, el compromiso más importante es con los trabajadores y sus familias, con la excelencia de su recurso humano. En este sentido, la formación y la profesionalización de los empleados son fundamentales.

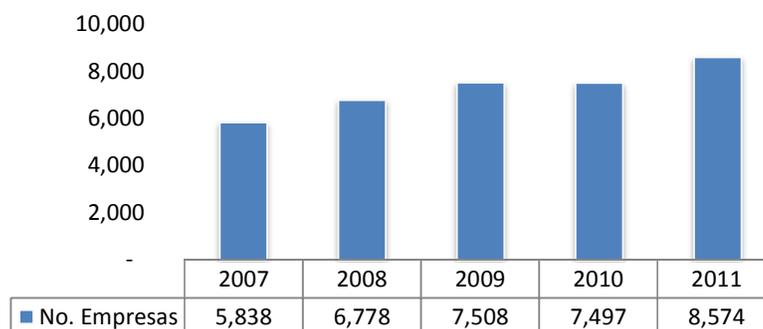
Asimismo, poseen programas de bienestar social que benefician a los trabajadores y a su entorno.

En cuanto a la dimensión externa, la organización está comprometida con sus clientes, proveedores y la competencia. Garantizan una relación justa entre la calidad y los precios de sus servicios, y actúan bajo la ley y los parámetros de libre mercado siendo transparentes para publicar mensualmente sus actividades sociales.

Con la comunidad, van más allá de la ley no solo pagando las contribuciones impositivas sino también desarrollando programas con organizaciones de comprobada eficiencia en proyectos sociales de gran envergadura sobre todo en el ámbito de la educación.

A continuación se presenta una evolución de las empresas que se encuentran afiliadas a la organización, que permite evidenciar el crecimiento de la Caja en la ciudad de Cartagena, para el año 2011 contaba con 8.574 Empresas afiliadas que apoyan a las iniciativas sociales de la organización. *Ver Grafica No.1*

Grafica 1. Empresas Afiliadas



Fuente: Balance Financiero y Social 2010 y 2011

Para presentar su Balance de Actividades Sociales, Comfenalco-Cartagena toma como referencia el modelo de Balance Financiero de la empresa que se presenta cada mes en un resumen con la información de las inversiones realizadas en los proyectos con los recursos que provienen de los aportes parafiscales de las empresa afiliadas o sus socios sociales, los aportes a instituciones puntuales y donaciones de activos.

Este año se está desarrollando un proceso de certificación que intenta afrontar a la organización al reto de ser mejores ciudadanos corporativos. Lo que se busca es responder a las demandas sociales y atender a la comunidad incorporando en todos los procesos Gerenciales la Responsabilidad Social como un valor corporativo.

6.5 DIVISIÓN DE COMUNICACIONES EXTERNAS Y SERVICIOS SOCIALES RESPONSABLE DEL BALANCE SOCIAL EN LA ORGANIZACIÓN

La Subdirección de Servicios Sociales, es el área responsable dentro de la organización de la gestión del Programa de Responsabilidad Social Empresarial. Aquí se reciben todas las propuestas de alianzas y convenios con los Socios Sociales y se evalúan basándose en los siguientes criterios:

- ❖ Prioridad: en áreas de atención: educación y/o salud.

- ❖ En alianzas: se evalúa que los proyectos provengan de organizaciones sociales reconocidas, con una gestión probada y eficiente, y preferiblemente con redes nacionales para así tener un mayor alcance de la labor emprendida.
- ❖ Con proyectos de impacto: se analiza el impacto del proyecto en la población objeto de atención y el tiempo de duración del mismo para verificar la perdurabilidad de los resultados.
- ❖ Presupuesto: o cantidad del aporte que se solicita de acuerdo a las actividades y resultados del proyecto presentado.

Las solicitudes son analizadas y presentadas a la Junta Directiva para la aprobación definitiva.

La situación actual en el proceso de Responsabilidad Social es el siguiente: El ente concentrador de información de responsabilidad social es la División de Comunicación Externas y Asuntos Sociales. Se trabaja conjuntamente con la Junta Directiva que es quien se encarga de finiquitar los acuerdos con los Socios Sociales. El proceso comienza en esta división, pero integra a toda la organización; Existen entes reguladores de la información, a saber: Control de Calidad, Mercadeo, Análisis Contable, Control de Pagos, presupuesto y Consultoría Jurídica.

7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

7.1 PERÍODO EVALUADO

La Fundación de Escuela de Gerencia Social en su modelo de Balance Social propone que la evaluación de la RSE en las empresas debe realizarse en períodos anuales. Sin embargo, en este estudio se toma en cuenta el primer y segundo semestre de 2010 y el primer semestre de 2011, ya que la periodicidad en que Comfenalco-Cartagena planifica sus acciones en cuanto a su inversión social, es en forma semestral, la cual va acorde con las publicaciones de sus Balances internos.

7.2 MEDICIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE COMFENALCO: ADECUANDO EL MODELO DE LA FUNDACIÓN ESCUELA DE GERENCIA SOCIAL

Con el fin de revisar si la estructura de variables e indicadores del modelo de la FECS se adecua a la iniciativa de Comfenalco-Cartagena, se procedió a validarla en el Departamento de Talento Humano, la pertinencia de los mismos resumiendo en las tablas siguientes, el producto de esta revisión:

Cuadro N°2. Estudio de las Variables e indicadores de la Dimensión Interna del modelo de Balance Social de la Fundación Escuela de Gerencia Social- FECS

DIMENSION INTERNA	VARIABLE	CATEGORIA	Aplica en Comfenalco	Razones por las que no aplica	
	1. CARACTERIZACION SOCIO-DEMOGRAFICA	GENERO		SI	
EDAD			SI		
ESTADO CIVIL			SI		
NIVEL EDUCATIVO			SI		
2. RELACIONES LABORALES		CONTRATACION		SI	
		REMUNERACION		SI	
		MOVIMIENTOS DE PERSONAL		SI	
		NEGOCIACION Y MANEJO DE CONFLICTOS		SI	
3. DESARROLLO DEL PERSONAL		PROMOCION Y ASCENSO		SI	
		CAPACITACION Y ADIESTRAMIENTO		SI	
		EDUCACION FORMAL (TRABAJADORES)		SI	
4. PROGRAMAS SOCIALES INTERNOS		ALIMENTACION		SI	
	TRANSPORTE		SI		
	VIVIENDA		SI		
	DEPORTE, CULTURA Y RECREACION		SI		
	EDUCACION FORMAL (HIJOS DE TRABAJADORES)		SI		
	CAPACITACION (FAMILIARES DE TRABAJADORES)		SI		
	ATENCION AL PREESCOLAR		SI		
	PROGRAMAS DE JUBILACION		SI		
5. SALUD	SALUD GENERAL		SI		
	MEDICINA OCUPACIONAL		SI		
	HIGIENE DEL TRABAJO		SI		
	ACCIDENTALIDAD		SI		
	ENFERMEDAD PROFESIONAL		SI		
6. INFORMACION Y PARTICIPACION	INFORMACION		SI		
	PARTICIPACION		SI		

Fuente: consulta directa a personal de la caja en las distintas áreas por parte de los investigadores

Cuadro N°3. Estudio de las Variables e indicadores de la Dimensión Externa del modelo de Balance Social de la Fundación Escuela de Gerencia Social- FEGS.

	VARIABLE	CATEGORIA	Aplica en Comfenalco	Razones por las que no aplica
DIMENSION EXTERNA	7. CALIDAD Y SERVICIOS	GARANTIA DE CALIDAD	SI	
		SERVICIOS	SI	
		CONVENIOS	SI	
		MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL	SI	
		AFILIACION GREMIAL	SI	
		PROGRAMAS SOCIALES	SI	
		DONACIONES	NO	La Ley 21 de 1982, establece que las Cajas no son sujetas a donaciones
		ORGANIZACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA	SI	
		CUMPLIMIENTO DE LEYES Y DE NORMAS	SI	
		PROGRAMAS AMBIENTALES	SI	
AYUDA TECNICA Y ECONOMICA	NO	La Ley 21 de 1982, establece que las Cajas no son sujetas a ayudas técnicas y económicas		

Fuente: consulta directa a personal de la caja en las distintas áreas por parte de los investigadores

Luego del proceso de revisión en la División de Talento humano y programas sociales se puede observar que hay variables del modelo de la FEGS de las que no se pudo levantar información por distintas razones, siendo las variables de “calidad y servicio” y “medioambiente” excluidas del estudio.

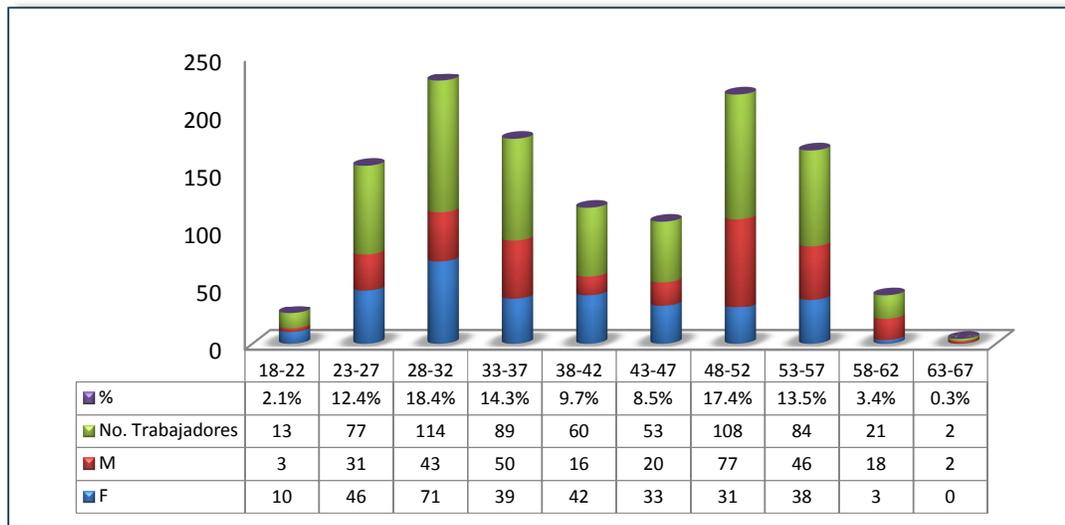
7.3 CARACTERIZACIÓN SOCIO-DEMOGRÁFICA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA COMFENALCO

Los estudios de caracterización de perfiles sociodemográficos de los trabajadores de la Caja de Compensación Familiar de Fenalco Andi Comfenalco Cartagena, son importantes para poder tener una información confiable de ellos que facilitan la planeación, ejecución y seguimiento de Programas que buscan un beneficio común y general de las personas que se encuentran vinculadas a la Caja.

La finalidad de conocer las características demográficas es para identificar precisamente las características poblacionales del personal de la Caja, a continuación se relacionan dichos aspectos.

❖ Edad de los trabajadores

Grafica 2. Edad de los trabajadores



Fuente: Encuesta

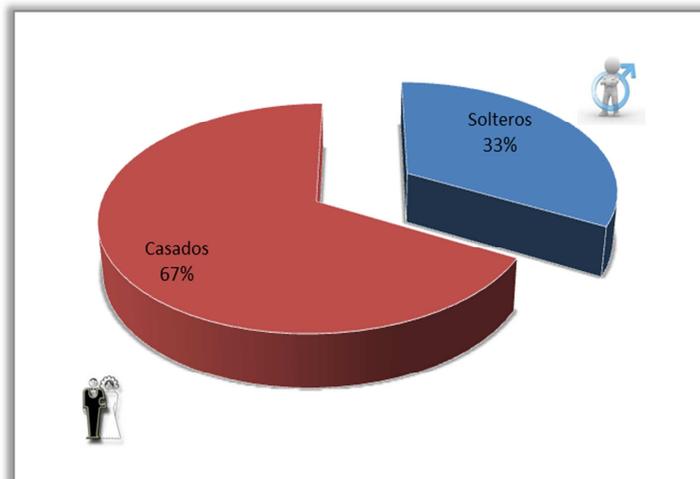
La edad de los 621 trabajadores de Comfenalco Cartagena se encuentran en rangos de edades comprendidas entre los 18 y 67 años, la mayor parte de los trabajadores está concentrado en el rango de edad 28 a 32 años (18,4%), siguiéndole en importancia las personas entre 48 a 52 años (17,4%) y entre 33 y 37 años (14,3%). Hay una compensación entre adultos y jóvenes.

En este mismo gráfico se observa la distribución etérea, el cual muestra un comportamiento equivalente entre hombres y mujeres de un 49,3% y un 50,7% respectivamente, esto muestra que Comfenalco ha buscado condiciones que favorecen las prácticas de equidad para la mujer colombiana especialmente de la región Caribe. Sin embargo el rango más significativo de edad se da entre 48 a 52 años con un porcentaje representativo mayor de mujeres sobre hombres.

Estos resultados son importantes a la hora de diseñar programas preventivos de salud, recreativos y culturales ya que permiten que cada actividad se organice acorde a la edad y al género de los trabajadores ya sea jóvenes o adultos y hombres o mujeres.

❖ Estado Civil

Grafica 3. Estado Civil de los trabajadores

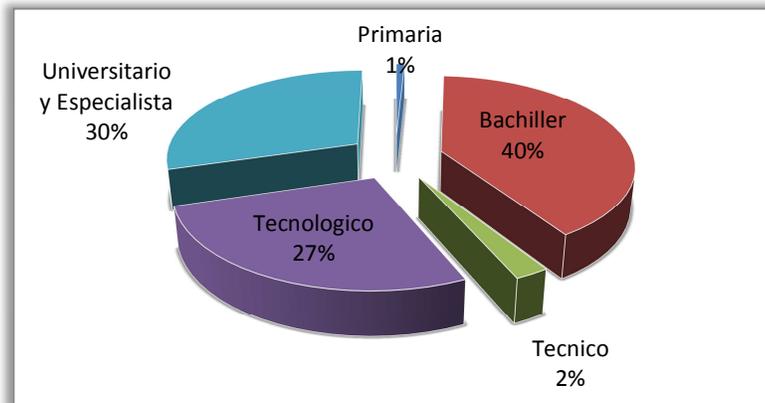


Fuente: Encuesta

En términos generales solo existen dos estados civiles, soltero (solteros, unión libre menor a dos años, separado y viudo) y casados (casados y unión libre a dos años), por lo que de la anterior gráfica se puede establecer que legalmente el 67% son casados representados en 417 trabajadores y el 33% son solteros es decir 204 trabajadores.

❖ Nivel Educativo

Grafica 4. Nivel Educativo de los trabajadores



Fuente: Encuesta

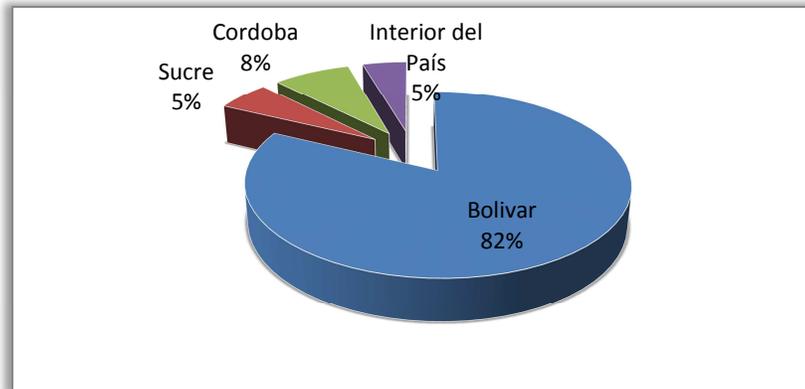
En la Caja se puede apreciar que el nivel de escolaridad predominante en los trabajadores es la secundaria representados en un 40%, y en orden de importancia personas con una educación superior con un 30% y dentro de estos niveles profesionales se destacan colaboradores que han adelantado o culminado estudios de postgrado como especializaciones y maestrías, las cifras en dos de los niveles: Primaria, Técnico son casi inexistentes en un 3% del total de los trabajadores.

Es importante resaltar que la Caja cuenta con un nivel promedio de antigüedad en su personal vinculado, por lo que se aprecia aún existen bajos niveles educativos en algunas personas que laboran en la empresa, sin embargo esto nunca ha sido un factor de discriminación, y por el contrario se puede promover planes educativos por ejemplo para aquellas personas que se encuentran interesadas en terminar su primaria.

Es importante resaltar que la Caja ofrece programas de capacitación y beneficios económicos para el personal que se encuentra vinculado a término indefinido, lo que muestra que apoya a sus empleados económicamente en la realización de sus estudios, es decir que considera que la educación es un factor determinante tanto para el desarrollo personal de sus trabajadores y a la vez contribuye al desarrollo de la sociedad.

❖ Procedencia Geográfica

Grafica 5. Procedencia de los trabajadores



Fuente: Encuesta

En la Caja el 100% de los trabajadores vinculados son colombianos, por las observaciones vistas se puede evidenciar que no existe factor de discriminación por la procedencia de cada trabajador.

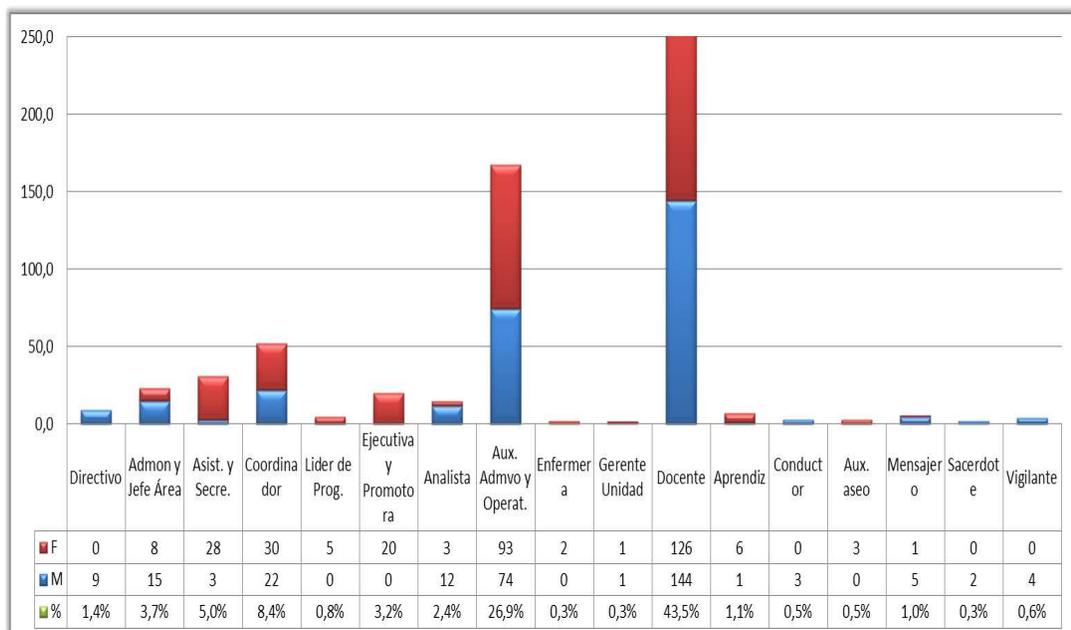
Se puede evidenciar que el 95% de la población empleada son de la Costa Atlántica. En el departamento de Bolívar, ha nacido el 82% de los trabajadores, los 18% restantes están distribuidos entre Córdoba y Sucre y solo el 5% proviene del interior del país.

Esto permite identificar que la Caja contribuye a la generación de empleo del Departamento de Bolívar.

❖ Carga Familiar

La carga familiar que tienen los trabajadores de la Caja de Compensación Familiar de Fenalco Andi Comfenalco-Cartagena está compuesta mayoritariamente por 1 o 4 integrantes.

Grafica 6. Trabajadores por tipo de cargo y género



Fuente: Encuesta

Dentro de la caracterización de los cargos se refleja una mayor participación de los docentes, esto se debe a que una de las Unidades que amerita una mayor contratación es el educativo a través de la C.E.C., dándose una representación del 43.5%, en donde se encuentra una mayor contratación del género masculino, esto se da por los docentes del área de deportes que en su gran mayoría son instructores hombres.

En segunda instancia dentro de los cargos administrativos, se observa que el personal de apoyo auxiliares tanto administrativo como operativo representan un 26,9%, a este le sigue los Coordinadores con un 8,4%, siendo el género más destacado el femenino.

En cuanto a los cargos Directivos, entendidos como aquellos que tienen atribuciones de dirección y mando en la planeación, ejecución y control de las acciones al interior de la Caja, se destacan los Subdirectores de cada una de las Unidades, el Director Administrativo y el Secretario General representando el 1,4% y es notorio que son del género masculino, esto se atribuye a que este personal presenta una alta antigüedad en la empresa. Y hasta los últimos años la Caja ha buscado promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento

de la mujer tanto así que del total de la población prevalece el género femenino con un 52.49%, por encima del masculino con un 47.50%.

Por último, se evidencia que la Caja en su estructura organizacional y en este periodo estudiado, cuenta con el 1.1% de aprendices, como apoyo a la política de gobierno para facilitar procesos de aprendizajes.

7.4 DIMENSIÓN INTERNA DE LA RSE DE COMFENALCO-CARTAGENA

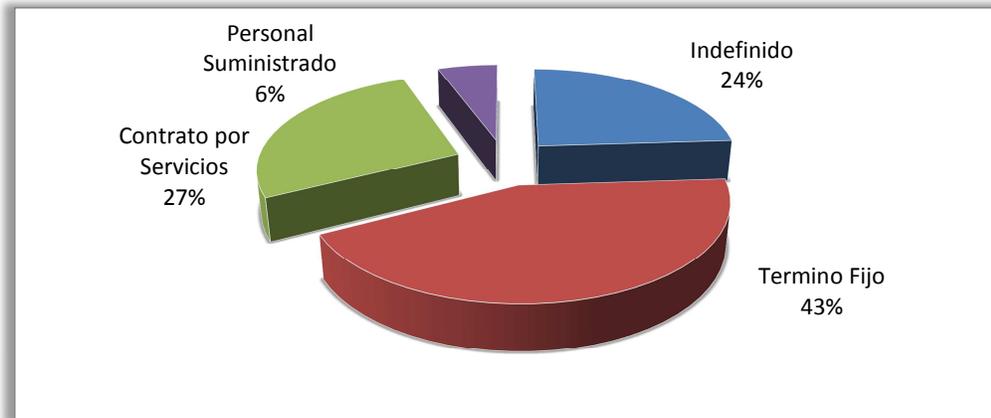
7.4.1 Relaciones Laborales

Para Comfenalco Cartagena, la relación con sus colaboradores es un aspecto de vital importancia es por esto que tiene definidas prácticas y políticas para mantener buenas relaciones laborales con sus trabajadores, que garantizan igualdad de oportunidades, la no discriminación, desarrollo continuo de la gente, equilibrio entre la vida laboral y personal; es decir no solamente se esmera por cumplir con las obligaciones legales colombianas, sino que realiza esfuerzos adicionales de inversión en el talento humano con que cuenta. Sus prácticas la llevan a favorecer el desarrollo profesional y personal de sus trabajadores que contribuyan a mejorar sus condiciones de trabajo, tanto físicas como contractuales.

Una de las herramientas como base para la conducta de sus trabajadores es el Código de buen Gobierno, en donde se contemplan los valores de conducta y se establecen pautas básicas basadas en los principios de respeto, trabajo en equipo, solidaridad e integridad.

❖ Tipo de Contrato

Grafica 7. Tipos de contratos



Fuente: Encuesta

La modalidad de relación laboral más frecuente es el de la contratación a término fijo con un 43%, este porcentaje es alto debido a que este se reflejan el personal docente, seguido en menor proporción los contratos a término indefinido con el 24%, es importante resaltar que esta proporción ha disminuido por dos razones: la primera porque muchos empleados han cumplido con su ciclo laboral, es decir ya han sido pensionados y algunos han tomado la decisión de negociar su tiempo, esto muestra que la Caja ha sido una empresa que ofrece y se preocupa en materia de estabilidad laboral por brindar a los trabajadores las mejores garantías en una proyección a largo plazo; la segunda razón es que la Caja ha crecido; por lo que ha vinculado a más trabajadores, esto muestra como contribuye a la generación de empleo de la región.

La contratación por servicios se da en un 27% y se representa por aquel personal que se encuentra en labores de la Unidad de Servicios Sociales. Por último el personal suministrado representa un 6%, y más que todo se da por el personal encargado del área de aseo.

❖ Remuneración

Es importante resaltar que las contrataciones que realiza la Caja se ajustan a las condiciones exigidas por la ley colombiana por lo tanto sus trabajadores cuentan con una remuneración justa y con un ambiente de trabajo adecuado para la

realización de sus actividades diarias, tanto así que en consulta realizada al departamento de talento humano de Comfenalco Cartagena, el salario base mínimo en la organización en el año 2011, era de \$839.000 es decir un 36.16%, por encima del salario mínimo mensual legal vigente en Colombia para ese mismo año, el cual era de \$535.600. Esto se da con el ánimo de mantener una mejor calidad de vida de sus trabajadores.

De igual forma dentro de sus procesos definidos se encuentra contemplada la escala salarial, la cual hace que los trabajadores según su perfil, competencias y cargos se encuentren nivelados, evitando discriminación en los salarios.

❖ Pago de Utilidades, Vacaciones y Bono Vacacional

Es importante resaltar que las Cajas de Compensación familiar son entidades sociales de carácter privado y con autonomía. Sin embargo, son entidades vigiladas por el estado colombiano por el manejo de los recursos parafiscales, y su principal objetivo por el que fueron creadas fue para mejorar la calidad de vida de la población trabajadora, esto contribuye a que sean un elemento de política social, y se convierta en el ejercicio de responsabilidad social empresarial importante en el país.

A esto se le suma que son entidades sin ánimo de lucro, por lo tanto no proceden a la repartición de utilidades como lo realizan las sociedades mercantiles, sus excedentes son destinados a subsidios de vivienda de interés social, que permitan que se cumpla su función social.

Comfenalco Cartagena, se ha preocupado por respetar y garantizar el derecho fundamental en cuanto a las relaciones laborales con sus trabajadores por lo que ha dado cumplimiento a los estipulado en la Constitución, la Ley y su reglamento interno, a esto se le suma el hecho que tienen una convención colectiva de trabajo, en la cual se regula todos los aspectos de la relación laboral como los salarios, jornada, descansos, vacaciones, licencias, condiciones de trabajo, capacitación profesional, régimen de despidos, definición de las categorías profesionales, así como determinar reglas para la relación entre los sindicatos y los empleadores .

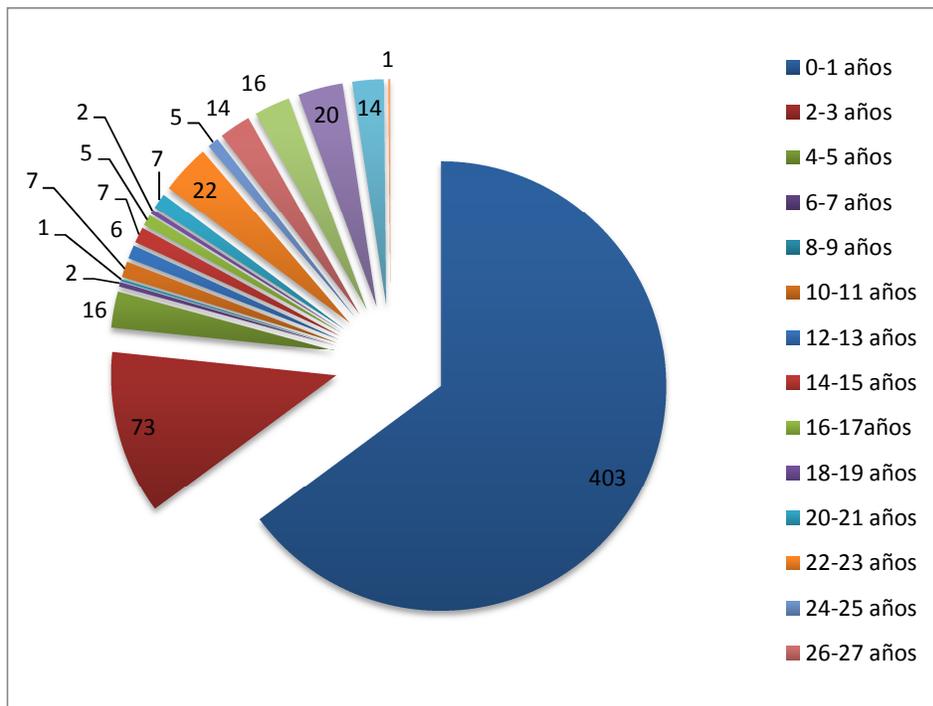
Entre los beneficios económicos que tiene Comfenalco, y que son aplicados a los trabajadores que tienen una contratación indefinida, podemos mencionar las vacaciones, que por ley corresponden a 15 días hábiles. Además, por convención sindical se les otorga un día adicional por cada año de servicio al igual que la existencia de un bono vacacional el cual se ubica entre 5 y 20 días.

Por otra parte, anualmente a los empleados que tienen entre 1 a 5 años se le otorga un bono vacacional del 50% de su salario y los que tienen 5 años en adelante se le otorga el 100%, es decir un salario completo.

Es importante resaltar que todo beneficio económico aplicado a los trabajadores se da con un estricto apego a las políticas del área de Recursos Humanos, en donde se vigila la equidad como una política administrativa.

❖ Antigüedad

Grafica 8. Antigüedad de los trabajadores



Fuente: Encuesta

A la fecha del estudio el empleado más nuevo de la Caja tiene un mes de vinculado y el más antiguo alrededor de 34 años, el valor más elevado de antigüedad en la organización se encuentra representada por los rangos entre 0 y 1 años (65 %), seguidamente los de 2 a 3 años (12%). Lo que quiere decir que la mayoría del personal de Comfenalco-Cartagena no supera los 3 años dentro de la organización, esto se da por varias razones; primero en relación con las contrataciones de los docentes se dan por termino fijo es decir año tras año son contratados y estos son los que representan una mayor cobertura en el número de trabajadores, de acuerdo a lo arrojado en la grafica y estadísticas suministradas por el departamentos de talento humano de la Caja; segundo la cobertura de los servicios en la promoción de los servicios especialmente de créditos en los dos semestres del año 2010 y primer semestre de 2011 han crecido por lo tanto se da una mayor contratación de personal.

Lo anterior muestra que la Caja es una entidad que genera oportunidades atractivas para quienes están ingresando al mercado laboral. Al igual que ofrece estabilidad laboral a largo tiempo ya que se presentan trabajadores con mas de 30 años de antigüedad, esto quiere decir que las características del negocio los contratos se adaptan a los tiempos establecidos por los alcances de los servicios que prestan a las empresa afiliadas.

❖ Rotación

El número de trabajadores al inicio del período fue de 641 y al final el número de trabajadores al final del período fue de 621; Esto muestra que los índices de rotación para la Caja son bajos, si se compara con el total de la población. A continuación se señala el motivo de los retiros.

Cuadro No. 4

TIPO CONTRATO	DESCRIPCION	Nº PERSONAS
FIJO	Pensión jubilación	1
	Renuncia voluntaria	12
INDEFINIDO	Conciliación laboral	4
	Pensión jubilación	2
	Despido sin justa causa	1
	TOTAL	20

Fuente: Encuesta

En cuanto a los ingresos, se mantienen ya que la mayor rotación la realizan los docentes pero de un periodo a otro se mantuvo en el número de personas que ingresaron. No presentándose rotación por parte de las personas que ingresan a la organización sino las que se retiran.

Cuadro No. 5

TIPO CONTRATO	2010	2011
	Nº. PERSONAS	
APRENDIZ	7	7
FIJO	270	270
INDEFINIDO	1	1

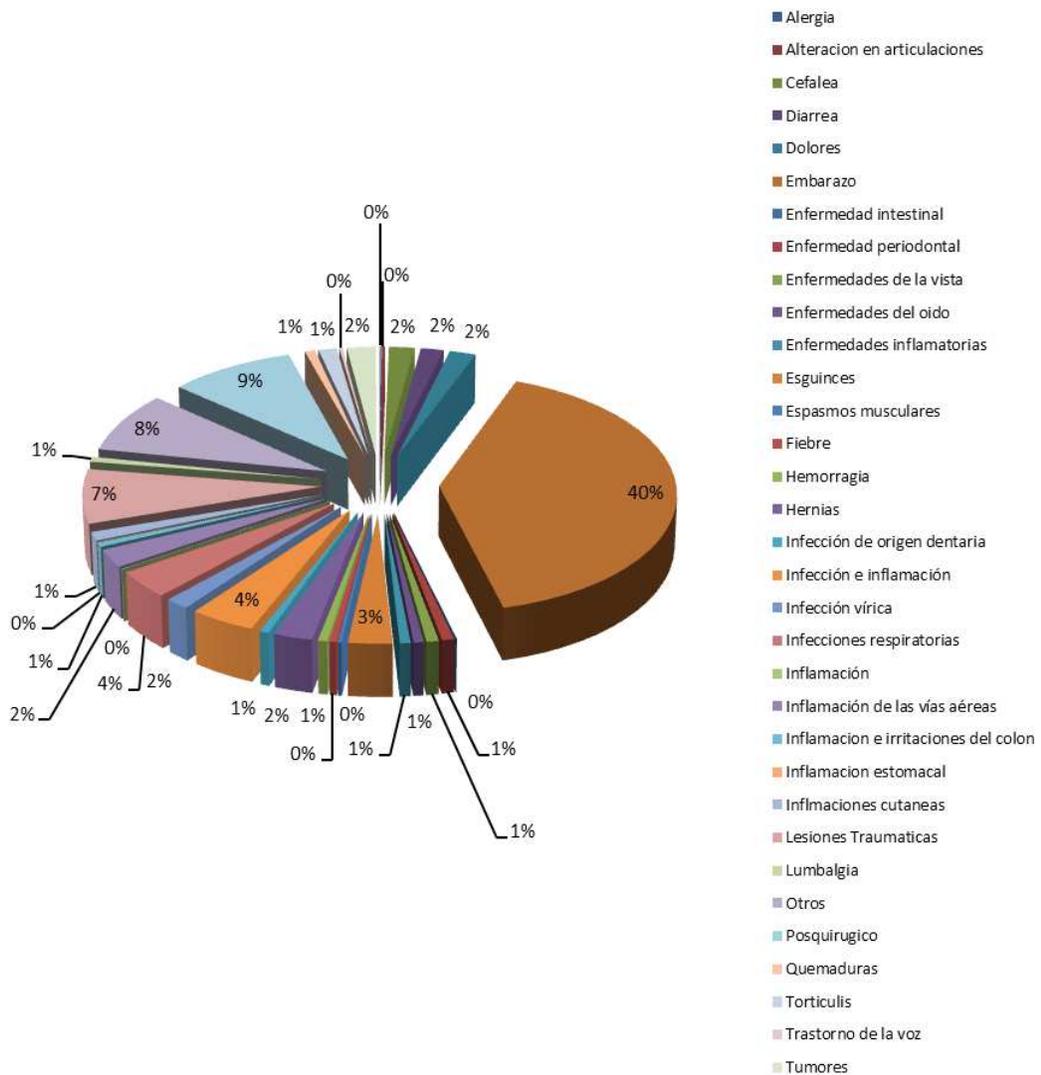
Fuente: Encuesta

❖ Causas de Ausentismo

Primero se estudiará el año 2011, evidentemente se observa una diferencia representativa entre las causas de ausentismo. La causa médica justificada que representa la mayoría de los casos es la maternidad con un 31%; en valores inferiores la causa que le sigue son Inflammaciones, lesiones traumáticas e infecciones respiratorias con un 13, 7.5 y 6.7% respectivamente; son pocos los casos de ausencia no justificada debido a que las políticas de Comfenalco es justificar las ausencias. Durante el período estudiado se presentó ausencia por accidente de trabajo producto de esguinces, solo se presentó ausentismo producto de tendinitis por enfermedad profesional a una sola persona.

Para el año 2010, también se evidencia que la principal causa de ausentismo se relacionó con la maternidad con un 40.3%, esto hace notorio a que la población trabajadora de Comfenalco son mujeres y se encuentran en edad fértil. A esto le sigue los dolores postquirúrgicos, otras enfermedades y lesiones traumáticas, representadas en un 9.2, 8.3 y 7.4% respectivamente, en este último se da por accidentes de trabajos, siendo la primera causa esguinces de tobillo por el sin número de escaleras del personal para trasladarse a sus puestos de trabajo.

Grafica 8. Causas de ausentismo



Fuente: encuesta

❖ Horas perdidas por ausentismo

Durante el periodo estudiado el número total de horas perdidas para el año 2011 es de 9.136 horas correspondientes a 1.142 días y para el año 2010 es de 16.240 horas correspondientes a 2.030 días. El porcentaje de los niveles de ausentismo está representado de la siguiente manera:

		2011	2010
N° de horas perdidos:	x 100 =	0,5%	0,9%
N° de horas trabajadas			

De donde se obtuvo un porcentaje de ausentismo de es de 0.5 y 0.9% para el año 2011 y 2010 respectivamente.

❖ Contratación Colectiva

Comfenalco cuenta con Contratación Colectiva vigente la cual se denomina internamente convención colectiva de trabajo, la última fue realizada para el período 2010, por los afiliados al Sindicato Nacional de Trabajadores de Cajas de Compensación Familiar “SINALTRACAF”, con un número de afiliados de 48 en el 2010 y de 47 en el 2011, el motivo de la disminución fue que una persona se pensionó, nótese que la población total de la Caja es de 621, y los afiliados representan frente a esta un 7.5%. El número de trabajadores potenciales para sindicalizarse es de 102 que corresponde a personal con contrato indefinido.

Como un dato curioso es que en el año 2.000 había 400 afiliados y por motivos de no estar de acuerdo con algunas actividades y fines realizados se retiraron.

En la convención colectiva, se regulan todos los aspectos de la relación laboral de los trabajadores de Comfenalco afiliados al sindicato y los que a no afiliados que tienen contratos a término indefinido, como salarios, jornada laboral, descansos, vacaciones, condiciones del ambiente laboral, capacitación profesional, régimen de despidos, definición de las categorías profesionales.

7.4.2 Desarrollo de Personal

Es importante manifestar que dentro de la estructura organizacional de Comfenalco se encuentra la Oficina de Desarrollo de Personal, que contempla todas aquellas acciones para cubrir con las necesidades de los empleados de la organización, es decir identifican como se encuentran ellos en su entorno para que se alcancen los objetivos estratégicos de la Caja pero a la vez se cuide de la calidad de vida de sus integrantes.

❖ Promociones.

Durante el período estudiado fueron promovidas 5 personas en el 2010 y 22 personas en el 2011, en las distintas áreas de la organización, frente al total de la población se refleja tan solo un 1 y 4% respectivamente, pues como se dijo anteriormente el porcentaje de rotación es bajo en la organización, pero si se presentan ascensos o promociones, la política de la Caja es que las vacantes se suplan con personal propio, a través de convocatorias internas.

❖ Necesidades de Capacitación

Comfenalco-Cartagena realiza anualmente una evaluación de desempeño y una entrevista con los supervisores de las distintas divisiones. La solicitud de superiores y el análisis de cargos quedan a criterio de cada supervisor. También realizan Detección de Necesidades de Adiestramiento en todas las divisiones de la organización.

❖ Cobertura de la Capacitación

De acuerdo al estudio realizado se encontró que las áreas más atendidas en el período estudiado en cuanto a capacitación fueron los empleados de apoyo técnico y profesional. Seguidamente los de apoyo administrativo, los jefes de división y directores. La población representada por los jefes de división, y Directores es de 32 personas y la diferencia en capacitación entre los empleados de apoyo técnico, profesional y ejecutivos, es de 8%.

❖ Capacitación recibida por los trabajadores

El N° de H/H de capacitación en los períodos determinado es de 1352 Horas en el 2010 y 1615 Horas en el 2011 con recursos internos, en un promedio de 64 horas para el 2011, de entrenamiento por cada trabajador.

❖ Educación Formal

Comfenalco-Cartagena, ofrece a sus trabajadores una ayuda económica representada en auxilios del 100% otorgados a aquellos empleados que tengan contrato a término indefinido y se encuentren cursando estudios a nivel de Especializaciones, Postgrados o Maestrías y un auxilio del 50% a trabajadores con contrato a término fijo que se encuentren matriculados en una carrera de pregrado en la Fundación Instituto Tecnológico Comfenalco, siempre y cuando mantengan un promedio igual o superior a 3.5. En el período estudiado en 2010 solo 3 trabajadores y 2 en el 2011 culminaron sus estudios.

7.4.3 Programas Sociales Internos

❖ Vivienda

- Modalidad de apoyo para adquisición de vivienda, cobertura e inversión.

El subsidio para vivienda no es un préstamo ni un crédito, es un aporte que les facilita a las familias tener casa propia.

El subsidio familiar de vivienda es un aporte en dinero que se otorga por una sola vez al beneficiario y constituye un complemento de su ahorro para facilitar la adquisición de una solución de vivienda nueva.

En el año 2010 fueron asignados 140 afiliados con el subsidio de vivienda por valor de \$ 1.485 Millones y se pagaron subsidios de vivienda por valor de \$885.000.000.

En el año 2011 fueron asignados 80 afiliados con el subsidio de vivienda por valor de \$ 1.485 Millones y se pagaron subsidios de vivienda por valor de \$858.834.600.

❖ Alimentación

Bajo el marco de la ley, Comfenalco cuenta con un restaurante-comedor ubicado en Ciudadela Escolar de la institución el cual beneficia a todos sus trabajadores

(621). A aquellos que laboraban dentro de esas instalaciones a 2010 se les suministraba un bono Big Pass con 22 tiquetes mensuales, cada uno por \$6.500, a 2011 se implementó el sistema de abono del valor total a la Tarjeta Integral de Pagos y Servicios Comfenalco.

A cada empleado se le descuenta por nómina \$29.250 por la utilización de Bonos de almuerzo, ya que Comfenalco subsidia en un 85% el valor del almuerzo.

❖ Cultura y Deporte

➤ Programas culturales promovidos por la empresa

En el área cultural, Comfenalco-Cartagena actualmente desarrolla actividades de interés para sus trabajadores cine-foros semanales, concursos de fotografía, entre otros concursos etc., son algunas de las nuevas alternativas ofrecidas por la empresa en beneficio de sus trabajadores. Los programas existen desde que se conformó la oficina de Desarrollo de Personal en el año 2000, quienes aprovechan la ventaja de contar con zonas deportivas, instalaciones adecuadas y personal calificado para tales actividades.

Adicionalmente, también existe la orquesta Filarmónica que tiene gran trayectoria a nivel nacional e internacional.

La intención de Comfenalco Cartagena con estos proyectos culturales y escuelas deportivas, es difundir el deporte por todo el territorio nacional. Las escuelas ya cuentan con 36 Años.

➤ Programas deportivos promovidos por la empresa

En el área deportiva se realizan las llamadas Jornadas Deportivas, las cuales constan de actividades como fútbol, futbolito, voleibol, domino, básquet, maratón y rumba-terapia, entre otras. En lo que va corrido de 2011, ya se han realizado unas jornadas y en las cuales han participado 200 trabajadores. Es importante

destacar que a estas actividades asisten la gran mayoría de los trabajadores de la Comfenalco, incluyendo a la Junta Directiva.

➤ Planes Vacacionales y Recreación

En el área de recreación, el Departamento de Talento humano, a través de planeación estratégica y corporativa, ofrece a todos los trabajadores planes y programas Vacacionales dirigidos a sus familias. Las actividades están enmarcadas en el bienestar de los trabajadores como parte integral del núcleo familiar buscando la motivación del empleado y la integración familiar del mismo, ratificando la importancia del sano esparcimiento, la buena utilización del tiempo libre y el fortalecimiento de los valores familiares. Los Planes contemplan dos modalidades: 1. Visitas Guiadas, donde se le ofrecen jornadas ecológicas, actividades deportivas y de recreación, talleres, etc.; 2. campamento cerrado en áreas especialmente ubicados y para el uso exclusivo de la empresa, ya que se cuenta con sedes propias como sede en convenio tanto campestre como lugares cerrado. Proporcionando facilidades de pago para cancelar el monto del programa: descuento en nómina, tarjeta integral servicio Comfenalco, adelanto de subsidio en cuotas mensuales.

➤ Atención al Preescolar

La empresa no cuenta con guardería para sus empleados; sin embargo cuenta con la C.E.C. que inicia con el nivel de Preescolar, donde pueden tanto afiliados como trabajadores matricular a sus hijos.

Por otro lado, es importante resaltar que la Unidad de Servicios Sociales en convenio con el Instituto de Bienestar Familiar, brinda apoyo a las guarderías mediante los servicios de Jardines Infantiles y administración de hogares comunitarios, beneficiando a los niños de estratos bajos de la ciudad.

7.4.4 Salud

Para dar cumplimiento a la ley 789 de 2002, la Caja presenta una alianza con la Clínica de Servicios Médicos Especializados “ESTRIOS Ltda”, quienes no solamente colocan a disposición sus servicios médicos especializados a los afiliados a la Caja sino también a sus trabajadores. Esta clínica se encuentra funcionando alrededor de la Caja, donde antiguamente funcionaba la IPS Comfenalco.

Los servicios ofrecidos por Estrios Ltda, son utilizados para el bienestar y calidad de vida de los empleados, entre estos se encuentran consulta externa en salud ocupacional, laboratorio, ambulancia medicalizada, consultas domiciliarias, hospitalización pediátrica entre otros servicios disponibles.

Dentro de los factores para una calidad de vida óptima se encuentra la salud, por esta razón, en el periodo estudiado, se evidenció que se adelantaron una serie de actividades con miras a promover la salud y prevenir enfermedades a sus trabajadores.

❖ Controles periódicos de acuerdo con los riesgos

Comfenalco-Cartagena efectúa controles periódicos para los trabajadores en los que se realizan consultas de medicina ocupacional como exámenes de espirometría, osteomusculares y actividades de promoción y prevención y al personal de mantenimientos expuestos a riesgos químicos (gases, vapores, humo).

❖ Atención de primeros auxilios

Para la atención de personal cuando sea necesario, la empresa cuenta con botiquines y brigadas contra incendio, búsqueda y rescate, primeros auxilios. Las causas más frecuentes de atención son la hipertensión arterial con dolor torácico (5), cefalea (5), traumatismos o politraumatismos (7), desmayos (1), y deshidratación (2).

❖ Enfermedades más frecuentes

En el aparte donde se estableció las causas de ausentismo se encuentran relacionadas las enfermedades con mayor frecuencia en la Caja (Ver cuadro 6).

Cuadro No. 6

Especialidad	2011	2010
Ginecológicas	31.00%	40.30%
Ortopedia	7.50%	7.40%
Enfermedades respiratorias	3.70%	6.70%
Cardiología	5.30%	0.00%
Otorrinolaringología	0.50%	0.6%

Fuente: encuesta

❖ Programas de medicina preventiva

La organización cuenta con programas de medicina preventiva caracterizados por Jornadas especiales que tienen como fin el despistaje de enfermedades. En este sentido, durante el período estudiado, se evidenciaron las siguientes actividades y/o jornadas en donde participaron los trabajadores de la Caja. Ver cuadro No. 7

Cuadro No. 7. Actividades y/o jornadas de Medicina Preventiva donde participaron los trabajadores de la Caja

N°	ACTIVIDADES	N° PARTICIPANTES
MEDICINA PREVENTIVA Y DEL TRABAJO	Capacitación en conservación de Voz- Análisis estadístico de accidentalidad laboral docentes - Prevención y Recomendaciones	117
	Capacitación en Gimnasia Laboral a líderes de pausas activas	5
	SVE Osteomuscular Programa "Hágalo en Casa" : visita Domiciliaria	1
	Exámenes Ocupacionales de Ingreso y Retiro	19
	Gimnasia Laboral : Pausas activas dirigida por áreas de trabajo - Seguimiento Análisis de puesto de Trabajo	93
	Campaña de Salud Oral	12
	Prevención Cardiovascular: tamizaje de Medición de Grasa, Masa corporal, Hidratación, Presión arterial, Peso Corporal.	114
	SVE Osteomuscular Programa "Hágalo en Casa" : Aplicación de cuestionario Nórdico	17
	SVE Osteomuscular Programa "Hágalo en Casa": Inspección de puesto de trabajo mediante lista de chequeo	4
	SVE Osteomuscular Programa "Hágalo en Casa" : visita Domiciliaria	1
	Capacitación de Ergonomía de Oficina	29
	Gimnasia Laboral : Pausas activas dirigida por áreas de trabajo	40
	Capacitación en Prevención de enfermedades generadas por factores de Riesgos Cardiocerebrovasculares - Alimentación Balanceada	70
	Mesas laborales: seguimiento casos de Enfermedad Profesional	7
	Aplicación de Cuestionario Nórdico SVE OSTEOMUSCULAR	35
	SVE Osteomuscular Programa "Hágalo en Casa" : visita Domiciliaria	1
	Capacitación en Seguridad Basada en el comportamiento	2 grupos de 12 Ps
	Gimnasia Laboral : Pausas activas dirigida por áreas de trabajo	33
	Análisis de Puesto de trabajo de la Sra. Rosa Rodríguez	1
	SVE Osteomuscular Programa "Hágalo en Casa" : visita Domiciliaria	1
	Exámenes médicos Ocupacionales de Ingreso	8
	Inspección de Puesto de Trabajo	1
	Análisis de Puestos de Trabajo	7
	Gimnasia Laboral : Pausas activas dirigida por áreas de trabajo	21
	Exámenes médicos Ocupacionales Periódicos con énfasis Osteomuscular jornada de Salud : " Nutrición y Salud"	23
	Exámenes Ocupacionales periódicos de Ingreso y Retiro	15
	Jornada de Promoción y Prevención : Salud Oral	26
	Jornada de Promoción y Prevención : Optometrías	8
	Jornada de Promoción y Prevención : Electrocardiogramas	30
	Jornada de Promoción y Prevención de Factor de Riesgo Psicosocial " Stres"	23
	Gimnasia Laboral : Pausas activas dirigida por áreas de trabajo /Capacitación en tenosinovitis de Quervain	26
	Jornada de Salud: Prevención de riesgos Psicosociales Masajes relajantes Anti Stress	30
	Exámenes Ocupacionales de Ingreso	28
	Exámenes médicos Ocupacionales Periódicos con énfasis Osteomuscular	7
Gimnasia Laboral : Pausas activas dirigida por áreas de trabajo Capacitación en epicondilitis Lateral - Dolor Lumbar	20	
SVE Musculo esquelético: Aplicación Listas de Chequeo : Video terminal – Operativo	70	
SVE Musculo esquelético: Intervención Muscular por espasmos	20	
Exámenes Ocupacionales de Ingreso	4	
	8	

Fuente: encuesta

❖ Educación en salud ocupacional

Con el objeto de incentivar al trabajador, la Caja a través de su oficina de Desarrollo de Personal, ofrecen charlas de prevención de higiene y seguridad, con el fin de educar y preparar ante situaciones adversas a sus trabajadores,

generando bienestar y velando por la calidad de vida, a continuación se relacionan las charlas realizadas en el periodo estudiado. *Ver cuadro No. 8*

Cuadro No. 8. Charlas realizadas sobre salud ocupacional

	ACTIVIDADES	No PARTICIPANTES
AMBIENTE DE TRABAJO/ HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL	Medición ambiental Ruido	7
	Ceremonia de Grado Líderes en Seguridad	35
	Socialización Procedimiento PTHU-10-V1: Entrega, Uso, Preservación y Disposición Final de los Elementos de Protección Personal	15
	Inspecciones líderes JANO	4
	Levantamiento de Panorama de Factores de Riesgo: Administración, CIS Ejecutivos, CIS Matuna	3 sedes
	Levantamiento de Panorama de Factores de Riesgo: Jardín social, Jardín Botánico, Regionales Turbaco, Carmen de Bolívar, Magangué, Takurika	6 sedes

Fuente: encuesta

❖ Cobertura de atención en salud

Comfenalco-Cartagena ya no presta servicios en salud directamente, desde el 2009 cerró su área de salud, actualmente en sus instalaciones está funcionando el Centro de especialistas pediátricos Estríos Ltda.

- Consultas realizadas directa y/o indirectamente, según área de servicio.
- Comfenalco Cartagena no lleva a cabo esta actividad, de acuerdo al punto anterior.

❖ Cumplimiento de meta de atención en salud

El número de consultas realizadas en el período estudiado como se expuso en el anterior aparte no se pudo evidenciar, sin embargo es importante destacar que el estudio no cuenta con metas de cumplimiento.

❖ Planes de Seguridad

Comfenalco-Cartagena, cuenta con planes de seguridad y contingencia realizados según cronograma de actividades establecido por la Oficina de Desarrollo de personal, y a continuación se muestran las veces realizadas en el

periodo estudiado, y en el cual se revisa el plan de acción de emergencias con el apoyo de las diferentes sedes de la Caja, abarcando todas las áreas de cada sede. Ver Cuadro No. 9.

Cuadro No. 9. Actividades Realizadas sobre Planes de seguridad

PLANES DE EMERGENCIA	ACTIVIDADES		No.
		Elaboración de Planes de Emergencia y Evacuación de TAKURIKA	1
		Elaboración de Planes de Emergencia y Evacuación de las sedes Regionales (Magangué - Carmen de Bolívar - Turbaco)-CIS Ejecutivos, CIS Matuna, Jardín Social	6
		Elaboración de Planes de Emergencia y Evacuación de las sedes Administración, CEC (Ciudad Escolar Comfenalco)	2

Fuente: encuesta

❖ Capacitación en el área de higiene y seguridad industrial

Desde hace 3 años que fue creada la Oficina de Desarrollo de personal, que ha venido realizando capacitaciones de Inducción sobre Seguridad Industrial en los cuales se tratan temas como prevención de Incendios, desalojo del edificio en caso de emergencias y Primeros Auxilios. Actualmente la organización cuenta con el COPASO (Comité paritario de salud ocupacional en los lugares de trabajo), quienes se han capacitado para el manejo de crisis, actuación en caso de incendios, primeros auxilios, desalojo de edificios, y actividades inherentes, entre otros. Para el periodo estudiado, se presentaron las siguientes actividades y las fechas de ejecución y a quienes fueron dirigidos. Ver Cuadro No. 10

Cuadro No. 10. Actividades de capacitación en el área de Higiene y seguridad industrial

ACTIVIDADES	FECHA DE EJECUCIÓN	COBERTURA	PROVEEDOR
Capacitación en Salud Ocupacional personal Nuevo	Enero 31 de 2011	Personal nuevo	Coordinadora de Desarrollo de Personal
Capacitación en el Programa de Ambiente de Trabajo, en Orden Y aseo	Agosto 17 de 2011	Líderes JANO - Miembros COPASO	

Fuente: encuesta

❖ Dotación y uso de equipos e instrumentos de seguridad industrial

A continuación se muestra la dotación y uso de equipos e instrumentos de Seguridad Industrial, requeridos para los cargos que requieren de elementos de protección personal, esta dotación es ofrecida al personal una vez al año. Ver

Tabla No. 11. Dotación de equipos e instrumentos de seguridad industrial

Carpintería	Guantes de cuero cortos tipo ingeniero / Gafas plásticas de seguridad/ Botas de Seguridad / Mascarilla facial desechable
Electricidad/Telefonía	Guantes dieléctricos con protección/Botas de seguridad/ Gafas plásticas de seguridad.
Refrigeración	Guantes dieléctricos con protección/Botas de seguridad/ Gafas plásticas de seguridad.
Pintura	Guantes de cuero cortos tipo ingeniero/Botas de seguridad/ Mascarilla de seguridad
Herrería/ soldador	Guantes de cuero cortos tipo ingeniero/Botas de seguridad/ Mascarilla de seguridad

Fuente: encuesta

❖ Estudios ergonómicos de puestos de trabajo y manuales sobre normas de seguridad

Todo el mobiliario fue adquirido siguiendo la consideración de ergonomía, sin embargo, a continuación se muestra los hallazgos en los puestos de trabajos de los trabajadores de la Caja en el periodo estudiado, al igual que se muestran las actividades y recomendaciones para mejorar y dar bienestar a los trabajadores.

Tabla No. 12. Estudios ergonómicos de puestos de trabajo y manuales sobre normas de seguridad

HALLAZGOS EN PUESTO DE TRABAJO	INTERVENCIONES	RECOMENDACIONES
1. Silla incómoda para el trabajador 2. Flexión de cuello al digitar por uso de portátil. 3. El soporte lumbar de la silla no está ubicado en la curvatura lumbar.	Se entrenó en funcionamiento de la silla Se capacitó en ergonomía de oficina e Higiene postural	1. Adquirir una base para portátil con teclado y mouse accesorio, además de un apoya pies y Apoya Muñeca. 2. Retirar el porta teclado para que no tropiece con los muslos del trabajador.
1. El teclado y el mouse se encuentran a diferente nivel 2. El monitor está por debajo de la horizontal visual 3. El soporte lumbar de la silla no está ubicado en la curvatura lumbar. 4. Los brazos quedan en el aire al digitar	Se subió la altura del monitor Se colocó el teclado arriba del escritorio y se retiró el porta teclado Se entrenó sobre el funcionamiento de la silla Se instaló el ergoinfo en el computador Se capacitó en ergonomía de oficina Se entrenó en el funcionamiento de la silla Se capacitó sobre ergonomía de oficinas	1. Adquirir una base graduable para el monitor (reemplazar los libros). 2. Retirar la varilla que sostenía el porta teclado para que no tropiece con los muslos del trabajador.
1. El soporte lumbar de la silla no está ubicado en la curvatura lumbar.	Se instaló el ergoinfo en el computador Se instaló el ergoinfo, Se capacitó en ergonomía de oficina Se entrenó en el funcionamiento de la silla	1. Retirar el porta teclado para que no tropiece con los muslos del trabajador. 2. Adquirir un apoyapiés
1. Teclado y mouse a diferente nivel 2. Los brazos quedan en el aire al digitar 3. Obstáculos debajo del escritorio 4. El soporte lumbar de la silla no está ubicado en la curvatura lumbar.	Se organizaron los AZ debajo del escritorio Se instaló el ergoinfo en el computador Se capacitó en ergonomía de oficinas Se entrenó en el funcionamiento de la silla	1. Retirar el porta teclado y subir el teclado sobre el escritorio. 2. Subir el monitor sobre una base graduable. 3. Adquirir un apoyapiés
1. El monitor está por encima de la horizontal visual 2. El soporte lumbar de la silla no está ubicado en la curvatura lumbar.	Se entrenó en el funcionamiento de la silla Se capacitó sobre ergonomía de oficina Se bajó el monitor de la CPU y se colocó libro hasta completar la altura adecuada Se instaló el ergoinfo en el computador	1. Adquirir una base graduable para el monitor (reemplazar los libros).
1, El borde superior del monitor está por debajo de la horizontal visual 2. Debajo de la mesa hay obstáculos que no permiten la libre movilización de los miembros inferiores 3, La silla no tiene buen rodamiento	Se colocan libros para subir el monitor Se capacitó sobre Ergonomía de oficinas Se instaló el Ergoinfo. Se acomodó el monitor paralelo a la trabajadora	1. Retirar el portateclado para que no tropiece con los muslos de la trabajadora. 2. Adquirir una base graduable para el monitor (reemplazar los libros). 3. Cambiar el escritorio por uno que no tenga tablas debajo de la mesa. 4, Cambiar la silla por una en mejor estado, con buen rodamiento.
1, La superficie de trabajo está por encima de los codos a 90° 2, Los pies no descansan cómodamente en el piso 3. El monitor no está paralelo a la trabajadora	Se le subió la silla para conseguir los 90° de codos. Capacitación en Ergonomía de oficinas y taller de pausas activas	Adquirir un apoya pies.

Fuente: encuesta

En cuanto a los manuales sobre normas de seguridad contienen información acerca de prevención de incendios, aspectos legales de la Ley Orgánica de prevención condiciones y medio ambiente del trabajo, tipos de riesgos, ergonomía, uso de los equipos de protección personal, investigación y análisis

de accidentes, enfermedades profesionales, equipos y maquinarias, transporte y primeros auxilios.

7.4.5 Información y Participación

En este aparte se estudiarán las iniciativas de la Caja para promover la participación de sus trabajadores en distintas áreas de acción de la empresa, facilitando su acceso al proceso de toma de decisiones.

❖ Divulgación de información sobre la organización y sus operaciones

Semanalmente y a través de la Intranet, los empleados tienen conocimiento de proyectos, programas, beneficios, apertura de mercados y nuevos productos, logros obtenidos por la empresa y trabajadores, temas sociales referidos a la proyección interna y externa de la empresa e información relevante a nivel nacional e internacional se cuenta además con el periódico de la empresa denominado Comfemes, donde se exponen eventos realizados por la empresa, declaraciones de sus miembros, y otras noticias de interés para los empleados.

Al igual que se invita a cada dependencia de forma mensual a participar de “No coma cuentas”, en donde se sensibilizan y se hace participe al personal de sus deberes y derechos, ya sea a través de capacitaciones o actividades recreativas que hagan más amena las proyecciones de la Caja a nivel interno y externo.

La Información divulgada en las anteriores herramientas es:

- Proyectos de Inversión en las diferentes Agencias, CIS (centro integral de servicios Comfenalco Cartagena) y Unidades de Negocio
- Nuevos Productos y Servicios
- Apertura de Mercados
- Desarrollo de Tecnología Propia
- Logros obtenidos y dificultades afrontadas por la empresa
- Temas sociales referidos a la proyección interna y externa de la empresa

❖ Promoción de espacios para la participación del trabajador

Los empleados participan a través de la ejecución de los proyectos sociales, en todas las áreas de la organización: Dirección, jefes de división, profesionales y

técnicos, personal administrativo. Existen diferentes actividades organizadas por los comités de Seguridad Industrial, de comedores y agencias.

❖ Incentivos a la iniciativa de los trabajadores

Acciones desarrolladas por la organización:

Las acciones que desarrolla la Caja para promover que sus trabajadores tengan iniciativas, sean más creativos y propongan mejoras a la organización, las organiza a través de seminarios, convivencias, eventos, concursos, con el fin de incentivar al trabajador.

Al igual que se da un reconocimiento al trabajador a través de bonificaciones por años de servicio, oportunidad de formación cursos y talleres, botón o placa por antigüedad.

7.5 DIMENSIÓN EXTERNA DE LA RSE DE COMFENALCO-CARTAGENA

7.5.1 Relaciones Interinstitucionales

Las relaciones establecidas por la Caja con otras organizaciones ya sean públicas o privadas le permiten establecer acciones de interés colectivo para todos sus trabajadores y afiliados.

Desde el punto de vista de lo anterior, Comfenalco Cartagena tiene dentro de sus unidades estratégicas de negocios, a la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco como oportunidad estratégica para ofrecer a sus afiliados, familias y población vulnerable la oportunidad de estudiar tanto a nivel tecnológico como universitario en las distintas disciplinas y profesiones.

Por otro lado, dentro de su misión, y a través de la unidad de Protección Social, la organización en estudio contribuye al desarrollo de la región, es por esto que en el 2011 se da la implementación de programas y proyectos de responsabilidad social con recursos de Cooperación Nacional e Internacional orientados a contribuir y a mejorar la calidad de vida de la población afiliada o no

afiliada a la Caja, apostándole a la generación de capital social de miles de beneficiarios.

Por lo que la Caja mantiene relaciones con entidades Gubernamentales como la Alcaldía mayor y las Alcaldías menores ubicadas en las cuatro localidades de Cartagena y el ICBF, Gobernación de Bolívar, y con entidades Internacionales como la Organización Internacional de Migraciones – OIM, es por esto que han desarrollado proyectos de gran envergadura para la población vulnerable como niños de 0 a 5 años, las Jornadas Complementarias, Adulto mayor, personas con discapacidad y madres comunitarias.

A continuación se presenta un listado detallado de aliados estratégicos que se encuentran en una mancomunada relación con la Unidad de Protección Social de la Caja:

Aliados Estratégicos

- Ministerio de Educación Nacional
- Ministerio de la Protección social
- Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias
- Gobernación de Bolívar
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar
- Colombia Humanitaria
- Organización Internacional para las Migraciones OIM
- Organización Mundial para la Seguridad Alimentaria FAO
- Instituto Enseñanza Nacional SENA
- PNUD
- Federación Internacional de Deporte Especial FIDES
- Universidad San Buenaventura
- Universidad del Sinú
- Best Buddies
- Festival Internacional de CINE y TV de Cartagena
- Secretaria de Educación del Distrito y Departamento
- Secretaria de Participación y Desarrollo Social
- Departamento Administrativo de Salud DADIS

- Hospital Local Cartagena de Indias
- Fundación Mamonal
- Fundación Plan
- Fundación Prociencia
- Fundación Acción por Bolívar ACTUAR
- Fundación Habilitar
- Escuela de Joyería del Caribe
- DAS
- IDER
- Education First
- Centro Aluna
- Asociación de Arte Trotasueños

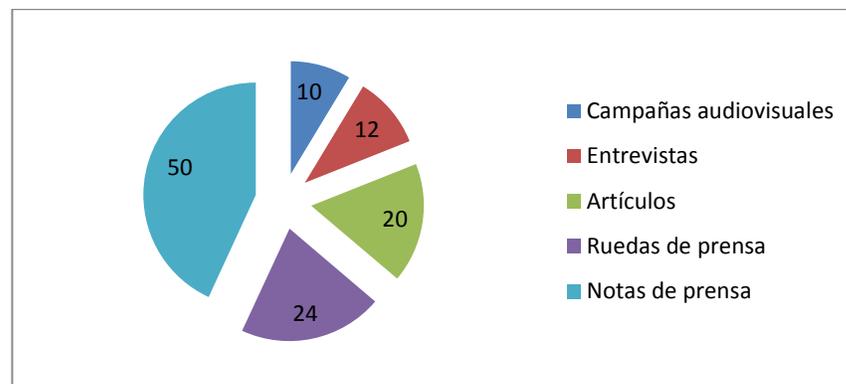
En los servicios de Vivienda de Interés Social–VIS, sus aliados estratégicos han sido constructoras, Alianzas con la Fundación Santo Domingo.

7.5.2 Medios de Comunicación Social

Información de la empresa divulgada mediante el uso de medios de Comunicación Social

La modalidad de información más utilizada es la nota de prensa, en la que se evidencia temas relacionados con el lanzamiento de nuevos productos y servicios, logros de la organización, Responsabilidad Social, actividades y eventos varios.

Grafica. 10. Medios de comunicación



Fuente: encuesta

Las Ruedas de Prensa, por su parte, son la segunda modalidad más utilizada e informa acerca de giras regionales, lanzamiento de nuevos productos o servicios, Responsabilidad Social empresarial, actividades y eventos.

Los artículos, suelen estar orientados a ofrecer información de tecnología, nuevos productos, Responsabilidad Social, y avances sobre el sector de las cajas de compensación, al igual que las entrevistas.

Otra modalidad, son las Campanas Audiovisuales que divulgan la información descrita anteriormente pero con mucho más alcance.

7.5.3 Inversión Social dirigida a la comunidad

7.5.3.1 Formalización de la Política Social de la empresa.

Los Programas y/o proyectos sociales desarrollados por Comfenalco-Cartagena, cumplen satisfactoriamente con la formalización de la política Social.

La ejecución de los mismos es desarrollada en general, de forma directa, en cualquiera de sus áreas de intervención ya sea en educación, salud, cultura, capacitación, deporte y recreación. El apoyo prestado regularmente suele hacerse a través de financiamientos, infraestructuras, asistencias técnicas, equipos y mobiliarios, etc.

A nivel general se encontró que la empresa no cumple satisfactoriamente con la promoción de la participación comunitaria en proyectos sociales de la empresa, porque la construcción de los mismos los desarrolla la caja de manera unilateral soportándolos en fuentes secundarias de información y sin tener en cuenta en la mayoría de los casos las necesidades reales de la población.

7.5.3.2 Voluntariado y Donaciones.

Comfenalco-Cartagena, no incluye a sus trabajadores en su gestión de Responsabilidad Social. Por lo tanto no cuenta para ello con un grupo de voluntariado corporativo Comfenalco que incluya empleados de todas las áreas

de la organización. Tampoco participan en los proyectos con sus socios sociales para que estos aporten un valor agregado a la organización.

Las donaciones realizadas, están sustentadas en ayudas concretas a la comunidad en general.

Seguidamente se presenta una tabla que resume las acciones de responsabilidad social de Comfenalco-Cartagena en cuanto programas, donaciones, patrocinios, recaudaciones a terceros y otros aportes durante los años del presente estudio.

❖ Programas o Proyectos Sociales dirigidos a la Comunidad.

Durante el 2011, se da una ejecución de los convenios de programas Sociales con las siguientes entidades:

Cuadro No. 13

• Tubos del Caribe	\$ 58	millones
• OIM	385	millones
• Alcaldía Cartagena	2.317	millones
• Fundación Mamonal	6	millones
• MEN_Icetex	1.122	millones
• ICBF	251	millones

Fuente: encuesta

De lo anterior se puede dar un breve descripción de los tipos de convenios desarrollados donde fueron beneficiaron 7.367 personas vulnerables.

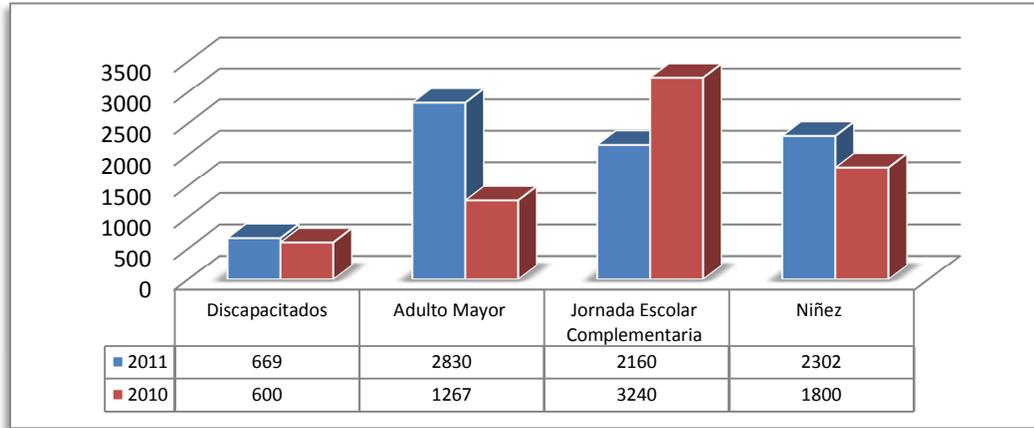
Cuadro No. 14

DESCRIPCIÓN	BENEFIC.
Contrato de Aportes. Administración de Hogares Centro Zonal Histórico y del Caribe Norte	442
Contrato de Aportes. Administración de Hogares Loc 3: Industrial y de la Bahía.	156
Contrato de Aportes. Administración de Hogares Loc 2: De la Virgen y Turístico:	780
Socios para el emprendimiento y la Referenciación – SER	2.175
Vivienda con Bienestar	2.100
ICBF - Bienestar Laboral	714
Gobernación de Bolívar - Colombia Humanitaria - Albergues Temporales (San Pablo - Cicuco - San Fdo)	700
Gobernación de Bolívar - Colombia Humanitaria - Albergues Temporales (Arjona - Carmen de Bol)	300
TOTAL BENEFICIARIOS	7.367

Fuente: encuesta

Y entre la población vulnerable se encuentran los siguientes proyectos desarrollados:

Grafica. 11



Fuente: encuesta

7.6 CUADRO RESUMEN DEL BALANCE SOCIAL DE COMFENALCO-CARTAGENA

Seguidamente se presenta un cuadro que sintetiza información cuantitativa de los indicadores más importantes relacionados con la RSE de Comfenalco-Cartagena en sus dimensiones interna y externa. Ver cuadro No. 15

Cuadro No. 15. Cuadro Resumen Dimensión Interna

Trabajadores según tipo de Contrato	Indefinido 149	Fijo 270	Por Servicios 167	Suministrado 35
Cargos		M		F
Directivo		9		0
Admón. y Jefe Área		15		8
Asistencial y Secretarial		3		28
Coordinador		22		30
Líder de Programas		0		5
Ejecutiva y Promotora		0		20
Analista		12		3
Aux. Administrativo y Operat.		74		93
Enfermera		0		2
Gerente Unidad		1		1
Docente		144		126
Aprendiz		1		6
Conductor		3		0
Aux. aseo		0		3
Mensajero		5		1
Sacerdote		2		0
Vigilante		4		0
Edad de los Trabajadores	28 a 32 años			
Antigüedad de los Trabajadores	0-1 años			
Estado Civil	Solteros		Casados	
	204		417	

Fuente: encuesta

Cuadro No. 16. Indicadores Económicos de la Dimensión Interna y Externa

VARIABLE/INDICADOR	2010	2011
DESARROLLO DEL PERSONAL		
Educación formal (BS)	\$ 95.364.996	\$ 111.987.343
Capacitación y Adiestramiento (BS)	\$ 219.627.500	\$ 205.538.875
Vr. actual Neto de Inversión en Capacitación y Adiestramiento (BS)	\$ 171.173.681	\$ 166.112.764
Costo unitario de Inversión Desarrollo Personal (BS)	\$ 254.824	\$ 297.505
PROGRAMAS SOCIALES INTERNOS		
ÁREA	2010	2011
Salud (BS)	N/A	N/A
Alimentación fuera del marco de la ley PAT (BS)	\$ 486.024.059	\$ 380.632.265
Transporte (BS)	\$ 518.223.934	\$ 688.126.990
Vivienda (BS)	\$ 3.898.061.000	\$ 750.430.000
Cultura, deporte y recreación (BS)	\$ 132.506.114	\$ 115.178.494
Educación (BS)	\$ 10.188.001.496	\$ 9.512.813.218
Capacitación a familiares (BS)	N/A	N/A
Atención al Preescolar fuera del marco del decreto 2506 (BS)	N/A	N/A
Programas de Jubilación (BS)	\$ 242.612.000	\$ 299.031.000
<i>Inversión total en programas sociales internos anual/Utilidad Neta del ejercicio (%)</i>	123,79%	86,41%
<i>Inversión total en programas sociales internos anual/Capital social de la empresa (%)</i>	23,04%	16,47%

Fuente: encuesta

Cuadro No. 17. Valor económico de la inversión social

VARIABLE/INDICADOR	2010	2011
<i>CAPITAL SOCIAL DE LA EMPRESA(BS)</i>	67.134.709.189	71.335.400.153
<i>UTILIDAD NETA DE LA EMPRESA (BS)</i>	9.344.568.265	12.724.749.860
Inversión Social total/Utilidad Neta del ejercicio (%)	165,50%	92,31%
Inversión Social total/Capital social de la empresa (%)	23,04%	16,47%
Costo unitario de la inversión social interna (BS)	\$ 56.443.170	\$ 35.168.299
Costo unitario de inversión social dirigida a la comunidad (BS)	\$ 2.062.882	\$ 1.369.980
Total de inversión social (BS)	15.951.849.604	12.006.173.768

Fuente: encuesta

7.7 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

❖ Consideraciones Teóricas

“La Responsabilidad Social Empresarial es un modelo de gestión ético y humano que establece el equilibrio entre la generación de recursos y beneficios para los afiliados y usuarios de los servicios y trabajadores y la participación de la empresa en el bienestar colectivo”. (Comfenalco, 2004)

Respecto a los enfoques teóricos expuestos en el marco teórico, los investigadores concluyen que la entidad en estudio se apega más al enfoque ético por considerar principios que expresan aquello que se debe o no se debe hacer.

Evidentemente, hay una preocupación empresarial ante el entorno que los rodea. Esto a causa de derechos universales como son los derechos humanos, los derechos laborales y el respeto y conservación del medio ambiente.

Las empresas afiliadas a la Caja de Compensación Familiar de Fenalco-Andi Comfenalco Cartagena, saben que respetando los derechos de los trabajadores podrán obtener mayor productividad en sus negocios, así como también reconocen que la labor de ayuda a las comunidades circundantes son el reflejo de una buena imagen y por ende mayor prestigio y reputación.

Bajo su misión, Comfenalco-Cartagena, demuestra que es una organización de carácter solidario que desde sus políticas, coloca en la balanza la rentabilidad de la racionalidad económica para sus afiliados y aliados y la estabilidad laboral para sus trabajadores, así como también el bienestar de la comunidad que los rodea.

❖ El Modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social

El modelo propuesto por la FEGS basado en las 4 premisas del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) de 1999: Productividad, Equidad, Sostenibilidad y Empoderamiento, evidencia las acciones llevadas por Comfenalco Cartagena en Responsabilidad Social. Desde esta perspectiva, la

inversión social debe estar dirigida hacia la satisfacción de las necesidades básicas, la mejor distribución de las oportunidades y opciones para una vida prolongada, el acceso a la educación y los recursos de una vida sustentable; esto significa que para tener un mayor impacto en lo que a RSE se refiere, Comfenalco-Cartagena apunta a la educación, la recreación y mejor nivel de vida, en su planificación de inversión social.

A su vez, Comfenalco Cartagena considera los principales problemas sociales del país, en especial del departamento de Bolívar, que revelan las áreas prioritarias de actuación social asociadas al desarrollo; así mismo dirige su inversión social a aquellas áreas que han sido de interés para el sector empresarial, en ánimo de realizar esfuerzos conjuntos y obtener un mayor desarrollo para la ciudad de Cartagena, el Departamento de Bolívar y el país en general; y por último Comfenalco identifica leyes en cuyo cumplimiento se evidencia que realizan aportes adicionales a los exigidos.

Según el análisis de los aportes realizados por Comfenalco Cartagena, se puede decir que contribuyen con instituciones que atienden a intereses y necesidades de las comunidades, generando un sistema organizativo de mayor eficiencia y eficacia en el uso de los recursos, enmarcado en un proceso continuo de acción hacia la comunidad y menos sujeto a las contribuciones circunstanciales.

Lo anterior lleva a la organización, por tanto, a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa ser más competitiva, respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus participantes: empresas afiliadas y sus trabajadores, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad.

Por todo esto, Comfenalco Cartagena aspira a la construcción de una cultura de ciudadanos corporativos, equilibrando la generación de riquezas y beneficios para los afiliados u usuarios de sus servicios y trabajadores y la contribución de la empresa en la conquista de fórmulas que se traduzcan en bienestar colectivo.

❖ Responsabilidad Social en Comfenalco

Al igual que lo propuesto en el modelo de la FEGS, Comfenalco-Cartagena asume la Responsabilidad Social Empresarial en dos dimensiones: Dimensión Interna y Dimensión Externa.

El compromiso adquirido por Comfenalco-Cartagena en la dimensión interna es principalmente con sus empresas afiliadas y trabajadores. Lo más importante en esta dimensión es la responsabilidad que tiene con 621 empleados y sus familias. En tal sentido tienen como principio fundamental velar por el mejoramiento profesional de su recurso humano y ofrecer condiciones de trabajo y programas de bienestar social que benefician a los trabajadores y su entorno cercano.

En la dimensión externa, busca retribuir a la comunidad la confianza y fidelidad hacia la organización y sus procesos. Comfenalco Cartagena canaliza su inversión social a través de sus socios sociales, que son organizaciones de confirmada trayectoria y eficiente gestión en el desarrollo de proyectos de gran impacto. Su programa de Responsabilidad Social Empresarial se fundamenta en el apoyo financiero, técnico y humano a los proyectos dirigidos por estas organizaciones, bajo criterios gerenciales de eficiencia, excelencia en la implementación de proyectos, dedicación de las organizaciones sociales conjuntamente con el personal de Comfenalco-Cartagena involucrado en el personal responsable de hacer seguimiento a la ejecución de los mismos.

Todos estos criterios buscan lograr un mayor aporte en la calidad del programa a invertir para que a su vez sea una actividad que además de ser socialmente responsable pueda cumplir a cabalidad los principios de impacto social y sustentabilidad que se requieren.

Asimismo, los empleados y directivos participan en el asesoramiento técnico y la capacitación de los responsables de estos proyectos a través de actividades de formación en áreas gerenciales vinculadas con la administración, economía, ciencias sociales, tecnología, etc. Con esto refuerza la base sustentable de sus iniciativas ya que está procurando el mantenimiento de los proyectos de las

organizaciones que hoy ayuda, para que permanezcan en el tiempo y puedan seguir desarrollándose exitosamente independientemente que Comfenalco-Cartagena siga o no dirigiéndoles su inversión social.

Comfenalco-Cartagena, en sus programas sociales está consciente del contexto económico decreciente y de las estadísticas sociales desfavorables de las cuales es protagonista nuestro país.

Las necesidades de la población colombiana cada vez más confirman la premura fundamental de la participación de todos los actores del sistema social de buscar las soluciones estructurales.

Comfenalco-Cartagena, pretende un cambio social que sea sostenible en el tiempo, a través de un apalancamiento de recursos que no sólo sea visto como la colaboración de recursos en sí que periódicamente creen valor, sino también como un aporte de una cultura organizacional que está en continua innovación.

❖ Resultados de la Investigación

Los estudios que se realizan sobre la situación social actual arrojan resultados alarmantes y reflejan la urgente necesidad de atacar áreas críticas para el desarrollo humano sustentable con lo que respecta a educación, salud e ingreso. En este sentido, la educación y la salud son las áreas prioritarias que constituyen la respuesta estructural para salir de la crisis y en particular Comfenalco-Cartagena se ha orientado al apoyo de proyectos vinculados con educación, recreación, apoyo financiero, de vivienda y algunas actividades relacionadas con la salud en el marco de su programa de responsabilidad social empresarial.

Las empresas que constituyen el sistema de cajas de Compensación Familiar en Colombia, a lo largo de su historia, han sido caracterizadas como organizaciones con excelentes beneficios a sus afiliados y trabajadores. En este sentido, en Comfenalco Cartagena, a pesar de que los sueldos no están muy por encima del salario mínimo legal vigente, los beneficios contractuales en cuanto a bonos, prestaciones y vacaciones han sido reconocidas. Comfenalco Cartagena no ha

estado exento y proporciona a sus empleados una ventaja por encima de lo establecido en la ley.

En la actualidad, en Colombia el tema de la Responsabilidad Social Empresarial ha tenido gran acogida entre muchas de las más destacadas empresas nacionales, entre las que destacan Grupo Bancolombia, Bavaria, Ecopetrol, EPM, entre otras. Estas empresas han dado algunos pasos en materia de inversión social. Cada una de ellas está enfocada en un área social específica a la que brinda apoyo. En un marco general, la educación, la salud, la cultura y el voluntariado son las más relevantes. A propósito de este último punto, Comfenalco Cartagena no ha desarrollado ciertas iniciativas de gran interés social, en este sentido debería crear voluntariados con la finalidad de estimular a sus empleados y familiares en la solidaridad hacia el prójimo como un valor corporativo esencial para la convivencia de la empresa con su entorno. El apoyo brindado a través del voluntariado se focalizaría a través en asesorías técnicas, capacitación y logística a los programas desarrollados por los socios sociales, organizaciones dedicadas al apoyo de las áreas prioritarias de atención social.

❖ Planificación Estratégica

Actualmente, la organización atraviesa por un proceso de planificación estratégica en el cual todas las áreas de trabajo desarrollan sus lineamientos, objetivos y competencias a mediano y largo plazo. Es por esta razón que el estudio no pudo ser enriquecido con las metas esperadas y alcanzadas de la organización y de esta manera poder medir el desempeño y alcance de sus políticas de responsabilidad social.

En tal sentido, la ausencia de metas indica que el diagnóstico realizado a través de la metodología propuesta por la FEGS, va a ser el punto de partida para posteriores estudios, es decir, va a ser la línea base para futuras comparaciones con años consecuentes sobre el desempeño semestral y anual de sus programas de Responsabilidad Social.

A través de este proceso, se están unificando criterios de Responsabilidad Social Empresarial interna. Se intenta alinear políticas, procedimientos, roles y

responsabilidades de la organización, para de esta manera planificar los objetivos y las metas que conllevarán a la implementación y funcionamiento de un programa de Responsabilidad Social que logre capacitar, documentar y comunicar a sus trabajadores en el área. La idea de que toda la organización participe en la planificación de sus competencias es llegar a una situación ideal donde todos puedan mantener contacto directo con la Junta Directiva y de este modo fomentar la comunicación interna de los empleados en una estructura aplanada y que por demás incorpore a los procesos gerenciales la Responsabilidad Social como un valor intrínseco de la organización.

❖ Caracterización Socio-Demográfica

Los resultados obtenidos a través del instrumento de recolección de información, evidencian varios aspectos relevantes en cuanto a las características de todo el personal.

El primero de ellos está referido a la edad de la población trabajadora, en el cual se observa como la edad predominante está entre los 28 y 32 años, considerándose ésta como una población joven de trabajadores.

El estado civil predominante dentro de la Institución es el Casado. Respecto a la situación de Comfenalco-Cartagena ante el nivel educativo de sus trabajadores, hay que comenzar exponiendo que existe un número mínimo de personas que no son bachilleres (5 personas). Por otra parte, el 27% de la población, son tecnólogos y en mayor proporción los universitarios y con especialización 30%, lo que evidencia un nivel de preparación medio-alto de sus trabajadores.

7.7.1 Dimensión Interna

❖ Relaciones Laborales

Entrando en materia laboral, el salario mínimo de la organización es medianamente mucho mayor que el salario nacional, con una diferencia de \$150.000 entre uno y otro. Por tanto, en el pago de prestaciones sociales,

Comfenalco Cartagena otorga un mes monto superior a lo estipulado en la ley, al igual que en el disfrute de vacaciones, la ley determina 15 días más 1 día adicional por año y la empresa ofrece según su tiempo de antigüedad. En cuanto al Bono vacacional, la empresa también está por encima de la ley otorgando entre 5 y 20 días según años de servicios. Por tanto, aunque el salario base se encuentra por encima del salario mínimo nacional, el salario es muy superior.

Los datos obtenidos, arrojaron que el 90% de las personas con derecho a disfrute de vacaciones en el período estudiado han tomado vacaciones efectivamente.

En la ley del trabajo se menciona que un trabajador puede acumular hasta 3 vacaciones, sin embargo, el objetivo de las vacaciones es que el trabajador descanse de la jornada laboral, por lo cual lo ideal es que el empleado tome sus vacaciones anualmente.

La mayoría de los trabajadores tienen una antigüedad de 0 a 1 año en la organización. Anteriormente, se expuso que el tema de antigüedad supone una población joven debido al crecimiento de la empresa durante el año 2010 y mediados 2011 y por la contratación dada a los docentes.

El ausentismo está representado por 1.142 días perdidos en el 2011 y de 2.030 días en el 2010. En su mayoría son por causas médicas justificadas; la principal causa es la maternidad. En contraste son muy pocas las ausencias por causas no justificadas. La organización toma en cuenta este factor y lo tienen registrado por nómina. Es importante señalar que fue baja la ausencia por accidentes de trabajo o por enfermedad profesional, por lo que pudiéramos considerar que el riesgo laboral es bajo.

Comfenalco-Cartagena cuenta con una contratación colectiva vigente. De ella se derivan varios de los beneficios de los cuales los trabajadores gozan: las becas de estudio para los trabajadores con contrato indefinido, los uniformes, los juguetes navideños, entre otros. Las becas son otorgadas a aquellos trabajadores que se hayan distinguido por su dedicación y eficiencia laboral y se encuentren cursando estudios técnicos, tecnológicos, universitarios o Post-

grados. Esta iniciativa hace notar el interés de la empresa en incrementar y mantener un nivel educativo alto entre sus trabajadores, contribuyendo así a la formación de su recurso humano y aumentando su productividad. Los uniformes son entregados al personal que labora en la empresa, Seguridad, Auxiliar de Cocina, Almacén y Mantenimiento; a los mensajeros motorizados y cobradores se les suministra un equipo de trabajo, con el fin de ayudar con los gastos al empleado y contribuir a su ahorro. Los juguetes navideños se obsequian para los hijos de los trabajadores de 0 a 12 años (como se mencionó anteriormente, ésta es la mayor parte de la población infantil de la organización).

Con respecto a las actividades sindicales existe un Sindicato de Empresa que se denomina Sinaltracaf. El mismo posee un número de afiliados de 48 en el 2010 y de 47 en el 2011 trabajadores que representan el 8% de todos los empleados. Durante el período evaluado no hubo ningún tipo de disputas que pudieran clasificarse de conflictos laborales.

En cuanto al desarrollo profesional del personal, en el 2010 y 2011 se presentaron 5 y 22 promociones respectivamente en todas las áreas de la organización. Se evidencia que un gran número de ellas es realizado al nivel administrativo.

Las necesidades de adiestramiento son detectadas a través de evaluaciones de desempeño anual por medio del Departamento de Talento Humano.

Se realiza una entrevista con los jefes de las divisiones de la empresa.

Los empleados de apoyo técnico y profesional han sido los más capacitados durante este período; seguidamente los de apoyo administrativo y por último los directivos y jefes de división. Sobre este punto hay una observación relevante: el universo de población del nivel gerencial es mucho menor en proporción a los empleados administrativos, técnicos y profesionales, sin embargo, son capacitados casi todos por igual, lo que quiere decir que la mayoría de los ejecutivos reciben capacitación.

Igualmente, Comfenalco según encuesta realizada a sus trabajadores, mencionan que la Caja ofrece alimentación balanceada a través de su bono

alimenticio, proporcionando microondas, cafetín, comedor, línea de servicio y cocina. Este espacio está ubicado en las instalaciones de la empresa y atiende a un promedio de 300 comensales diarios, brindando comida saludable y cumpliendo con las normas de higiene y seguridad. Los empleados que operan en la empresa son beneficiarios por lo cual se le subsidia el costo del menú. Para los empleados que se encuentran ubicados en otras oficinas - CIS, se les entrega un talonario con ticket de comedores en instalaciones particulares. Sin embargo, cualquier trabajador que desee ir a disfrutar del servicio de comedor, puede hacerlo con tan solo entregar su Bono para este fin. La empresa por tanto, subsidia al 70% de sus trabajadores. Evidentemente, este es un beneficio adicional a la ley, ya que en ningún momento a la empresa se le exige dar este tipo de subsidio a empleados, solo en el caso de que sea convencional.

En el área cultural, Comfenalco Cartagena actualmente está comenzando a desarrollar actividades de interés para sus trabajadores. Cines foros semanales, concursos de fotografías, etc. son algunas de las nuevas alternativas ofrecidas por la empresa en beneficio de sus trabajadores. Los programas iniciados son de data muy reciente, porque a partir de mediados del corriente año es cuando las instalaciones de Comfenalco Cartagena han estado disponibles para su uso. Eventos con la orquesta filarmónica, son una iniciativa de gran envergadura que contribuye en gran medida al desarrollo cultural no solo de los trabajadores de Comfenalco Cartagena, sino también a todos aquellos que están a su alrededor. Uno de los puntos más importantes, es que es realizado a nivel nacional y difundido por varios medios de comunicación, recalcando la intención de la empresa por mejorar con la formación cultural de su comunidad.

En el deporte, se realizan las llamadas “Jornadas Deportivas”, las cuales constan de actividades como fútbol, futbolito, tenis, domino, básquet, maratón y rumbaterapia.

Son iniciativas que fomentan la convivencia y la solidaridad entre todos los miembros de la organización, y que ayudan a contribuir al sano desarrollo de su recurso humano.

En el área de recreación, el Departamento de Talento Humano, ofrecen a todos los trabajadores los Planes Vacacionales dirigidos a sus hijos.

La actividad además de ser recreativa también es educativa y formativa. La idea de compaginar diversión con aprendizaje es símbolo de preocupación por el futuro de nuevas generaciones. Incluir, además, programas medio ambientales favorecen a la comunidad en general y fomentan en los niños espíritu de conservación y respeto por la naturaleza. Es importante destacar, que existen diferentes actividades por grupos de edad. Cada uno de ellos tiene necesidades diferentes, es por tanto que los programas adaptados a los grupos de edades son iniciativas bien interesantes que favorecen tanto a los niños como a los padres.

Comfenalco Cartagena cuenta con los servicios de la CEC (ciudad escolar Comfenalco) la educación de los hijos de sus trabajadores, sin embargo, beneficiando así a trabajadores y niños.

En el área de Salud, Comfenalco-Cartagena efectúa controles periódicos para los trabajadores; a través de sus jornadas de salud, en convenio con la IPS de Comfenalco y la ARP en donde se realizan exámenes de rutina. Estas consultas van dirigidas a los diferentes niveles administrativos.

Existen tres modalidades de cobertura en salud: los primeros auxilios, la consulta externa y las emergencias. Para la atención de estas modalidades cuenta con el Centro Medico ubicados en las instalaciones de la empresa. Las causas más frecuentes de atención son la hipertensión arterial, cefalea y traumatismos. En este centro las enfermedades más comunes son de tipo auditivas, respiratorias, gastrointestinales y dermatológicas. Sería importante verificar si ciertamente estas últimas enfermedades no son causadas por factores originados en el mismo ambiente laboral, como por ejemplo contaminantes derivados del cigarrillo, entre otras.

Adicionalmente, la organización cuenta con programas de medicina preventiva caracterizados por “Jornadas Especiales”, a través del COPASO que tienen como fin el despistaje de enfermedades. Es una iniciativa que permite mantener

a los empleados alertas sobre cualquier enfermedad y una forma de contribuir a la calidad de vida de su recurso humano.

Con el objeto de incentivar al trabajador, la empresa ofrece charlas de prevención de higiene y seguridad, con el fin de educarlos y prepararlos ante situaciones adversas. Para ello también cuenta con planes de seguridad y contingencia que son efectuados durante todo año y en el cual se revisa el plan de acción de emergencias con el apoyo de la Brigada de Emergencias, abarcando todas las áreas de la empresa.

Sobre la base del modelo estudiado, se evaluó el grado de formalización de Comfenalco Cartagena en materia de políticas de Seguridad Industrial, conociéndose que existen programas de adiestramiento actualizados que cubren a toda la organización a nivel nacional y que realizan práctica de simulación y entrenamiento de personal para el mismo fin, cumpliendo de esta manera con el objetivo principal del indicador.

Por ser Comfenalco Cartagena una empresa de servicios, el área de talento humano informa que no requiere de grandes dotaciones de equipos y accesorios de Seguridad Industrial. No obstante, los trabajadores que así lo requieren son dotados de ellos con una frecuencia considerable por cada equipo o instrumento. Efectivamente cuentan con manuales actualizados de normas de seguridad, aunque también la información requerida puede obtenerse a través de la intranet, al igual que todos los programas, incentivos, charlas, cursos y demás información que se requiera.

Comfenalco Cartagena, habilita un canal para la promoción de espacios para la participación de sus trabajadores. El voluntariado corporativo es la forma en que los empleados pueden mantener contacto directo con los programas que realizan los socios sociales y de esta manera crear una conciencia solidaria hacia el prójimo; adicionalmente es una red de fraternidad entre miembros de una organización que está en consonancia con las necesidades de una

comunidad que aboga ayuda, desafortunadamente, la organización no cuenta con esta estrategia.

Dentro de la organización, se reconoce el talento y el trabajo de sus miembros a través de reconocimientos públicos, eventos, bonificaciones, talleres y cursos que denotan el interés de la empresa por mantener empleados satisfechos y comprometidos.

7.7.2 Dimensión externa

La empresa suele utilizar, en la mayoría de los casos, notas de prensa para divulgar su información a los medios de comunicación, donde se evidencia temas relacionados con el lanzamiento de nuevos productos y servicios, logros de la organización, Responsabilidad Social, actividades y eventos varios. Esta es una forma rápida y frecuente de ampliar la cobertura de la información a nivel nacional. Sin embargo, estas modalidades de información pudieran ser complementadas no sólo con información de productos y servicios sino también con la divulgación de políticas internas de Responsabilidad Social. Por lo general la comunicación sobre este tema está más orientada a la divulgación externa que interna, y los empleados suelen pensar que se invierte más en programas sociales externos que en beneficios para los trabajadores, cuestión que quedó evidenciada como contraria.

8. CONCLUSIONES

La investigación, que tuvo por finalidad conocer cuáles eran las iniciativas de Comfenalco Cartagena en materia de Responsabilidad Social Empresarial y como pueden ser sistematizadas a partir de la utilización del modelo de balance social propuesto por la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS), tuvo gran acogida en la organización que ya contaba con precedentes en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Producto de la aplicación de la metodología propuesta por la FEGS, se cumplió con el objetivo general del estudio, a saber: “Evaluar la Responsabilidad Social de una empresa colombiana, caracterizando y analizando sus iniciativas en materia de inversión social mediante el modelo de Balance Social propuesto por la Fundación Escuela de Gerencia Social”. Al respecto, se comprobó que Comfenalco Cartagena tiene conciencia de que todo lo que desarrolla en materia de Responsabilidad Social Empresarial repercute directa e indirectamente dentro y fuera de la compañía.

Comfenalco Cartagena es una empresa parcialmente responsable, en la medida en que algunas de las actividades que realiza corresponden a los modelos de responsabilidad social.

Si la definimos como aquella que se preocupa por el bienestar de quienes trabajan en ella y demuestra su solidaridad con su entorno. La preocupación se pone de manifiesto a través de la intervención de la organización en áreas vitales como la salud, la educación, la remuneración y los beneficios sociales, entre otros.

En el área de la salud, Comfenalco-Cartagena organiza y ejecuta programas y jornadas de asistencia médica y trabajadores capacitados para la atención de primeros auxilios.

En educación, contribuye con el crecimiento profesional y personal de sus trabajadores a través de becas para estudios de tercer y cuarto nivel.

En relación con los beneficios sociales, las ayudas para adquisición, remodelación y ampliación de viviendas evidencian la preocupación de Comfenalco-Cartagena por el bienestar de su recurso humano; a su vez, el beneficio del comedor va más allá de lo que dictamina la ley. En cuanto al menú Comfenalco Cartagena auxilia en un 75% los almuerzos de cada trabajador, de igual manera posee unas instalaciones en buenas condiciones, aunque brindando comidas poco balanceadas y sin opción a escoger en el menú y en algunas veces trabajadores se quedan sin almuerzo.

Los beneficios de ley relacionados con las vacaciones, bono vacacional y utilidades están por encima de lo establecido en la Ley Orgánica del Trabajo. Este aspecto es de particular relevancia, puesto que estos conceptos tienen incidencia directa en el pago de prestaciones sociales.

En su dimensión externa, Comfenalco-Cartagena mantiene excelentes contactos con sus clientes, ofreciendo servicios de calidad, con sus proveedores. La alianza con instituciones dedicadas a la ayuda y apoyo de las comunidades más desprotegidas a través de programas de alto impacto y que tienen por finalidad la sostenibilidad en el tiempo, muestran indicio de algunas actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

Los resultados anteriores arrojaron una parcial sintonía entre la teoría y la práctica en Responsabilidad Social Empresarial. Es un estudio favorable para la organización porque a través de él, Comfenalco Cartagena posee un punto de partida en su gestión de Responsabilidad Social, además de reafirmar la necesidad de establecer políticas verdaderas de RSE, que lo caracterizarán en el futuro como empresa socialmente responsable y lo coloca en alerta en aquellos puntos donde debe crecer.

Con respecto al cumplimiento de los objetivos específicos, el desarrollo de la investigación permitió determinar: los componentes de la responsabilidad social en función de la dimensión y variables propuestas en el modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social; aquellos indicadores que reconocieron una valoración objetiva del grado de responsabilidad de la empresa frente a los trabajadores y las demandas sociales y además permitió medir cuantitativa y/o cualitativamente las iniciativas en materia de Responsabilidad Social tanto a nivel de Recursos Humanos (dimensión interna) como a nivel de la inversión social hacia la comunidad (dimensión externa).

El modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social FECS, propone un método de trabajo adaptado a la realidad colombiana. Comfenalco-Cartagena, como entidad del sector solidario nacional, se adaptó a él en una gran parte de los indicadores. Aquellos que no se recopilaban, fue porque no aplicaban los indicadores del modelo a la organización o sencillamente no se disponía de la información.

Para sistematizar la información requerida se hizo un análisis de aquellas variables e indicadores que podrían ser contestados sin ningún tipo de problemas. Por naturaleza, hay ciertos aspectos de la organización que suelen ser más reservados que otros. La información recaudada tuvo que ser manejada cuidadosamente, ya que en su mayoría evidenciaba información de tipo confidencial.

El proceso de recolección de los datos a través del instrumento se dificultó, en primer lugar, porque por políticas de la empresa la información relacionada con Recursos Humanos suele ser confidencial y en segundo lugar, porque no existe una cultura de intercambio de información entre departamentos.

De forma paralela al estudio realizado, Comfenalco Cartagena está planificando y desarrollando un modelo que identifique su gestión de Responsabilidad Social Empresarial y los apoye a ser un ente cada día más transparente en las actividades que desarrolla en conjunto con los actores sociales. El apoyo de

parte del area de talento humano y el area de planeación y estrategia corporativa fue inmediato, manteniendo una relación de mutua ayuda en las investigaciones relacionadas al tema en cuestión.

La información recolectada no sólo sirvió de base para esta investigación sino que también resultó útil para consumo interno de la organización, en áreas donde no se habían levantado estadísticas o la información estaba desactualizada.

El estudio también arrojó la utilidad de algunos indicadores con respecto a otros. El indicador referido a la comunicación y divulgación de información, permitió destacar que existe mayor difusión de las gestiones empresariales y algunas de Responsabilidad Social al exterior de la organización que en ella misma.

Por lo anterior se ha propuesto divulgar con mayor frecuencia los aportes generados a la empresa y a sus trabajadores.

A pesar de que el modelo se adapta a las características de las empresas en que son aplicados, el sector servicio carece de ciertos indicadores que lo caractericen. Aquellos relacionados con manejo de cuentas, relación con clientes y proveedores, calidad en atención al cliente, tiempo de espera, etc.

Finalmente, esta investigación cumplió con sus objetivos, realizando a través del modelo de balance social, un diagnóstico que integra los estudios analíticos de cada área susceptible a la responsabilidad social empresarial, para aportar de esta manera información valiosa sobre la situación actual de la empresa en cuanto a planificación, ejecución, control y consiguiente evaluación de su gestión en cuanto inversión social y responsabilidad social empresarial.

9. RECOMENDACIONES

- ❖ Para la Organización: Se recomienda que la organización defina una política de responsabilidad social empresarial alrededor de la cual esta pueda definir sus propósitos y un direccionamiento de las actividades de RSE.
 - Aumentar y/o redefinir políticas de comunicación interna acerca de sus programas de responsabilidad social empresarial para trabajadores y familiares.
 - Recopilar información sobre el nivel educativo de los hijos de los trabajadores para procesos de planificación a mediano plazo.
 - Proponer un plan de becas estudiantiles para los hijos de los trabajadores, basado en desempeño académico y otros méritos.
 - Realizar un estudio de las enfermedades ocasionadas por ambientes de oficina (ductos de aire acondicionado, estática, cableados, etc.)
 - Evaluar, de ser posible, el aumento de la cobertura de los tutoriales (exámenes médicos generales de carácter preventivo) que actualmente son recibidos sólo por empleados a nivel ejecutivo, para todos los niveles de la organización.
 - Redefinir las políticas en el área de Higiene y Seguridad Industrial.
 - Reflejar a través de las modalidades de divulgación de información utilizadas por la empresa, los logros realizados en materia de Responsabilidad Social en sus políticas internas y no sólo el alcance de sus productos y servicios.
 - Equilibrar las capacitaciones al personal, permitiendo que se realice una formación más equitativa en toda la estructura organizativa, sin menoscabo del tipo de cargo ocupado.
 - La organización podría flexibilizar la información que suministra, ya que el estudio pudo haber sido más rico y útil si se hubiesen recolectado los datos necesarios para completar todos los indicadores.
 - Para futuras investigaciones sería interesante poder contrastar

indicadores con otros, haciendo cruces de variables tales como: educativos, a nivel universitario con variables tecnológicas y técnicas y educación básica.

❖ Para el Modelo de Balance Social FEGS:

- Incluir indicadores de legitimación de capitales, donde se pueda conocer la transparencia de las acciones bancarias.
- Incluir indicadores referentes a impuestos.
- Mejorar el diseño del instrumento de recolección de la información en aquellos indicadores donde se requiera la especificación de actividades concretas de la organización, como por ejemplo actividades deportivas, planes de capacitación, actividades recreativas, etc.
- Agregar indicadores que correspondan al área de servicios y atención al cliente, ya que el modelo en estos momentos se inclina más por indicadores dedicados a empresas de tipo industrial.
- Incluir indicadores relacionados con los criterios de selección de potenciales clientes.
- Incluir como un beneficio a tomar en consideración, la Ley de Política Habitacional.
- Como sugerencia para futuros estudios, el modelo no debería ser tan flexible al adaptarse a la realidad de cada empresa, sino que por el contrario debería mantener aspectos rígidos que le dieran una mayor cobertura al indicador.

10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ❖ Acevedo, R. y Franco, J. (1979). Técnicas de documentación e investigación II. Caracas: Universidad Nacional Abierta.
- ❖ Ander-Egg, E. (1969, 3ª Ed.). Introducción a las Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires: Humanitas.
- ❖ Boardman, A. /VenAmCham (Octubre 2003). Uso del Análisis de Costo-Beneficio Social para medir la Responsabilidad Social Corporativa. Responsabilidad Social Empresarial en las Américas. (1) 44-55.
- ❖ Centro Empresarial de Inversión Social y El Pacto Global (2004). La Responsabilidad Social Empresarial: una prioridad del mundo empresarial moderno. Paraguay: CEDIS.
- ❖ Centro Mexicano para la Filantropía. (1995). Memoria del primer Foro Trinacional sobre Inversión Social. México: CEMEFI.
- ❖ Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro Verde. Bruselas.
- ❖ Cox S, y Dupret X. (Sin fecha), La Responsabilidad Social Corporativa como aporte a la ética y probidad pública. Chile.
- ❖ Garriga E. y Melé D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. Journal of Business Ethics, 53, 51-71.
- ❖ Global Reporting Initiative. (2000). Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad sobre Actuaciones Económicas, Medioambientales y Sociales de la Empresa. Estados Unidos de América: GRI.
- ❖ Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003, 3ª Ed.). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- ❖ Instituto Nacional de Estadística y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2003). Índice y Entorno del Desarrollo Humano en Venezuela 2002. Caracas: La Galaxia.
- ❖ Machado, C., Berti, Z. y Caraballo L. (2002). Balance Social para la Empresa Venezolana. Modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS). Caracas: Alianza Social VenAmCham.

- ❖ Méndez, C. (2003). Responsabilidad de Empresarios y Empresas en Venezuela durante el Siglo XX. Caracas: Gráficas Acea.
- ❖ OCEI y PNUD. (1999). Índice y Entorno del Desarrollo Humano en Venezuela 1998. Caracas: CDB publicaciones.
- ❖ Organización Internacional del Trabajo (OIT), Asociación Nacional De Industriales (ANDI), Cámara Junior de Colombia Capítulo Antioquia. (2001). Manual de Balance Social Versión Actualizada. Medellín, Colombia: Gráficas Pajón.
- ❖ PETRÓLEOS DE VENEZUELA (PDVSA) y CIED (2001). Responsabilidad Social Empresarial en las Américas, Caracas: Fondo Editorial del Centro Internacional de Educación y Desarrollo (FONCIED).
- ❖ PNUD (2000). Informe sobre Desarrollo Humano. Madrid, Barcelona, México: Ediciones MundiPrensa.
- ❖ Sabino, C. (1992). El Proceso de Investigación. Caracas: Textos Ágora.
- ❖ Salkind, N. (1998, 3ª Ed.). Métodos de Investigación. México: Prentice Hall.
- ❖ VenAmCham (2004). Inversión Social Empresarial: Instrumento para la Sostenibilidad. Principios y Prácticas. Caracas: Alianza Social VenAmCham.
- ❖ VENAMCHAM y FECS (2000). Responsabilidad Social Empresarial en Acción. Caracas: Alianza Social VenAmCham.

WEB- GRAFIA y Textos Electrónicos

- ❖ Balance Social (2002). Balance Social en el Mundo. Homepage, Consultado el día 19 de Noviembre de 2009 de la World Wide Web: <http://www.balancesocial.com/legislacion.htm>.
- ❖ Pacto Mundial, (Sin fecha). ¿Qué es Pacto Mundial de las Naciones Unidas? Consultado el día 25 de Septiembre de 2009 de la World Wide Web: <http://www.pactomundial.org>
- ❖ Centro Empresarial de Inversión Social CEDIS (2009). El Balance Social: Una Necesidad para la Sostenibilidad Corporativa. Consultado el día 12 de Febrero de 2010 de la World Wide Web.

- ❖ Centro Mexicano para la Filantropía. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Consultado el día 12 de Febrero de 2010 de la World Wide Web
- ❖ Chacón, C. (2002). Libro verde de la responsabilidad social de las empresas. Consultado el día 12 de Febrero de 2009 de la World Wide Web
- ❖ Education Fund, Business for Social Responsibility BSR (2003). Ética Empresarial. Consultado el día 10 de Agosto de 2009 de la World Wide Web.
- ❖ Fundación Escuela de Gerencia Social FEGS (2002). Fundación Escuela de Gerencia Social. Consultado el día 15 Febrero 2010 de la World Wide Web.
- ❖ IBASE (2003). Balance Social Anual IBASE. Consultado el día 10 de Octubre de 2009 de la World Wide Web:<http://www.balancosocial.org.br/media/BSmodeloESPANOL2003.pdf>.
- ❖ Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (2009). Casos Internacionales y Nacionales: Recopilación de Buenas Prácticas sobre Responsabilidad Social Empresaria. Consultado el día 10 de Octubre de 2010 de la World Wide Web:
<http://www.iarse.org/site/downloads/publicaciones/buenaspracticass.pdf>.
- ❖ Instituto ETHOS (2003). Empresas usando o Guía de Elaboração do Balanço Social. Consultado el día 10 de Octubre de 2009 de la World Wide Web: http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio/default.htm.
- ❖ Olabe, A. (2002). Indicadores de Sostenibilidad en el ámbito de la Responsabilidad Social en la empresa. Consultado el día 10 de Octubre de 2009 de la World Wide Web: http://www.grupcies.com/sec.asp?id_link=97&id_up=78.
- ❖ Organización Internacional del Trabajo (2002). Manual de Balance social. Capítulo I. La empresa y su responsabilidad social. Consultado el día 10 de Octubre de 2011 de la World Wide Web: <http://www.oitandina.org.pe/publ/peru/balsol/cap1.html>.
- ❖ Red Puentes RSE (2003). Herramientas RSE. Consultado el día 25 de Septiembre de 2009 de la World Wide Web: http://www.redpuentes.org/centro_de_recursos/herramientas_rse.
- ❖ Santander Central Hispano (2002). Memoria de Responsabilidad Social Corporativa. Consultado el día 10 de Agosto de 2008 de la World Wide Web:

http://www.nebrija.com/responsabilidadsocial/docs/Memorias_Sostenibilidad/SC_H%20%20MS%202002.pd.

❖ Semper, J. (Sin fecha). La "Caux Round Table": Principios Para las Empresas. Consultado el día 25 de Octubre de 2009 de la World Wide Web: <http://www.jusemper.org/Inicio/Recursos/Actividad%20Corporativa/Resources/Principioscastellano.pdf>.

❖ VenAmCham (2002). Balance Social para la empresa Venezolana. Consultado el día 10 de Octubre de 2011 de la World Wide Web: http://www.venamcham.org/Alianza/alianza_balance.htm

11. ANEXOS

11.1 ANEXO A

CRONOLOGÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA PERSPECTIVA HISTÓRICA DE COLOMBIA

- ❖ Responsabilidad Social a partir de la Explotación Petrolera
- ❖ Los Primeros Servicios Sociales Empresariales y las Fundaciones de Empresarios
- ❖ La Reacción de los Empresarios como Promotores Sociales Activos
- ❖ El Estado se convierte en el mayor Inversor en Materia Social
- ❖ El Boom de las Fundaciones Corporativas
- ❖ La Liberalización Económica cambia el mapa de la Inversión Social en Colombia

11.2 ANEXO B ENCUESTA

EL BALANCE SOCIAL COMO HERRAMIENTA PARA EVALUAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE- EN LA CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR DE FENALCO -ANDI- COMFENALCO CARTAGENA.

FORMATO DE ENCUESTA

Introducción

Las áreas sobre las que se consulta en el presente formulario, se refieren a:

- ❖ Valores y Principios Éticos
- ❖ Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
- ❖ Apoyo a la Comunidad
- ❖ Protección del Medio Ambiente
- ❖ Marketing Responsable

¿Por qué responder este cuestionario?

El responder el presente cuestionario seguramente requiere de la participación de distintas personas de la organización. Las consultas cruzadas y traspaso de información entre las distintas áreas de la organización es un ejercicio que busca lograr la participación en mayor forma a todos los niveles de la empresa, mejorando la comunicación interna. En este caso concreto, permitirá compartir y focalizar información sobre un tema, en muchos casos, novedoso para algunos integrantes de la empresa.

Este proceso de recopilación de información, permite además, visualizar fortalezas y debilidades que a veces la propia empresa desconoce, pudiendo así tomar acciones preventivas o correctivas.

La información que se recopile y genere a partir de sus respuestas a este cuestionario será de gran utilidad para nosotros iniciar un análisis sobre su desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial e igualmente realizar nuestras Memorias y Reportes Sociales (RSE) para esta investigación.

La inclusión de información relativa a la RSE de la empresa en distintos documentos de la misma es una práctica que viene ganando terreno a nivel internacional y en particular en nuestra región, la cual actualmente es muy valorada por distintos "públicos interesados" ("stakeholders") tales como clientes, consumidores, inversores, comunidad, etc. Siendo tomado como señal de transparencia, compromiso y fortaleza, mejorando a su vez la imagen de la empresa.

Nota:

Es importante reiterar que el principal objetivo de esta herramienta es que la empresa realice una auto-evaluación y como resultado pueda fijarse metas y objetivos. Por lo tanto, es importante y necesario para nosotros que usted nos devuelva el cuestionario totalmente diligenciado.

En la medida en que los funcionarios nos hagan llegar la información (la cual se mantendrá en estricta confidencialidad), se podrá ir dibujando un perfil sobre las características de la RSE en la Caja de Compensación Familiar de FENALCO-ANDI Comfenalco Cartagena, información que nos permitirá desarrollar de la mejor forma ésta investigación.

Desde ya agradecemos el tiempo y esfuerzo que dediquen a responder este cuestionario el cual esperamos sea beneficioso para todos.

Con el propósito de facilitar el llenado del formulario, a continuación damos algunas indicaciones:

Consultas de aplicabilidad de los conceptos

En cada una de las áreas se establecen afirmaciones referidas a acciones y políticas de la empresa.

Para responder, a la izquierda se dispone de un espacio numerado. El rango es de 1, 2, 3 y N/A, donde:

3 = SI (siempre)

2 = A veces

1= No (nunca)

N/A= no es aplicable a nuestro caso

Cifras, Números y Porcentajes

En algunos ítems se hacen consultas que pueden implicar generar un porcentaje, una cifra u otra información. Estos datos son para manejo interno de cada empresa considerando que la averiguación de los mismos puede servir para visualizar mejor alguna situación determinada.

Por ejemplo: En "Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo" se pregunta: Existe una política de dar oportunidades a mujeres

3	2	1	N/A

Si se responde "3" (SI), significa que efectivamente la empresa posee una política en este sentido.

Luego se pide que se exprese:

Porcentaje de mujeres sobre el total de personal_____

Porcentaje de mujeres en cargos gerenciales sobre el total de cargos gerenciales_____

Las respuestas a estas 2 consultas pueden facilitar la visualización sobre si una política o intención de la empresa está siendo aplicada efectivamente.

Una vez contestado el cuestionario de cada Área, se deberá calcular el promedio del mismo el cual se obtiene sumando el puntaje total de acuerdo a la opción (3, 2 ó 1) marcada en cada pregunta dividiéndolo entre la cantidad de preguntas efectivamente respondidas (No se deben tener en cuenta las que fueron contestadas con N/A).

Área Suma Respuestas TOTAL

1. Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo

	NO	AVECES	SI	N/A
Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales				
La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Condiciones ambientales				
Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inversión en prevención de salud y seguridad				
En el presupuesto anual se prevee un monto destinado a la prevención de salud y seguridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacita anualmente en salud y seguridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y/o sus familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participación de fuerza de trabajo por géneros				
Existe una política de dar oportunidades a los discapacitados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existe una política de dar oportunidades a los jóvenes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existe una política de dar oportunidades a las mujeres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacitación del personal y desarrollo profesional				
La empresa prevé en el presupuesto anual un monto destinado a la capacitación de sus empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transparencia de información				
Se brinda a los trabajadores información financiera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se brinda a los trabajadores información de producción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se brinda a los trabajadores información sobre objetivos estratégicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libertad de sindicalización				
La libertad de asociación o sindicalización es efectivamente ejercida por los empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se prevén mecanismos de expresión de los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estructura de las retribuciones				
Existe un componente de participación en los resultados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existen incentivos por desempeño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Despidos				
La situación social del empleado es considerada al momento de su despido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plan de retiro				
Existe un plan de apoyo para el momento de retiro de los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rotación y retención de los empleados				
Existe una política de retención de los empleados en la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El trabajador y su familia				
La empresa desarrolla actividades sociales en las cuales participan los trabajadores y sus familias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa apoya a las familias de los trabajadores por medio de convenios, programas o acuerdos especiales (educativos, créditos, canastas, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Percepción y evaluación interna				
La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Marketing Responsable

	NO	A VECES		SI	NA
Consideración de la opinión del cliente					
La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes					
Considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios					
La empresa capacita en forma regular en "Atención al Cliente"					
En la empresa existe un departamento de "Atención al Cliente" o una persona responsable de atención a los clientes					
Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes					
Proceso de reclamaciones					
La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada					
La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones					
Relaciones en las cadenas de proveedores					
Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores					
En la selección de los proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la responsabilidad social					
Investigación y desarrollo					
Se consideran los requerimientos de clientes con capacidades diferentes					
Se busca un continuo perfeccionamiento de sus productos y servicios para que sean más seguros y representen menor riesgo para el consumidor					
Marketing y comunicación					
Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los servicios que ofrece la empresa(Usos irresponsables o excesivos, etc)					
Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el servicio que se ofrece					
La empresa promueve prácticas de ventas con criterios éticos					
Existen políticas de comunicación interna alineadas a valores y principios éticos					
Existen políticas de comunicación externa alineadas a valores y principios éticos (publicidad, difusión, etc.)					
Se encaminan seriamente las campañas publicitarias verificando que las mismas estén alineadas con los valores de la empresa					

3. Protección del Medio Ambiente

	NO	A VECES		SI	NA
El medio ambiente como compromiso empresarial					
La empresa dispone de proceso de capacitación en temas ambientales					
La empresa genera o participa en alianza con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente					
La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental					
Se consideran aspectos ambientales al solucionar proveedores					
Se desarrollan prácticas de cuidado del medio ambiente					
Se promueve el reciclado de insumos y otros productos					
Se tiene establecido un sistema de retorno de envases, embalajes, productos obsoletos, etc. generados por la propia empresa					
Se dispone de una política al uso de combustibles/energías menos contaminantes					
Se busca minimizar la liberación a la atmósfera de gases nocivos para la capa de ozono (CFC, etc.)					
Se procura disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa					
Se promueve la reducción en el consumo de energía y agua					
Implementa procesos para el destino adecuado de los residuos generados por la actividad específica de la empresa					
Implementa procesos para el destino o reciclado de "otros" residuos generados en la empresa (vasos, cartucho, papel, envases plásticos, etc.)					
Impacto medioambiental					
Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades					
Es política de la empresa atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión al medio ambiente					
Certificaciones medioambientales que posee la empresa _____					

4. Apoyo a la Comunidad

	NO	AVECES	SI	N/A
Política de apoyo a la comunidad				
Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa tiene como política promover el desarrollo de las microempresas y/o PYMES'S	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se prevé de espacios para desarrollara pasantías en la empresa destinados a jóvenes como apoyo de formación laboral de los mismos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se promueve la integración de personas con "capacidades diferentes" en la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa mejora los impactos de la misma en la comunidad proxima mas alla de las regulaciones existentes (ruidos,olores,movomientos de vehiculos,etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asignación de recursos				
En el presupuesto anual se prevén fondos para apoyar programas comunitarios y/o ONG's	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa destina recursos (no económico) para programas de apoyo comunitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se evalúan los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Voluntarios y participación				
Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se posee un gran programa de voluntariado corporativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los empleados desarrollan acciones de apoyo a la comunidad por iniciativa propia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Las empresas comunican internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa procura involucrar a sus proveedores en programas y/o acciones de apoyo comunitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Valores y Principios Éticos

	NO	AVECES	SI	N/A
Mision y Vision				
La empresa tiene explicitada su Mision y vision	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En la Mision y Vision se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En la redaccion de la Mision y Vision participan distintos niveles de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En la redaccion de la Mision y Vision se hacen consultas externas a la empresa (proveedores,clientes,comunidad, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Mision y Vision de la empresa son revisadas periodicamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La Mision y Vision es difundida publicamnte (sitio Web,publicaciones,etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Codigos				
La empresa dispone de Codigos de Etica o conductas Formales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ElCodigo de Etica o Conducta es refrendado por todos los trabajadores de la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Difunde y educa en valores y en codigos de etica regularmente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En las distintas instancias del reclutamiento personal se consideran aspectos relacionados con la etica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se aplican los principios eticos de las relaciones internas de la empresa (directivos,asesores externos,personal,ect.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se aplican los principios eticos en las relaciones externas de la empresa (proveedores,consumidores,gobierno,publicidad,etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Procedimiento				
La empresa ha cancelado o cancelaria contratos con proveedores por conductas no eticas de estos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa rechazaria contratos por considerar que los mismos o las empresas contratantes podrian ser eticamente incorrectos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Posee politicas y/o procedimientos de control y sancion ante posibles practicas corruptas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existe la politica de informar a los superiores sobre toda comision, obsequio,etc., recibido u ofrecido por parte de terceros en relacion a la actividad empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa tiene como politica sancionar situaciones de acoso sexual o de otra indole	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se posee normas que explicitamente prohíben practicas discriminatorias en la empresa ya sea por raza, sexo, religion,etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Varios				
La empresa promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del pais/mercado/empresariado/sociedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa cumple con la legislacion impositiva y de seguridad social vigente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa redacta anualmente una memoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En la memoria, se hacen mencion a actividades de Responsabilidad Social de la empresa (apoyo comunitario, proteccion medio ambiente, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La empresa posee documentacion que respalda lo respondido en el presente cuestionario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Como se mencionara en la Introducción, desde que la temática de la Responsabilidad Social Empresarial comenzó a tomar relevancia, han surgido un sinnúmero de cuestionarios y elementos para evaluar el estado de RSE de una empresa. A continuación ofrecemos uno de ellos con el solo objetivo de ilustrar otra opción desde un ángulo diferente, invitando a quienes deseen, responder el mismo.

El siguiente cuestionario de autoevaluación fue tomado del documento "Corporate Social

Responsibility: making good business sense"⁵ publicado por el World Business Council for Sustainable Development (pág. 24 y 25) y apunta a medir cuán comprometida está una organización con la Responsabilidad Social Empresarial. Estimamos oportuno hacer algunas consideraciones previas a ser tenidas en cuenta por quienes respondan el cuestionario.

Éste es uno de los muchos modelos de cuestionario que existen sobre Responsabilidad Social Empresarial y vale la pena ubicarnos en el contexto en el cual el mismo ha sido desarrollado y principalmente, hacia quienes va dirigido.

En tal sentido, es importante destacar que el mismo recorre diversos aspectos relacionados con el compromiso de la empresa en cuanto a su "estrategia de RSE" y no se refiere a las acciones o programas puntuales que la empresa desarrolla en cada una de las áreas.

Es un cuestionario que apunta a ser respondido principalmente desde la dirección o gerencia y si bien cubre algunos aspectos considerados como "elementales", es justo decir que el mismo se orienta a empresas de mediano y gran tamaño con cierta estructura y para las cuales el concepto de "Responsabilidad Social Empresarial" como tal no es nuevo.

No obstante esto, y reconociendo que un importante número de empresas ya han incursionado dentro del marco general de la RSE, consideramos que los conceptos globales manejados en el cuestionario pueden servir de base para futuras acciones y procesos.

⁵ El documento completo fue desarrollado en enero de 2000 por un grupo de trabajo liderado por Richard Holme (Río Tinto) y Phil Watts (Royal Dutch/Shell Group) y puede ser descargado (en inglés) desde el sitio web de la WBCSD www.wbcd.org.

Por último, en varias de las consultas, se hace mención al concepto de "Stakeholder". Para clarificar este concepto, podemos decir que los "Stakeholders" son definidos como "las personas y organizaciones que son impactadas por las acciones de la empresa y que a su vez pueden impactar a la misma con sus acciones". Estos impactos pueden ser positivos o negativos tanto de un lado como de otro.

Por nombrar a algunos, dentro de los Stakeholders o "grupos de interés", se encuentran los empleados, los accionistas, el Estado, los proveedores, los clientes, los consumidores, la comunidad, los medios, las ONGs, etc.