

“La empresa colombiana en su relación con la comunidad”

Ana María Santofimio Mahecha

Monografía para aspirar al título de
Socióloga
Escuela de Ciencias Humanas

Director: Wilson Herrera

Universidad del Rosario

Bogotá, Colombia

2011

Introducción

Acercarse al tema empresarial no solo debe remitirse a lo significativo que puede ser para una persona convertirse en un gran gerente o trabajador, ni tampoco a la generación de capital, de ingresos, a la regulación de mercados, etc. También, desde un punto de vista sociológico, se puede observar que, sin importar el tamaño de la empresa o el sector al que pertenezca, esta genera un impacto en la vida social tanto de quienes están directamente vinculados a ellas (trabajadores, proveedores, etc.) como de quienes lo están solo indirectamente. Por ejemplo, aunque la comunidad local no trabaje con (o para) la empresa, esta definitivamente produce un efecto (positivo o negativo) en el diario vivir. Quizá porque resulta evidente que existe una serie de consecuencias diferentes a las económicas en la relación de la empresa con la sociedad en su conjunto, es que se han escrito cientos de páginas que intentan generar más preguntas y responder a cuestiones como: ¿en quiénes o en dónde la empresa genera mayor impacto?, ¿qué debe hacer la empresa frente a esto?, ¿debería existir una reglamentación más exigente para regular los efectos de las actividades empresariales en la sociedad? En fin, se intenta dar cuenta del alcance de las responsabilidades de la empresa no solo en términos de la generación de bienes y servicios, sino también para con la sociedad en todas sus dimensiones. Todas estas preguntas tienen que ver con la llamada “responsabilidad social empresarial”. Esta noción hace referencia a las responsabilidades que tienen las empresas, públicas o privadas, con la sociedad. Tanto en las esferas académicas como entre la opinión pública hay un amplio debate sobre su significado y alcance. La presente monografía se inscribe dentro de ese intento de generar preguntas y, en la medida de lo posible, respuestas frente a la problemática específica de la relación de la empresa con la comunidad. Más específicamente, a partir de elementos teóricos y prácticos se busca responder, en el contexto colombiano, a una cuestión que consideramos fundamental: ¿la relación de la empresa con la comunidad responde a los principios y valores que forman parte de lo que se ha llamado *universo simbólico* de una sociedad como la colombiana? Para ello se hará un estudio de cinco casos empresariales, configurados a partir de entrevistas y de la aplicación de una serie de indicadores. En el desarrollo de la monografía se mostrará cómo

la empresa no responde a unos criterios mínimos indispensables que se requieren en la relación empresa-comunidad, lo cual obedece a factores de diversa índole, como por ejemplo el tamaño de la empresa, la prioridad que tiene el grupo de interés para esta, la legislación, entre otros.

La tesis está dividida en dos grandes partes. En la primera se hace un análisis teórico de los términos “responsabilidad social” y “comunidad”. En esta parte se desarrollará una concepción de comunidad a partir de autores como Max Weber y Ferdinand Tönnies, que permita dar cuenta de una serie de criterios normativos que servirán para evaluar su relación con la empresa, los cuales a su vez se abordan siguiendo la noción de “universo simbólico” propuesta por Peter Berger y Thomas Luckmann. Aunque el término “comunidad” parece de suyo evidente, fue necesario hacer una clarificación de lo que significa por cuanto en la literatura sobre responsabilidad social no hay una definición precisa de este, y muchas veces se confunde con otro concepto relacionado pero que la sociología ha demostrado que es distinto, a saber, el concepto de “sociedad”. Este capítulo es un punto de partida para entender las responsabilidades mínimas de la empresa con la sociedad y sus diferencias con las que tiene ante la comunidad.

Una vez establecidos los elementos conceptuales de la relación entre empresa y comunidad, en la segunda parte se aterriza la discusión en un plano más concreto, en el cual se indaga sobre la aplicación de estas nociones a empresas colombianas. A través del análisis de entrevistas se encontrará lo que los empresarios entienden por comunidad y cuáles son los asuntos que consideran prioritarios en su relación con ella. Seguido de esto se utilizarán los resultados de los indicadores construidos por el Observatorio Responsabilidad Social de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario para encontrar nuevas conclusiones, las cuales se reforzarán y explicarán también a partir de las ideas encontradas en las entrevistas. En general, se evidencia que la empresas estudiadas tiene un desempeño bajo en relación con sus responsabilidades hacia la comunidad y que, desde los cinco casos estudiados, hace falta fortalecer y superar debilidades para comenzar a trabajar en la dirección indicada de cara al bienestar de las comunidades afectadas por las empresas.

1. Comunidad, sociedad y responsabilidad social empresarial

El objetivo primordial de este primer capítulo es establecer las nociones teóricas básicas para fundamentar la relación de la empresa con la comunidad y entender por qué tal relación es diferente de la que aquella establece con la sociedad. No obstante, esto no es posible sin antes plantear una reflexión conceptual sobre la responsabilidad social empresarial, noción básica que se debe tener clara antes de establecer unas pautas mínimas para la relación entre empresa y comunidad.

1.1 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

¿Cuáles son las obligaciones de la empresa para con la sociedad en la cual desarrolla sus actividades productivas y comerciales? Esta es una pregunta que se plantean algunos académicos como Milton Friedman (1953), Max B. E. Clarkson (1995), Thomas Donaldson y Thomas Dunfee (1999), Peter Newell (2005) y David Vogel (2005). Inicialmente, la inquietud surgió durante los años treinta y cuarenta cuando se exacerbaron los reclamos en torno a las jornadas y condiciones laborales, entre otros aspectos (Yepes, Peña y Sánchez, 2007: 77). Después de la Segunda Guerra Mundial, las condiciones de pobreza extrema y los conflictos sociales dieron lugar a nuevos cuestionamientos sobre las responsabilidades de la empresa para con la sociedad y el medio ambiente. Así, varios autores y organizaciones se involucraron en el tema y han intentado dar respuesta al interrogante planteado. Quizá una de las posiciones más polémicas ha sido la del economista Milton Friedman (1970), quien afirmó que, en una sociedad con mercado libre, solo hay una responsabilidad social de la empresa: la obligación —con los negocios, con sus propietarios y con el mercado— de usar sus recursos e involucrarse en actividades diseñadas para aumentar sus ganancias, siempre y cuando se mantenga dentro de las reglas del juego, es decir, participe en una competencia abierta y libre de fraude (Friedman, 1979; 136). Mientras la empresa cumpla con estos requerimientos, su funcionamiento será el esperado por la sociedad y, por lo tanto, no se puede obligar a que responda por asuntos que

no le conciernen directamente (el cuidado del medio ambiente, la promoción de los derechos humanos, la superación de la pobreza, entre otros). No se le debe requerir que realice acciones no relacionadas con lo que se considera su función primordial, esto es, producir bienes y servicios que la sociedad necesita para satisfacer sus necesidades.

Así, se afirma que la empresa debe ocuparse del mercado, de la producción eficiente de los bienes y servicios y de la rentabilidad para sus propietarios. Se asume que persiguiendo el lucro privado es como mejor se contribuye a la generación de bienestar social (Paladino, 2001: 64). Sin embargo, el debate sobre la responsabilidad social empresarial no termina con Milton Friedman, por el contrario, hay otros puntos de vista divergentes sobre las obligaciones de la empresa con la sociedad. A continuación nos concentraremos en analizar una manera de concebir la responsabilidad Social Empresarial (RSE), en la que se considera que las obligaciones de la empresa van más allá del ámbito puramente económico.

Una de las clasificaciones de las diferentes responsabilidades que tiene la empresa, y quizá a la que se hace mayor referencia en la literatura consultada sobre la RSE, es la elaborada por Archie B. Carroll (1979). Este autor sostiene que las empresas deben asumir cuatro tipos de responsabilidades. En primer término están las *responsabilidades económicas*, que corresponden a lo que Friedman plantea: las empresas deben ser eficientes en el manejo de los recursos y eficaces en la satisfacción de las necesidades de sus clientes. En segundo lugar están las *responsabilidades legales*, que se refieren al cumplimiento de las leyes que rigen el comportamiento empresarial. En tercer lugar se encuentran las *responsabilidades éticas*, que enmarcan una serie de normas, estándares de conducta y expectativas de los intereses de los diversos grupos afectados por las actividades de la empresa. Las responsabilidades éticas son estándares de conducta más exigentes que los requeridos por la legislación y constituyen un campo en el cual la sociedad espera ciertos niveles de comportamiento que aún no se han podido configurar en forma de leyes. Si bien esto es cierto, es importante aclarar que las normas legales también pueden ser éticas, así como económicas; pero no todas las responsabilidades éticas están contempladas en un marco legal o económico. Por ejemplo, la necesaria contribución de la empresa a la

resolución del conflicto armado es un asunto que no está reglamentado, pero ello no indica que la empresa no deba asumir una posición activa en la búsqueda de una solución a esta situación. El cuarto tipo de responsabilidad hace referencia a *las actividades filantrópicas o discrecionales*, que son las decisiones voluntarias tomadas por las empresas que no están impuestas por la ley y que no tienen que ver directamente con su actividad comercial. Estas, a diferencia de las responsabilidades éticas, no son exigidas por la sociedad. Los ciudadanos pueden desear que las empresas gasten su dinero en acciones de este tipo, pero no las juzgan como no éticas si no lo hacen (Carroll, 1979: 500). La ley, por su parte, tampoco obliga a realizar este tipo de actividades. Es entonces, decisión exclusiva del empresario llevarlas a cabo o no (Carroll, 1979: 500).

Cabe resaltar que estas responsabilidades no son mutuamente excluyentes. Existen acciones que pueden generar beneficios económicos y, al mismo tiempo, cumplir con la legislación y configurarse como prácticas éticas o filantrópicas. Lo importante es que la responsabilidad social de la empresa debe dar cuenta no solo de las responsabilidades económicas, sino también de otra serie de obligaciones que debe contemplar en sus acciones.

A pesar de que en la literatura hay un amplio consenso de que estas responsabilidades son básicas para la empresa, se plantean algunas críticas relevantes. Por ejemplo, con respecto a las *responsabilidades legales*, la legislación, especialmente la internacional, aún se preocupa por mantener y proteger los intereses de las empresas por encima de todo. Las exigencias a las compañías en diversos temas, como el respeto por los derechos humanos, todavía son mínimas. Tal es el caso de los estatutos de los tribunales penales internacionales, que aún no establecen regulaciones específicas sobre la responsabilidad de las empresas en crímenes de guerra o de lesa humanidad (Wouters y Chanet, 2008: 263). Esto es, tal como lo mencionan estos autores, la simple confianza en la ley tampoco es suficiente. Por lo tanto, las autoridades públicas deben crear una estructura que maximice los beneficios de las corporaciones socialmente responsables. Al mismo tiempo, deben ser establecidas un conjunto de normas regulatorias para tratar los peores casos de violación de los derechos humanos y los relacionados con la devastación de los recursos naturales y las prácticas irresponsables con el medio ambiente. Desde este punto

de vista, la regulación puede ser usada para construir un enfoque voluntario más eficiente. (Wouters y Chanet, 2008:270)

En relación con las *responsabilidades éticas*, una de las críticas está relacionada con la dificultad que implica la evaluación del cumplimiento de los principios éticos en las empresas. Así por ejemplo, una manera de dar cuenta del comportamiento ético de la empresa es a través de los códigos éticos de conducta. A la luz de autores como Clarkson, implementar este tipo de códigos resulta ser una evidencia de que la empresa se interesa en incorporar un conjunto de responsabilidades más allá de las puramente económicas, pero es difícil dar cuenta de cómo se implementa el código o comprobar que este no es simplemente una manera de “vender una imagen positiva” (Clarkson, 1995: 95). Adicionalmente, gran parte de las empresas en el mundo aún no cuentan con un código ético de conducta¹.

Sin dejar de lado estos puntos cruciales, un enfoque derivado de la propuesta de Carroll ha sido el de considerar a la RSE como “una estrategia de mercadeo para lograr el éxito empresarial y la maximización de beneficios económicos” (Yepes, Peña y Sánchez, 2007: 118). Las empresas, desde este punto de vista, tienen la motivación de llevar a cabo prácticas de RSE por los beneficios que pueden obtener en términos de un mejor posicionamiento en el mercado, consecución de más clientes, mayores índices de satisfacción por parte de los trabajadores con respecto a la labor que ejercen y, por lo tanto, mejor rendimiento, entre otras razones.

Michael Porter y Mark Kramer (2006) afirman que las empresas necesitan de una sociedad “saludable” para así tener mejores trabajadores, mejores clientes y mayor competitividad:

Las corporaciones exitosas necesitan de una sociedad sana. La educación, los servicios de salud y la igualdad de oportunidades son esenciales para una fuerza laboral productiva [...] En última instancia, una sociedad sana crea

¹ Sin embargo, cada vez más un mayor número de empresas los están adoptando.

una demanda creciente para la empresa [...] Cualquier negocio que persiga sus fines a expensas de la sociedad en la que opera descubrirá que su éxito es ilusorio y, en definitiva, temporal (Porter y Kramer, 2006: 47).

De acuerdo con este pasaje, las iniciativas de RSE no solo deben emprenderse para aportar al buen funcionamiento de la sociedad, sino porque un contexto social “saludable” le permite a la empresa tener mayores ganancias en términos de contar con mano de obra altamente cualificada, en un adecuado estado de salud, y clientes con mayor capacidad de consumo. En resumen, la empresa, al cuidar de la sociedad en la que está inmersa y liderar acciones de RSE, genera mayores beneficios para ella tanto en términos económicos como de su funcionamiento.

En el mismo sentido se manifiestan Philip L. Cochran y Robert Wood (1984), quienes hicieron un estudio para medir la relación que existe entre la rentabilidad económica y la RSE, y concluyeron que esta relación es positiva para la empresa. A este respecto los autores afirman que:

Si determinadas acciones (clasificadas como socialmente responsables) tienen una relación negativa con el desempeño financiero de la empresa, entonces los empresarios toman precauciones en este campo. Pero si, de otra parte, existe una relación positiva, los empresarios pueden emprender actividades en esta (Cochran, Philip L. y Wood, Robert A., 1984: 42, traducido)².

Así, en caso de encontrar un efecto negativo, que reduzca las ganancias, los empresarios asumen una actitud de rechazo frente a las iniciativas del comportamiento socialmente responsable. De cualquier manera, reconocer que la empresa tiene

2 Las citas textuales de este documento son responsabilidad de la autora de la presente monografía.

responsabilidades adicionales a las vinculadas con la obtención de utilidades lleva a plantear la discusión respecto a qué otro tipo de obligaciones o responsabilidades tiene esta con diferentes grupos de interés que no necesariamente se benefician de dichas utilidades. Así, la empresa se asume como espacio socializador, responsable no sólo de las ganancias económicas, sino también, en parte, del bienestar de la comunidad dentro de la cual desarrolla sus actividades productivas (Yepes, 2007: 114). Tal como Lee Preston (1975) lo afirma, las acciones de las empresas tienen diversos impactos en la sociedad (deterioro del medio ambiente, violación de los derechos humanos, etc.), algunos de ellos no intencionados, pero que imponen una serie de responsabilidades y obligaciones que aquellas deben asumir.

Esta manera de entender la RSE permite plantear una pregunta relevante: ¿de qué clases de problemas o asuntos sociales debe encargarse la empresa respecto a los diversos grupos de interés afectados? La respuesta a esta pregunta ha dado lugar a varias propuestas. Sin embargo, se reconoce que los asuntos sociales varían dependiendo de la época, del lugar y de la empresa. Por ejemplo, hasta hace unos años, problemas como la seguridad de los productos, la seguridad ocupacional, la salud, el medio ambiente, la discriminación en el empleo, el trabajo infantil, la explotación laboral, etc. no eran temas prioritarios para las empresas y tampoco estaban reglamentados por la ley (Carroll, 1979: 501). En principio parece haber una relación de mutua retroalimentación entre las actividades de las empresas y las expectativas que, debido a los cambios sociales, se generan en la sociedad frente al comportamiento de aquellas. No se afirma de manera taxativa que esto suceda en la realidad tal como aquí se ha planteado, pero los ejemplos mencionados hacen plausible afirmar que los cambios sociales generan modificaciones en las expectativas de los individuos respecto a la conducta de las empresas, y que a su vez estas reaccionan a las nuevas expectativas asumiendo nuevas responsabilidades.

Así pues, lo que se espera de la empresa depende del contexto en el que se desenvuelva, la sociedad en la que esté inmersa y el tipo de Estado con el que cuente. Es así como, en países en vías de desarrollo, la débil presencia estatal tiene consecuencias en la manera de concebir la responsabilidad social de la empresa, y con ello, en las expectativas sobre su actividad (Reed, 2002: 180). Por ejemplo, en países como Colombia —en donde

existe conflicto armado, los derechos laborales son constantemente irrespetados, el deterioro del medio ambiente va en aumento, etc. — algunas expectativas giran en torno a que las empresas sean parte activa en la búsqueda de soluciones. Eso implica que el sector privado debe rechazar, por ejemplo, cualquier trabajo en conjunto con grupos al margen de la ley, fortalecer su presencia en los procesos de reintegración, etc. Sin embargo, es posible que, debido a la debilidad del Estado, las empresas deban incumplir este tipo de expectativas, como por ejemplo cuando financian grupos armados para suplir las necesidades de seguridad que el Estado no puede satisfacer, aunque lo que se esperaría sería un mayor involucramiento por parte de las empresas en la búsqueda de soluciones, estas terminan reforzando el problema de seguridad.

Afirmar que la empresa no solo es responsable frente a sus propietarios y accionistas sino que además está inmersa en un contexto social ante el cual debe responder deja otro gran interrogante: ¿ante quién o quiénes es específicamente responsable la empresa? Para ofrecer una respuesta a esta pregunta se ha venido desarrollado, desde los sesenta³, el enfoque de los *stakeholders*⁴ o grupos de interés, que permite abarcar los distintos actores relevantes con los que la empresa tiene relación, obligaciones o responsabilidades, y que son básicos para su sostenibilidad y perdurabilidad. En la reflexión sobre el enfoque de los stakeholders se hace énfasis en el estudio de las relaciones entre las empresas, los individuos y los grupos de personas que pueden ser o son afectados por las actividades empresariales (desde la producción, la distribución, la comercialización, etc.) y que tienen sus propias expectativas respecto a la conducta de aquellas. Se puede considerar a un stakeholder o bien como un grupo que es afectado por la empresa, por ejemplo la comunidad local donde la empresa se desenvuelve, o bien como un grupo que tiene la

³ Vallance, Elizabeth (1996); A. B. Carroll (1979); R. E. Freeman (1984); D. L. Reed (1983); Cortina, Adela (1997); T. Donaldson (1985), entre otros autores.

⁴ *Stakeholder* hacer referencia a los grupos de interés que afectan a (o son afectados por) las actividades empresariales.

capacidad de influir en las decisiones empresariales, como por ejemplo los directivos. El primer enfoque se ha considerado como una perspectiva más “ética”, en la que la preocupación es cómo atender de la manera más justa las demandas de los grupos afectados, mientras que la segunda corresponde a una visión más bien “normativa”, en la que el asunto es cómo controlar a los grupos de interés y ponerlos al servicio de la empresa.

Una de las clasificaciones más relevantes de los stakeholders se encuentra en el trabajo realizado por Max B. E. Clarkson (1995), quien diferencia entre los stakeholder primarios y los secundarios. De acuerdo con esta propuesta de clasificación, los primeros son aquellos sin los cuales las empresas no podrían continuar sus actividades —como es el caso de los clientes, los proveedores, los consumidores, los accionistas y los empleados⁵—. Los stakeholders secundarios, por su parte, se definen como los que ejercen influencia o son influenciados, los que afectan o son afectados por la empresa pero que no están comprometidos con las actividades de la misma y tampoco son esenciales para su existencia (Clarkson, 1995: 107). Tal es el caso de las ONG, los grupos de activistas y la comunidad.

La comunidad, según Clarkson, hace parte de los stakeholders secundarios. Sin embargo, la clasifica dentro de un gran grupo llamado “stakeholders públicos”, el cual se relaciona con temas como la salud pública, la seguridad y la protección, la conservación de energía y materiales, la evaluación ambiental de proyectos, otros asuntos ambientales, la inversión social y las donaciones (Clarkson, 1995: 102). Así, mientras que para un

⁵ Aunque es difícil encontrar un consenso para definir quiénes hacen parte de este grupo, autores como Gustavo Yepes incluyen a los inversionistas y a la competencia. Por el contrario, Irene Henriques y Perry Sadorsky (1999) no incluyen a los inversionistas dentro de su categorización. Adicionalmente, es posible encontrar en diversos autores otro tipo de clasificaciones (basadas en el principio según el cual los stakeholders son los grupos de interés que son o pueden ser afectados por las actividades de la empresa) pero para el presente trabajo solo se establecerán las dos caracterizaciones más recurrentes en la bibliografía consultada.

stakeholder como los trabajadores hay una serie de asuntos específicos tales como capacitación y empleo, beneficios, salud y seguridad ocupacional y otras actividades, la comunidad está inmersa dentro de un gran número de “asuntos varios” relativos a la sociedad, al medio ambiente y a la política pública. Esto es una muestra de la dificultad a la hora de establecer cómo se define y qué se incluye dentro de la noción de comunidad en la literatura sobre RSE.

De manera similar, David Grayson (2001) sostiene que la responsabilidad social de las empresas se ve reflejada en las grandes acciones que llevan a cabo con la “comunidad”. Este autor, al referirse a la noción de comunidad, abarca una gran cantidad de conceptos que se parecen más a la descripción de una sociedad. Así, afirma: “lo que quiero hacer es comentar sobre la manera en la que los negocios se interrelacionan con la comunidad, en su conjunto en donde opera, de donde contrata a sus trabajadores, sus clientes y de donde obtiene su ‘licencia para operar’” (Grayson, 2001: 104). Posteriormente brinda diferentes ejemplos sobre empresas que han contribuido de manera positiva a la comunidad. Así, menciona casos como el del National Westminster Bank, que tiene un programa llamado Face2Face que “enseña a los jóvenes de once a dieciocho años las realidades de las finanzas en el mundo moderno; cómo pueden manejar sus propias finanzas; y enseñarles a que sean capaces de enfrentar su futuro” (Grayson, 2001: 105). Otro ejemplo que menciona es el de una empresa que vende comidas, la cual lleva los alimentos excedentes a hogares de paso, a personas desamparadas, etc.

Con respecto a estos dos ejemplos, vale la pena preguntarse: ¿se trata del bienestar de la comunidad o de la sociedad en general? Si se aceptara que estos son ejemplos de comunidades, ¿estas están definidas como grupos de interés que afectan o son afectados por la empresa de manera directa? ¿O se trata de un grupo de personas que se encuentran en la sociedad y que tienen diferentes tipos de necesidades? Dicho de otro modo, ¿a qué se refieren exactamente Grayson o Clarkson cuando usan la palabra “comunidad”?

Frente a esta falta de claridad sobre qué son las comunidades y quiénes las conforman, se hace entonces necesario establecer ciertas nociones básicas que se deben tener en cuenta en su definición y en la determinación de su relación con la empresa. Sin embargo, antes de entrar en esta discusión, se debe analizar conceptualmente el papel que

tiene la empresa en la sociedad en su conjunto, para luego puntualizar su rol con respecto a la comunidad. Para esto, la segunda parte del capítulo comenzará con un esbozo de la noción de empresa como institución social, y avanzará luego hacia una reflexión más específica en torno al grupo de interés objeto de la presente monografía.

1.2 La empresa como institución

Para explicar la relación que tienen las instituciones con la sociedad en general, y posteriormente aplicar tal explicación a la noción de comunidad, se hará uso del concepto de “institución” ofrecido por Peter Berger y Thomas Luckmann. Para estos, la realidad y el orden social se construyen y se mantienen a partir de las instituciones. Así, se puede afirmar que la empresa se configura como una institución dentro de una sociedad⁶, lo que tiene una serie de implicaciones que le dan forma a la relación entre una empresa y los individuos que afectan a (o son afectados por) esta, es decir, los stakeholders.

En términos de Berger y Luckmann una institución es:

Una tipificación recíproca de acciones adecuadas por tipos de actores [...] Las tipificaciones de las acciones habitualizadas que constituyen las instituciones, siempre se comparten, son accesibles a todos los integrantes de un determinado grupo social, y la institución misma tipifica tanto a los actores individuales como a las acciones individuales (Berger y Luckmann, 2001: 76).

⁶ Es importante aclarar que para la realización de la presente monografía se tuvieron en cuenta otros enfoques que consideran a la empresa fundamentalmente como una organización. Es el caso del economista e historiador Douglass North, para quien las instituciones son las que “definen y limitan el conjunto de las elecciones de los individuos” (North, 1993: 14), es decir, las que definen las “reglas del juego” por medio de las cuales las organizaciones, entre ellas las empresas, definen y llevan a cabo su actividad. Sin embargo, las interacciones entre las organizaciones y las instituciones “determinan la dirección del cambio institucional” (North, 1993: 18). Por ejemplo, la empresa es un agente de cambio institucional, en la medida en que si una acción prohibida trae mayores beneficios que otra permitida y la empresa tiene el poder suficiente, dejará de lado las “reglas del juego” y tratará de modificar el orden institucional.

Esto quiere decir que las instituciones se conforman a través de acciones que se repiten y generan pautas de comportamiento tanto individuales como colectivas. La construcción y consolidación de las instituciones, como un proceso que involucra a los sujetos y a sus acciones de manera continua, establece roles y pautas de comportamiento, se convierte en una realidad impuesta que requiere de una justificación para mantenerse como tal. Estas y otras características del proceso de institucionalización serán expuestas a continuación.

En primer lugar, para Berger y Luckmann, la configuración de las instituciones se da a partir de la búsqueda de soluciones a problemas socialmente planteados. En el orden económico existe una serie de instituciones por medio de las cuales los hombres organizan el trabajo para la producción y distribución de bienes y servicios (Gerth, 1984: 209). Así, los individuos, en su esfuerzo por administrar y gestionar de la manera más adecuada el proceso de producción y mejorar su eficiencia, crearon las empresas (Samuelson, 2005: 116).

La consolidación de una institución requiere de un largo proceso a través de cual se crean pautas sociales de comportamiento. La institucionalización “ahorra tiempo y esfuerzos, no solo en cualquiera de las tareas externas a que podrían dedicarse juntos o separadamente (los individuos), sino también en lo que se refiere a sus respectivas economías psicológicas”⁷ (Berger y Luckmann, 2001: 79). Por ejemplo, nadie se cuestiona cómo se deben sostener los cubiertos a la hora de comer o si debe o no comprar en un almacén los alimentos necesarios. En todo caso, es mucho más fácil adquirir los alimentos

7 Siguiendo a Berger y Luckmann, se entiende por “economía psicológica” el fenómeno por el cual los actores sociales, en un mundo institucionalizado, no deben reflexionar de manera profunda sobre las acciones que deben realizar en circunstancias determinadas, lo que significa economizar tiempo y esfuerzo mental porque ya saben cómo actuar en los contextos en los que se desenvuelven habitualmente. Claro está, Berger y Luckmann aclaran que no existe un mundo social totalmente institucionalizado, pero resaltan que la institucionalización hace parte de la vida social y de la construcción social de la realidad.

en una tienda que cultivarlos y cosecharlos en la casa. Así, la empresa aparece como una solución práctica para suplir las necesidades básicas de tipo social. Es evidente que la producción de bienes y servicios generada desde las empresas implica una mayor accesibilidad de dichos bienes, que de no existir la actividad empresarial sería imposible de obtener.

En segundo lugar, a medida que se consolidan las instituciones, estas establecen parámetros con respecto a lo que debe esperarse de las personas, en qué se puede confiar, qué derechos y deberes corresponden a qué posición y qué tiene sentido en la esfera social o comunidad para la cual resulta válida una institución. En un contexto institucionalizado, la conducta es más estable y predecible “[...] esto representa, en gran medida, la razón por la que valoramos los patrones institucionalizados y lo que resulta valioso de ellos” (Soskice, Bates y Epstein, 1992: 549). En el orden económico se tipifican actividades que se vuelven indispensables para suplir ciertas necesidades sociales y que, a su vez, se convierten en pautas que configuran el orden social. Es claro que la empresa se consolida como una institución en la que existen ciertos parámetros de comportamiento, cuya función se define socialmente y que suple una serie de necesidades que permiten la prolongación de su existencia.

En la época moderna, la empresa comenzó a tener tanta importancia, funcionalidad y trascendencia social que condujo a que “el empresario pudiera ver a toda la empresa como un asunto dinámico que lo *necesita* y de este modo sentirse *indispensable*” (Gerth, 1984: 216). El empresario comienza a sentir que su rol dentro de la empresa es completamente necesario porque representa a una institución que es esencial para la sociedad y para los individuos que la componen. Este es un ejemplo de cómo los “roles” representan instituciones, es decir, hacen efectiva la existencia de estas, una y otra vez, como presencia real en la experiencia de los individuos concretos. En palabras de Berger y Luckmann: “[...] por una parte el orden institucional es real sólo en cuanto se *realice* en ‘roles’ desempeñados, y por la otra, los ‘roles’ representan un orden institucional que define su carácter (con la inclusión de sus apéndices de conocimiento) y del cual se deriva su sentido objetivo” (Berger y Luckmann, 2001: 103). No debe creerse que el rol del empresario es el único existente, pues toda institución está conformada por diferentes roles.

Es así como en la empresa se encuentran el rol de los trabajadores, el rol de los accionistas, el rol de los consumidores, el rol de la comunidad, etc., o los mencionados *stakeholders*, que son indispensables para el funcionamiento y mantenimiento institucional.

Al mismo tiempo que la empresa se consolida como institución, surgen una serie de conflictos, efectos perjudiciales y externalidades negativas⁸ que ponen en riesgo la legitimidad o deslegitiman la existencia de esta, tales como las precarias condiciones laborales, la explotación de gran cantidad de personas cuyo ingreso no resulta suficiente para mantener un adecuado nivel de vida, entre otros factores (Gerth, 1984: 216). A esto se agregan impactos negativos al medio ambiente, como contaminación de agua potable o la producción de residuos altamente contaminantes. Por otra parte, las empresas también se han visto involucradas como actores principales en violaciones a los derechos humanos (Vogel: 2002), entre otras consecuencias negativas de su actividad.

Lo anterior le plantea a la empresa retos importantes que debe asumir ya que, como una tercera característica, las instituciones deben *funcionar adecuadamente*, es decir,

8 Externalidad, en términos económicos, significa “el costo o beneficio que surge de una transacción económica, que recae sobre un tercero y que no tiene en cuenta a los que realizan la transacción” (Parkin, 1993: 572). Se trata de casos como el de la eliminación de residuos químicos de una empresa, o el de la utilización de ciertos productos que tienen un efecto bien sea positivo o negativo en la sociedad y en el medio ambiente. Cuando se hace referencia a las externalidades negativas se debe entender que se trata de los efectos negativos. Sin embargo “las externalidades no siempre son negativas: no son siempre costos externos. En realidad, muchas actividades producen beneficios externos” (Parkin, 2006: 573). Otra definición, en el mismo sentido de la anterior, es la que afirma que una externalidad “es un efecto de las actividades de un actor económico sobre el bienestar de otro actor que las operaciones normales del sistema de precios no tienen en cuenta. Esta definición enfatiza el efecto directo, no relacionado con el mercado, de un actor sobre otro, como el hollín que contamina el aire o los químicos tóxicos que aparecen en el agua potable” (Nicholson, 2001: 528).

cumplir con la tarea que la sociedad les han encomendado o ser compatibles con la oferta de recursos de los que dependen y que, por lo tanto, necesitan extraer de su entorno (Offe, 2003: 253). Esto a su vez implica que es la sociedad quien determina si los efectos negativos de las acciones empresariales son relevantes o no. Recordemos que las instituciones adquieren significado y se vuelven imprescindibles siempre y cuando puedan justificar su existencia ante terceros. Su reconocimiento social se basa en que se postulan como una “solución permanente” a un “problema permanente” de una colectividad dada (Berger y Luckmann, 2001: 93). En otras palabras, los individuos y la sociedad que conforman confían en que la empresa contribuya a resolver, de la mejor manera posible, problemas, inconvenientes y conflictos tales como el desempleo, los bajos ingresos que impiden una adecuada calidad de vida, el irrespeto a los derechos humanos (en las sociedades donde prevalecen régimen democráticos liberales), entre otros. Y confían en que tampoco los genere. Es así como la legitimidad de esta institución “significa la creencia o convicción de que la estructura y funcionamiento de la empresa responde, en mayor o menor grado, a las expectativas que los diferentes interlocutores han depositado en ella” (García-Marzá, 2004: 154). Es necesario aclarar que la empresa también contribuye a definir estas expectativas de los diferentes actores, puesto que puede llegar a definir qué derechos tiene el trabajador y puede hacerle creer o imponerle determinadas respuestas a estos derechos.

Una cuarta característica de las instituciones es que, con el paso del tiempo y mientras mantengan su legitimidad, comienzan a verse como realidades impuestas y objetivas. Es el caso de la empresa, cuya existencia es dada por hecho tanto por los miembros de las instituciones empresariales como por quienes quieren y deben integrarse a ellas. Esto no significa que la existencia de la empresa se justifique por sí misma o que sea legítima al imponerse a ciertos individuos: “el hecho de que las instituciones sean objetivas no significa que exista algún tipo de compromiso para justificarlas, ellas no se justifican por sí mismas, aunque una vez establecidas en las rutinas tienden a persistir, pero siempre existe en la conciencia la posibilidad de cambiarlas o de abolirlas” (Berger y Luckmann, 2001: 81). Es por eso que cualquier institución, incluida la empresa, debe justificar su existencia frente a la sociedad y los individuos que la conforman. Una empresa que no genere confianza porque sus productos no son de calidad y afectan al consumidor está

condenada a desaparecer. Lo mismo pasa con una empresa que viola de manera sistemática los derechos de los trabajadores: tiene bastantes dificultades para perdurar o funcionar en el contexto de una sociedad respetuosa de tales derechos. El discurso de la RSE puede ser visto como un esfuerzo de los empresarios para reforzar la creencia social en que sus empresas son instituciones indispensables para la sociedad, y de esta manera reafirmar la legitimidad que tienen entre sus miembros.

Así, las empresas, como instituciones, deben generar *confianza* en los individuos que se relacionan con ellas y que la conforman. Dicha confianza “se puede desarrollar si una empresa cuenta con nuestro acuerdo, y sabemos que con el acuerdo del resto de los grupos, acerca de su carácter y forma de actuar, de sus procesos y políticas, de sus decisiones y actuaciones” (García-Marzá, 2004: 159). Si los diferentes grupos de interés están de acuerdo con el *modus operandi* de la empresa frente a los intereses y conflictos relevantes, esto se puede identificar como la legitimidad que tiene la empresa, la cual se basa en la confianza que depositan en ella los distintos actores.

Una vez una institución esté legitimada, no solo le puede indicar al individuo por qué *debe* realizar una acción y no otra, sino también indicarle por qué las cosas *son lo que son* (Berger y Luckmann, 2001: 122). Si el individuo siente que la institución no brinda los significados coherentes y necesarios para desenvolverse en su entorno social, creará que ya no existe un verdadero *deber* social de realizar las acciones que la institución prescribe. Cuando un individuo se enfrenta a este tipo de “desorden social”, las cosas *no son como son* y, por lo tanto, el orden social vigente ya no está justificado. Es así como la sociedad contribuye al proceso de legitimación de la empresa, pero si esta no responde a las expectativas sociales, deja de justificar su existencia y, por lo tanto, las cosas *dejan de ser lo que son*.

Ahora bien, para Berger y Luckmann existen cuatro diferentes niveles de legitimación: el primer nivel es el incipiente, en el cual se establecen las nociones preteóricas; en el segundo se ofrecen algunos conceptos teóricos de manera rudimentaria; el tercero comprende teorías explícitas que proporcionan marcos de referencia respecto al comportamiento institucionalizado, y el cuarto es el llamado *universo simbólico*. Este último nivel se considera el más complejo y completo de los anteriormente mencionados

debido a que es el momento en el que “*todos* los sectores del orden institucional se integran, en un marco de referencia general, que ahora constituye un universo en el sentido literal de la palabra, porque ya es posible concebir que *toda* la experiencia humana se desarrolla *dentro* de aquél” (Berger y Luckmann, 2001: 125). Es decir, en el interior del universo simbólico los componentes de la realidad social, como las instituciones, encuentran argumentos para justificar su legitimidad. Como lo escribieron Berger y Luckmann: “de esta manera, el universo simbólico ordena y por ende legitima los ‘roles’ cotidianos, las prioridades y los procedimientos operativos colocándolos en un *sub specie universi* [...] Las instituciones y los ‘roles’ particulares se legitiman al ubicárselos en un mundo ampliamente significativo” (Berger y Luckmann, 2001: 129). Es así como las instituciones mantienen su legitimidad en tanto que *pertenezcan* al universo simbólico, y su existencia esté condicionada por el *discurso* que conforma este universo (Berger y Luckmann, 2001: 162). Tal como lo afirma Robert E. Goodin (2003), es entonces claro que cualquier institución —en este caso, la empresa— ha de obtener una *legitimidad social*, y para conseguirlo ha de lograr *a la vez* producir *bienes* que de ella espera la sociedad en la que actúa, respetar los *derechos* que esta reconoce y, en general, reconocer los *valores* que los miembros de tal sociedad comparten.

1.3 La democracia como universo simbólico

Como se mencionó anteriormente, la empresa debe *pertenecer* a un universo simbólico, pues de este se derivan los argumentos que justifican su existencia. En las sociedades occidentales modernas existe un amplio referente de organización social que podría ser considerado como universo simbólico: la democracia liberal. A partir de esta se pueden identificar los principios básicos de los derechos reconocidos y los valores socialmente compartidos que la empresa debe reconocer y respetar.

Encontrar una definición última de democracia liberal sería una ardua labor y se saldría de los objetivos del presente capítulo. A pesar de las dificultades para establecer nociones básicas que la describan, es posible encontrar en la literatura sobre el tema elementos comunes que permiten definirla de modo tal que pueda presentarse como el universo simbólico en el que se inscriben las empresas.

En ese sentido, lo primero que caracteriza a una democracia liberal es que en ella se reconocen una serie de libertades individuales básicas que tienen prioridad sobre la voluntad popular. Estas comprenden el ideal de los seres humanos libres e iguales: libertad de pensamiento, de expresión, de prensa, de asociación, de religión; derecho al voto, al culto, etc. (Gutmann, 1993: 413).

Así pues, en sociedades democráticas y liberales, los principios normativos que rigen la vida tanto de los ciudadanos como de las organizaciones son la libertad, la igualdad, la solidaridad, el respeto a la diferencia, y la honestidad y la transparencia. Estos están contemplados en los derechos humanos, los cuales se han dividido en tres generaciones (Herrera et al., 2010: 45).

La primera generación de los derechos humanos comprende los derechos civiles y políticos: el derecho a la vida, a pensar y expresarse libremente, a mantener relaciones sociales con quien uno desee, a participar en la definición de la legislación de su propia comunidad, etc. En fin, son los derechos que todo ser humano puede ejercer y a los que también se les ha llamado “libertades” (Cortina, 1994: 105).

La segunda generación comprende los derechos económicos, sociales y culturales. Si los de primera generación fueron el resultado de “las revoluciones burguesas que sustituyeron las monarquías por las repúblicas [...] los derechos económicos, sociales y culturales resultan de las revoluciones nacionalistas y socialistas” (Valencia Villa, 2004: 135). Su objetivo principal es garantizar las condiciones materiales mínimas para el ejercicio de las “libertades” antes mencionadas. Sin un empleo, sin una buena alimentación, sin seguridad social, sin calidad de vida, sin educación, resulta *pura hipocresía* hablar de libertad.

Por último, los derechos de tercera generación tienen que ver con el “derecho que toda persona tiene de nacer y vivir en un medio ambiente sano, no contaminado de polución y de ruido, [...] el derecho de nacer y de vivir en una sociedad en paz” (Cortina, 1994: 106). Esta generación comprende un conjunto de derechos de las colectividades que promueven una sociedad más solidaria y pluralista: “se trata de libertades comunitarias o de solidaridad, que pretenden la protección de bienes comunes que a veces trascienden las fronteras nacionales y que exigen del Estado el cumplimiento de ciertas prestaciones” (Villa Valencia, 2004: 132).

Para cada generación es posible establecer ciertos valores determinantes: en la primera, el valor dominante es la libertad; en la segunda, la igualdad; en la tercera, la solidaridad. Es así como los “valores mínimos compartidos en una sociedad democrática son, en principio, la libertad, en su sentido tanto negativo como positivo [...]; la igualdad, entendida como ausencia de dominación [...] y la fraternidad que transmutó a solidaridad” (Cortina, 1994: 108). La solidaridad aquí expresada puede ser complementaria de la noción de “cooperación” de Rawls, según la cual todo individuo estaría dispuesto a ella si todos cumplieran con su parte, pues todos podrían esperar ser igualmente beneficiados, construyendo así una sociedad más justa.

Aunque hay una relación estrecha entre los principios de libertad, igualdad y solidaridad, y de cada uno de estos con su respectiva generación de derechos, vale la pena aclarar que estos principios pertenecen a la democracia liberal tomada en su conjunto, que corresponden a un sistema en general y no son exclusivos de una generación de derechos en particular.

Así pues, en el universo simbólico de la democracia tanto las instituciones, entre ellas las empresas, como los individuos que las conforman deben actuar conforme a los principios o valores que aquella define, tales como la defensa e igualdad de los derechos humanos, sean estos políticos y civiles; económicos, sociales y culturales o ecológicos y encaminados hacia la paz. En este orden de ideas, “precisamente porque estos valores son los que dan sentido compartido a la existencia de las instituciones democráticas, tanto las empresas como los individuos pueden ser evaluados en cuanto a su debida apropiación”

(Cortina, 1994: 108), o en términos de Berger y Luckmann: las instituciones que no actúen bajo estos principios establecidos pueden llegar a perder su legitimidad.

La última característica de las sociedades democráticas occidentales en la actualidad es la actitud dialógica. Esta, para Cortina, tiene que ver con la capacidad de los individuos para reconocer al otro como un interlocutor válido, que tiene un valor en sí mismo y no por los beneficios que se puedan derivar de su reconocimiento: “quien entabla un diálogo considera al interlocutor como una persona con la que merece la pena entenderse para intentar satisfacer intereses universales (Cortina, 1994: 113).

Desde esta posición dialógica se puede defender tanto el principio que ampara el respeto a la diferencia entre los individuos como aquel que promulga el establecimiento de derechos universales. A través del diálogo se reconocen la autonomía y la diferencia de cada ser humano como principios universales, así como también se puede exigir que se respeten sus peculiaridades y derechos al tiempo que se señalan obligaciones.

La capacidad dialógica de la empresa, por su parte, se refleja en la medida en que reconoce a los diferentes stakeholders, entre ellos la comunidad, como interlocutores válidos cuyas legítimas demandas, producto de diversas necesidades, implican responsabilidades empresariales.

El discurso de la democracia ha producido un concepto fundamental para la efectiva realización de sus principios y valores: el Estado social de derecho. Este, por una parte, “es un Estado democrático, cuya actividad se ve determinada y limitada por el derecho [...] que se convierte en un principio ordenador de la democracia como sistema político” (Thesing, 1999: 20). Así, en el escenario jurídico, el Estado social de derecho tiene como objetivo defender y hacer realidad los principios que promulga la democracia liberal. Por otra parte, en tal tipo de Estado las instituciones se vinculan a los principios fundamentales buscando articular a la sociedad y asegurar la efectividad de los derechos y deberes comunes mediante la satisfacción de las necesidades básicas, “la promoción de la participación de los individuos en la vida política, económica y cultural, la protección especial a personas y grupos excluidos y la intervención en la economía con miras a corregir con medidas

redistributivas las situaciones de grave desigualdad e inequidad existentes en la sociedad” (República de Colombia, Corte Constitucional, 2001: 21).

La Constitución Política es un componente esencial de un Estado social de derecho “que define y regula el sistema político estatal, siendo su respeto y el de las leyes condición indispensable para su vigencia” (Eguiguren, 2000: 255). Así, una vez aprobada la Constitución, esta

se convierte en una norma de cumplimiento obligatorio para las autoridades y los ciudadanos, ya que recoge el pacto social y político, las “reglas del juego” que han de guiar el desenvolvimiento de las relaciones políticas, sociales y jurídicas [...]. La Constitución está por encima de cualquier otra norma jurídica estatal, fija los límites que no deben rebasar las autoridades, reconoce y establece los derechos que podemos y debemos exigir, ejercer y que deben ser respetados (Eguiguren, 2000: 259)

Colombia, por ejemplo, se define, a partir de la Constitución de 1991, como un Estado social de derecho. Así, en su artículo primero se establece que

Colombia es un Estado social de derecho organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y en la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general (República de Colombia, 1991, art. 1).

La definición de Colombia como un Estado social de derecho involucra al país en la dinámica del nuevo orden económico de desarrollo, al tiempo que impone como exigencia que de ese proceso se deriven simultáneamente beneficios en términos de redistribución de riqueza y mayor equidad social (Zulma: 1999; 15). La democracia, el Estado social de derecho y la vigencia de la Constitución Política son expresiones fundamentales en las sociedades modernas occidentales que, como la colombiana, se pretenden democráticas. En los términos que utilizarían Berger y Luckmann, son estos conceptos los que configuran el universo simbólico en el que se inscriben las empresas integradas a dichas sociedades.

En este contexto, la empresa, en cuanto que institución, debe ser legítima en el sentido de responder positivamente a los valores mínimos promulgados por la democracia, establecidos en el Estado social de derecho y consagrados en la Constitución. El respeto por el medio ambiente, los derechos humanos y la búsqueda de la igualdad y la libertad a través de la generación de capacidades y oportunidades —en términos de educación, salud, bienestar, asistencia sanitaria, etc.— se convierten así en una labor fundamental que debe ser emprendida por todas las instituciones en el sistema democrático, entre ellas la empresa.

1.4 Acercamiento sociológico a las definiciones de “sociedad” y “comunidad”

Una vez establecido el universo simbólico en el que la empresa funciona y aspira a tener legitimidad, es posible profundizar en la relación de la empresa con la comunidad en un contexto como el colombiano, y así establecer diferencias en lo que respecta a su relación con la sociedad.

Como se hizo mención en la primera parte del capítulo, el concepto de comunidad no ha sido claramente definido en la literatura sobre RSE. Así lo mencionan autores como Laura Dunham, R. Edward Freeman y Jeanne Liedtka (2006) quienes, al explorar el tema, se encuentran con que no existe una referencia contundente a lo que se entiende por comunidad, así como tampoco sobre los significados e implicaciones que tiene:

[...] el concepto de comunidad no se ha logrado definir y es sujeto de diversas interpretaciones. Aunque se pueda estar de acuerdo en que la “comunidad” representa un stakeholder legítimo y quizá primordial, es posible afirmar que la comunidad, de alguna manera, ha sido el stakeholder al que se le imponen todo tipo de intereses y externalidades que no logran ajustarse a las características de otros stakeholders como por ejemplo clientes, proveedores, trabajadores o accionistas [...](Dunham, Freeman y Liedtka, 2006: 23).⁹

⁹ Las citas textuales de este documento son responsabilidad de la autora de la presente monografía.

En este pasaje los autores señalan que, a pesar de la importancia que puede tener la comunidad como grupo de interés, hay un vacío conceptual con respecto a esta: ¿será una escuela que queda cerca a la empresa?, ¿el Estado o país en donde vivimos?, ¿un grupo de deportistas afectados por la contaminación emitida por las empresas? En la teoría de los stakeholders existe un problema con la definición de la comunidad, ya que “se quiere que la comunidad tenga fundamentos conceptuales para que las empresas sean responsables con ésta, pero no se especifica exactamente lo que son” (Dunham, Freeman y Liedtka, 2006: 23).

Encontrar un camino para resolver la pregunta principal del presente capítulo no es tarea sencilla. Sin embargo, la sociología puede arrojar luces sobre el tema. Diversos autores han intentado dar definiciones unívocas de “comunidad” y “sociedad”. Aunque estas nociones han surgido en contextos diferentes a la RSE pueden brindar un apoyo para desarrollar la concepción de “comunidad” en este campo de estudio.

El sociólogo alemán Ferdinand Tönnies (1887) fue uno de los primeros en elaborar la caracterización de la comunidad, por un lado, y de la sociedad, por el otro. Para este sociólogo, la comunidad es un grupo pequeño de individuos que comparten experiencias, valores y normas. Tönnies diferencia entre la comunidad *de sangre*, que se da entre miembros de una familia; la comunidad de *lugar*, cuyos individuos viven próximos uno a otro —un barrio, por ejemplo—, y la comunidad de *espíritu* en la cual se trabaja conjuntamente por el mismo fin o propósito —su fundamento es la amistad, la tradición o la cohesión de espíritu o ideología— (Tönnies, 2001: 27). En esta última categoría, no es necesario que los individuos coexistan en el mismo lugar; sin embargo, las posibilidades de crear este tipo de lazos son mayores cuando esto sucede.

La sociedad, por su parte, se caracteriza por ser numerosa e impersonal. Allí los vínculos que se establecen se dan por medio de transacciones en las que se persiguen los intereses personales. “La sociedad se compone de muchos individuos quienes en masa trabajan para la Sociedad en general, mientras en realidad trabajan para sí mismos, como

también se compone de individuos que trabajan para sí mismos mientras que aparentemente trabajan para la Sociedad” (Tönnies, 2001: 56).

Esta distinción entre comunidad y sociedad, afirma su autor, se fundamenta en los vínculos que hay entre los individuos: “la teoría de la sociedad construye un círculo de hombres que, como comunidad, conviven pacíficamente, pero no están esencialmente unidos sino esencialmente separados, y mientras en la comunidad permanecen unidos a pesar de todas las separaciones, en sociedad permanecen separados a pesar de todas las uniones” (Tönnies, 1947: 65).

Muy influenciado por Tönnies, y en su misma línea, Max Weber (1922) realizó una caracterización semejante de la comunidad¹⁰ y la sociedad. Para Weber, la comunidad se configura siempre y cuando en la relación social existan sentimientos subjetivos compartidos, esto es, cuando los intereses de los individuos en la interacción se basan en fundamentos afectivos, emotivos y tradicionales cuyas acciones y relaciones pueden pasar de generación en generación. En la sociedad, en cambio, las relaciones se dan “en la medida en que la actitud en la acción social se inspire en una compensación de intereses por motivos racionales (de fines o de valores) o también en una unión de intereses con igual motivación” (Weber, 1997: 41). Es decir, la relación entre los individuos en la sociedad se da con arreglo a fines, de acuerdo con los intereses que cada individuo persiga y la obtención de utilidades. Allí no existe una motivación afectiva en la interacción social.

Los dos autores definen la comunidad como un estado ideal de relaciones, integrada por un grupo de individuos más homogéneo que la sociedad, en la medida en que sus integrantes comparten valores y normas más profundos y sus relaciones incluyen vínculos

10 A lo largo de las obras de Max Weber se reconocen diferentes clases de comunidades (para una discusión más detallada cf. De Marinis, 2010). Sin embargo, para la realización de la presente monografía se ha tomado como referencia el carácter general del “tipo ideal” de la comunidad que se esboza a partir de la sociología y que a través de su trabajo presenta características comunes.

afectivos y de fraternidad, así como también sentimientos de pertinencia y compromiso con el otro.

Aunque tanto Weber como Tönnies pensaron en la comunidad como una situación necesaria y anterior al surgimiento de la sociedad, estas concepciones brindan herramientas para entender a la comunidad en el contexto de la RSE y sobre todo para dar cuenta de la clara diferencia que existe con la noción de sociedad.

Con base en estas concepciones ideales planteadas por autores como Tönnies y Weber, Mariane Krause Jacob (2001) elabora una propuesta mucho más rica de la noción de comunidad, la cual se define a partir de tres características fundamentales: la pertinencia, la interrelación y la cultura en común. La primera de ellas consiste en que los individuos se sienten “parte de”, “pertenecientes a” o “identificados con” la comunidad a la que pertenecen; la segunda está relacionada con “la existencia de contacto o comunicación (aunque sea ‘virtual’) entre sus miembros, y su mutua influencia” (Krause Jacob, 2001: 55) y la tercera se refiere a la existencia de “una visión de mundo compartida —al menos en cierto grado— de una interpretación de la vida cotidiana. Esta cultura en común es construida y reconstruida permanentemente a través de la comunicación. Puede o no incluir la existencia de determinados ritos, conductas o incluso objetos de significado cultural” (Krause Jacob, 2001: 56).

Lo que resalta de esta propuesta es que especifica ciertos aspectos que definen a una comunidad en términos más actuales. Por ejemplo, la interrelación no está condicionada a compartir un territorio físico. En palabras de la autora: “la comunicación no se reduce a contactos cara a cara, pudiendo existir comunidades basadas entera, o fuertemente, en una comunicación a través de medios artificiales (p. ej. La comunicación electrónica)” (Krause Jacob, 2001: 56)”. También resulta valiosa la reflexión sobre la importancia de reconocer “el hecho de que puede haber pertenencia a (e identificación con) grupos sociales múltiples [...]. Es decir, es habitual que una persona pertenezca, simultáneamente, a más de una comunidad” (Krause Jacob, 2001: 54). Se trata, por lo tanto, de una definición amplia, actualizada y pertinente para la discusión sobre la RSE del concepto de “comunidad”, pues cuando se tienen en cuenta esos elementos novedosos, se entiende que al hablar de la responsabilidad de la empresa con la *comunidad* no solo se hace referencia a la que tiene

una ubicación geográfica específica, sino también a las que, aun cuando no comparten la misma ubicación geográfica, comparten un espacio comunicativo y de intereses que puede resultar afectado por las actividades empresariales.

Dunham, Freeman y Liedtka distinguieron cuatro diferentes tipos de comunidades ante las que la empresa debe responder: comunidades de lugar, comunidades de interés, grupos virtuales de defensa y comunidades de práctica. El primer tipo corresponde a la definición más común de comunidad como stakeholder, esto es, aquella que se encuentra espacialmente próxima a las operaciones de la empresa. Las comunidades de interés son las que se forman más allá de un territorio específico por medio de diferentes medios de comunicación, virtuales o de otra naturaleza. Son “grupos proactivos, que tienen una agenda que los identifica y que reconocen una interdependencia con los negocios, y que quieren construir un diálogo productivo con las empresas” (Dunham, Freeman y Liedtka, 2006: 33). Los grupos virtuales de defensa se caracterizan por constituirse a través de medios como el internet; “difieren con los grupos tradicionales civiles en que no tienen una agenda específica compartida, es una unión temporal que le resta identidad. Estos grupos de defensa, al parecer, no tienen interés en articular un núcleo común de asuntos, una visión clara de resultados o estrategias de trabajo más allá de la oposición” (Dunham, Freeman y Liedtka, 2006: 34). La actividad de estos grupos, por ende, está basada en la oposición y no hay lugar para la conciliación. Un ejemplo es el de los reconocidos grupos en Facebook que se crean con ánimo de protesta y oposición pero que no constituyen equipos de trabajo. Por último, las comunidades de práctica son relativamente nuevas y “denotan grupos profesionales de trabajo que se unen por un sentido de intereses, valores y propósitos compartidos” como por ejemplo una asociación profesional de médicos o abogados (Dunham, Freeman y Liedtka, 2006: 35).

Esta propuesta de clasificación pone en evidencia que en la sociedad en la que operan las empresas no solo se encuentran trabajadores, clientes, proveedores y accionistas, sino que a la vez existen diferentes tipos de comunidades que hacen parte, de alguna manera, de la actividad empresarial y que tienen diferentes relaciones y expectativas en relación con esta.

Como se ha mencionado anteriormente, en la sociedad en la que se ubican estas comunidades, los principios democráticos, contemplados en el Estado social de derecho y en la constitución, operan como elementos legitimadores. Es así como, en la relación que tiene la empresa con las comunidades, aquella debe comenzar por respetar tales principios mínimos ya mencionados.

Por otra parte, en este punto se hace necesario retomar la noción según la cual las comunidades se caracterizan porque su cohesión social interna está determinada por lazos afectivos, puesto que esto, a su vez, le exige a la empresa que, al tratar a la comunidad como stakeholder, respete tales lazos de unión intersubjetiva.

En resumen, con el objetivo de mantener su legitimidad, hay dos aspectos a los que debe responder la empresa en su relación con la comunidad: por un lado, es necesario que respete y siga los principios y valores de la sociedad (el universo simbólico) de la cual hacen parte las comunidades; por el otro, debe tener en cuenta las relaciones que se dan al interior de aquellas.

Para ampliar el segundo aspecto, se utilizará la teoría esbozada por Thomas Donaldson y Thomas Dunfee. Según estos autores, entre los miembros de una comunidad existen una suerte de contratos “que encarnan normas de comportamiento actuales que derivan de objetivos, creencias y actitudes compartidas de grupos o comunidades de personas” (1994). Estos contratos se construyen en el día a día, son lazos afectivos que crean reglas y acuerdos de comportamiento entre los miembros de la comunidad y las empresas deben conocerlos y respetarlos. Para los autores, existen dos tipos de normas que surgen en una comunidad: *auténticas* y *legítimas*.

Las primeras son las reglas que se construyen en la comunidad, son las normas éticas con las que la mayoría de los miembros está de acuerdo y que expresan los valores mínimos compartidos por dicha comunidad. Estas normas tienen un carácter prioritario, a menos que le generen algún tipo de daño a otra comunidad, a algún miembro o a otro grupo social. Una manera de establecer si alguna regla es contraproducente para el bienestar de un individuo o grupo de personas es a través de las hipernormas. Estas son reglas universales que plantean principios mínimos intercomunitarios.

Entonces, las comunidades tienen sus propias normas, las cuales deben ser respetadas por la empresa, a menos que sean perjudiciales para algún miembro de la sociedad. Como una guía para establecer qué reglas pueden considerarse como universalmente aceptables, existen las hipernormas. Los principios dictados por la democracia, son una guía para la aplicación y entendimiento de estas hipernormas, aunque los autores aclaran que pueden existir otras fuentes que den luces para definir las. Sin embargo, nociones como el respeto a los derechos humanos son un ejemplo de lo que se podría considerar una hipernorma.

Así, la empresa como institución debe respetar los acuerdos, las normas y los valores que fundamentan las relaciones entre los individuos que forman parte de la sociedad. En nuestro caso, por lo tanto, la empresa ha de respetar el ideal democrático, para así no correr el riesgo de perder legitimidad y, al contrario, reforzar y promover su existencia.

Otro elemento crucial para tener en cuenta en la relación con la comunidad es la necesaria participación de esta en la definición de las acciones que la empresa ejecuta para su beneficio. David Wheeler y Maria Sillanpää señalan que una compañía socialmente responsable no determina por sí sola cuáles son las necesidades sociales de las comunidades afectadas, ni tampoco los mecanismos de acción para atenderlas, sino que lo hace con la participación de ellas (Wheeler y Sillanpää, 1997: 280, citados por Herrera et al., 2010). Este involucramiento de la comunidad debe ser real, y no una mera estrategia de relaciones públicas, lo que en la práctica significa que la compañía debe tener previstos mecanismos de participación para la comunidad que garanticen que las opiniones de la misma tengan peso en las decisiones que la empresa tome con respecto a ella. (Herrera et al., 2010: 64).

La participación de la comunidad no solo debe tomarse como una estrategia para respetar y conocer las necesidades y demandas de la comunidad, sino que también debe reconocerse que permite liderar y ejecutar proyectos sostenibles a largo plazo. Desde la sociología, la teoría sobre la Investigación Acción Participativa (IAP) ha señalado la importancia de involucrarse con las comunidades para generar cambio social. La IAP surge como una propuesta de investigación que tiene “la intencionalidad de promover la

participación activa de la población involucrada en la ejecución de un programa, o simplemente de actividades, con la expresa finalidad de transformar su situación y desatar posibilidades de actuación latentes en el mismo pueblo [...] ya no se trata solo de participar para lograr el desarrollo, sino de participar para transformar y ser protagonista del cambio social” (Ander-Egg, 1990: 18). La IAP propone que los expertos o grupo de colaboradores no son quienes deben decidir qué es necesario o no para superar una situación de vulnerabilidad, sino que es a través del acercamiento a la comunidad y de un trabajo conjunto que se identifican estas debilidades y surgen soluciones que logran un cambio en el tiempo. Orlando Fals Borda manifestó reiteradas veces la necesidad de involucrar a los grupos poblacionales en la elaboración de los programas, y así instaurar “intelectuales orgánicos”, es decir, sujetos “que autónomamente continúan [los procesos de cambio], sin depender de los demás (Borda et al., 1986: 26). No se pretende afirmar de manera taxativa que las empresas deben desarrollar programas con base en la metodología de la Investigación Acción Participativa (IAP), pero sí se quiere enfatizar que sin conocer a la comunidad ni realizar un trabajo de exploración es imposible responder a las necesidades “reales” de una población, lograr una verdadera mejoría en su situación vulnerable y empoderar a sus miembros en este cambio.

Como se ha podido establecer hasta el momento, la comunidad tiene características específicas que determinan su comportamiento, sus demandas y sus expectativas hacia las empresas y hacia las acciones que estas emprendan en su beneficio. Por eso es necesario diferenciar la relación que tiene la empresa con la comunidad, por un lado, y con la sociedad, por el otro. A continuación se presentarán los rasgos de la relación entre la empresa y la sociedad, la cual está basada, en gran medida, en aspectos mencionados anteriormente.

La empresa hace parte de una *sociedad democrática*, en donde tiene que cumplir ciertos deberes y obligaciones fundamentales para dicho sistema, es el caso del pago de impuestos y el cumplimiento de la ley. Por otra parte, una vez la empresa cumpla con estos deberes mínimos, el rango de actividades de responsabilidad social a cargo de la empresa es más amplio. Es así como, por ejemplo, mientras la empresa *x* decide trabajar con madres cabeza de familia como miembros de la sociedad, la empresa *y* opta por fundar diferentes

colegios en distintas zonas de la ciudad. Mediante estas acciones, por una parte, las empresas ganan legitimidad, en la medida en que reafirman y refuerzan los principios fundamentales de su universo simbólico —por ejemplo la igualdad—, y por otra, los miembros de la sociedad obtienen beneficios de esas actividades empresariales.

De este modo, las responsabilidades de la empresa con los miembros de la sociedad se presentan en un contexto legitimador de esta institución. Si una empresa *x* anunciara que lo más importante de su actividad es aumentar el número de alcohólicos o asesinos en el país, seguramente la reacción social sería de rechazo y repulsión hacia tal empresa. Por el contrario, la empresa *x* debe emprender acciones que reafirmen lo indispensable e importante que ella es para la sociedad, no solo a través de la generación y oferta de sus productos y servicios, sino también por medio de actividades en las que tanto las comunidades afectadas por su actividad como determinados miembros de la sociedad —y otros stakeholders— legitimen su existencia. Para lograr dicho objetivo, la empresa deberá apelar a las nociones fundamentales de su universo simbólico —por ejemplo, los derechos humanos, la igualdad, la libertad, etc.

Así pues, el universo simbólico es el referente obligado para la empresa en su relación tanto con la comunidad como con la sociedad. Pero con esta última la actividad empresarial tiene más posibilidades de actuar de acuerdo con sus propias decisiones e intereses. Este es un punto álgido para el stakeholder *comunidad*, pues es probable que se presenten situaciones en las que la empresa actúe a favor de la sociedad pero a su vez perjudique en alguna medida a la comunidad. Por ejemplo, si una empresa decide trabajar con un Hogar de Paz en donde se aloja un grupo de desmovilizados, y éste se encuentra a su vez en la zona en donde ejerce sus actividades, esto puede ser de gran beneficio para la sociedad en términos de reconciliación, reintegración y nuevas oportunidades para los ex combatientes. Sin embargo, la comunidad local puede verse afectada por esta situación porque, mientras los desmovilizados cumplen con su proceso de reintegración, pueden presentarse problemas de desorden público, inseguridad, etc.

Observaciones finales

Las empresas son instituciones que hacen parte de un determinado orden social, cumplen con una función y tienen un objetivo y tareas determinadas. Son creadas por los individuos y, mientras justifiquen y legitimen su existencia, perdurarán en el tiempo. No por ello son inmodificables ni eternas, ya que los individuos tienen la capacidad de cambiar o desaparecer cualquier institución. Debido a esta característica, las instituciones, entre ellas la empresa, deben procurar su legitimidad. Para eso existe el universo simbólico, que en el caso de las sociedades occidentales modernas está constituido por los discursos alrededor de la democracia liberal. Consecuentemente, la empresa debe actuar de acuerdo con este universo simbólico para ser legítima, perdurar en el tiempo, reforzar y promover su existencia. Por eso actividades que tengan que ver con el ejercicio, el respeto y la promoción de los derechos humanos de cualquiera de las tres generaciones, la igualdad, el cumplimiento de los principios dictados por el Estado social de derecho, etc., contribuyen a legitimar el comportamiento de la empresa y, por lo tanto, a reafirmar su existencia.

En la relación de la empresa con la sociedad, una vez cumpla con los requisitos mínimos que le exige ese universo simbólico, puede actuar y decidir de manera más flexible sobre cuáles son los grupos de la sociedad a los que dirige sus actividades de responsabilidad social. Para reafirmar y reforzar su legitimidad, la empresa no debería solo quedarse con el cumplimiento básico de sus obligaciones, sino que, al contrario, podría emprender acciones dirigidas al mejoramiento de la sociedad, las cuales no siempre están directamente relacionadas con el aumento de las ganancias.

Por otra parte, la empresa, en su relación con la comunidad —entendida ésta como un grupo de individuos que mantienen entre ellos lazos afectivos y comparten normas, valores, creencias y sentido de pertenencia, entre otros—, debe respetar y tener en cuenta los principios que promueve la democracia. Adicionalmente, debe respetar los lazos y acuerdos que existen entre los miembros de la comunidad a la que afecta o puede afectar con sus actividades — que no necesariamente es la comunidad *local*: puede tratarse de otro tipo de comunidades—. Por otro lado, la empresa debe tener presente que muy probablemente no responde ante una única comunidad sino ante varias a la vez, y que es imprescindible acercarse a todas ellas y conocer sus demandas, pues su desconocimiento podría causar la vulneración o violación de alguna forma de interacción social importante.

Además, las acciones que la empresa lleve a cabo para cambiar una determinada situación en dichas comunidades deben contar con la participación de los directamente afectados, puesto que es a través de este tipo de retroalimentación que se generan verdaderos cambios sostenibles en el tiempo.

Como puede observarse, no es el mismo tipo de relación el que la empresa tiene con la comunidad, por un lado, y con la sociedad, por el otro. Hay diferencias sustanciales que deben tenerse en cuenta o bien al momento de evaluar las acciones de RSE o bien cuando se promuevan iniciativas que busquen el beneficio de la comunidad en cuanto que grupo de interés.

2. La comunidad en la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia

A partir de las nociones expuestas en la sección anterior, en el presente capítulo se pretende explorar cómo estas se aplican al comportamiento de la empresa colombiana y a su relación con la comunidad. Así, en primer lugar, se mostrará que la noción de comunidad es confusa y generalmente se refiere meramente a la local. En segundo lugar, se mostrará que las empresas no responden de manera adecuada ni a las exigencias que espera cumplan con la comunidad local ni a los asuntos relacionados con la sociedad en general. En este panorama inciden principalmente cuatro factores: 1) la naturaleza de la misión de la empresa, 2) el tamaño de la empresa, 3) los fallos en la coordinación empresa-Estado, 4) el cumplimiento de la legislación.

Para desarrollar estas ideas, por un lado, se hará uso de los resultados de la aplicación, en cinco empresas colombianas, de una serie de indicadores construidos por el Observatorio de Responsabilidad Social de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario. Por el otro, se analizarán y complementarán esos resultados a la luz de entrevistas realizadas en estas mismas empresas.

Así, el capítulo se dividirá en cinco secciones. En la primera de ellas se hará una presentación general de la situación de la RSE en Colombia. En la segunda, se mostrarán los principales objetivos en los que se basó la investigación del Observatorio y la metodología utilizada para la construcción de indicadores y la escogencia de la muestra. En la tercera parte se expondrán brevemente los criterios que se tuvieron en cuenta en esa investigación para evaluar el comportamiento de las empresas en su relación con la comunidad. En la cuarta sección, por su parte, se usarán las mencionadas entrevistas para analizar qué se entiende por comunidad y para conocer los aspectos que caracterizan relación entre esta y la empresa. Por último, se expondrán los resultados de la aplicación de indicadores con su respectivo análisis, teniendo en cuenta algunos elementos extraídos de las entrevistas.

2.1 La RSE en Colombia

En Colombia se registran evidencias de acciones correspondientes a la RSE desde la década de los cincuenta. Hasta la fecha, se puede identificar al desarrollo social y a los derechos humanos como temas transversales en la historia de la RSE en el país. La preocupación por el medio ambiente se exacerbó en la década de los noventa, y al comienzo de 2000 todos estos asuntos se recogen y consolidan en metodologías y guías.

En primer lugar, el desarrollo social fue el que marcó los inicios de la RSE en Colombia. Esto se hizo evidente cuando, en 1952, la Asamblea General de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) promovió la llamada “Cuota Social ANDI”, “programa del cual surgen fondos de carácter social en varias ciudades del país” (Giraldo, 2008: 43). No obstante, en años anteriores se habían llevado a cabo acciones de carácter social, como la creación del Hospital ANDI y aportes voluntarios de las empresas o la construcción del pabellón infantil del Hospital San Vicente de Paul en Medellín (Karakatsianis, 2007: 27). Debido a la preocupación por el bajo nivel de ingresos y el alto costo de los artículos básicos, en 1954, la junta directiva de la ANDI estableció un subsidio voluntario para cajas de compensación autónomas. Este se volvió obligatorio en 1957. En el mismo año “el gobierno creó el Servicio Nacional de Aprendizaje —SENA— promovido por la ANDI y la Asociación Colombiana de Pequeños Industriales —ACOPI—, con el fin de promover la educación y la capacitación de los trabajadores” (Giraldo, 2008: 43). Desde entonces, todas las agencias regionales de la ANDI han impulsado actividades y programas especiales de desarrollo social.

Después de estas iniciativas, durante los años sesenta aumentaron el número de fundaciones, como la Fundación Mario Santodomingo en Barranquilla (1960), la Fundación Corona en Medellín (1960) o la Fundación Antonio Puerto en Boyacá (1964). Adicionalmente, se creó el primer posgrado con énfasis en RSE en la Universidad del Valle. Posteriormente, “en 1977, Fabricato y Enka de Colombia tomaron la iniciativa de medir su gestión a través de un balance social. Ese año, Incolda y la Fundación para la Educación Superior (FES) patrocinaron un estudio sobre el compromiso del empresario en Colombia ante la necesidad de unificar criterios sobre el papel de la clase dirigente en el desarrollo del

país. En 1985, la ANDI y la OIT elaboran un Manual de Balance Social para Colombia”¹¹ (Giraldo, 2008: 44). De esta manera, el compromiso con el desarrollo social va siendo cada vez más explícito y regulado.

Los derechos humanos, como un aspecto estrechamente vinculado al desarrollo social, también han sido un tema transversal en las preocupaciones de la RSE. Esto se debe, entre otras cosas, al conflicto armado que vive nuestro país, que pone constantemente en la agenda pública el asunto de la prevención y eliminación de toda forma de violación de los derechos fundamentales. Según Angelika Rettberg (2003), las empresas han tenido un rol activo en la búsqueda de soluciones al conflicto armado: han participado en las negociaciones de paz con grupos guerrilleros y han destinado recursos con el propósito de conseguir el cese del conflicto. Además, “con el fracaso relativo del proceso oficial en Colombia, varias fundaciones empresariales se han dedicado a promover la paz entre sectores más amplios de la población, a fortalecer la sociedad civil frente a los grupos armados, y a promover el desarrollo de base en zonas conflictivas como una manera de sembrar las bases para una paz futura” (Sanborn y Portocarrero, 2003: 29). Sin embargo, es importante aclarar que estos esfuerzos no son compartidos por todos los sectores empresariales, pues también es cierto que algunos de estos han promovido la lucha armada a través de la financiación de grupos paramilitares y otros grupos armados al margen de la ley (Rettberg, 2003).

Por su parte, en la década de los noventa el tema medioambiental tomó gran fuerza en la agenda internacional y nacional. “La concepción y visión del problema del medio ambiente en el mundo evolucionó en forma acelerada en los setenta y ochenta, llegando a su momento culminante en la reunión de Río en 1992” (Sánchez Pérez, 2002: 87). En esta cumbre se congregaron 172 gobiernos que prometieron trabajar por el medio ambiente y el desarrollo. En Colombia, durante los años noventa, “los avances en materia ambiental

¹¹ El Balance Social es una “herramienta de gestión empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente el cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa en términos de activos y pasivos sociales en sus áreas interna y externa, durante un período determinado y frente a metas de desempeño definidas y aceptadas previamente con fines de diagnóstico del clima laboral y social, información interna y externa, planeación de su política social y concertación con los diversos sectores con los cuales la empresa se relaciona” (Fernández et al., 1996: 82).

fueron significativos porque se estructuró una política ambiental sistemática y rigurosa que incluyó una sólida base institucional, técnica y financiera” (Sánchez Pérez, 2002: 90). Esta preocupación ambiental comenzó a replicarse en el mundo empresarial y fue en ese marco que se dieron iniciativas como “la introducción de nuevos instrumentos de gestión, en particular: 1) 35 convenios voluntarios de producción más limpia con sectores críticos de la producción a partir de 1996 y 2) el programa de asistencia técnica a la pequeña y mediana industria de Bogotá y de los principales centros industriales (Rodríguez Becerra, 2007: 11). También varios sectores de la sociedad civil empezaron a exigirle a la empresa mayor responsabilidad con el medio ambiente. Así, es posible afirmar que algunas empresas mineras y petroleras han enfocado sus acciones en este ámbito como resultado “de prolongados conflictos entre las empresas y las comunidades a su alrededor, y de campañas de presión globales lideradas por Oxfam, Environmental Defense y otras ONG” (Sanborn y Portocarrero, 2003: 26).

Desde 2000, las empresas han hecho un gran esfuerzo por aplicar metodologías o guías de carácter internacional que sirvan para medir la RSE o para mejorar su desempeño en este tema. Tal es el caso del Pacto Mundial¹² al que en 2004 se unieron 54 empresas colombianas, cifra que ha aumentado hasta nuestros días. Esas guías y metodologías internacionales son un esfuerzo por evaluar y regular el comportamiento de las empresas en relación con sus stakeholders en temas fundamentales como los derechos humanos, el medio ambiente, el desarrollo social y la transparencia.

El surgimiento de estas herramientas se debe, en gran medida, a presiones sociales de carácter internacional que fueron ejercidas desde todos los sectores que en su momento abogaban por una mayor regularización del comportamiento “responsable” de las empresas, y por instrumentos que permitieran medir, orientar y verificar los avances y retrocesos en esta área. Así por ejemplo, en 1998 fue publicada una serie de indicadores por parte del instituto brasileño Ethos, y un año antes ya se había comenzado a hablar de la Global Reporting Initiative (GRI), una organización que funciona alrededor del mundo y que

12 Cf. Infra página 39

establece una serie de principios que orientan las acciones socialmente responsables de las empresas¹³.

A manera de resumen, a través del desarrollo de la RSE en Colombia se puede observar que existe una marcada tendencia hacia la realización de acciones encaminadas a brindar oportunidades de capacitación y educación, de mejoramiento de la infraestructura, de financiamiento de algunos programas sociales y de incentivo para la pequeña y mediana empresas. Es decir, hay una propensión a aportar al desarrollo social. También se encuentra una preocupación por brindar soluciones al conflicto armado (Sanborn y Portocarrero, 2003: 16), expresando así el interés por temas relacionados con el respeto a los derechos humanos. El medio ambiente también se ha impuesto dentro de las preocupaciones de las empresas, bien sea por iniciativa propia o como resultado de las presiones sociales. Vale la pena aclarar que a través de la historia de la RSE en Colombia hay muchos otros temas que aquí no se han explorado, como por ejemplo los relacionados con los trabajadores (aunque bien puede incluirse esto dentro de las preocupaciones por los derechos humanos), pero creemos que la exposición aquí hecha es una síntesis muy concreta de lo que ha pasado en los últimos sesenta años con la RSE en nuestro país.

La explicación de por qué en Colombia se ha hecho énfasis en estos temas no puede reducirse al expediente de las presiones internacionales, como si estas fueran una gran “ola” que nos contagia con preocupaciones medioambientales, sobre los derechos humanos o sobre desarrollo social. Algunos autores —como Antonio Vives (2008), Felipe Portocarrero (2003), Cynthia Sanborn (2003) y Cristina Rojas (2002)— han afirmado que el enfoque de las acciones de RSE se fundamenta en suplir la debilidad estatal característica de los países latinoamericanos, entre ellos Colombia. Es por eso que “en este contexto, el apoyo privado hacia los programas sociales, además de formar parte de efectivas estrategias de mercadeo social, puede interpretarse como una reacción que intenta hacer contrapeso a la falla de presencia del Estado nacional” (Rojas, 2002:28). De la misma manera, Vives (2008) señala

13 La naturaleza y exposición de las guías metodológicas internacionales y nacionales las abordaremos con mayor profundidad en apartados posteriores.

que en América Latina, y en general en países como Colombia, las acciones dirigidas hacia ciertos sectores específicos (como la capacitación y el apoyo al mejoramiento social) “[pueden explicarse] porque las necesidades sociales y ambientales son más evidentes [que en los países Europeos] y es necesario cubrir deficiencias en la actuación del sector público” (Vives, 2008: 69). La lectura que se hace de esta forma de entender el curso de la responsabilidad social en Colombia también ha sido expuesta por Roberto Ortegón, quien afirma que:

...ha[n] sido en gran medida la ausencia del Estado y la dilapidación de sus recursos, los que explican las condiciones de abandono, hambre y falta de oportunidades para un porcentaje importante de la población. En países como Colombia, el conflicto armado, la corrupción y la falta de gobernabilidad hicieron muy frágil y vulnerable el entorno de muchas empresas, que además de atender las reglas laborales y el respeto a los derechos humanos de sus trabajadores, y que impulsaron efectivas políticas de bienestar, tuvieron que asumir la provisión de servicios a las poblaciones de sus entornos, y la inversión de recursos para protección social de los grupos más vulnerables o de interés a los fines corporativos (Ortegón, 2007: 52).

Es importante aclarar que las empresas podrían beneficiarse de esta debilidad estatal, como puede que, de manera directa o indirecta, ayuden a la perpetuación de tales factores, tal y como se expuso para el caso del conflicto armado (Reed, 2002). También se debe mencionar que la existencia de un Estado débil no es la única característica relevante en estos asuntos, sino que existen otros factores de carácter cultural, económico y social que repercuten en el desempeño de las empresas y de las acciones de RSE.

En todo caso, no es objeto de estudio de la presente monografía la discusión sobre cuál debe ser el papel de la empresa en el contexto de países en vía de desarrollo o cuáles han sido los factores determinantes que han impulsado a los empresarios a aplicar estrategias de RSE. Hasta el momento se ha expuesto de manera general lo que ha sido la RSE en Colombia, su historia y algunas de las implicaciones que tiene para las empresas adelantar acciones de RSE en nuestro país.

También se ha mostrado que, en los últimos años, ha habido una marcada tendencia hacia la aplicación de instrumentos que permiten medir, evaluar y orientar el

comportamiento socialmente responsable de las empresas. Como se mencionó, hay un gran número de metodologías para eso. Tal es el auge que “tanto en la academia como en las empresas se encuentran infinidad de cursos sobre estas herramientas y también de las diferentes teorías y enfoques. No obstante, estos tienen el peligro de volverse vacíos en la medida en que se hacen diagnósticos sobre el estado de la RSE y la ética empresarial sin base empírica sólida” (Herrera y Carrillo, 2008: 3). En Colombia no existe “un proyecto riguroso, sistemático y continuo para proveer esa base empírica. Si bien hay varios esfuerzos en esta dirección como el observatorio de negocios de la Universidad Externado, el observatorio de responsabilidad social universitaria del Instituto Pensar y una encuesta de opinión sobre responsabilidad social empresarial del Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, en ninguno de ellos hay una medición de los grados de responsabilidad social y de comportamiento ético ni siquiera al menos de las grandes empresas” (Herrera y Carrillo, 2008: 4). Ahora bien, la propuesta del Observatorio de Ética y Responsabilidad Social de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario intenta suplir esta carencia.

La presente monografía se suma a los esfuerzos por evaluar el comportamiento ético de las empresas. Con el fin de dar cuenta de la relación de la empresa con la comunidad. Se utilizará la herramienta de la Universidad del Rosario, ya que permite tener una base empírica de evaluación del comportamiento ético de las empresas sobre la cual se puede analizar esta relación. A continuación se expondrá el proceso metodológico que se siguió para la construcción de estos indicadores y la selección de la muestra.

2.2 Marco metodológico para la construcción de indicadores

En primer lugar es importante explicar el objetivo que dicha investigación perseguía y cuáles fueron los conceptos básicos en los que se sustentó. Así, la pregunta guía de la investigación realizada por el Observatorio de Ética y RSE fue: ¿cómo medir el comportamiento ético y la responsabilidad social de las empresas en un contexto como el colombiano?

En una primera parte de la investigación, se establecieron los criterios normativos sobre la base de los cuales se construyeron los indicadores. Se decidió tomar los principios de la Constitución de 1991, que sirvieron como fundamento para el planteamiento de cada uno de los criterios normativos: el respeto a los derechos humanos (en todas sus generaciones), la transparencia, la eficiencia y la protección al medio ambiente (Herrera et al., 2010). Como se recordará, estos conceptos fueron analizados en el primer capítulo de la presente tesis, en donde se mencionó que la Constitución, como expresión del Estado social de derecho que caracteriza a una democracia liberal, es el universo en el cual las empresas deben actuar. Así pues, los criterios que sustentan los indicadores se fundamentan en conceptos básicos compartidos por toda la sociedad colombiana, que arrojan como resultado una evaluación que responde a los principios y normas aceptados por ella.

Al mismo tiempo, en el proyecto mencionado, los miembros del grupo de investigación realizaron una revisión bibliográfica exhaustiva sobre los diferentes grupos de interés (trabajadores, proveedores, acreedores, gobierno corporativo, consumidores/clientes y comunidad), con el propósito de identificar en la literatura definiciones, conceptos, teorías y marcos analíticos que dieran cuenta de las demandas, expectativas y características de los diferentes stakeholders tanto en el contexto colombiano como a nivel teórico.

Adicionalmente, se realizó una revisión profunda de varias guías metodológicas que se encargan de evaluar el tema de la RSE. El objetivo fundamental que tuvo el grupo de investigación en esta etapa fue el de encontrar los indicadores más relevantes que tuvieran relación con cada uno de los grupos de interés, de acuerdo a los criterios normativos previamente determinados. Es importante aclarar que en la actualidad existen alrededor de 32 guías en el mundo (Leipziger, 2003: 50) que pretenden evaluar y hacer seguimiento a las prácticas de RSE de las diferentes empresas. El Observatorio de la Universidad del Rosario escogió siete de ellas, siguiendo los criterios de pertinencia con respecto al contexto colombiano y relevancia internacional: la Global Reporting Initiative (GRI), la Guía de Elaboración del Balance Social del Instituto Ethos del Brasil, el Índice Social del Instituto Danés para los Derechos Humanos (DIHR), el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el Índice de Sostenibilidad del Dow Jones, el Manual de Indicadores de Responsabilidad

Social Empresarial para Costa Rica y el Manual de Balance Social elaborado por la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Cámara Júnior de Colombia.

Como lo demuestran Dirk Ulrich y Andreas Rasche (2007), estos estándares tienen como propósito “ayudar a las organizaciones a ser más responsables de sus acciones y omisiones, y en este sentido, brindan herramientas para que las empresas respondan por sus acciones a través de la evaluación y comunicación de los diferentes impactos que generan tanto en la sociedad como en el medio ambiente” (Ulrich y Rasche, 2007: 757). Entre ellos hay similitudes pero también grandes diferencias. Por ejemplo, los mencionados autores establecen que los estándares se diferencian en tres grandes aspectos¹⁴: 1) en los asuntos que evalúan —por ejemplo, el Índice Social del DIHR hace más énfasis en la protección a los derechos humanos que en otros temas—, 2) en la estandarización de procesos —algunas guías se enfocan más en la rendición de cuentas ambiental o social, otras en la auditoría y otras en el reporte de la información a los grupos de interés. Por ejemplo, el GRI pertenece a la última categoría, al ser una metodología que “las organizaciones pueden usar para el reporte de su desempeño económico, ambiental y social”¹⁵, por lo que prima la comunicación y retroalimentación de la aplicación de los principios e indicadores a los diferentes grupos de interés—, 3) en la especificidad de las normas que contienen —algunos estándares plantean normas generales, mientras que otros desarrollan indicadores específicos para determinadas industrias y contextos. Este último es el caso del manual costarricense, los indicadores de Ethos y el manual de la ANDI, las cuales son guías específicas para los países en los que han sido elaboradas. Por el contrario, el Pacto

14 Existen diferentes investigaciones que plantean otra clase de diferencias entre las metodologías, tales como la de Deborah Leipziger (2003), o la de Daniel Esser y Andreas Rasche (2006), entre otros.

15 Cf. <http://www.globalreporting.org/AboutGRI/WhatIsGRI/>

Mundial de las Naciones Unidas, plantea una serie de principios y normas que son válidos para varios sectores y países, y no cuenta con un sistema de indicadores: “es una iniciativa voluntaria en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción”¹⁶. Otro caso de estándares internacionales que no plantean indicadores sino que proponen una lista de obligaciones y principios que las empresas deben seguir es el Libro Verde de la Unión Europea. Esta es una categorización de las guías y estándares internacionales consultados para la investigación.

El resultado final de todo este proceso fue una serie de indicadores bastante específicos y contextualizados de cara a la situación del país. Estos se construyeron en tres grandes fases: identificación de los indicadores, definición operativa y validación.

En la primera fase se seleccionaron aquellos indicadores que mejor podían medir las responsabilidades de las empresas con cada uno de sus stakeholders. Este ejercicio se hizo en varios pasos: 1) se contrastó el marco normativo con las metodologías consultadas; 2) a partir de esta comparación, se realizaron los ajustes pertinentes y se evaluaron las fortalezas y debilidades de los indicadores propuestos por las distintas metodologías; 3) se clasificaron y seleccionaron los indicadores de acuerdo con los criterios normativos y los stakeholders establecidos en la propuesta; 4) se evaluó si los indicadores seleccionados eran suficientes. En este proceso se encontró que había vacíos y para superarlos se diseñaron nuevos indicadores (Herrera et al.: 2010)

Una vez determinados y seleccionados los indicadores, se inició la segunda fase, que consistió en definir operativamente cada indicador y establecer para cada uno los diferentes niveles o grados en que podía estar una empresa. Con este fin, para cada indicador se estableció una escala de uno a cinco, con uno como nivel inaceptable y cinco como excelente. En la determinación de estos niveles, se consideraron varios factores: las exigencias legales en Colombia, las diferentes dimensiones de la responsabilidad social

16 Cf. <http://www.unglobalcompact.org/Languages/spanish/index.html>

establecidas por Carroll —económica, legal, ética (“buenas prácticas”) y filantrópica—, los estándares internacionales y el contexto social y cultural. Adicionalmente, para cada indicador se estableció la información requerida, las posibles fuentes de información documental y los instrumentos de recolección de información en fuentes primarias tales como encuestas y entrevistas dirigidas a los distintos stakeholders (Herrera et al., 2010). Un ejemplo de ello se muestra en el Cuadro 1, en el cual se encuentra el nombre del indicador, que pertenece al stakeholder “comunidad” y da cuenta del criterio normativo “Derechos humanos” para la variable “Respeto y promoción de los derechos humanos de la comunidad”.

Cuadro 1

Indicador: Promoción de los Derechos Humanos. Este indicador mide hasta qué grado la empresa promociona los Derechos Humanos en la comunidad.

5 Excelente	4 Muy Bueno	3 Aceptable	2 Regular	1 Inaceptable
Además de los programas propios, la empresa participa en redes con otras organizaciones empresariales y no empresariales, tanto a nivel nacional como local, para la promoción de los Derechos Humanos.	Además de tres, la empresa cuenta con mecanismos para garantizar los Derechos Humanos, desarrolla actividades de difusión y establece espacios para la participación y denuncias de la comunidad.	La empresa tiene un programa estructurado de respeto y promoción de los Derechos Humanos fundamentales, como la libertad de expresión, el derecho a la vida, la integridad física, etc.	La empresa realiza actividades esporádicas de promoción de los Derechos Humanos en su comunidad local o región.	La empresa no cuenta con ningún programa o iniciativa que promueva el respeto a los Derechos Humanos en la comunidad local.

Esta información se debe buscar en el área de Recursos Humanos o se puede consultar la política de la empresa relacionada con los Derechos Humanos.

Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social U. Rosario, 2009

Para la elaboración de esta rúbrica, lo primero que se hizo fue formular una definición lo más clara posible del indicador. A continuación se establecieron los criterios para cada nivel de la escala, y finalmente se establecieron los métodos de recolección de la información necesaria para responder a los criterios. Vale la pena mencionar que, además de este tipo de indicadores, también se cuenta con otros de carácter cuantitativo, para los que se planteó una serie de fórmulas y mecanismos de recolección de información numérica. Para saber en qué lugar de la rúbrica se encontraban los resultados cuantitativos, se construyeron rúbricas similares a la presentada en el Cuadro 1, con escalas de valor en los que, de acuerdo a los resultados obtenidos (bien sea porcentajes, tasas, entre otros), se catalogaban en inaceptable, aceptable, etc.

En la tercera fase se llevó a cabo un ejercicio de validación de los indicadores. Para eso, se seleccionaron cinco empresas de diferentes sectores productivos y de distinto tamaño. El propósito era tener una muestra variada que permitiera analizar los resultados de distintos escenarios reales. Las empresas seleccionadas fueron: una institución educativa, una caja de compensación, una empresa de alimentos, una de servicios funerarios y una productora de materiales de construcción. Con el objeto de recoger la información necesaria para la validación, los miembros del proyecto se entrevistaron con empleados y directivos de las empresas seleccionadas, y cuando fue posible, con grupos representativos de los distintos stakeholders. Una vez hecho esto, se aplicaron los indicadores y se evaluaron entre todos los miembros del proyecto las dificultades en el acceso a la información, la pertinencia de los indicadores, la claridad de las definiciones y la consistencia de las escalas establecidas para cada indicador. Después de esta evaluación, se reformularon un buen número de indicadores y se volvieron a aplicar a las empresas seleccionadas. Finalmente se hizo un ejercicio comparativo sobre el desempeño de las empresas seleccionadas y se estableció un escalafón entre ellas (Herrera et al., 2010).

Para entender cómo se establece un escalafón entre las empresas y cómo funciona la rúbrica, es importante recordar que los indicadores se miden a través de valores del 1 al 5 (inaceptable, regular, aceptable, muy bueno y excelente). Así, la presentación de resultados obtenidos por cada una de las empresas se hace en términos cuantitativos dependiendo del

valor asignado, tal como se muestra para el indicador “Promoción de los derechos humanos” (Cuadro 2):

Cuadro 2

Empresa/Variable	Respeto y promoción de los Derechos humanos de la comunidad
Servicios funerarios	1,5
Productora de harina de trigo	1
Fábrica de materiales de construcción	2
Colegio	1
Caja de compensación	2,5
Promedio	1,5

Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social U. Rosario, 2009

En este cuadro cada uno de los valores representa una evaluación cualitativa. Así por ejemplo, con relación al respeto y la promoción de los derechos humanos en la comunidad y en comparación con el resto de las empresas, la caja de compensación tiene mejor desempeño —que es entre regular y aceptable—. Esto quiere decir que la empresa desarrolla actividades para la promoción de los derechos, pero aún no cuenta con un programa completamente estructurado. Por el contrario, ni la institución educativa ni la empresa de alimentos llevan a cabo ninguna actividad, por ello su comportamiento en este indicador es calificado de inaceptable.

Como ya se mencionó, el instrumento para medir el comportamiento de la empresa no se basa en una serie de indicadores contruidos al azar. Por el contrario, cada uno de los indicadores y de las variables da cuenta de criterios normativos correspondientes a los principios que hacen parte del sistema democrático (o del universo simbólico)¹⁷. A continuación se hará una presentación de los criterios normativos con los respectivos indicadores que se tuvieron en cuenta para evaluar el comportamiento de la empresa con el grupo de interés comunidad.

2.3 Criterios normativos e indicadores correspondientes a la comunidad

Los criterios establecidos por la investigación del Rosario para evaluar a la empresa en su relación con la comunidad son: derechos humanos, desarrollo social y medio ambiente. Aquí se asume que estos son los asuntos fundamentales que se deben considerar para identificar, evaluar y medir el comportamiento de las empresas con respecto a la

¹⁷ La totalidad de los indicadores contruidos para todos los grupos de interés, con su respectiva rúbrica, se encuentra en el Anexo 1.

comunidad cuando es la democracia liberal el universo simbólico en el que se mueven las instituciones. En esta dirección Carrillo (2009) afirma que:

se asume el principio de que las empresas tienen un conjunto de obligaciones relacionadas con el respeto a los derechos humanos, con la realización de contribuciones al desarrollo de la comunidad, al mejoramiento en las condiciones de calidad de vida de las poblaciones donde desarrollan sus negocios (especialmente de aquellas en mayores condiciones de vulnerabilidad), con el desarrollo de iniciativas de acción afirmativa contra las formas de discriminación de las cuales son víctimas, no sólo los trabajadores, sino también los grupos étnicos, raciales y las mujeres, así como un comportamiento responsable respecto a su relación con regímenes políticos corruptos o represivos y en el cumplimiento de un conjunto de estándares desde los cuales pueda construir y mantener un sistema de gestión ambiental (Carrillo: 2009, 42).

Los conceptos que se evalúan en el instrumento elaborado por el Observatorio responden afirmativamente al marco teórico esbozado en la presente monografía. Sin embargo, es importante anotar que para la construcción del instrumento de medición, la investigación de la Universidad del Rosario planteó su propia noción de comunidad, que responde a lo que aquí se ha llamado “comunidad local”. Por otra parte, cabe indicar también que, a partir de algunos indicadores, se evalúa el comportamiento de la empresa en relación con ciertos aspectos de la sociedad en general. A este respecto, en el informe final del proyecto se afirma que:

Los indicadores vinculados a la comunidad dan cuenta de las relaciones de la empresa tanto con la comunidad local (barrio o localidad), como también con la población de la ciudad en donde opera. En este sentido, la sociedad tiene intereses en la empresa en términos de recibir ingresos por vía de impuestos, de generar puestos de trabajo para la población residente, de la realización de actividades de voluntariado, el ofrecimiento de donaciones, etc. Las comunidades locales y la sociedad en general también tienen interés en las actividades de la empresa, si ellas generan algún impacto en el medio ambiente por efecto de la polución y otros aspectos que afectan la calidad de vida. En la operacionalización de los indicadores correspondientes al presente stakeholder se hizo énfasis en los siguientes criterios normativos: Derechos Humanos, Desarrollo Social y Medio Ambiente (Herrera et al., 2010. Cf. Anexo 1).

Teniendo en cuenta los propósitos de este apartado, no se ahondará en la discusión sobre la definición de comunidad propuesta por la investigación del Observatorio —tema en el que se profundizará a través de las entrevistas en la siguiente sección—. Aquí se aceptará esta noción con el propósito de utilizar los indicadores construidos por el proyecto del Observatorio para evaluar en qué grado las empresas estudiadas han cumplido con los criterios normativos mencionados en sus relaciones con la comunidad. A continuación se expondrán dichos criterios normativos.

Derechos humanos

Como se mencionó en el primer capítulo, los derechos humanos conforman el universo simbólico al cual las empresas deben responder, y por lo tanto constituyen la esencia de los principios que deben respetar en aras de reafirmar, o no perder, su legitimidad. También se recordó que existen tres generaciones de derechos humanos —derechos civiles y políticos; derechos sociales, económicos y culturales y derechos medioambientales y comunitarios. Ahora bien, en este sentido, se consideró en especial la primera generación de derechos, y se dejó aparte todo lo correspondiente a los derechos sociales, económicos y culturales —desarrollo social— y al medio ambiente. Para la construcción de los indicadores de este criterio normativo se consideró una variable: el respeto y la promoción de los derechos humanos dentro de la comunidad. A continuación se hará un breve análisis de sus respectivos indicadores —“Promoción de los derechos humanos” e “Indemnización, restitución, retribución y rehabilitación”.

En relación con el primer indicador, se trata de que, dadas las condiciones en Colombia, donde las personas económicamente vulnerables son las que tienen más dificultades para ejercer sus derechos, y dada la debilidad del Estado para cumplir su obligación de garantizarlos, es un hecho que las empresas podrían ayudar en esta misión. El sector empresarial debería estar en disposición de contribuir a “que los pobres y marginados, incluidos las niñas y las mujeres, dispongan de libertad y de voz para pronunciarse y poder influir en las decisiones que afectan sus vidas” (PNUD, 2003: 19). En el fondo, promover los derechos humanos significa ampliar la participación de estas poblaciones en las decisiones democráticas. Es decir, se trata, entre otras cosas, de construir

una sociedad en la que todos tengan el derecho a la libertad de expresión, a la vida, a la integridad física y a la denuncia de violaciones a estos derechos en caso necesario, entre otros asuntos. Ampliar la participación democrática es una manera de asegurar que se garanticen y respeten tales derechos.

En el segundo indicador se considera un punto más específico, al evaluar el papel que cumple la empresa frente al conflicto armado. En el caso específico colombiano, una causa importante de la violación de los derechos humanos es el conflicto. La salida a esta situación no se limita a vencer a los grupos armados rebeldes o a negociar con ellos: el proceso posconflicto impone serios retos a la sociedad, que el Estado no puede cumplir por sí solo y que requieren la colaboración de todos los ciudadanos, pero en especial de las empresas. Así, en el indicador se pregunta por las acciones de indemnización, restitución, retribución y rehabilitación. Se examinan, pues, las actividades de la empresa en pro de la reinserción y la atención a las víctimas del conflicto (desplazados, secuestrados, desaparecidos, heridos, muertos en combate y familiares de todos estos). A través de este indicador se mide hasta qué punto las empresas están efectivamente comprometidas con el cuidado y la promoción de los derechos humanos, pues lo que se evalúa es la disposición de la empresa a cooperar con el mejoramiento de la situación de las víctimas del conflicto y la superación de este en la sociedad. Cabe resaltarlo, la mayoría de las víctimas son personas que vienen del campo a la ciudad y que no cuentan con una adecuada capacitación para desenvolverse en los sectores productivos urbanos. De esta manera, además de las acciones estatales, es importante que las empresas emprendan actividades para enfrentar esta situación.

Desarrollo social

En general, con el criterio del desarrollo social se pretende medir si la empresa procura eliminar todo tipo de desigualdad (sea de carácter histórico o producto de la globalización, etc.) y si se preocupa por mejorar las condiciones de las personas. Este criterio normativo se relaciona con la segunda generación de derechos, es decir, con los derechos sociales, económicos y culturales o, en otras palabras, con el desarrollo humano. Un nivel aceptable de atención a estos asuntos proporciona “más oportunidad de libertad y

mayor dignidad a los individuos” (PNUD, 2003: 27). La evaluación de este criterio normativo cuenta con dos variables: “Derecho a la igualdad de oportunidades y a un trato no discriminatorio” y “Respeto de los derechos humanos”. A continuación se presentarán brevemente las variables con sus respectivos indicadores.

Con respecto a la primera variable, es preciso mencionar que si bien es cierto que el desarrollo y el crecimiento económicos han generado algunos impactos positivos en ciertas poblaciones del mundo —como China o India, en donde el mercado ha contribuido a la reducción de la pobreza—, también es verdad que la dinámica de la globalización ha aumentado la desigualdad entre quienes tienen mayores posibilidades económicas y quienes no, sobre todo en zonas como África Subsahariana, la región Andina y Asia Central. En otras palabras, no basta con analizar las cifras económicas y su incremento, sino que se deben enfrentar otros retos para superar la pobreza, la desigualdad y la discriminación, que no necesariamente se reflejan en el plano del mero crecimiento económico. En esta dirección, la primera variable evalúa “si la empresa garantiza la igualdad de oportunidades y de trato, como se dispone en los instrumentos internacionales y en la legislación nacional, con el fin de eliminar toda discriminación por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, nacionalidad, origen social, condición social, pertenencia a un pueblo indígena, discapacidad, edad u otra condición de la persona, que no guarde relación con los requisitos para desempeñar su trabajo o con el cumplimiento de medidas especiales destinadas a superar la discriminación practicada en el pasado contra ciertos grupos poblacionales” (Herrera et al., 2010. cf. Anexo 1). Esta variable responde a la importancia de generar mayor igualdad entre los diferentes grupos poblacionales cuya situación se debe a una discriminación de carácter histórico. Autores como Amartya Sen (2000) han desarrollado la noción de “igualdad” a partir del enfoque de las capacidades como una manera de fomentar el desarrollo de las sociedades democráticas. Para dicho autor la pregunta fundamental del problema de la igualdad es: ¿igualdad de qué? Sen argumenta que medir la igualdad social a partir de los ingresos económicos es insuficiente, pues es necesario tener en cuenta, además, las oportunidades y capacidades que tienen los individuos. Al hablar de la igualdad no solo se debe tener en cuenta, entonces, el salario, la clase social o el trabajo, sino también que los individuos tengan acceso a la educación, la salud, la seguridad social, entre otras oportunidades y capacidades. La desigualdad de renta

puede ser muy diferente de la desigualdad “real” en términos de bienestar, libertad y diferentes aspectos de la calidad de vida. Para el desarrollo de la democracia, es importante que todos los actores que hacen parte de la sociedad, libres de prejuicios o discriminaciones, contribuyan a la promoción de la igualdad entre todos sus miembros. La empresa, como institución que hace parte de este sistema democrático, debe encaminar sus acciones hacia esta meta principal (en términos de Berger y Luckmann, debe legitimar su existencia a partir del universo simbólico).

En ese orden de ideas, el indicador para la misma variable: “Derecho a la igualdad de oportunidades y a un trato no discriminatorio” mide si la empresa cuenta con una política de acción afirmativa en este sentido. Tal política se ha consolidado, desde la década de los sesenta, como una estrategia para superar los múltiples obstáculos que impiden el establecimiento de la igualdad y “consiste en construir y ejecutar mecanismos para compensar y revertir formas de discriminación negativa que recayeron históricamente sobre las categorías sociales vulnerables” (Segato, 2007: 82). He ahí el punto central del indicador, que pretende dar cuenta del aporte de las empresas a la democracia representado en el fortalecimiento de las capacidades —medido este por la generación de oportunidades en el acceso al sistema educativo y por el resto de acciones afirmativas¹⁸ que beneficien a las poblaciones históricamente vulnerables y discriminadas.

Con respecto a la segunda variable, derechos humanos, es importante tener en cuenta que en el *Informe de desarrollo humano 2003* se indica que hay seis estrategias diferentes que los países deben implementar para superar la pobreza: 1) inversión en desarrollo humano —potenciar la mano de obra productiva. Para ello se requieren políticas de alimentación, nutrición, etc. —, 2) ayuda a los pequeños productores del sector agropecuario —aumentar la productividad y acabar con la agricultura de subsistencia—, 3) inversión en infraestructura, 4) formulación de políticas de desarrollo industrial, 5)

18 Pueden haber medidas de acción afirmativa que no estén enfocadas en el desarrollo de capacidades, pero el propósito es medir si la empresa emplea estrategias de este tipo para promover la equidad y la no discriminación.

promoción de los derechos humanos —concientizar a los grupos más vulnerables sobre sus derechos y deberes—, 6) promoción de la sostenibilidad ambiental y mejora de la gestión urbana. Los dos últimos aspectos se han tratado con mayor énfasis en el primer y tercer criterios normativos, respectivamente. No se trata de afirmar que las empresas deben emprender acciones en todos estos aspectos, ni de que sean las directas responsables de la generación de políticas encaminadas a superar la pobreza, pero sí de que, como parte de la sociedad, deben ejecutar acciones tendientes a mejorar las condiciones de los individuos. Esta es una responsabilidad compartida por cada uno de los ciudadanos, de modo que tanto estos como las empresas y los gobiernos deben actuar mancomunadamente para superar retos tales como la eliminación de la desigualdad y la pobreza. Así, de acuerdo con este criterio normativo, la empresa debe hacer sus propios aportes para superar o mejorar las condiciones vulnerables de algunos individuos, teniendo en cuenta los puntos mencionados por el *Informe de desarrollo humano*, tales como las inversiones en desarrollo humano e infraestructura. La segunda variable mide, pues, el cumplimiento de tal compromiso a través de tres indicadores: i) mejoras en la infraestructura y en el ambiente local, ii) financiación de proyectos sociales y iii) pago de obligaciones tributarias.

El primer indicador “mide la contribución de la empresa con el desarrollo social del país a través de mejoras en la infraestructura y en el ambiente local de la comunidad (viviendas, servicios públicos, carreteras, hospitales, etc.)”. El segundo evalúa si “la empresa destina recursos para la financiación de proyectos sociales que contribuyan al desarrollo de la comunidad a través de donaciones y/o el establecimiento de un fondo administrado y constante” (Herrera et al., 2010. cf. Anexo 1).

Con el tercer indicador se evalúa una responsabilidad básica de la empresa: el pago de impuestos. La idea es que a través del aporte tributario empresarial el Estado se fortalece financieramente para solucionar los problemas de las poblaciones vulnerables: con esos recursos amplía la oferta de capacidades a los diferentes grupos poblacionales y, así, promueve la superación de la pobreza y la desigualdad. Se trata de una obligación mínima de la empresa con la sociedad y con el Estado, aceptada incluso por autores como Milton Friedman, que no están de acuerdo con que la empresa tenga responsabilidades más allá del ámbito puramente económico.

Medio Ambiente

La protección y cuidado del medio ambiente no es un asunto que obedezca al mero capricho de algunos sectores ambientalistas o de los gobiernos de todas las latitudes. Desde la Revolución Industrial y como resultado del desarrollo tecnológico, los perjuicios causados en materia ambiental debido a la producción y el consumo en masa son incalculables. Por ejemplo, el Cuadro 3 muestra “cómo los componentes han cambiado más en una sola generación desde 1860 que en la totalidad de la historia humana anterior a esa fecha” (Pardo, 2000: 193):

Cuadro 3

Tipo de transformación (en %)	Hasta 1860	1950
Superficie deforestada.....	50	90
Diversidad de vertebrados terrestres (reducción)	25-50	75-100
Tamaño de la población.....	30	50
Emisión de carbono.....	30	65
Emisión de azufre.....	5	40
Emisión de fósforo.....	20	20
Emisión de nitrógeno.....	1	5
Emisión de plomo.....	5	50

Fuente: Kates et al. (1991).

Por supuesto, es de esperarse que estas cifras sigan empeorando. De ahí que surja una gran preocupación por evitar que la tierra continúe perjudicándose, pues al dañar el entorno ambiental quién resulta directamente afectado es el ser humano. Así lo mencionan autores como Martínez-Echeverría:

[Por ejemplo...] Si los árboles que se talan para sacar madera no son seleccionados y repuestos a un ritmo compatible con los propios de la dinámica natural de los procesos generativos del bosque [...] se cumpliría la famosa frase atribuida a

Sócrates de que es mayor el mal que se causa el hombre a sí mismo, cuando actúa de ese modo, que el que recibiría la naturaleza con la destrucción del bosque (2000: 109).

Así, los altos índices de contaminación en ciudades como Tokio, México o la misma Bogotá suponen para sus habitantes un alto riesgo de sufrir enfermedades. Es por eso que “el incremento de problemas ambientales internacionales de índole muy distinta, desde la disminución de recursos como el agua o la pesca, la contaminación transfronteriza, o el calentamiento global de la tierra, ha impulsado la necesidad de las diversas naciones de intentar encontrar soluciones conjuntas” (Tábara, 2000: 210).

Frente a esto, se ha venido hablando, desde los años ochenta y noventa, del desarrollo sostenible (también se le ha dado el nombre de sostenibilidad ecológica, crecimiento sostenido, entre otros) como concepto ideológico y político (García, 1995 Citado por Pardo, 2000). Una sociedad que tome medidas de desarrollo sostenible se caracteriza, según la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, como “aquella que satisface sus necesidades sin poner en peligro las capacidades de las generaciones futuras de cumplir sus propias necesidades [y que se enfoca en] el análisis de la capacidad de carga del territorio, caracterizada como la máxima carga que un medio ambiente puede soportar indefinidamente sin que se degrade” (Pardo, 2000: 201).

Precisamente porque el desarrollo sostenible —el cuidado y preservación del medio ambiente— es un asunto de la sociedad, que concierne a todos y a cada uno de los individuos y grupos sociales que la conforman, es que se hace necesario, al evaluar a la empresa en su relación con la sociedad, tener en cuenta su compromiso con el cuidado del planeta: “Las empresas no deben hacerse a un lado en la participación para resolver los problemas ambientales, o dejárselos a otros [...] la empresa tiene un conocimiento especial, experiencia y recursos que son muy importantes para tratar la crisis ambiental. La sociedad necesita la cooperación de todos los actores para resolver los problemas más urgentes, especialmente cuando se trata de la supervivencia del planeta tierra” (Hoffman, 1995: 449).

La evaluación del aporte de la empresa al desarrollo sostenible debe, entre otras cosas, comprender el cumplimiento de la normatividad ambiental existente en el país donde opera y la aplicación de legislaciones internacionales. Lo mínimo que ha de esperarse de una empresa es que cumpla con la norma. Esta es la primera variable a evaluar en este

criterio normativo. Para ello se cuenta con indicadores que miden si la empresa ejecuta las reglamentaciones fundamentales establecidas en la legislación colombiana: licencia medioambiental —si la empresa cumple con los trámites para solicitar la autorización que otorga la autoridad ambiental competente o si realiza actividades de seguimiento a su comportamiento e impacto ambiental—, consulta a la comunidad —si la empresa respeta el derecho de la comunidad en la cual desarrolla sus actividades a ser informada sobre los posibles impactos negativos de su actividad, desde el punto de vista social, cultural, económico y ambiental, así como sobre las medidas que propone implementar para reducir o eliminar dichos impactos negativos, de manera que protejan y velen por la integridad social, cultural y económica de la comunidad— y, si cumple con el Código de Recursos, la Ley 99 de 1992, el Decreto 1220 de 2005 y la legislación internacional.

Las tres variables siguientes apuntan a tres tipos de acciones que las empresas deben y pueden emprender con relación al medio ambiente: la prevención, la mitigación y la compensación.

En primer lugar, es importante evaluar si las empresas realizan actividades con el ánimo de prevenir los impactos ambientales negativos de sus actividades en la sociedad. Para ello se cuenta con tres indicadores: 1) “Política de educación y sensibilización ambiental”, 2) “Estrategias para la prevención de los impactos negativos ambientales”, 3) “Atención a emergencias”. El primero de estos se enfoca en las acciones que emprende la empresa para concientizar y sensibilizar a los miembros de la comunidad (local o regional) sobre la importancia de cuidar el medio ambiente. Este indicador se fundamenta en la noción del trabajo conjunto para superar o manejar la crisis ambiental, lo cual implica una labor de educación de los ciudadanos en cuanto que consumidores sobre su obligación de cuidar y preservar el medio ambiente, tarea en la que la experiencia y los recursos de la empresa pueden ser de gran utilidad. En últimas, se trata de apoyar la sostenibilidad ecológica a partir de la generación de conciencia social. El segundo indicador, por su parte, evalúa si la empresa cuenta con una política de autorregulación, es decir, si no espera hasta que la ley reglamente cuáles acciones son ambientalmente irresponsables, sino que “va un paso adelante”. Una muestra de esta voluntad se refleja en la identificación de los riesgos para evitar impactos negativos en el medio ambiente, en la comunidad y en la sociedad. Por último, el tercer indicador mide, a través de la evaluación de atención de emergencias, hasta

qué punto la empresa está preparada para enfrentar un hecho catastrófico, sea este producto de la naturaleza o causado por las actividades empresariales, generando el menor impacto ecológico negativo posible en la sociedad en su conjunto —es decir, en los trabajadores, las comunidades locales, etc.

La segunda variable mide el comportamiento ambiental de la empresa con respecto a la mitigación de los impactos ambientales negativos de su propia actividad. En efecto, existen empresas que, por su naturaleza misma, no pueden prevenir algunos impactos de ese tipo. Sin embargo, sí podrían emprender acciones “dirigidas a recuperar, restaurar o reparar las condiciones del medio ambiente afectado por sus actividades de producción” (Herrera et al., 2010. cf. Anexo 1). Por ejemplo, la actividad industrial de algunas empresas les impide abolir del todo la emisión de CO₂, pero al ser esta una de las principales causantes de la contaminación tóxica del aire y del calentamiento global es necesario regularla, disminuirla o mitigar su impacto, especialmente si se trata de emisión en grandes cantidades. Los indicadores que buscan establecer si la empresa mitiga o no tales efectos se centran en evaluar el manejo de residuos sólidos, materiales contaminantes (como la emisión de gases), aguas residuales y sustancias perjudiciales para el bienestar de los individuos.

La tercera y última variable se relaciona con las medidas de compensación que toman las empresas para retribuir a las “comunidades, las regiones y las localidades, por los impactos o efectos negativos que no pueden ser evitados, corregidos o satisfactoriamente mitigados” (Herrera et al., 2010. cf. Anexo 1). De manera similar a las políticas de mitigación, es probable que algunas empresas, debido a su naturaleza, definitivamente no puedan reducir o prevenir el impacto ambiental negativo de sus actividades, por lo que es especialmente relevante evaluar si emplean algún tipo de estrategia encaminada a compensar, de alguna manera, el daño causado.

Se han expuesto ya los tres criterios normativos que se consideraron para evaluar el comportamiento de la empresa. Para el criterio “Derechos humanos” se cuenta con una variable y dos indicadores; en “Desarrollo social” hay dos variables y cuatro indicadores, y para “Medio ambiente” se construyeron tres variables y nueve indicadores. Antes de presentar los resultados arrojados por los indicadores consideramos pertinente analizar las

entrevistas realizadas a los empresarios, pues esto brinda un panorama de las empresas y de la manera como estas se relacionan y comprenden a la comunidad. Estas entrevistas también arrojan pistas que posteriormente serán útiles en el momento de entender y explicar algunos de los resultados obtenidos mediante la aplicación de los indicadores.

2.4 La concepción de comunidad en cuatro empresas colombianas

Para el desarrollo de esta parte, se hicieron entrevistas a profundidad, semiestructuradas, a cuatro empresarios colombianos¹⁹. Las personas entrevistadas o bien son los encargados del área de responsabilidad social de las empresas, o bien los dueños de estas. Las características de las empresas son:

Cuadro 4

Empresa	No. de empleados
Institución educativa	50
Empresa de alimentos	92
Caja de compensación	5.000
Servicios funerarios	320

Como puede observarse, la muestra es diversa: se trata de empresas pertenecientes a diferentes sectores y de distintos tamaños. Esto permite tener una visión sobre el tema de la comunidad desde varias perspectivas empresariales.

La información se organizará de acuerdo a dos categorías identificadas en el desarrollo del análisis: “Concepción de comunidad” y “Relaciones con la comunidad”. En

¹⁹ Para el caso de las entrevistas, solo fue posible contactar a cuatro de los cinco casos estudiados. Esto por supuesto, no es impedimento para analizar las entrevistas y extraer algunas conclusiones preliminares al análisis de los indicadores.

lo que se refiere a la *concepción de comunidad* se mostrarán varios factores: 1) en general, hay un reconocimiento muy difuso de quiénes constituyen las comunidades afectadas por las actividades empresariales; 2) esto puede explicarse porque la empresa tiene otros grupos de interés que considera prioritarios —de ahí que la única empresa que tiene claridad con respecto a los tipos de comunidades, y que realiza actividades en las cuales estas se involucran en mayor grado, sea la caja de compensación, para la cual las comunidades son el stakeholder principal y, por lo tanto, el foco de sus acciones—; 3) una vez más se muestra que la comunidad a la que se hace más referencia es a la local. En cuanto a las *relaciones con la comunidad*, se mostrará que: 1) la falta de claridad en la noción de comunidad se refleja en que las actividades de RSE para con las comunidades sean esporádicas o nulas y sin planeación, y 2) las empresas justifican esto por la falta de recursos o porque no lo consideran “relevante”. Un punto adicional a tratar es que las declaraciones de los entrevistados difieren de algunas de las nociones que se encuentran en los documentos de RSE en Colombia.

Definición de comunidad

Para comenzar el análisis, cabe mencionar que las personas entrevistadas se refirieron a la comunidad como “la empresa”, “la comunidad educativa” o “la comunidad productiva”, o bien frente a la pregunta “¿Qué entiende por comunidad?” o bien durante la realización de la entrevista. Estos son algunos ejemplos:

Institución educativa: [...] es todo lo que nosotros llamamos una comunidad educativa: desde la señora que vende los tintos, desde el vendedor que está en torno del colegio, está la papelería, la cafetería, etc. Es decir, la comunidad educativa tiene que involucrar a todas estas personas. Evidentemente el impacto social de una institución educativa, dependiendo de su magnitud, también es a todo su entorno igualmente, lo que llamamos la comunidad educativa, padres de familia, estudiantes, profesores, empleados, etc.

En otra de las entrevistas se encontraron nociones similares:

Empresa de alimentos: Yo podría definir que la comunidad somos todos, evaluados desde adentro de la

empresa, quienes están afuera de la empresa. Porque desde adentro de la empresa estamos pensando en ese mercado grande que está afuera, que de pronto nos ven pequeñitos, pero de pronto nos ven como una entidad que puede colaborarles en que el negocio se sostenga bien, que le dé rentabilidad el producto, que le pueda sacar el mejor provecho.

Esta falta de claridad para identificar con certeza a la comunidad como grupo de interés y no como el conjunto de todos los stakeholders de la empresa, refleja que la noción de comunidad no es tan definitiva para los empresarios como seguramente lo son las de trabajadores, proveedores o clientes. Probablemente, si se indagara por estos, no se presentaría la misma confusión, sino que, al contrario, la referencia se enunciaría con completa seguridad. Una posible explicación se encuentra en que, en tres de los cuatro casos, la comunidad no hace parte de los grupos de interés que los empresarios contemplan como los prioritarios en su labor. Es hacia estos últimos que las empresas dirigen todos sus esfuerzos. Así, en las empresas de alimentos, de servicios funerarios y en la institución educativa se encuentran las siguientes afirmaciones:

Empresa de alimentos: [...la empresa], específicamente no sé que tenga programas hacia la comunidad externa, pero sí la fidelización del cliente, un sistema de quejas y reclamos, eso sí funciona y se ha tratado de mejorar en esos aspectos para ofrecer un mejor servicio [...] el principal grupo de interés es el cliente final del producto. Para quien va destinado, quienes van a utilizar los productos y subproductos que surgen de nuestros procesos.

Institución educativa: [¿a quiénes dirige la empresa las actividades de responsabilidad social?] directamente al educando por medio de infraestructura. El objetivo primordial o la razón de ser es el educando, es decir, el niño que es confiado por los papás, su bien más preciado, a la institución. Entonces todos los esfuerzos, la infraestructura, toda la construcción está centrada en la formación, la educación y la capacitación de estos niños.

Servicios funerarios: El grupo de interés al que más dirigimos nuestras acciones de RSE son los trabajadores, [...] les damos facilidades para que se capaciten, les damos capacitaciones también más puntuales, pero la idea que tiene la empresa es que la gente crezca, la gente se capacite, entiende la necesidad de la capacitación para que

también lo tenga en cuenta con su familia, con su gente cercana.

Continuando con la noción de comunidad, los entrevistados, por una parte, se referían a esta como “la empresa”, como ya se mencionó, y por la otra, identificaban a este stakeholder con el grupo de individuos que se encuentra en lugares aledaños a las actividades empresariales, es decir, como “la comunidad local”. No obstante, la empresa de servicios funerarios reconoció la existencia de otro tipo de comunidad afectada por las actividades de la empresa, conformada por un grupo de personas que obtienen sus ingresos de la venta de flores fuera del cementerio. A continuación se presentarán pasajes de las entrevistas en los que se puede observar la referencia explícita a la comunidad local y a otros tipos de comunidad:

Institución educativa: [...] eventualmente nos gustaría involucrar a las personas que no directamente trabajan aquí en el colegio, como pueden ser los vecinos, el entorno y en ciertos casos hemos creado con la Policía de la zona 9, que nos compete aquí, unas reuniones para crear los cuerpos de seguridad que se llama los “vecinos solidarios”, no recuerdo exactamente el nombre que se les dio en el momento, pero hemos tenido contacto con todos los vecinos precisamente para favorecernos, mitigar los impactos que genera la institución en cuanto circulación, tráfico y demás, y también los beneficios que genera [...] Para los vecinos es muy apetecible tener una institución educativa cerca porque ponen su negocio, su cafetería, su papelería, su fotocopiadora, etc.

La empresa del sector de alimentos, se refería al impacto que puede generar su gestión en regiones cercanas a donde lleva a cabo sus actividades. Así se evidencia durante la entrevista:

Tratando de hacer comunidad, precisamente porque eso no tiene límites, entonces empieza “uy, aquí hay un problema, están botando los desechos en tal sitio”, entonces ya toca hablar con el vecino allá, entonces allá también tienen como una comunidad similar, hay unos representantes, entonces ya entre todos toca empezar a unir esfuerzos, llamar a la Policía y la Policía ya está enterada de que ambos están encima de la situación [...].

Como se mencionó, en el caso de la empresa de servicios funerarios sí se reconoció la existencia de una comunidad, distinta a la local, afectada por las actividades empresariales: un determinado número de individuos que se instalan alrededor del cementerio para ofrecer y vender bienes y servicios. En la entrevista se enuncia de la siguiente manera:

La otra comunidad con la que nosotros tenemos que ver y que la manejamos de cierta forma es la gente que vende las flores y que es una comunidad que...es una cosita pequeña que hay afuera del parque, que ellos viven mucho en el parque, viven de la venta de flores. Pero pues es algo como controlado, que nosotros les permitimos a ellos entrar al parque a hacer sus arreglos, entregar sus flores y esas cosas, pero dentro de unas normas que ellos ya conocen, que nosotros les pusimos para que eso no se volviera un desorden, porque pues si nosotros estamos tratando de tener todo organizado, ellos nos tienen que ayudar a mantener todo organizado y bien.

Vemos pues, en este último caso, un grupo de personas que puede considerarse una comunidad no local —muchos de estos trabajadores no viven en la zona— que es afectada por las actividades empresariales. Sin embargo, no hay acciones dirigidas al mejoramiento de la calidad de vida de esas personas. Tampoco hay un conocimiento de quiénes son, cómo relacionan, etc. No obstante, este ejemplo muestra que una empresa efectivamente afecta a diversos grupos de personas, que tienen ciertas reglas de comportamiento —implícitas o explícitas de comportamiento—, que interactúan y que pueden verse afectados, tanto positiva como negativamente, por las decisiones de la empresa.

Ahora bien, una de las fuentes primarias más concretas con respecto al tema de la noción de comunidad fue la caja de compensación. Esto se explica porque su función social está dirigida al mejoramiento de las condiciones de vida de la sociedad y de las comunidades que la componen. En este sentido, la persona entrevistada señala:

Caja de compensación: El interés es mejorar las condiciones de vida de la población, que es la razón social de esta empresa. La razón de ser es mejorar las condiciones de vida de la población colombiana. Entonces nosotros lo que hacemos es que lo que por ley tenemos que hacer, lo hacemos muy bien [...].

La caja de compensación, al tener como pilar fundamental de funcionamiento el beneficio a la sociedad y a las comunidades, profundiza también en otro tema que se ha tratado con anterioridad en la presente monografía: la diferencia entre los diferentes tipos de comunidades afectadas por la empresa. Esto implica, a su vez, un acercamiento a estas para conocer cómo funcionan, qué reglas tienen y cuáles son sus necesidades. Así, en la entrevista con el empresario de la caja de compensación se encuentra la siguiente respuesta:

Caja de compensación: Nosotros tenemos que conocer a las comunidades para poder prestar los servicios sociales. Hacemos estudios de necesidades y expectativas, de caracterización socioeconómica de los afiliados. En los jardines sociales se hace un análisis completo de sus familias y de su entorno, porque ese es el que hay que ayudar a transformar. Por ejemplo, en los jardines sociales, si uno no sabe cómo es la cosa en la comunidad, muy difícilmente esos hábitos saludables y prácticas saludables que se practican en el jardín a las 5 pm ya se olvidan. Entonces es un trabajo que se hace con la comunidad [...] una cosa son las comunidades de San Cristóbal y son diferentes cambios de comportamientos de los que están en Ciudad Bolívar o los que están en Bosa. Un tema diferente son las poblaciones que van a habitar viviendas de interés social de Engativá que los que van a habitar en Kennedy o Bosa. Sí hay diferencias, y hay que tener en cuenta esas diferencias [...].

Así pues, comparado con lo que sucede en las otras instituciones, en la caja de compensación hay una noción más clara de “comunidad”. En aquellas se evidencia, en primer lugar, una confusión en torno a quiénes conforman ese grupo de interés y, en segundo lugar, es únicamente la comunidad de lugar la que se reconoce como grupo afectado. Una primera explicación es que esto se debe al lugar del stakeholder *comunidad* en la escala de prioridades de cada empresa.

Relaciones con la comunidad

De la falta de claridad con respecto a qué son las comunidades se desprende el hecho de que las empresas no realicen, o lo hagan sólo esporádicamente, actividades con este grupo de interés, tal como se evidenció líneas más arriba y como los pasajes a continuación lo demuestran:

Institución educativa: Digamos que sí se trabaja, pero de una forma no muy planeada. Cuando se presenta el problema entonces se tiene que usar una solución un poco mediática. Por ejemplo, un problema de seguridad que exista en la zona. Entonces se reúnen aquí los vecinos. Se instalaron unas alarmas en su momento, unas sirenas que suenan cuando hay un problema de seguridad que alerta a los vecinos [...].

Empresa de alimentos: No, no tenemos de pronto la capacidad [para llevar a cabo acciones dirigidas a la comunidad].

Vale la pena recordar que estas dos empresas son las de más reducido tamaño de la muestra (cincuenta y cien empleados, respectivamente), mientras que la de servicios funerarios, que sí adelanta acciones sistemáticas de RSE con la comunidad local, es de tamaño intermedio. Sin embargo, esta no cuenta con un gran conocimiento de la comunidad y tampoco hace seguimiento a las actividades que se llevan a cabo, tal como se muestra a continuación:

Pregunta: ¿Han pensado en hacer mediciones de impacto en la comunidad?

Servicios funerarios: Pues como por saber, como por conocimiento, de saber cuántas personas se está impactando con ese tema y si vale la pena enfocarse solamente, de pronto uno podría hacer una medición. Si, conocer las necesidades y decir: “mire, enfoquémonos más en esta área, que de verdad vemos necesidad importante”.

P: ¿Le hacen seguimiento a las actividades que hacen con la comunidad?

R: No, en este momento no. Pero pues la idea es como conocer un poco más, definir más los focos. Como que ya tenemos unos rangos donde se está trabajando, pero no tenemos un área que esté encargada de eso, porque ya tendría que tener una persona encargada.

Las acciones a las que se hace referencia en este caso son, por ejemplo, la creación de una guardería, el apoyo a cursos de manualidades para adultos mayores que viven en el sector, etc. Además, es importante mencionar que esta empresa dona recursos a diferentes fundaciones que se encargan de diversos temas, entre ellos: niñez, soldados discapacitados, Fundación Shaio, entre otros. Es decir, se trata de una institución que trabaja con la

comunidad afectada directamente por sus actividades y que, adicionalmente, apoya sectores de la sociedad que no se ven afectados por su funcionamiento. En este sentido se afirma que:

A las fundaciones se les dan bonos y también les damos apoyo económico, aparte de los regalos de navidad para los niños. Por ejemplo, a Corazón Verde también hemos ayudado. A los policías discapacitados se les da ayuda económica en las olimpiadas.

Aquí aparece la relación comunidad-empresa-sociedad, en la cual se diferencian las actividades que la empresa realiza con una y con la otra. Es importante aclarar que las referencias a esta relación no son recurrentes en los entrevistados, pues se asume que el tema a tratar es la comunidad y esto los lleva a pensar de inmediato en la local (o en la comunidad como empresa). No se tratan, pues, asuntos relativos a la sociedad, a menos que se indague sobre otro tipo de actividades diferentes a las realizadas con la comunidad local.

Como se ha mencionado, los entrevistados de las empresas de alimentos y de servicios funerarios y de la institución educativa no se han apropiado del conocimiento de la comunidad, no hacen un seguimiento o incluso no ejercen ninguna actividad, lo cual repercute en que no se tengan en cuenta sus necesidades, demandas o expectativas. Según la hipótesis planteada, esto se explica porque la comunidad no hace parte de los grupos de interés primordiales para la empresa. Sin embargo, cuando se preguntó por este aspecto en particular, se encontró que los empresarios justifican esta situación con base en la falta de recursos o de capacidad, como es el caso de las empresas más pequeñas. Así se muestra en el siguiente pasaje:

Institución educativa: Me imagino que ha sido falta de tiempo y de gestión como para concretar esos programas muy claros.

Empresa de alimentos: Yo creo que es la parte económica. La limitante es esa, la parte de presupuesto. Porque pues la empresa sobrevive siempre en el día a día, tratando de cuadrar cuentas, de sostenerse, de salir a flote [...].

En cuanto a la empresa de servicios funerarios, que tiene mayor capacidad y que efectivamente desarrolla actividades encaminadas a beneficiar a la comunidad, se encuentra

que no tienen interés en aplicar estrategias de conocimiento de la comunidad ni de aproximación a esta, tal como se muestra a continuación:

Servicios funerarios: Las directivas estamos convencidas de que eso no es necesario [tener un área que programe y se encargue de la relación con la comunidad]. De pronto el área uno no la ve como tan necesaria, porque sería como a una de las áreas nuestras encargarle ese tema, no crear un área especial para eso. No hemos visto la necesidad de que exista un área específicamente enfocada a eso solamente. De todas formas, el área de recursos humanos está todo el tiempo pensando en cómo beneficiar a la comunidad.

Hasta el momento se pueden sacar varias conclusiones preliminares. Por un lado, como se ha mencionado, la definición de comunidad es confusa. No obstante, la noción de comunidad local es la que se evoca con mayor regularidad a través de las entrevistas, sin desconocer que la empresa de servicios funerarios identificó otro tipo de comunidad.

Esto contrasta con algunas de las nociones que se expresan en documentos claves de la RSE en Colombia, como la Guía GTC-180 de ICONTEC²⁰, en donde se define a la comunidad de la siguiente manera: “[la comunidad es] tanto local como regional, según el ámbito de operación de la organización, incluidas familia, minorías y diferentes formas de

20 ICONTEC es “un organismo multinacional de carácter privado, sin ánimo de lucro, que trabaja para fomentar la normalización, la certificación, la metrología y la gestión de la calidad en Colombia. Está conformado por la vinculación voluntaria de representantes del Gobierno Nacional, de los sectores privados de la producción, distribución y consumo, el sector tecnológico en sus diferentes ramas y por todas aquellas personas jurídicas y naturales que tengan interés en pertenecer a él” (cf. <http://www.icontec.org.co/Home.asp?CodIdioma=ESP>). Este organismo se encarga de certificar que la calidad de cualquier producto sea la mejor para el consumidor. Es decir, evalúa, mide, y normaliza la gestión de los bienes y servicios que proveen las empresas. Aunque el número de empresas adscritas a la institución es considerable, el perfil de estas es específico: se trata de empresas de gran tamaño, que por lo mismo tienen cierta proyección internacional y capacidad para efectuar la elevada inversión que implica vincularse a ICONTEC, hacer el pago anual correspondiente, etc. Dentro del mundo empresarial, se toma como base la concepción que tiene esta entidad de la relación entre la empresa y la comunidad. En este sentido, dicha entidad elaboró una guía de responsabilidad social (la GTC-180), resultado de una iniciativa conjunta con la Caja de Compensación Familiar de Antioquia (COMFAMA), que fue publicada en 2008. La finalidad de la guía es dar directrices para que las empresas lleven a cabo una gestión socialmente responsable. Vale la pena resaltar que este instrumento no establece mecanismos (indicadores, guías de seguimiento o de evaluación, etc.) que permitan exigir a las empresas el cumplimiento de tales directrices generales. Por supuesto, eso no implica que no sea relevante analizar cómo se concibe allí a la comunidad, pues los conceptos consignados en la GTC-180 son representativos de lo que piensan los empresarios sobre los temas relacionados con la RSE. Esto se debe a que para la construcción de esta herramienta fue consultado y convocado un gran número de empresas colombianas que participaron activamente en la definición de los lineamientos consignados.

organización social”. Como puede verse, allí se encuentra consignado el concepto concreto de “comunidad local” o “de impacto” (que puede ser de nivel regional) y, a su vez, se contempla a la familia y a las minorías étnicas y raciales. Adicionalmente, dentro de esta definición se incluye lo que se mencionó en el primer capítulo sobre la existencia de varias comunidades, las cuales tienen características diferentes, pero el rasgo en común de afectar o ser afectadas por las actividades empresariales. Es decir, en la Guía se tiene en cuenta que el impacto que se puede generar en una comunidad no se limita a un espacio geográfico determinado —comunidad de lugar, según Weber o Tönnies—, sino que existen diversas formas de organización social que son afectadas por las actividades de una empresa. Esa posición conceptual difiere de la evidenciada en las entrevistas.

Por otro lado, tanto en la Guía GTC-180 como en el Balance Social elaborado por la ANDI y en la encuesta de RSE construida por esta misma entidad²¹ se tienen en cuenta una serie de temas que son prioritarios a la hora de tratar la relación entre empresa y comunidad, como por ejemplo el medio ambiente, los derechos humanos y el desarrollo social. La preocupación por tales temas no surge de los mismos principios en las entrevistas. Una muestra de ello es que, aunque en las entrevistas con la empresa de alimentos y la de servicios funerarios se mencionó la relación con el medio ambiente, la inquietud no surgió de la relación con la comunidad, sino que se derivó del cumplimiento de las normas. Así, por ejemplo, en el momento de la realización de la entrevista de la

21 La ANDI, es “una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa. Fue fundada el 11 de septiembre de 1944 en Medellín y, desde entonces, es el gremio empresarial más importante de Colombia. Está integrado por un porcentaje significativo de empresas pertenecientes a sectores como el industrial, financiero, agroindustrial, de alimentos, comercial y de servicios, entre otros” (cf. <http://www.ccre.org.co/quienes.asp>). En materia de RSE, la ANDI cuenta con dos instrumentos que permiten dar cuenta de las acciones que realizan las empresas en este campo: el Balance Social y la Encuesta de Responsabilidad Social. El primero de ellos es un informe que debe ser presentado por cada empresa a fin de año como parte del reporte de sus acciones. Este fue publicado primero en 1985 y luego en 2001, revisado y complementado con nuevas variables e indicadores que fortalecieron y renovaron el instrumento. Co ese propósito se hicieron encuestas a empresas afiliadas al gremio y “se realizaron mesas de trabajo en algunas de las principales ciudades del país” (OIT, ANDI y Cámara Júnior, 2001). El trabajo fue realizado por la Cámara Júnior de Colombia, Capítulo Antioquia bajo la asesoría de la ANDI y la OIT. Con respecto a la Encuesta de Responsabilidad Social, desde 2004 la ANDI ha promovido su aplicación entre las empresas afiliadas. Su objetivo es “conocer las acciones que [las empresas] vienen adelantando en materia de RSE, las características, magnitud e impacto de las mismas, así como las partes interesadas a las que están dirigidas” (Karakatsianis, 2007: 28). A diferencia del Balance Social, la realización de esta encuesta depende de la decisión de cada empresa.

empresa de alimentos, se estaba conformando una asociación de pequeñas y medianas empresas del sector que no tenían presupuesto suficiente, para así elaborar una estrategia conjunta de responsabilidad ambiental que les permitiera cumplir con lo que exige la legislación:

Empresa de alimentos: [...] el interés es unir esfuerzos hacia poder cumplir con la normatividad y poder disminuir el impacto medioambiental. Porque la mayoría de los problemas son muy comunes, son emisiones de gases, vertimientos de aguas residuales, manejo de residuos sólidos... [la asociación] surgió de la necesidad de las empresas de cumplir con esa normatividad nueva sobre la creación de un departamento de gestión ambiental

Vale la pena aclarar que antes de esto había iniciativas muy aisladas para la protección del medio ambiente. Pero ninguna de ellas estaba pensada para el beneficio de la comunidad, sino para los trabajadores o por los recursos económicos que podrían obtenerse, por ejemplo, a través del reciclaje.

Para la empresa de servicios funerarios, el cumplimiento de la norma es un factor importante, así que lleva a cabo todas las actividades necesarias para no violarla. Sin embargo, la comunidad no aparece como un factor que determine esta voluntad, sino que prima la obligación del cumplimiento de la ley. Solo que, de paso, “la comunidad también se beneficia”. En este sentido se pronunció la entrevistada:

Servicios funerarios: [...] mientras nosotros mantengamos nuestro parque funcionando bien, cumpliendo con todos los requerimientos, manejando la parte del medio ambiente correctamente y aportando al medio ambiente, pues pienso que la comunidad afectada también se va a beneficiar

Sucede de manera similar con la caja de compensación: aún cuando la comunidad es el foco de sus acciones, al indagar por el medio ambiente no se evidenció, en ningún

momento, la importancia de este tema en relación con la comunidad. Sin embargo, se resaltó la relevancia que tiene el cuidado del medio ambiente para la empresa:

Caja de compensación Nosotros tenemos programas de mitigación y prevención en todo el tema de reducción de emisiones y de ahorro de servicios. Y desde el año 2000 estamos trabajando con las construcciones nuevas y en las remodelaciones que se hagan que lo permitan, atendiendo a todas las directrices de construcción verde.

De tal panorama se puede concluir que estas instituciones no reconocen explícitamente la necesidad de tener un ambiente sano como una responsabilidad directa con algún tipo de comunidad. Pero esto no implica que el tema ambiental no sea relevante para responder al universo simbólico vigente. Al contrario, se puede observar que hay una actitud vigilante frente a este tema. No obstante, lo que se encuentra, contrario a lo que puede verse en documentos como los de la ANDI o el del ICONTEC, es que es la presión de la ley y no la intención de no afectar a la comunidad lo que sustenta dicha preocupación.

En cuanto al desarrollo social, es un asunto evidentemente prioritario para la caja de compensación (las razones ya se han expuesto) y también, en alguna medida para la empresa de servicios funerarios. Son, en efecto, las entidades que ejecutan acciones de mayor impacto en su respectiva comunidad —como el jardín infantil ofrecido por la empresa de servicios funerarios—. Ahora bien, es posible que estas instituciones puedan ejecutar dichas actividades debido a su capacidad y tamaño, a diferencia de la empresa de alimentos o de la institución educativa. En estas últimas no se mencionó la importancia de involucrar a la comunidad como grupo de interés para el desarrollo social.

En relación con los derechos humanos, la única institución que expresó tener como principios “el respeto a los derechos humanos y considerar a las personas como seres integrales con necesidades múltiples e interdependientes” (entrevista) fue la caja de compensación. Esta es una manifestación más de lo que se ha expuesto anteriormente: que se trata de una empresa cuyo stakeholder primordial es la comunidad. En el caso de las otras empresas, no hubo ninguna referencia explícita a los derechos humanos en relación con este grupo de interés. La hipótesis frente a esto es que se trata de un tema similar al

medioambiental: sí es importante, pero la preocupación no surge por el trato con la comunidad misma, sino que se debe a otros aspectos, como la acción de las autoridades y la obligatoriedad de la ley. Esto no significa que las empresas estén de acuerdo con violar los derechos humanos de las comunidades —tal tesis conduciría a la pérdida absoluta de legitimidad por parte de las empresas—, pero tal vez sí es un resultado de que la comunidad no es un stakeholder prioritario para las empresas y de que estas no van más allá de lo que la ley exige. Valdría entonces la pena preguntarse si es necesario que la comunidad, tal y como sucede en el caso de la caja de compensación, sea el grupo de interés más importante para que los empresarios lo relacionen con temas como derechos humanos y desarrollo social, o si estos temas deberán seguir siendo de carácter obligatorio para que las empresas los atiendan. De manera similar al tema ambiental, aquí se encuentra una diferencia clara con algunos principios de la guía GTC-180, en la cual el respeto y la promoción de los derechos humanos son relevantes en relación con la comunidad.

En resumen, existe un desconocimiento de la comunidad como grupo de interés legítimo afectado por las actividades de la empresa. Consecuentemente, tampoco se sabe quiénes pertenecen a este stakeholder y cuáles son sus expectativas y necesidades. Inclusive, debido a esta “ignorancia”, las empresas podrían llegar a actuar en contravía de dichas demandas. Por otra parte, en el caso de empresas que sí emprenden actividades para el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad —aun cuando, como en el caso de la empresa de servicios funerarios, este no es su stakeholder primordial—, es factible que dicha “ignorancia” repercuta en el fracaso o corta duración de las iniciativas. Adicionalmente, los imperativos del desarrollo social, los derechos humanos y el medio ambiente no surgen como temas indispensables que se deban considerar con la comunidad. Tres aspectos que explican este panorama son, primero, que la comunidad no es el grupo de interés más “importante” para la empresa; segundo, que no se cuenta con la capacidad para involucrarla, realizar actividades para esta y hacer el debido seguimiento y, tercero, que tales imperativos no son un mandato legal y, por lo tanto, no son de obligatorio cumplimiento. Estos factores también los encontraremos en el análisis de los resultados de la aplicación de indicadores, en donde se les sumarán otros componentes que arrojan luces sobre el comportamiento de la empresa.

2.5 Análisis de resultados

En esta última parte del capítulo se analizarán los resultados de la aplicación de los indicadores en cinco empresas colombianas, a la luz de los criterios normativos establecidos. Para ello, se presentarán los resultados cuantitativos, complementados con algunas observaciones sobre las entrevistas que explican y describen los valores obtenidos por cada empresa. Como se mostrará a continuación, en las empresas estudiadas se encontraron cuatro factores que explican la manera como se relacionan tanto con las comunidades locales como con la sociedad en general: 1) la naturaleza de la misión de la empresa, 2) el tamaño de la empresa, 3) los fallos en la coordinación empresa-Estado, 4) el cumplimiento de la legislación.

Naturaleza de la misión de la empresa

En promedio, las cinco empresas estudiadas tuvieron una calificación de 2,3, como puede observarse en el Cuadro 5. La empresa que tuvo la mejor calificación fue la caja de compensación (3,4). Para entender las razones que explican esta situación, valdría la pena explorar algunos de los criterios más a profundidad. Para ello escogeremos *Desarrollo social*, ya que la empresa en cuestión obtuvo la mejor calificación posible (5). Como se puede observar en el Cuadro 6, en los cuatro indicadores la calificación alcanzó los mayores niveles. Esto quiere decir que la empresa: 1) monitorea las “acciones relacionadas con el apoyo o realización de mejoras en la infraestructura y en el ambiente local, de las que puede beneficiarse la comunidad” (Herrera et al., 2010. cf Anexo 1); 2) “además de contar con un programa social estructurado o de inversión social privada y de un fondo administrado por un equipo especializado, cuenta con dotación presupuestaria estable y con público, metas y estrategias definidas” (Herrera et al., 2010. cf Anexo 1), y 3) hace campañas de sensibilización sobre la importancia de pagar impuestos y le hace seguimiento a los programas estructurados de educación. Estos resultados pueden explicarse porque el desarrollo social es parte esencial de su misión. Es decir, la empresa se enfoca en el mejoramiento de la calidad de vida de sus afiliados y de la sociedad en su conjunto, de ahí que sus acciones estén encaminadas a suplir justamente el tipo de requisitos que plantea la rúbrica. Por ejemplo, la empresa siempre debe monitorear las iniciativas que emprende con la comunidad —exigencia establecida para dos de los cuatro indicadores de este criterio

normativo²²—. Si no lo hiciera, ¿cómo haría para dar cuenta de que estas realmente generan un impacto positivo? En otras palabras, ¿cómo haría para establecer que está cumpliendo su función? De la misma manera sucede con la financiación de proyectos y con cualquier asunto encaminado a mejorar y aportar al desarrollo humano de las poblaciones menos favorecidas. De manera contraria sucede con empresas como la institución educativa o la de alimentos, dentro de cuyas misiones y objetivos respectivos no se encuentra el beneficio y mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades.

Esta hipótesis sobre la influencia de la naturaleza de la empresa se comprueba además con los resultados arrojados por el indicador que mide la variable “Igualdad de oportunidades”. Nuevamente, en este caso es la caja de compensación la que tiene la calificación más alta (ver Cuadro 6). Los buenos resultados obedecen a que, por ejemplo, la empresa construye colegios en sectores marginados para que las personas puedan acceder a la educación. Además, establece tarifas diferenciadas en las instituciones educativas para que aquellos que cuenten con menos recursos puedan tener acceso al sistema educativo, entre otras iniciativas que promueven la equidad e igualdad entre los miembros de la sociedad.

Los resultados de las demás empresas, por el contrario, no son tan buenos. La empresa de servicios funerarios obtuvo calificación *regular*, al igual que la fábrica de construcción de materiales, y las empresas pequeñas sacaron *inaceptable*, es decir, que no realizan ninguna actividad para las poblaciones históricamente desfavorecidas. En el caso de la empresa de servicios funerarios, su mejor calificación se debe a que establece alianzas con universidades para aportar a los programas de becas y que de alguna manera ha desarrollado actividades esporádicas para favorecer a dichas poblaciones. Pero tales acciones no están constituidas como una política o programa que se gestione regularmente y al cual se le haga monitoreo.

22 Cf. Anexo 1.

Cuadro 5

RESULTADOS CRITERIOS NORMATIVOS				
Empresa /Variable	Derechos humanos	Desarrollo social	Medio ambiente	Promedio
Servicios funerarios	1,5	2,5	4,4	2,8
Empresa de alimentos	1	1	1,1	1
Institución educativa	1	1,8	2	1,6
Fábrica de materiales de construcción	2	2,6	3,6	2,7
Caja de compensación	2,5	5,0	2,8	3,4
Promedio	1,5	2,5	2,8	2,3

Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social U. Rosario, 2009.

Cuadro 6

DESARROLLO SOCIAL					
Empresa /Indicador	Manejo en la infraestructura y en el ambiente local	Financiación de proyectos Sociales	La empresa contribuye a las finanzas públicas del país a través del cumplimiento de sus obligaciones tributarias	Derecho a la igualdad de oportunidades y a un trato no discriminatorio	Promedio
Servicios funerarios	2	3	3	2	2,5
Empresa de alimentos	1	1	ND	1	1
Institución educativa	2	1	3	1	1,8
Fábrica de materiales de construcción	2	3	3	2,2	2,6
Caja de compensación	5	5	5	5	5,0
Promedio	2,4	2,6	3,5	2,2	2,5

Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social U. Rosario, 2009.

Además de esto, como se puede observar en el Cuadro 7, en el criterio normativo *Derechos humanos*, variable “Respeto y promoción de los derechos humanos”, indicador “promoción de los derechos humanos de la comunidad”, las empresas sacaron un promedio de 1,5. Esto implica que, en términos generales, realizan actividades esporádicas para la promoción de los derechos humanos y no cuentan con políticas ni programas establecidos

para su promoción. La empresa de alimentos, la de servicios funerarios y la institución educativa se encuentran en un rango entre *inaceptable* y *regular*; la caja de compensación, por su parte, obtiene una calificación *aceptable*, pues sí cuenta con un programa estructurado. La posible explicación para esta situación es, nuevamente, que la caja de compensación tiene como principal objetivo el mejoramiento de la sociedad y de las comunidades, por lo que no sorprende que cuente con este tipo de estrategias —inclusive se esperaría que esta clase de empresas sacara una mejor calificación en este rubro.

De modo correspondiente, los bajos resultados obtenidos por las demás empresas pueden explicarse, como se identificó a partir de las entrevistas analizadas, porque el tema de los derechos humanos no es una prioridad, o no se identifica, en relación con la comunidad. Por ello, se entiende que las actividades de promoción de los derechos humanos en la comunidad sean de carácter esporádico o nulo. Un ejemplo de esto es la empresa de servicios funerarios. Durante la entrevista se indagó si la empresa promueve los derechos humanos y la respuesta fue: “Yo creo que con los valores de la compañía, promoviendo los valores en la gente”. De esta manera, se encuentra que la empresa no se declara en contra de la promoción de los derechos humanos y que los promueven en personas cercanas a la empresa, como los trabajadores, los proveedores, y los clientes. Sin embargo, en relación con la comunidad se afirma: “no hemos llegado hasta allá”, lo cual demuestra lo ya mencionado varias veces, a saber, que la comunidad no es un stakeholder prioritario para la empresa y que, por lo tanto, los asuntos concernientes a esta son de carácter secundario en las acciones de RSE.

Cuadro 7

DERECHOS HUMANOS		
Empresa /Variable	Respeto y promoción de los derechos humanos de la comunidad	Promedio
Servicios funerarios	1,5	1,5
Productora de	1	1

harina de trigo		
Colegio	1	1
Fábrica de materiales de construcción	2	2
Caja de compensación	2,5	2,5
Promedio	1,5	1,5

Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social U. Rosario.

Otro argumento a favor de la tesis del peso de la *naturaleza de la empresa* en todo este asunto se encuentra cuando se comparan las calificaciones entre los distintos stakeholders para el criterio normativo *Derechos humanos*. En el Cuadro 8 se observa que, a diferencia de lo que pasa con la comunidad, en lo que respecta a los trabajadores la mayoría de las empresas obtiene calificaciones que oscilan *entre aceptable y muy bueno*.

Cuadro 8

DERECHOS HUMANOS (TRABAJADORES)					
Empresa /Variable	Derechos fundamentales. Constitución Política	Derechos de los niños	Trabajo y seguridad social	Desarrollo social	Promedio
Servicios funerarios	3,8	5	4,1	4,7	4,4
Productora de harina de trigo	2,8	5	2,3	2,0	3,0
Colegio	2,5	5	2,3	1	2,7
Fábrica de materiales de construcción	3,5	5	4,4	4,5	4,3
Caja de	3,8	5	4,3	5	4,4

compensación					
Promedio	3,3	5	3,5	3,4	3,8

Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social U. Rosario.

Como puede apreciarse, las mismas empresas para el mismo criterio normativo alcanzaron una calificación promedio de 3,8 en *trabajadores*, comparado con 1,5 en *comunidad*. Una de las empresas mejor calificadas fue la de servicios funerarios, lo cual posiblemente obedece a que, como ya se ha mencionado, este es el grupo de interés prioritario y al cual dirigen todas sus acciones de RSE. Por otra parte, en el caso de la caja de compensación vale la pena aclarar que estas entidades, en un principio fueron creadas, justamente, para suplir las necesidades, expectativas y demandas de los trabajadores (con el tiempo las obligaciones se fueron extendiendo a la sociedad en su conjunto), por lo que también es comprensible la calificación obtenida. Vale la pena resaltar que la empresa de servicios funerarios, en relación con los derechos humanos de la comunidad, obtuvo 1,5, en comparación con el 4,4 de los derechos humanos de los trabajadores. De la misma manera, se puede comparar el puntaje alcanzado por la fábrica de materiales de construcción; 2 para la comunidad, 4,3 para los trabajadores (ver cuadros 7 y 8). Esta relación es similar en todas las empresas.

La naturaleza de la misión de la empresa no implica únicamente la relación con un grupo de interés sino también la prioridad que se le dé a los criterios normativos. Por ejemplo, al analizar el criterio *Medio ambiente*, se puede observar que es la empresa de servicios funerarios la que tiene el puntaje más alto (4,4), seguida de la fábrica de materiales de construcción (3,6), la caja de compensación (2,8), la institución educativa (2) y, por último, la empresa de alimentos (1,1) (ver Cuadro 9).

Cuadro 9

MEDIO AMBIENTE

Empresa /Variable	Cumplimiento de la normatividad nacional e internacional en materia de preservación del medio ambiente	Políticas ambientales dirigidas a la prevención	Políticas ambientales orientadas a la mitigación de los impactos en el medio ambiente	Políticas ambientales dirigidas a las medidas de compensación con el medio ambiente	Promedio
Servicios funerarios	4	4	4,7	5	4,4
Productora de harina de trigo	1	1	1,3	1	1,1
Colegio	1	1	2	4	2
Fábrica de materiales de construcción	4,3	3,7	3,3	3	3,6
Caja de compensación	3,7	2	3,7	2	2,8
Promedio	2,8	2,3	3	2,8	2,8

Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social U. Rosario.

Ahora bien, si se asume que el medio ambiente es un tema primordial en el trato con la comunidad, ¿cómo es posible que la empresa de servicios funerarios, para la cual este grupo de interés no es primordial, obtenga mejor puntaje que la caja de compensación? El análisis de las entrevistas ha dado luces sobre esta cuestión: aunque el respeto al medio ambiente pertenece al conjunto de nociones que forman parte del universo simbólico, y a pesar de que en documentos como la Guía GTC-180 se tiene en cuenta su importancia en el trato con la comunidad, el tema medioambiental no se percibe como un asunto directamente relacionado con este grupo de interés. De otro lado, el resultado positivo obtenido por la empresa de servicios funerarios puede ser el producto de que el buen comportamiento con el medio ambiente es un asunto que repercute en su funcionamiento, y por lo tanto prima un interés por su cuidado y buen desempeño —y no un interés por la comunidad—. Finalmente, se trata de un gran cementerio, con zonas verdes, alledaño a un humedal que debe cuidar y proteger. Tal como se mencionó en la entrevista, en la empresa hay

conciencia de que puede generarse un impacto positivo en la comunidad a partir de la buena ejecución de sus políticas ambientales, pero no es una acción planeada, ni derivada directamente de su relación con la comunidad. Por ejemplo:

P: ¿Hay rendición de cuentas a la comunidad en el tema ambiental?

R: Ambiental si, a la Secretaría de Salud. En parte a la Alcaldía local, nos lo exige. Todos los entes vienen a pedirnos cosas. Por ejemplo, en el manejo de los hornos crematorios. Eso es algo que también es un cuidado a la comunidad, que los hornos no contaminen, que no expidan gases... hay una regulación legal, de la medición, mantenimiento de los hornos para que no produzcan contaminación [...].

Así, de la prioridad del grupo de interés para la empresa y de los diferentes asuntos relevantes para esta, dependen los resultados sobresalientes. No obstante, hay otros factores que también podrían incidir en las calificaciones obtenidas.

Tamaño de la empresa

A partir de los resultados expuestos también se observa que las empresas grandes obtienen mejores calificaciones que las pequeñas. Esto se evidencia en tres casos: la empresa de servicios funerarios, la fábrica de construcción de materiales y la caja de compensación. En el análisis de las entrevistas se había mostrado cómo la primera es la única que emprende acciones para la comunidad —y también para la sociedad— a pesar de que no sea su grupo de interés prioritario. Así, aunque ya se mencionó que no hace seguimientos a sus actividades, lo que a su vez supone que no tiene en cuenta las necesidades y expectativas de la comunidad, tiene un puntaje de 2,5 en *Desarrollo social* —similar al obtenido por la fábrica de construcción de materiales (ver Cuadro 6)—. De ahí que se plantee la hipótesis de que el tamaño de la empresa es otro factor que afecta la relación entre esta y la comunidad, o más directamente, que influye en su capacidad para responder a los requerimientos que suponen tener en cuenta a la comunidad, reconocer sus demandas, atenderlas y reforzar su universo simbólico. Para el mismo criterio normativo —*Desarrollo social*—, las empresas que tuvieron la calificación más baja fueron la empresa

de alimentos y la institución educativa (1 y 1,8 respectivamente), que eran las más pequeñas de la muestra. Lo mismo sucede con *Derechos humanos*, en donde cada una de estas últimas obtuvo un puntaje de 1. Y en *Medio ambiente* la calificación fue de 1,1 y 2, respectivamente, en comparación con los valores de la caja de compensación (2,8), la de servicios funerarios (4,4) y la fábrica de materiales de construcción (3,6). Así, no es apresurado afirmar que el tamaño de la empresa afecta su relación con la comunidad, ya que a mayor volumen aumenta el número de individuos afectados por sus actividades (o que las afectan); y de modo correspondiente, entre más grande la empresa, mayor el potencial económico para responder a las necesidades de los individuos afectados. Por ejemplo, Bavaria tiene más capacidad de responder por sus obligaciones ante todos sus grupos de interés (que comprenden una gran cantidad de individuos con diversas expectativas y demandas) que una empresa familiar pequeña, de escasos recursos. Por supuesto, esto no implica que la empresa más pequeña quede eximida del deber de responder en términos del universo simbólico vigente ante sus diferentes stakeholders; pero las desigualdades en el impacto de sus actividades y en sus potencialidades económicas la llevan a asumir posiciones diferentes frente a estas obligaciones, incluidas las que tienen ante la comunidad. Por lo tanto, las acciones de RSE dependen en un alto grado de los recursos con los que cuenta la empresa. Como bien lo señala Vogel, “una de las restricciones más importantes para la RSE es el costo. Aunque muchas empresas han incrementado los recursos para invertir en RSE, muy pocas veces estos son suficientes para solucionar los problemas que intentan solventar” (Vogel, 2006: 164). Esta frase lleva a dos conclusiones: 1) la capacidad económica de la empresa restringe o amplía, según el caso, la capacidad de la empresa de actuar responsablemente, y 2) la empresa por sí sola no puede resolver cada uno de los problemas de la sociedad.

Por otra parte, el tamaño de la empresa no es lo único que explica la calidad de su respuesta a las expectativas de los grupos de interés. Es más, el hecho de que sea grande no garantiza por sí solo una respuesta satisfactoria, pues que tenga mayor capacidad de responder a las demandas de la comunidad no implica que tenga en cuenta los requisitos mínimos en su relación con esta. Un ejemplo de ello es el caso de la empresa de servicios funerarios —una gran empresa— que en su acercamiento a la comunidad no conoce sus necesidades y demandas, ni tampoco aplica rigurosamente los principios del universo

simbólico —por ejemplo, los derechos humanos— a la comunidad —no obtiene *excelente* en ninguna de las rúbricas—. Inclusive, su puntaje en *Desarrollo social*, si bien es superior al de las otras empresas, está por debajo del nivel *aceptable* (2,5). Esto, como ya se ha evidenciado, se explica porque la comunidad no es un stakeholder prioritario de sus actividades. Ahora bien, aún quedan dos factores que pueden incidir en esos resultados²³.

Coordinación empresa-Estado

Un factor que contribuye a explicar el comportamiento de las empresas con respecto a la comunidad tiene que ver con el Estado. Esta hipótesis se puede evidenciar al cotejar las entrevistas con los datos arrojados por el indicador “Indemnización, retribución y rehabilitación”. Como se mencionó anteriormente, este indicador pretende dar cuenta del aporte empresarial a la solución del conflicto armado. Como puede observarse en el Cuadro 10, los resultados obtenidos no fueron los mejores. Las posibles causas que explicarían las calificaciones de las empresas son: 1) no cuentan con la capacidad económica para desarrollar este tipo de estrategias (*tamaño de la empresa*); 2) existe la convicción de que el encargado de ocuparse de la superación del conflicto y el desarrollo del posconflicto es el Estado²⁴; 3) las empresas desconocen cuáles pueden ser los cursos de acción frente a una situación de posconflicto.

En el caso de la empresa de servicios funerarios, frente a la pregunta “¿Han realizado actividades para las víctimas del conflicto?”, la respuesta brindada fue “solamente lo que está relacionado con los policías y con soldados heridos, pero desplazados y eso no”. Al indagar por qué no se ha ampliado la acción a otros grupos, respondieron: “de pronto

23 El primero de ellos se ha expuesto ya: el factor *Tamaño de la empresa*; el segundo, *Coordinación empresa-Estado*, se abordará a continuación.

24 Así lo afirmaría Milton Friedman. Sus ideas ya fueron expuestas en el primer capítulo

por desconocimiento, no se sabe a dónde ir, con quién. Además, con estas cosas de fundaciones y eso uno de verdad se tiene que asegurar que realmente todo existe y no de pronto se den los dineros para algo que no sea verdad”. En la siguiente pregunta se interrogó si se ha contemplado la posibilidad de contratar a víctimas del conflicto, a lo cual se respondió: “en realidad no hemos tenido el contacto con personas que sean víctimas del conflicto y tampoco la oportunidad de contratarlos, pero pensamos que si encontramos el sitio en donde podamos ubicar a esas personas, lo haríamos”. Lo que se encuentra aquí es que la empresa realiza acciones para favorecer a algunas de las víctimas del conflicto, pero hay una falta de divulgación sobre la manera en la que puede contribuir con otros grupos de víctimas. Ahora bien, podría pensarse que el Estado es el encargado de difundir la información y “organizar el trabajo en equipo” para facilitar la labor de la empresa en este sentido. Así por ejemplo, a través de la Alta Consejería para la Reintegración, creada en septiembre de 2006, y de su antecesor, el Programa para la Reinserción a la Vida Civil (PRVC), se coordina una estrategia para vincular a los desmovilizados en diferentes empresas por medio de la Unidad de Reintegración Económica, que es la encargada de gestionar la capacitación para llevar a cabo proyectos productivos, formar a los desmovilizados y convocar a las empresas para que participen en la reintegración social y económica. Sin embargo, la vinculación de las empresas no ha tenido gran impacto. Así lo demuestra un estudio realizado en diferentes regiones del país por la Fundación Ideas para la Paz, en el que se afirma lo siguiente:

El sector empresarial en las regiones visitadas no tiene mucho conocimiento sobre los procesos de reinserción y reintegración, ni una participación significativa en ellos. Aunque en algunos municipios, entidades como la Cámara de Comercio han buscado liderar iniciativas en esta línea, éstas no han tenido eco entre quienes tienen a su cargo el manejo de tales procesos. En otros casos, empresarios y comerciantes locales dicen estar saturados por los intentos de vincularlos a iniciativas de generación de ingresos para la población desmovilizada, que de hecho no han tenido gran acogida (Gamboa y Méndez, 2008: 10).

Este panorama no es ajeno a los resultados obtenidos por el indicador “Indemnización, retribución y rehabilitación” construido por el Observatorio. Inclusive, en alguna de las entrevistas se afirmó: “no hemos tenido el contacto. Falta más divulgación

por parte de ellos [el Estado] con las empresas. Como que digan ‘venga y conocen cómo es este tema’, como más diálogo, más trabajo en equipo, porque eso está como muy allá, y las empresas aquí y eso está allá, distante y pues se podría contratar personas”.

En resumen, hace falta mejorar el trabajo conjunto entre las entidades públicas que gestionan las actividades para superar el conflicto en Colombia y el sector empresarial. Vale la pena aclarar que en el país son varias las instituciones privadas que se ocupan de gestionar acciones en ese sentido, como por ejemplo la Fundación Corona y algunas otras mencionadas en la primera parte del capítulo. Es importante anotar que dichos esfuerzos surgen en su mayoría por iniciativa de grandes empresas, las cuales, como se ha mencionado anteriormente, cuentan con mayor capacidad para llevar a cabo estas acciones.

Cuadro 10

DERECHOS HUMANOS	
Variable: respeto y promoción de los derechos humanos de la comunidad	
Empresa/Indicador	Indemnización, restitución, retribución y rehabilitación
Servicios funerarios	2
Productora de harina de trigo	1
Colegio	1
Fábrica de materiales de construcción	2
Caja de Compensación	2
Promedio	1,6

Fuente: Observatorio de Responsabilidad Social U. Rosario

El factor de la *coordinación empresa-Estado* podría aplicarse no sólo al caso del conflicto armado colombiano, sino a otros problemas sociales, tales como la cobertura en educación y de servicios públicos, que implican una corresponsabilidad entre el Estado y las iniciativas privadas. Inclusive, se ha mencionado la importancia que tiene el trabajo en

equipo con el Gobierno, ya que la empresa no puede entrar a suplir las funciones estatales, pues eso no hace parte de su naturaleza:

La responsabilidad social es un aporte al desarrollo, al bienestar, a la construcción de una sociedad más justa e igualitaria, con mejores oportunidades, pero de ninguna manera puede entenderse como una sustitución a las obligaciones éticas, constitucionales y legales del Estado. [...] hoy día sabemos que para enfrentar la pobreza, el hambre y la desigualdad, se requiere acción de los gobiernos, de los empresarios y de la comunidad [...] (Ortegón, 2007: 17).

De manera similar, David Vogel (2006) afirma que la empresa no puede y no debe ser la única que realice acciones para mejorar las condiciones sociales: “para que las empresas lleven a cabo mejorías sostenibles en su desempeño social y ambiental, el rol del gobierno también debe cambiar” (Vogel, 2006: 166). Así por ejemplo, el autor se centra en la importancia del papel que han tenido los gobiernos europeos en la promoción de la RSE a través de políticas que incentivan y potencian las actividades responsables de las empresas.

Cumplimiento de la legislación

El análisis de las entrevistas ya había dado luces sobre esta cuestión, y a través de los resultados también se encontró que las empresas cumplen en mayor porcentaje con aquellas responsabilidades exigidas por la ley que con aquellas no impuestas por alguna legislación, situación que repercute en la relación de la empresa con la comunidad y con la sociedad. Así por ejemplo, las empresas obtienen mayores calificaciones en el criterio normativo *Derechos humanos* con respecto a los trabajadores que con respecto a la comunidad, en buena parte porque la mayoría de los indicadores que tienen que ver con los trabajadores se basan en el cumplimiento de la normatividad²⁵. Es posible afirmar, pues, que las obligaciones legales con los trabajadores hacen que las empresas obtengan mejores

25 Cf. Anexo 1.

calificaciones para el stakeholder correspondiente. No es nuestro interés mostrar que la situación de la empresa con respecto a los trabajadores en Colombia sea la mejor, pues es bastante conocido que en nuestro país existen grandes conflictos con los sectores sindicales y hace falta mejorar las condiciones laborales en muchas empresas. Sin embargo, sí se encuentra que los resultados son un tanto mejores comparados con los correspondientes al stakeholder *comunidad*, una razón para ello es que las empresas se preocupan más por cumplir, mal que bien, con la legislación, que por emprender acciones no prescritas por la ley, como la promoción de los derechos humanos en la comunidad o el aporte al desarrollo social en cuanto se refiere a mejoras a la infraestructura o capacitación a las víctimas del conflicto. Los cinco casos estudiados dan paso, nuevamente, a una reflexión mencionada líneas más arriba: si la RSE también comprende aquellas acciones que van más allá del cumplimiento de las obligaciones económicas y legales, entonces ¿cuál será el estado de desarrollo de la RSE en estas empresas si se limitan a cumplir con la normatividad? E inclusive valdría la pena ampliar la pregunta: ¿cuál será el estado de la RSE en Colombia si desde estos cinco casos pareciera que las empresas se limitan a cumplir con la ley? Es una cuestión que consideramos importante abarcar en posteriores trabajos y con una muestra de mayor tamaño.

Continuando con el análisis, se identifica que varios factores pueden afectarse entre sí: por un lado, las acciones de RSE dependen de la prioridad que tenga el grupo de interés para la empresa; por el otro, la empresa —hasta donde lo muestran los cinco casos aquí expuestos— tiene dificultades para ir más allá de los deberes legales y económicos que le impone su funcionamiento, especialmente de acuerdo a su tamaño. Adicionalmente, esta situación puede empeorar frente a un escenario en el que el Estado y la empresa no trabajen conjuntamente para llevar a cabo acciones de RSE, como se mostró a través del tema del conflicto armado. En otras palabras, vistas desde la perspectiva de la relación empresa-comunidad, las acciones de RSE, al menos en los cinco casos estudiados, tienen un alcance bastante limitado y se desarrollan con dificultad.

En términos generales, se ha visto que en estas empresas hay una gran diferencia entre lo que “se dice que debe hacerse” y lo que “en realidad se hace”. Desde la perspectiva del cumplimiento de los criterios normativos establecidos por la democracia liberal y

consagrados en la Constitución, se encontró que estos cinco casos tienen un desempeño bajo, que no alcanzan a suplir los requisitos mínimos que les exige su relación con la comunidad. Esto se evidencia tanto en las entrevistas como en los indicadores. A pesar de que en algunos textos sobre RSE en Colombia se habla de la importancia del medio ambiente y los derechos humanos en su relación con la comunidad, en la práctica no resultan siendo ejes trascendentales que determinen esa relación. Los factores e indicios encontrados en los diferentes análisis permiten dar luces sobre por qué las empresas no cumplen con estos criterios. La respuesta parece empezar por la poca claridad que hay sobre quiénes son la comunidad, cómo trabajar con ella y la baja prioridad como grupo de interés, entre otras explicaciones desglosadas en el presente capítulo.

Conclusiones

En términos generales, las empresas aquí estudiadas responden de manera superficial a los conceptos planteados en el primer capítulo. Eso se debe a que, entre otras cosas, no se define con claridad a la comunidad, no se aplican de manera exhaustiva los principios que deberían tenerse en cuenta para relacionarse con este grupo y, por lo tanto, a que existen grandes posibilidades de que las empresas no respondan efectivamente y de modo perdurable a las demandas, necesidades y expectativas del stakeholder *comunidad*.

Por otro lado, también se mostró que la *prioridad que tiene un grupo de interés* para la empresa repercute en que se lleven a cabo acciones a su favor. Así lo muestran los resultados obtenidos por la caja de compensación, los cuales son mejores en relación con la comunidad que los de las otras empresas, y los de la empresa de servicios funerarios en la comparación de los resultados para los trabajadores y para la comunidad en relación con los derechos humanos. Sin embargo, resultó evidente que hay otros factores que pueden contribuir a explicar los resultados obtenidos.

Como se mencionó, la hipótesis de la prioridad del grupo de interés para la empresa no basta para explicar los resultados globales obtenidos, por lo que también se hizo referencia a la incidencia del *tamaño de la empresa* en la RSE. Así por ejemplo, se pudo observar en las entrevistas que las empresas más pequeñas no ejecutan acciones de RSE dirigidas a la comunidad, lo cual a su vez se refleja en los resultados inferiores de sus indicadores comparados con los de las empresas grandes. Esto se explica porque la capacidad de una empresa para responder a las obligaciones legales y para la realización de actividades de RS aumenta de acuerdo al tamaño de la empresa, lo que repercute en la relación con la comunidad. Y, podría suponerse —queda sujeto a posteriores investigaciones— que esto sucede con otros grupos de interés. En nuestro caso, cabe concluir, por ahora, que las acciones de RSE generalmente implican altos costos que muchas veces las empresas no están en capacidad de asumir.

Por ello se resalta la importancia que tiene la *coordinación empresa-Estado* para poder adelantar actividades de RSE exitosamente. Sin este trabajo conjunto, pueden

seguirse dando testimonios como los encontrados en las entrevistas, en los que hay una alta disposición de llevar a cabo acciones favorables para las personas involucradas en el posconflicto que por falta de información y trabajo en equipo con el Gobierno no han podido adelantarse.

Por otro lado, a partir de los resultados relativamente mejores obtenidos para los trabajadores en comparación con los obtenidos para la comunidad en el criterio normativo *Derechos humanos*, se estableció que las *obligaciones legales* son el cuarto factor que influye en la RSE. Ello se explica porque la mayoría de los indicadores de los trabajadores se derivan del cumplimiento de la legislación, en comparación con los de la comunidad, los cuales, aparte del medio ambiente, no implican el cumplimiento de ninguna norma legal.

Los cuatro factores identificados en el último capítulo no demuestran que las empresas sean ilegítimas o que vayan a desaparecer en el contexto social debido a las grandes dificultades que tienen para cumplir con muchos de los requerimientos que les exige su relación con la comunidad. Pero sí evidencian que existen grandes vacíos en esta relación. Las demandas de la comunidad no están siendo atendidas correctamente, porque tampoco lo están siendo los temas principales de dicha relación. En otras palabras, la legitimidad de la empresa no es reforzada en la comunidad.

Una de las preguntas que se deriva del presente trabajo tiene que ver con la ejecución de RSE en Colombia. Esto es, si las obligaciones legales repercuten en un mejor desempeño en responsabilidad social por parte de las empresas, ¿qué sucede con asuntos que no responden a la legislación? La respuesta preliminar apunta, por lo menos en relación con la comunidad y desde los casos aquí estudiados, a que la empresa colombiana no atiende de manera adecuada los asuntos vinculados al desarrollo de la democracia liberal —fortalecimiento del universo simbólico— cuando se trata de exigencias que van más allá de las obligaciones legales o económicas. También cabe preguntarse, si la comunidad no es un grupo prioritario, qué esperanzas hay de que se puedan llevar a cabo acciones que respondan de manera precisa, eficiente y oportuna a las demandas y expectativas de esta. Estos son algunos de los interrogantes que, a la luz de los resultados expuestos, dejan muy pocas expectativas positivas del estado de la RSE en su relación con la comunidad en nuestro país. No obstante, valdría la pena ahondar en investigaciones en

las que se contemple una muestra más amplia, la comunidad también pueda ser consultada y se pongan en juego otras variables, como el contexto social, el empoderamiento de la comunidad, el papel del Estado, etc., para así identificar con mayor claridad y precisión los términos exactos en los que se da la relación empresa-comunidad. Esto, por supuesto, tardaría más tiempo y emplearía mayores recursos que los disponibles para la presente monografía, pero sin lugar a dudas sería un gran aporte para evaluar los avances y retrocesos de la RSE en Colombia.

Bibliografía

- Ander-Egg, Ezequiel. *Repensando la Investigación-Acción-Participativa*. Bilbao: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, 1990.
- Carrillo, Abelardo. *Las relaciones de la empresa con la comunidad en el marco de la Responsabilidad Social Corporativa: una propuesta de indicadores de evaluación y seguimiento desde un enfoque ético y moral*. Documento de trabajo, Bogotá: Universidad del Rosario, Escuela de Ciencias Humanas, 2009.
- Carrol, Archie B. "A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance". *Academy of Management Review* 4, (1979): 497-505.
- Clarkson, Max B. E. "A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance". *The Academy of Management Review* 20, No. 1 (enero, 1995): 92-117.
- Cochran, Philip L. y Wood, Robert A. "Corporate Social Responsibility and Financial Performance". *The Academy of Management Journal* 27, No. 1 (marzo, 1984): 42-56.
- Cortina, Adela. *La ética de la sociedad civil*. Madrid: Grupo Anaya S.A., 1994.
- Donaldson, Thomas y Dunfee, Thomas W. "Toward a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory". *The Academy of Management Review* 19, No. 2 (abril, 1994): 252-284.
- Dunham, Laura; Freeman, Edward R. y Liedtka, Jeanne. "Enhancing Stakeholder Practice: A Particularized Exploration of Community". *Business Ethics Quarterly* 16, No. 1, (2006): 23-42.
- Eguiguren, Francisco José. "El fortalecimiento institucional del Estado de derecho en América Latina". En *Democracia y estado social de derecho*. Bogotá: Editorial Fundación Konrad Adenauer, 2000.

- Fals Borda, Orlando y Rodrigues Brandão, Carlos. *Investigación participativa*. Montevideo: Instituto del Hombre Ediciones, 1987.
- Fernández Villa, María Isabel; Gallego F., Mery y otros. *Balance Social: fundamentos e implementación*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, 1996.
- Gamboa, Ángela y Méndez, María Lucía. “Agendas locales para la reintegración: retos, experiencias y oportunidades”. Fundación Ideas para la Paz, Serie de informes No. 7 (agosto, 2008).
- García-Marzá, Domingo. *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Madrid: Editorial Trotta, 2004.
- Gerth, Hans. *Carácter y estructura social: la psicología de las instituciones sociales*. Barcelona: Paidós, 1984.
- Giraldo Hernández, Gina. “Responsabilidad Social Empresarial en Antioquia”. *Revista Universidad EAFIT* 44, No. 149 (2008): 38-59.
- Goodin, Robert E. *Teoría del diseño institucional*. Barcelona: Gedisa, 2003.
- Gutmann, Amy. “Democracy”. En Goodin, Robert ; Pettit, Philip y Pogge, Thomas. *A Companion to Contemporary Political Philosophy*. Oxford: Blackwell Publishers, 1993.
- Herrera, Wilson (Coord.); Carrillo, Abelardo; Barbosa, David; Grisales, Álvaro; Di Giorgi, Luz Helena; Pinto, Paula; Jiménez, Gabriel; Moreno, Martha; Valbuena Juan Camilo; Santofimio, Ana María. *Modelo de evaluación ética*. 2010 (en prensa).
- Herrera, Wilson y Carrillo, Abelardo. *Observatorio de Ética y Responsabilidad Social: construcción de indicadores, primera etapa*. Proyecto de investigación presentado al FIUR, Bogotá: Universidad del Rosario, 2008.
- Hoffman, Michael W. “Business and Environmental Ethics”. En Hoffman, Michael y Frederick, Robert. *Business Ethics*. Nueva York: McGraw-Hill, 1995.
- ICONTEC. “Guía técnica colombiana GTC-180, Responsabilidad Social”. Bogotá, 2008.

- Karakatsianis, John. “Responsabilidad Social Empresarial, la historia del sector privado colombiano”. *RS Revista I* (2007): 26-29.
- Krause Jacob, Mariane. “Hacia una redefinición del concepto de comunidad —cuatro ejes para un análisis crítico y una propuesta“. *Revista de psicología de la Universidad de Chile* 10, No. 2 (2001): 49-60.
- Leipziger, Deborah. *The Corporate Responsibility Code Book*. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited, 2003.
- Martínez-Echevarría y Ortega, Miguel A. “La empresa como problema ecológico”. En Ballesteros, Jesús y Pérez Adán, José. *Sociedad y medio ambiente*. Madrid: Editorial Trotta, 2000.
- Offe Claus. *Herausforderungen der Demokratie. Zur Integrations- und Leistungsfähigkeit politischer Institutionen*. Fráncfort del Meno: Campus Verlag, 2003.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT), Asociación Nacional de Industriales (ANDI) y Cámara Júnior de Colombia. *Manual de Balance Social*. Medellín: Gráficas Pajón, 2001.
- Ortegón Roberto “La Responsabilidad Social una tarea de todos” *RS Revista I* (2007): 15-21.
- Paladino, Marcelo. *La responsabilidad de la empresa en la sociedad. Construyendo la sociedad desde la tarea directiva*. Buenos Aires: Editorial Ariel, 2004.
- Pardo, Mercedes. “El desarrollo”. En Ballesteros, Jesús y Pérez Adán, José. *Sociedad y medio ambiente*. Madrid: Editorial Trotta, 2000.
- Parkin, Michael. *Microeconomía. Versión para Latinoamérica*. México: Pearson-Addison Wesle, 2006.
- Porter, Michael E. y Kramer, Mark R. “Strategy and Society. The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility”. *Harvard Business Review* 84, No. 12 (diciembre, 2006): 78-92.
- Preston, Lee E. “Corporation and Society: The Search for a Paradigm”. *Journal of Economic Literature* 13, No. 2 (junio, 1975): 434-453.

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). *Informe de Desarrollo Humano. Los objetivos de Desarrollo del milenio: un pacto entre las naciones para eliminar la pobreza*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa, 2003.
- Reed, Darryl. "Employing Normative Stakeholder Theory in Developing Countries: A Critical Theory Perspective". *Business Society* 41, (2002): 166.
- República de Colombia, Corte Constitucional, Sala Penal. Sentencia C-1064 de 2001.
- Restrepo, L. F. "Balance Social como herramienta de gestión". *Revista Andi* (marzo-abril, 1999): 76-78.
- Rettberg, Angelika. "Managing Peace: Private Sector and Peace Processes in El Salvador, Guatemala and Colombia". *Harvard Review of Latin America* (2003): 66-68.
- Rojas, Cristina. "Corporate Philanthropy: A Reflection Based on Colombian Experience". *Harvard Review of Latin America* (2002): 27-29.
- Rodríguez Becerra, Manuel. "Surgimiento y evolución de la temática ambiental como interés público". XXIV Congreso Uniandino, Memorias, Bogotá (octubre, 2007): 7-26.
- Sanborn, Cynthia y Portocarrero, Felipe. "La filantropía 'realmente existente' en América Latina". Seminario Internacional Fundación PROhumana y Fundación Ford, Santiago de Chile, 2003.
- Segato, Rita. "Racismo, discriminación y acciones afirmativas: herramientas conceptuales". En *Educación en ciudadanía intercultural*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, 2007.
- Sen, Amartya. *Desarrollo y libertad*. Madrid: Editorial Planeta, 2000.
- Soskice, David; Bates, Robert y Epstein, David. "Ambition and Constraint: The Stabilizing Role of Institutions". *Journal of Law, Economics and Organization* 8, No. 3 (1992): 547-560.
- Tábara, Joan David. "Ambientalismo corporativo". En Ballesteros, Jesús y Pérez Adán, José. *Sociedad y medio ambiente*. Madrid: Editorial Trotta, 2000.

- Thesing, Josef. “Estado de derecho y democracia. Una introducción”. En *Estado de derecho y democracia*. Buenos Aires: CIEDLA, 1999.
- Tönnies, Ferdinand. *Community and Civil Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. (Traducción castellana: *Comunidad y sociedad*. Buenos Aires: Losada, 1947).
- Ulrich, Dirk y Rasche, Andreas. “Opportunities and Problems of Standardized Ethics Initiatives. A Stakeholder Theory Perspective”. *Journal of Business Ethics* 82 (2008): 755-773.
- Valencia Villa, Hernando. *Diccionario derechos humanos*. Madrid: Espasa, 2003.
- Vives, Antonio. “El papel de la RSE en América Latina: ¿diferente al de Europa?”. En Jáuregui, Ramón. *América Latina, España y la RSE: contexto, perspectivas y propuestas*. Madrid: Fundación Carolina, 2008.
- Vogel, David. *The Market for Virtue: The Potential And Limits of Corporate Social Responsibility*. Washington D. C.: Brookings Institution Press, 2005.
- Walter, Nicolson. *Microeconomía intermedia y sus aplicaciones*. Bogotá: McGraw Hill, 2001.
- Weber, Max. *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. México: Fondo de Cultura Económica, 1997.
- Weiss, Joseph. *Ética en los negocios*. México: Thomson, 2006.
- Wheeler, David y Grayson, David. “Session 2. Business and Its Stakeholders”. *Journal of Business Ethics* 32 (2001): 101–106.
- Wheeler, David y Sillanpää, Maria. *The Stakeholder Corporation: The Body Shop, Blue Print for Maximizing Stakeholder Value*. Londres: Pitman Publishing, 1997.
- Wouters, Jan y Chanet, Leen. “Corporate Human Rights Responsibility: A European Perspective”. *Northwestern University School of Law* 6, No. 2 (2008).
- Yepes, Gustavo A.; Peña, Wilmar y Sánchez, Luis F. *Responsabilidad Social Empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2007.

