

Desarrollo y evolución de la RS en Colombia



Por Gustavo A. Yepes López
 Director de Gestión Social
 Facultad de Administración de Empresas
 Universidad Externado de Colombia
 Miembro del Consejo Asesor del Centro RS
gustavo.yepes@uexternado.edu.co

Referencia

Centro Colombiano de Filantropía, Universidad de los Andes, Asociación Nacional de Industriales - ANDI. (1995). Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: Resultado de una Investigación. En Memorias Simposio Internacional sobre Empresa Privada y Responsabilidad Social (1996). Centro Colombiano de Filantropía, Asociación Nacional de Industriales - ANDI, Fundación Social.

Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, Compartamos con Colombia, Fundación Codespa, PNUD (2005). Memorias Primer Foro de Responsabilidad Social para Presidentes y Líderes Empresariales.

Andesco, Universidad Externado de Colombia, Pacto Mundial (2005). Hacia la Responsabilidad Social.

Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, Ipsos - Napoleón Franco (2006). Línea de Base sobre Responsabilidad Social en Colombia.

ANDI (2009). Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial RSE, 2008-09. En http://www.andi.com.co/Archivos/2010/Comunicados/Docs/ANDI_Encuesta_RSE_2008-2009_20100120_083723.pdf, septiembre 5 del 2012.

ANDI (2011). Empresas colombianas mantienen la inversión en responsabilidad social empresarial. En http://www.andi.com.co/pages/noticias/noticia_detalle.aspx?IDNews=224, septiembre 5 del 2012.

Superintendencia de Sociedades (2012). Revista Supersociedades, Edición No. 4 agosto-octubre.

El concepto de responsabilidad social ha sido acogido por las empresas colombianas desde hace más de dos décadas, y aunque algunos sectores defienden la idea de que el interés sobre el tema se remonta a la creación del sistema colombiano de subsidio familiar (Ley 90 de 1946), se presenta a continuación algunas de las principales investigaciones que sobre el tema se han realizado en Colombia a fin de reflexionar, en el marco de la edición 50 de la Revista RS, sobre los avances y evolución que el concepto y práctica de la responsabilidad social ha tenido en casi dos décadas entre el sector empresarial colombiano.

En 1995, el Centro Colombiano de Filantropía y la Universidad de los Andes realizan una de las primeras investigaciones sobre la acción responsable de las empresas, y dentro de las respuestas entregadas por los representantes legales de 131 (21,8%) de las 600 empresas agremiadas en la ANDI que fueron encuestadas, 69 (53%) afirman elaborar un informe de balance social. El 45% señala tener una política explícita de ayuda a la comunidad, utilizando como mecanismos preferidos las donaciones en efectivo en un 76% y las donaciones en especie en un 66%; el resto de mecanismos, como donaciones a través de ONG o cofinanciación de proyectos, con un 22%; la creación de fundaciones, 18%; préstamos blandos, 11%, y canjes publicitarios, 8%.

Entre las áreas de contribución social se destacan el aporte a entidades sin ánimo de lucro, con un 62%; la capacitación y asuntos del medioambiente; con un 44%; el cuidado a la salud el 43% la recreación, el 38%, el arte, la cultura y la educación formal, el 37%, la educación no formal, el 30% y entre las que menos se destacan está el apoyo a ONG religiosas, el 26%; ONG intermedias, el 22%; ONG de base, el 17%, y otras iniciativas, el 10%.

Diez años después, la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos Domiciliarios y Comunicaciones, junto con la Universidad Externado de Colombia y la representación en Colombia del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, expone la percepción sobre la responsabilidad social en una muestra de las más de 100 empresas afiliadas a la asociación, obteniendo como respuesta un 94% de directivos muy informados o algo informados sobre el tema y un 77% de organizaciones empresariales que contaban con una política formal de responsabilidad social y un 78% de organizaciones que tenían un grupo o responsable del tema para ese año.

Este mismo estudio encontró que el 56% tiene participación en fundaciones, reconoce la importancia de la comunicación y los medios en los comportamientos socialmente responsables de las empresas y demuestra una disposición positiva frente a posibles auditorías externas, con un 89% de aceptación.

En el 2006, el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial y la compañía Ipsos - Napoleón Franco realizaron el estudio línea de base sobre Responsabilidad Social Empresarial en Colombia con una muestra de 737 empresas y 790 ciudadanos en las cuatro principales ciudades del país. El estudio encuentra que los empresarios creen en un 42% que tienen un alto conocimiento sobre RSE y que un 12% tiene un conocimiento alto sobre prácticas de RSE en otras empresas y un 14% cree que sus empleados tienen un alto conocimiento sobre RSE. Para ellos, la RSE significa en un 61% trabajar por los empleados y en un 41% trabajar por la comunidad.

En este estudio se identificó que el 45% de los ciudadanos está de acuerdo con que la responsabilidad social debe ser totalmente