

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