



La responsabilidad social es competencia de todos

Con éxito se realizó la IV edición de Colombia Responsable, un evento que mostró el compromiso de la empresa pública, privada y la sociedad civil con el desarrollo social de Colombia.

Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia, según los cuales en una muestra realizada a 22.266 empresas de Colombia en el 2012, sólo el 12% de los empresarios encuestados están realmente informados de lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial.

Lo anterior pone en evidencia que tan sólo 2.671 empresarios han puesto en práctica la RSE en sus compañías. Así mismo, el análisis develó que el 54 por ciento de los entrevistados apenas sabe lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que otro 20% sólo lo han oído nombrar y el 14% reconoce no saber nada del tema.

En cuanto a prácticas de RSE, el 38% de la muestra dice utilizarlas, el 16% afirma que cuenta con políticas formalmente establecidas y hace periódicamente un informe de responsabilidad social. En ese mismo sentido, un 83% de los empresarios afirma que realiza prácticas para asegurar el respeto y la promoción por los derechos humanos, por los clientes y usuarios, y un 78% dice que cuenta con reglas claras y equitativas con los proveedores.

Todo esto debe ser un llamado para que los empresarios se concienticen y entiendan que la RS también es competencia de ellos y que sólo con su práctica van a poder ser competitivos.

En cuanto a la Agenda Académica liderada por la Universidad Externado de Colombia en cabeza de Gustavo Yepes, director del Foro Internacional Colombia Responsable se determinó que existen nuevos conceptos asociados a la responsabilidad social de las empresas como el valor compartido, negocios inclusivos y negocios con inversión social, con el objetivo de lograr mayor compromiso del sector privado para contribuir al desarrollo sostenible.

Tal como lo señaló Yepes, “se pudo comprobar que desde las regiones existe un alto compromiso con la responsabilidad y el desarrollo social, encontramos que en las regiones más apartadas hay prácticas destacadas y entre más difíciles son las circunstancias vemos que son más esperanzadores los resultados. Efectivamente el camino por recorrer es amplio, pero esa práctica nos debe inspirar hacia un camino de responsabilidad, solidaridad y compromiso individual”.

Asimismo, cabe destacar que para los expositores los sellos de sostenibilidad son

importantes debido a que determinan los comportamientos responsables, además de satisfacer las expectativas de los actores sociales en general.

Generar valor compartido es poner en marcha iniciativas que tengan desde el comienzo el doble propósito de dar utilidades para la empresa, y brindar valor para la comunidad cercana al negocio.

Para lograr esto existen tres formas de desarrollo: la creación de valor entorno a un nuevo producto o servicio, así como el redefinimiento a la cadena haciéndola más eficiente con un mejor manejo sostenible para tener menor impacto en la comunidad de forma tal, que se puedan vincular a los diferentes actores que interfieren en la zona afectada.

El último factor es generar clusters competitivos para dar oportunidades de trabajo de empleo o de sostenibilidad a grupos de empresas, colectivos u organizaciones.

No obstante, preocupa los resultados entregados en el marco del evento, con base en un estudio de la Superintendencia de Sociedades, en convenio con la Facultad de

Informes Especiales
EL NUEVO SIGLO

Edición 60 de 2013
ISSN 2011-5172

RS:
motor de progreso

DIRECCIÓN GENERAL
Alberto Abello

GERENTE
Jaime Eduardo Hoyos Gutiérrez

JEFE PUBLICIDAD
Angela Garavito Hernández

EDICIÓN PERIODÍSTICA
Edgar Aldana Rosillo

COORDINACIÓN PUBLICITARIA
Claudia Minaya

EL NUEVO SIGLO

Calle 25 D Bis No. 101 B - 04
Teléfono: 413 92 00 Bogotá D.C.