

Alianzas por el desarrollo

En el proceso de levantamiento de información por parte de la Universidad Externado de Colombia, se evidencia una debilidad en relación con las estrategias de responsabilidad social y es la desvinculación entre inversión social privada y política pública. Hay muchas iniciativas que abordan distintas problemáticas sociales, pero hace falta una perspectiva de desarrollo, afirmó Romero. En este tema participan todos los sectores, privado, público y sociedad civil y se hace necesaria una coordinación entre los diferentes actores.

Todos los sectores deben dialogar, comunicarse y lograr espacios de concertación para llegar a puntos de acuerdo sobre preocupaciones comunes. A partir de esos encuentros, se pueden articular esfuerzos con entidades públicas con miras a ofrecer soluciones, pensando en opciones de inversión social. Las organizaciones sin ánimo de lucro pueden participar presentando propuestas o realizando tareas de veeduría sobre las alianzas multisectoriales.

Focos para la construcción de la sostenibilidad

Para los investigadores, además del diálogo entre los diversos sectores se requiere de un gran liderazgo en las empresas, para apuntar a las principales necesidades del país, construyendo sobre los casos de éxito que ya se han reportado.

"Esa carencia de conversación entre el empresariado nacional no permite aprendizajes grandes, porque la falta de foco hace que se repitan las ideas que otras organizaciones ya han aplicado con éxito o, en ocasiones, caer en errores que otras empresas han vivido anteriormente", afirmó el profesor Torres.

Sostenibilidad como un área de las empresas

Para Romero, la falta de estructura en algunas compañías, afecta la consolidación de una cultura de la sostenibilidad, pues en ocasiones al dividir los programas en distintas áreas, se pierde la integridad de las iniciativas, que deben ser tenidas en cuenta por toda la organización.

"La responsabilidad social es un apéndice de las organizaciones en un departamento o una fundación, pero no ha permeado las altas esferas de la empresa. Algunos gerentes remiten al área encargada, que es recursos humanos, o comunicación, y no se toma como un elemento transversal al negocio", afirmó.

Datos para destacar

La investigación arrojó información muy interesante sobre el comportamiento de las compañías respecto a su relacionamiento con los grupos de interés. En algunos casos de éxito, no se tuvo en cuenta el tamaño de la cobertura, sino la escalabilidad de proyecto, y en ocasiones los programas pequeños diseñados para ser sostenibles, generan más impacto en el largo plazo.

Los temas en los que los empresarios más invierten son: educación, generación de ingresos, paz y desarrollo, y arte

recreación y deporte. Las áreas que menos atención reciben son agua y saneamiento básico, ayuda humanitaria y grupos étnicos.

Mapa Social presenta una radiografía de una parte del país, si bien no están todas las empresas, ni todas las fundaciones, ofrece una imagen muy completa sobre las fortalezas y oportunidades de mejora de la responsabilidad social en Colombia. ■

”

“Esa carencia de conversación entre el empresariado nacional no permite aprendizajes grandes, porque la falta de foco hace que se repitan las ideas que otras organizaciones ya han aplicado con éxito o, en ocasiones, caer en errores que otras empresas han vivido anteriormente”.

Javier Torres
Director del Doctorado en
Estudios Políticos de la
Universidad Externado
de Colombia

