

APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
EN EL INGENIO RIOPAILA CASTILLA S.A
ESTUDIO DEL CASO: RIOPAILA CASTILLA SA

MARIVEL CERQUERA FLOREZ

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADEMICO CONTADURIA PÚBLICA
SEDE PALMIRA

2012

APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
EN EL INGENIO RIOPAILA CASTILLA S.A
ESTUDIO DEL CASO: RIOPAILA CASTILLA SA

MARIVEL CERQUERA FLOREZ

TRABAJO DE GRADO TIPO MONOGRAFIA

DIRECTOR
FERNANDO RESTREPO
CONTADOR PÚBLICO

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADEMICO CONTADURIA PÚBLICA
SEDE PALMIRA

2012

Nota de Aceptación

Jurado

Jurado

Palmira, Valle del Cauca, agosto de 2012

DEDICATORIA

Esta monografía ha requerido de mucho esfuerzo y mucha dedicación, y seguro no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que me regalaron un espacio de su tiempo y muchas de las cuales han sido un soporte muy fuerte en momentos de angustia para mí.

Hoy quiero dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido de gran apoyo y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis Padres, y mi hermana por estar y permanecer siempre a mi lado, apoyándome en todas las decisiones y riesgos que he tomado.

Marivel Cerquera Florez

AGRADECIMIENTOS

Culminar esta etapa tan importante de mi vida es el fruto de la dedicación, el esfuerzo, la tenacidad y los sacrificios para alcanzar tan anhelada meta.

Hoy agradezco a los Docentes de la Universidad del Valle Sede Palmira, por trasmitirme sus valiosos conocimientos, por la paciencia para guiarme en este proceso educativo, con el fin de cumplir con nuestro lema como universidad “La mejor para los mejores” gracias, sencillamente gracias. Y como olvidar agradecer al motor de mi vida que es Dios, por estar conmigo en cada paso que doy y fortalecer mi corazón y mi mente, por haber puesto en mi camino a todas aquellas personas que han sido mi gran apoyo y compañía durante todo este proceso de formación profesional gracias Dios.

A mis padres y hermana por creer y confiar siempre en mí apoyándome en todas las decisiones que he tomado en la vida. A mis grandes compañeros de clases por los grandes momentos compartidos en la Universidad, por el apoyo y la motivación que siempre he recibido. A mi tutor Fernando Restrepo simplemente gracias por creer siempre en mi.

Marivel Cerquera Flórez

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO	Pág
0. INTRODUCCION	15
1. PRESENTACION DEL PROYECTO DE INVESTIGACION	19
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1.1 APROXIMACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.1.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	28
1.1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	28
1.2 OBJETIVOS	29
1.2.1 GENERAL	29
1.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	29
1.3 JUSTIFICACIÓN	30
1.3.1 JUSTIFICACIÓN SOCIAL	30
1.3.2 JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA	32
1.3.3 JUSTIFICACIÓN PROFESIONAL	34
1.3.4 JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL	35
1.4 MARCO REFERENCIAL	36
1.4.1 MARCO CONTEXTUAL	36
1.4.2 SITUACION ECONOMICA DE LA CIUDAD DE PALMIRA	36
1.4.3 SITUACION POLITICA DE LA CIUDAD DE PALMIRA	39
1.4.4 SITUACION SOCIAL DE LA CIUDAD DE PALMIRA	39
1.4.5 RIOPAILA CASTILLA S.A	41

1.4.5.1 ORIGEN	41
1.4.5.2 PRINCIPIOS GENERALES	42
1.4.5.3 MISION Y VISION	42
1.5 MARCO CONCEPTUAL	43
1.5.1 Responsabilidad	43
1.5.2 Responsabilidad social	43
1.5.3 Actuación responsable	43
1.5.4 Conducta ética	44
1.5.5 Stakeholders	44
1.5.6 Rol	45
1.5.7 Social	45
1.5.8 Sociedad	46
1.5.9 Control	46
1.5.10 Calidad de Vida	47
1.5.11 Derechos humanos	48
1.5.12 Desarrollo Económico	48
1.5.13 Desarrollo Social	48
1.5.14 Desarrollo sostenible	49
1.5.15 Eficacia	49
1.5.16 Eficiencia	49
1.5.17 Ética	49
1.5.18 Informe social	49
1.5.19 Norma	50
1.5.20 Organización	50
1.5.21 Rendición de cuentas	51

1.5.22 Sistema de Gestión	51
1.5.23 Seguridad Social	51
1.6 MARCO TEORICO	51
1.6.1 Teoria de Edmund Burke	52
1.6.2 Teoría del mercado de competencia perfecta de Adam Smith	54
1.6.3 Teoria de Milton Friedman	56
1.6.4 Teoria de Howard Bowen	56
1.6.5 Teoria de Michael Porter	57
1.6.6 Teoria de Peter Druker	58
1.6.7 Teoria de los stakeholders de Edward freema	59
1.7 MARCO NORMATIVO	73
1.7.1 SA 8000. SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL	75
1.7.2 AA1000	77
1.7.3 ISO 14001	79
1.7.4 ISO 26000. NORMA ISO GUÍA SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	79
1.7.5 SGE 21, 2008 SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE, ÚNICA NORMA CERTIFICABLE EN RSE DEL MUNDO	81
1.7.6 GUIA TECNICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COLOMBIANA	83
1.8 DISEÑO METODOLOGICO	¡Error! Marcador no definido 85
1.8.1 TIPO DE ESTUDIO	85
1.8.1.1EXPLORATORIO	85
1.8.1.2DESCRIPTIVO	85
1.8.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido 86
1.8.2.1DEDUCTIVO Y ANALÍTICO	¡Error! Marcador no definido 86
1.8.3 FUENTES DE INFORMACIÓN	¡Error! Marcador no definido 86

1.8.3.1 PRIMARIAS	86
1.8.3.2 SECUNDARIAS	86
1.8.4 TECNICA	¡Error! Marcador no definido 87
1.8.4.1 ENTREVISTAS	87
1.8.4.2 ANÁLISIS DOCUMENTAL	88
1.8.5 TRATAMIENTO DE LA INFORMACION	88
2. ORIGEN Y CONCEPTO SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL	89
2.1 HISTORIA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL	89
2.2 CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	92
2.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA	98
2.4 ASPECTOS BÁSICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	102
2.5 ¿CUÁLES SON LAS FUNCIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?	103
2.6 ¿CÓMO EMPLEAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?	104
2.7 GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	105
2.8 ¿DE QUÉ SE TRATA?	106
2.9 ¿CUÁL ES EL ENFOQUE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS?	108
2.10 VENTAJAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LAS ORGANIZACIONES	110
2.11 SOPORTE JURIDICO	111
2.11.1 PRINCIPIOS	111
2.11.2 LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	112
2.11.3 ANTECEDENTES DE LA NORMATIVIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	114

3. SITUACIÓN ACTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA	121
3.1 PERSPECTIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA	126
3.2 OBSTACULOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA	128
3.3 INICIATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA	130
3.4 RETOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA	132
3.5 BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA	135
3.6 ACCIONES INTERNAS	137
3.6.1ACCIONES RESPONSABLES CON LOS EMPLEADOS Y EL AMBIENTE LABORAL	137
3.6.2 ACCIONES QUE NO GENERAN COSTO ALGUNO Y REPERCUTEN EN GANANCIAS	144
3.6.3 ACCIONES DE COSTOS MINIMOS CON UTILIDADES	148
3.6.4.ACCIONES DE COSTOS CON RETORNO DE UTILIDADES	148
3.7 ACCIONES EXTERNAS	150
4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL INGENIO RIOPAILA CASTILLA S.A	152
4.1 PRINCIPALES MARCAS Y PRODUCTOS	153
4.1.1 PRODUCTOS	153
4.1.1.1AZUCARES Y JARABES	153
4.1.1.2JARABE SIMPLE	153
4.1.1.3 MIEL FINAL (MELAZA)	154
4.1.2 SERVICIOS	154
4.1.3 MARCAS	154
4.2 MERCADO NACIONAL	154
4.3 MERCADO DE EXPORTACION	155
4.4 INFORMACION CORPORATIVA	156

4.5	COMPROMISO CON LA GESTION ETICA	157
4.6	COMPROMISOS CON LOS DERECHOS HUMANOS	161
4.7	VINCULACION CON LOS GRUPOS DE INTERES	164
4.7.1	TRABAJADORES	165
4.7.2	PROVEEDORES	185
4.7.3	CLIENTES	189
4.7.4	COMUNIDADES	192
4.8	POLITICA PÚBLICA Y DE PERTENENCIA ASOCIACIONES	200
4.9	COMUNICACIONES	203
5.	GESTION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RIOPAILA	205
5.1	IMPACTO ECONOMICO	205
5.2	MEDIO AMBIENTE	209
5.3	USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS NATURALES	214
5.3.1	ENERGIA	214
5.3.2	AGUA	217
5.4	BIODIVERSIDAD, HABITATS PROTEGIDOS O RESTAURADOS	219
5.4.1	HABITATS PROTEGIDOS	221
5.4.2	REFORESTACION	221
5.4.3	EMISIONES AFMOSFERICAS	222
5.4.4	MANEJO DE RESIDUOS SOLIDOS	223
5.5	FORMACION A LA COMUNIDAD	224
5.5.1	INSTITUCIONES EDUCATIVAS	224
5.5.2	CURSOS ESPECIALES	225
5.6	HABITAST AFECTADOS	225
5.7	PRODUCTO	225

5.8	MULTAS	225
5.9	TRANSPORTE	226
6.	CONCLUSIONES	228
7.	BIBLIOGRAFIA	236
7.1	TEXTOS, GUIAS, FRAGMENTOS, REVISTAS	236
7.2	BIBLIOWEB	239

INDICE DE GRAFICOS

	GRAFICO	Pag
Grafico N. 01.	Interrelación de los Stakeholders	63
Grafico N. 02.	Distribución del Personal en Riopaila Castilla S.A	171
Grafico N. 03.	Índice de Rotación de Empleados en Riopaila Castilla S.A	173
Grafico N. 04.	Distribución Salarial de Riopaila Castilla S.A durante el año 2010	174
Grafico N. 05.	Apoyo Educativos empleados	186
Grafico N. 06.	Programas y Proyectos 2010	202

INDICE DE TABLAS

	TABLA	Pag
Tabla 1.	Resumen de los emprendimientos sociales de las organizaciones en Colombia.	135
Tabla 2.	Distribución del Personal en Riopaila Castilla S.A	171
Tabla 3.	Índice de Rotación de Empleados en Riopaila Castilla S.A	172
Tabla 4.	Distribución Salarial de Riopaila Castilla S.A durante el año 2010	174
Tabla 5.	Parafiscales durante el 2010 en Riopaila Castilla S.A	178
Tabla 6.	Participación de trabajadores en comités de seguridad conjuntos dirección y empleados año 2010	180
Tabla 7.	Indicadores de Accidentalidad	186
Tabla 8.	Apoyo Educativos empleados	190
Tabla 9.	Procedencia empleados vinculados con los proveedores	194
Tabla 10.	Resultado de la Encuesta de Satisfacción	201
Tabla 11.	Programas y proyectos 2010	209
Tabla 12.	Deducción de Impuestos 2010	210
Tabla 13.	Valor económico directo, generado y distribuido 2010-2011	213
Tabla 14.	Inversión en Medio Ambiente	226
Tabla 15.	Ventas de los diferentes tipos de Residuos	

0. INTRODUCCIÓN

Desde su surgimiento, la especie humana ha transformado el medio ambiente para lograr la satisfacción de sus necesidades. Aunque los primeros Homo Sapiens vivieron en relativa armonía con el entorno, debido al paulatino desarrollo socio económico de las civilizaciones humanas, a la actividad agrícola, ganadera, al control y uso del fuego en un inicio a la Revolución Industrial, al descubrimiento, uso y explotación de los combustibles fósiles y la explotación intensiva de los recursos minerales de la tierra, así como a la revolución científico tecnológica, posteriormente se ha incrementado considerablemente la capacidad de impacto de los seres humanos sobre el medio ambiente, disminuyendo ostensiblemente y de manera acelerada la calidad de éste, y su capacidad para sustentar la vida, lo cual ha provocado la actual crisis.¹

Esta crisis se manifiesta en la existencia y agravamiento de diversos problemas ambientales que afectan el planeta a nivel global; entre los que se encuentran, el calentamiento global de la atmósfera, el agotamiento de la capa de ozono, la contaminación del agua, el aire y los suelos, el agotamiento de la cubierta forestal, la degradación del suelo, y la pérdida de especies, en el ámbito natural; así como la acentuación de las inequidades y contradicciones entre diversos grupos humanos, el menosprecio de múltiples identidades culturales, religiosas y étnicas de minorías, el incremento del desempleo, de la exclusión y marginalidad social, la discriminación por concepto de género o raza, la pobreza, el analfabetismo, así

¹ ALEA, Alina. Breve historia de la educación ambiental: del conservacionismo hasta el desarrollo sostenible. Revista Futuros. "Revista Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sostenible" No. 12. Vol. 3, 2005. <http://www.revistafuturos.info/futuros_12/hist_ea.htm>. [Consultado marzo de 2011].

como las dificultades en la alimentación, la educación y la salud pública, en el ámbito social.

A partir de la década del 60, se aprecia un proceso de conciencia acerca de esta problemática, que paulatinamente ha incorporado a científicos, académicos, políticos, organizaciones, empresas, gobiernos, la sociedad civil, comunidades, etnias, culturas y diversos grupos sociales; que de una manera o otra declaran la urgente necesidad de movilizar la actuación humana en función de lograr la solución estos problemas. Como resultado de este debate y del cuestionamiento de modelos de desarrollo imperantes que se orientan hacia el crecimiento económico, industrial y tecnológico, y que implican altos costos sociales, económicos, culturales y ambientales vinculados al consumo y manejo irracional e indiscriminado de los recursos del medio; surge como alternativa la teoría del desarrollo sostenible o sustentable.

Por todos estos argumentos, es evidente que la sociedad actual demanda que las organizaciones y compañías, reconozcan su capacidad de ocasionar serios impactos negativos sobre el medio, en sus dimensiones social, natural y económica; por lo cual deben ser totalmente responsables en la gestión de la actividad empresarial. "Los entornos naturales sanos que tienen capacidad de renovarse, y los recursos humanos mejor educados, sanos, y motivados, son la base que asegura la continuidad de la producción y el éxito de la empresa moderna².

² Ibidem

La responsabilidad en este sentido, no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ven en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad.

Por ello con esta investigación se pretende que los futuros contadores públicos conozcan todo el proceso de aplicación de la responsabilidad social en la empresa de hoy, su historia , su evolución, la ejecución de partidas,, la asignación de recursos, el ejercicio práctico de responsabilidad social corporativa lo cual implica análisis, control, mediciones, proyectos o programas que se desarrollan para retribuir a la comunidad, conocer como el ingenio Riopaila Castilla S.A que se ubica alrededor de la ciudad de Palmira contribuye al mejoramiento de la comunidad . Para cumplir con el objetivo, se utiliza como metodología de investigación el estudio exploratorio, descriptivo, partir de la aplicación de técnicas como entrevistas, encuesta y observación.

La idea es poder desde la profesión fomentar y contribuir a responsabilidad social corporativa, ya que la actividad económica es a la vez, producto de la civilización humana, y un instrumento de transformación de la sociedad. Por consiguiente, las empresas y organizaciones son agentes y también resultado de los procesos de cambio social. Ahora bien, si el resto de los agentes sociales no actúa en la dirección del cambio, es muy improbable que por sí sola la responsabilidad social empresarial logre una transformación actual. Debe existir una fuerte motivación para el cambio, la percepción de la necesidad del cambio, el planteamiento de

objetivos claros y precisos en este sentido, la existencia de liderazgo y agentes de cambio internos y externos, de planes y programas de acción, así como de mecanismos de control del proceso y sus resultados.

1. PRESENTACION DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 APROXIMACIÓN AL PROBLEMA

Indiscutiblemente el tema de la responsabilidad social de las empresas ha tenido en los últimos años un gran auge. Hoy en día se cuenta con diversas publicaciones académicas, balances sociales o informes de inversión social que dan cuenta de un renovado interés por la cuestión sobre las implicaciones, alcances y límites de la acción social de las empresas. A pesar de lo anterior, no hay un concepto unificado de la responsabilidad social de las empresas (RSE) ni en los medios académicos ni tampoco en los empresariales. Se cuenta con múltiples interpretaciones, que van desde asumir la RSE como aumentar las ganancias de las empresas y pagar los impuestos hasta concebir a las empresas como auténticas ciudadanas, con sus correspondientes deberes y derechos.³

Esta heterogeneidad de propuestas interpretativas no imposibilita el ejercicio de definir con alguna precisión el sentido de la RSE. En términos académicos, se trata de la discusión acerca de la naturaleza, los fines y límites de las organizaciones empresariales modernas en relación con la sociedad en la que están insertas.

Desde esta perspectiva lo que se ha querido poner en claro es que, si bien el fin más específico de las empresas es realizar fines privados (los de los

³ BULL, Benedicto. Responsabilidad social de las empresas: Una solución para el desarrollo en América Latina. Revista Venezolana de Gerencia ISSN 1315-9984.2004**3**. Recurso electrónico. < <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/1513/151312820005.pdf> >. [consultado marzo de 2011]

accionistas o dueños de la organización), eso no niega que ellas tengan otro tipo de finalidades de carácter social que son complementarias de la primera.⁴

En estos términos, se ha insistido en que la actividad empresarial sólo es posible con la ayuda de los bienes que son comunes a todos (como el medio ambiente, por ejemplo); que el éxito económico de las empresas depende fuertemente de los recursos empleados de su entorno; que sin la cooperación y el concurso de la sociedad no es posible sacar adelante los fines empresariales y que, por tal motivo las empresas deben cooperar con la sociedad si quieren subsistir y alcanzar sus propósitos.

En este sentido, no es posible entender la RSE como una cuestión meramente voluntaria y privada; sino que involucra deberes y obligaciones solidarias para con los problemas de la sociedad puesto que las consecuencias de su actividad son fundamentalmente públicas.⁵

por ello se quiere conocer cuál es asignación, control y ejecución que se le da a las partidas presupuestales destinadas en las empresas de Palmira como el ingenio Riopaila Castilla que trabaja continuamente, en proyectos sociales y actividades de Responsabilidad Social para contribuir al mejoramiento de la problemática social en al Valle del Cauca.

⁴ BENITEZ, Edgar. Responsabilidad social empresarial: concepto y práctica en construcción Universidad ICESI. Colombia. 2007. Recurso electronico. <http://noticias.universia.net.co/vida-universitaria/noticia/2007/11/26/245894/responsabilidad-social-empresarial-concepto-practica-construccion.html> . [consultado marzo de 2011]

⁵ GONZALEZ, Marta. El porqué de la responsabilidad social corporativa. BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N° 2813. España. 2004. Recurso electronico < <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=950560>>. [consultado marzo de 2011].

De otra parte, ser conscientes del poder empresarial, que no es únicamente económico, implica también pensar en las responsabilidades que le son atribuibles. No se trata entonces de pensar la RSE sólo a partir de aquello que la empresa le hace a la sociedad sino también de lo que ella puede hacer por su entorno social, por sus problemas.

Por supuesto, aquí nacen nuevos problemas:

¿Hasta dónde puede intervenir la empresa en las cuestiones sociales?

¿Puede hacerlo en todo tipo de problemas de la sociedad? ¿Qué autoridad tienen las empresas para decidir qué problemas deben resolverse?⁶

En el ámbito empresarial, el tema de la RSE se ha planteado recientemente como una estrategia corporativa. De acuerdo con esta perspectiva, ser socialmente responsable no se limita a realizar obras de beneficencia, esporádicas y espontáneas. Se trata de involucrar el conjunto de acciones sociales con la actividad propia de la empresa. La cuestión que se discute en este ámbito son las estrategias que permitan alcanzar los mayores impactos sociales sin alejarse del objetivo propio de cada una de las empresas; el propósito entonces es hacer compatibles los beneficios tanto económicos como sociales de estas acciones. Por

⁶ CORREA. María Emilia. Responsabilidad social empresarial: una nueva forma de hacer negocios. Revista Futuros Volumen 2. 2004

ello este proyecto busca conocer desde el ejercicio práctico del Ingenio Riopaila Castilla S.A como es la aplicación de la responsabilidad social empresarial.

Y justamente este último aspecto explica la importancia de la RSE. Las condiciones sociales en que se desenvuelve el funcionamiento de una empresa son de vital importancia para el logro de sus objetivos de largo plazo. Como también es importante para la sociedad contar con empresas que generen riqueza recurriendo a los medios más adecuados para ello. Esta es una relación simbiótica, en donde ambas partes -empresa y sociedad- son indispensables y se benefician mutuamente; por lo tanto, las acciones de responsabilidad social no son desinteresadas sino que son acciones que convocan múltiples intereses, intereses de todos los grupos sociales.

1.1.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La Responsabilidad social empresarial o responsabilidad social corporativa (término utilizado en Europa), nace a partir de la actitud paternalista de los empresarios europeos entre los siglos XVII y XIX, donde se daba la prioridad a los propietarios accionistas, sin tener en cuenta al trabajador. Más tarde en los siglos XIX y XX como respuesta al temor de nuevas regulaciones del estado, debido a la explotación laboral, los dueños de las empresas impulsaron nuevas disciplinas de servicio social, como por ejemplo la construcción de escuelas, iglesias, cuartos de costuras, etc. En los años 30 y 40 del siglo XX empieza a plantearse la incorporación de nuevas obligaciones de los directivos con la gestión que satisfaga las necesidades de una sociedad más compleja. Para la década de los 50 surgió el desarrollo conceptual del modelo, con argumentos que marcaron los comienzos de la era moderna de la responsabilidad social empresarial, en donde se propusieron reformas estructurales en el orden del comercio mundial, en comunicaciones, en el acceso a nuevas tecnologías etc. En los años 60`s y 70`s aumentaron las posturas enfrentadas y perfeccionamiento de las mismas, que dieron lugar a los 80`s a la expansión de la investigación de la práctica de RSE en las organizaciones.

Para el presente proyecto de investigación, son tenidos en cuenta algunos trabajos sobre responsabilidad social empresarial desde diferentes puntos de vista

los cuales se acercan a la temática, iniciando con una mirada a la historia y desarrollo que ha tenido, indicando el desarrollo de la responsabilidad social desde una ideología social.

La idea de "la responsabilidad social empresarial", desde finales de los años noventa, cuando comenzó a ser asumida por numerosos actores del contexto político y económico mundial, incluidos instituciones financieras, empresas, organizaciones, agencias de desarrollo, escuelas de negocio, inversores y algunos gobiernos. Aunque este concepto es relativamente novedoso, según (Melling y Jensen, 2002), citados por (Bull, 2004); sus raíces se identifican en diversas concepciones acerca de la gestión empresarial que existen en los archivos de los Estados Unidos entre los años 1950 y 1960, donde la responsabilidad social era considerada una obligación moral y responsabilidad personal del empresario.⁷

También se revisa algunos trabajos de investigación de otros tesisistas como lo son:

- Modelo de Responsabilidad Social para Mini pymes del Sector Industrial-COREMA LTDA, realizada por Paola Andrea Góngora Prada y Adriana Patricia Cano González en el año 2010, estudiantes de la Carrera de Administración de empresas de la Universidad del Valle.
- Análisis del Rol del Contador Público Colombiano en lo referente a Responsabilidad Social Empresarial, realizada por Lorena Albornoz Trujillo

⁷ GARCIA, Alea. V SIMPOSIO LATINOAMERICANO DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL. Seminario Comunicación, Participación y Responsabilidad Social Septiembre 3,4 y 5 de 2003, Santiago de Cali, Colombia. Recurso electrónico.
< http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm >. [consultado marzo de 2011]

y Adriana María Rayo en el año 2010 , estudiantes de la carrera de Contaduría Pública de la Universidad del Valle⁸.

- Modelo de Gestión de Comunicación de la Política de Responsabilidad Social Empresarial de Henkel Colombiana S.A, realizada por María Cristina Matta en el año 2009 Estudiante de Comunicación Social Universidad Javeriana de Bogotá.
- Una Propuesta para la regulación de Responsabilidad Social Empresarial del Sector Privado en Colombia, realizada por Oscar Guillermo Melo y Juan Pablo Guerra, en el año 2009, estudiantes de Derecho Universidad Javeriana de Bogotá, entre otras.⁹

La responsabilidad social no es algo novedoso en el mundo empresarial, aunque en estos últimos años está adquiriendo una nueva dimensión por el especial interés que conlleva, ya que ha superado lo anecdótico o lo filantrópico.

Desde finales del siglo XIX se vienen desarrollando actividades de responsabilidad social, en todos los países europeos, inclusive en Estados Unidos, así su declaración de principios fundamentales y derechos humanos es un punto básico

⁸ ALBORNOZ, Lorena y RAYO, Adriana María. Análisis del Rol del Contador Público Colombiano en lo referente a Responsabilidad Social Empresarial, Palmira, 2010, Trabajo de grado (Contaduría Pública).Universidad del Valle. Facultad Ciencias de la Administración.

⁹ MELO, Oscar Guillermo y GUERRA Juan Pablo, Una Propuesta para la regulación de Responsabilidad Social Empresarial del Sector Privado en Colombia. Bogotá, 2009. Trabajo de Grado (Derecho). Universidad Javeriana.

de referencia. La nueva concepción de la Responsabilidad Social en las empresas viene como consecuencia de la desigualdad entre países que se genera a través de la globalización, el deterioro del ambiente, la desigualdad social.

Es aquí donde se encuentran dos posiciones: la primera basada en una autorregulación de responsabilidad ética con una iniciativa de carácter voluntario y segunda que respalda la regulación y reglamentación de las obligaciones para con las empresas. Con lo anterior surge el debate entre la obligatoriedad forzada de cumplimiento de unos códigos de conducta y el adoptarlos por la propia convicción de las empresas. Del mismo modo en algunos países europeos y latinoamericanos se están planteando políticas gubernamentales para que las empresas adopten dichas prácticas.

Como consecuencia de ello, la obligatoriedad puede implicar aspectos contraproducentes por el simple hecho que las empresas adopten una gestión de manera forzada, que conlleve a su uso como un simple instrumento de imagen, minimizando la esencia de uno de los elementos fundamentales de la RSE que es la aportación voluntaria de las empresas por encima de las regulaciones, de igual manera, después de muchos debates, aun queda la inquietud sobre el tema.

Pasando por un panorama local en “América Latina ha existido una larga historia de acciones filantrópicas. En la década de los años 80 de fomento la construcción de centro de promoción de responsabilidad social con recursos nacionales y

aportes de cooperación internacional tales como el instituto Ethos, Acción empresarial, el instituto argentino de Responsabilidad Social, el Centro Colombiano de Responsabilidad social, entre otros.

En Colombia se han dado desarrollos que recogen la primera época de la filantropía. En este sentido, las organizaciones colombianas han tenido una larga historia de acciones de beneficio de los trabajadores y las comunidades menos favorecidas, como lo son la creación del sistema de subsidio familiar.

Desde hace cerca de cincuenta años, estas iniciativas culminaron con la creación de diversas fundaciones con claras funciones sociales y ambientales.

En la década de los años 70, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), construyó y propuso un modelo de Balance Social, que se adaptó de otras experiencias. En la década de los 80 y 90 surgieron múltiples iniciativas académicas y sociales sobre la responsabilidad social empresarial, que llevaron a la creación de la Red iberoamericana de Ética de la empresas y más recientemente a la participación activa de la iniciativa de la red interamericana de la responsabilidad social empresarial.”¹⁰

Desde entonces varias entidades se han preocupado por robustecer las prácticas de RSE en la sociedad; una de ellas es el Ingenio Riopaila que ha venido

¹⁰ DIAGNÓSTICO Y CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN BASADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. GTC180 Responsabilidad Social. ICONTEC Internacional. 2008., p. 5-6. Recurso electrónico. [consultado marzo de 2011].
< <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/1538/3/91072785.pdf> >

haciendo un arduo trabajo para consolidar practicas de responsabilidad social para contribuir al desarrollo económico, social y ambiental del país.

1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se realiza la aplicación de responsabilidad social empresarial en el ingenio Riopaila Castilla S.A. en el periodo 2009-2010?

1.1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es la situación actual de la responsabilidad social en el mundo?
- ¿Cuál ha sido el desarrollo de la responsabilidad social en las organizaciones colombianas?
- ¿Cómo se efectúa la aplicación de las partidas destinadas a la responsabilidad social en el ingenio Riopaila Castilla S.A?
- ¿Cómo se ejecuta los recursos destinados a la responsabilidad social empresarial en el ingenio Riopaila Castilla S.A?

1. 2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Estudiar e identificar las prácticas destinadas al ejercicio de la responsabilidad social empresarial en el ingenio Riopaila Castilla S.A en el periodo 2009-2010.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir conceptos, teorías y normatividad de la responsabilidad social empresarial.
- Evaluar los beneficios que resultan de la responsabilidad social en los entes económicos colombianos.
- Conocer la situación actual y la ejecución de los programas de responsabilidad social empresarial en el ingenio Riopaila Castilla S.A
- Resultados de la aplicación de los recursos que se destinan para la responsabilidad social empresarial en el ingenio Riopaila Castilla S.A

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1 JUSTIFICACIÓN SOCIAL

El auge mundial de la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social empresarial se ha vuelto un asunto de suma importancia y a llevado a la comunidad empresarial a reflexionar acerca de este tema a nivel externo e interno en los cuales su actividad económica afecte de manera directa o indirecta , positiva o negativamente para extender o aminorar su impacto según sea el caso; esto se convierte en una perspectiva estratégica, para así lograr un agente diferenciador y una ventaja competitiva que integra agentes económicos, sociales, ambientales y éticos en la gestión de la empresa.

Es por eso que la Responsabilidad Social Empresarial es hoy un factor de competitividad no solo entre las propias empresas, sino entre países que buscan posicionarse en nuevos bloques comerciales. Si las empresas practican la responsabilidad social por razones estrictamente de competitividad, como herramienta que puede ayudarlos a ser percibidos positivamente, esto conlleva a un mayor prestigio de la organización, la confianza de clientes y proveedores, la motivación y lealtad de los empleados, la comprensión y apoyo de la comunidad y en cuanto a efecto directo se puede destacar la mejora en las condiciones laborales, y en consecuencia la mejora en la productividad de los empleados. Por esta razón la RSE debe considerarse como un elemento de valor e inversión y no

como una acción externa de beneficencia, una gestión filantrópica o una donación aislada, cuyos beneficios son puntuales, es algo más que un conjunto de iniciativas ocasionales o motivadas por el mercadeo, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales, aunque de una u otra parte aporta a estos beneficios. Siendo la primera responsabilidad de la empresa ser eficiente y rentable para ejercer su función natural y contribuir al crecimiento del país, la RSE debe ser vista como una amplia gama de políticas, prácticas y programas integrados en la operación empresarial, que soportan el proceso de la toma de decisiones dentro de un marco de valores éticos.

De ahí es que esta investigación pretende dar a conocer el manejo de las partidas presupuestales por parte del Ingenio Riopaila S.A que se ubica alrededor de la ciudad de Palmira con el fin de conocer el trabajo sobre responsabilidad social que están desarrollando y como contribuyen a la mejora de la problemática que hoy se presenta en la sociedad en todos los aspectos tanto económicos, educativos, ambientales, entre otros, desde la aplicación, ejecución y control de los recursos hasta su efectividad en la sociedad.

Se debe de trabajar por el bienestar, la formación y el mejoramiento de las condiciones laborales y de seguridad de los trabajadores de una empresa, así como su participación en proyectos para el desarrollo integral de las comunidades de su área de influencia y su relación permanente con entidades públicas y

privadas construyendo alianzas con el fin de contribuir al desarrollo de la región y del país.

1.3.2 JUSTIFICACION ACADEMICA

La contabilidad, como instrumento o mecanismo que facilita información de la unidad empresarial en aspectos económicos y financieros, ha permanecido durante mucho tiempo al margen de datos que aludieran a la naturaleza social de la empresa. Sin embargo, y a pesar de este hecho, el factor social nunca ha estado desligado del mundo financiero. La trascendencia social de la empresa es innegable desde los orígenes de la misma. La evolución social de las sociedades y de las formas de vida ha estado ligada al desarrollo del mundo empresarial e interrelacionado con este el nacimiento de las industrias ligado a los movimientos migratorios del campo a la ciudad, las mejoras laborales ligadas al movimiento obrero, el nacimiento del management ligado a la profesionalización de clases sociales tecnocráticas, etc.

Es evidente, que al producirse la actividad empresarial en el contexto de una Sociedad, estos dos entes, empresa y sociedad, interactúan, generando una relación biunívoca que realimenta y transforma ambos sistemas. Por otra parte, la empresa precisa de la sociedad para obtener sus recursos y para vender sus productos, y la sociedad necesita de las empresas para conseguir productos que satisfacen sus necesidades o que incrementan su nivel de vida y de satisfacción,

así como para desarrollar actividades remuneradas que le permitan subsistir en las sociedades normalizadas.

Pero la irremediable interconexión empresa-sociedad va haciendo que cada vez se incrementen más los datos relativos al concepto social de empresa, de modo que la contabilidad va aumentando su espectro informativo introduciendo cada vez más datos relativos al ámbito social de la empresa inicialmente información relativa a los trabajadores, posteriormente información de contenido medioambiental, y cuestionando ahora una información relativa a la responsabilidad social empresarial. Ligado al razonamiento que se acaba de exponer, se tendría que señalar la virtud de la contabilidad como instrumento esencial en la toma de decisiones en el ámbito empresarial por parte de todos aquellos agentes que de un modo u otro ejercerán un juicio en base a la información que dispongan de la misma.

La contabilidad, que durante mucho tiempo fue considerada exclusivamente como un medio de registro y rendición de cuentas, en su proceso de evolución y desarrollo asume criterios de utilidad y se orienta hacia el usuario. Efectivamente, la disciplina contable abandona la opinión de que la esencia de la contabilidad empieza y termina en la mera realización de anotaciones y registros de los movimientos patrimoniales, y asume el paradigma de utilidad dirigiéndose fundamentalmente a satisfacer las necesidades de los distintos usuarios de la información contable, quienes al disponer de información adecuada, reducen parte

de la incertidumbre que conlleva la toma de decisiones. Por ello con este estudio se pretende realizar la aplicación de los conceptos propios de la contabilidad gerencial moderna, desarrollar conocimiento y aplicarlo desde lo social a la carrera la intención de que sirva como una base de actuación para profesionales, una herramienta de consulta para académicos y una fuente de conocimiento para estudiantes, con el propósito de que puedan evaluar de manera puntual el comportamiento de una organización en todas sus versiones, ámbitos y niveles de desempeño.

1.3.3 JUSTIFICACIÓN PROFESIONAL

Dentro del contexto profesional permite identificar, analizar situaciones que viven las empresas actualmente, las cuales se muestran como oportunidades a trabajar, siendo la responsabilidad social un tema de exigencia tanto a nivel gubernamental como competitivo enfocarlo hacia un manejo correcto de un control más efectivo de los recursos que me permitan desarrollar proyectos que contribuya a la mejora de la calidad de vida de la sociedad.

1.3.4. JUSTIFICACIÓN AMBIENTAL

La conciencia del impacto ecológico de las actividades industriales y económicas ha transformado la forma de ver el desarrollo. El deterioro medio ambiental afecta a las comunidades quienes lo sufren directamente perjudicando la salud pública,

Por ello la sociedad debe generar las estrategias para prevenir y minimizar los impactos y riesgos a los seres humanos y al ambiente, garantizando la protección ambiental de la localidad en la que se encuentra ubicada mediante la optimización en el uso de los recursos naturales, materias primas y energía, prevenir y minimizar la contaminación, los residuos y los impactos ambientales, adoptar tecnologías limpias y prácticas de mejoramiento continuo.

1.4 MARCO REFERENCIAL

1.4.1 MARCO CONTEXTUAL

La presente investigación se desarrolla en el Municipio de Palmira, este Municipio surge a partir de un caserío ubicado en la hacienda el Palmar hacia el año 1722, es decir que no fue fundado ni proviene de un proceso de colonización, es fruto de la unión de una comunidad en torno a una labor determinada que fue agrícola en estos principios (producción de tabaco).

Su nombre lo adquiere en el año 1813 cuando Pedro Simón Cárdenas con otros ciudadanos notables proclamaron este territorio como Villa, cuenta con una población aproximada de 350.000 habitantes, su economía para el año 1901 da un giro, conservándose como agrícola pero especializándose en el sector azucarero con la instalación del primer ingenio azucarero, actualmente Manuelita.¹¹

El municipio de Palmira tiene una superficie total de 1.162.00 kilómetros cuadrados distribuida así: área urbana actual 22.89 Km², suelo rural 1.133.00 Km².

¹¹ Secretaria de planeación municipal. Revista historia de Palmira. Recurso electronico. < <http://www.valledelcauca.gov.co/planeacion/> >. [Consultado marzo de 2011].

Localización: Palmira se encuentra localizada en la región sur del Departamento del Valle del Cauca. Su cabecera está situada a 3°31'48" de latitud Norte y 76°81'13" de Longitud al Oeste de Greenwich. Límites políticos y geográficos: Norte: Municipio de El Cerrito, Este: Departamento del Tolima, Sur: Municipios de Pradera y Candelaria, Oeste: Municipios de Cali, Yumbo y Vijes.

Actividades económicas.

Se destacan en el municipio importantes actividades económicas como la agrícola (caña de azúcar, café, plátano, cítricos, piña, y hortalizas); pecuaria (acuicultura, porcicultura y avicultura), la industria (metalmecánica, madera, otras), el comercio, finanzas, transporte, construcción, electricidad y explotación minera, las cuales generan empleo no solo para la población palmirana, sino también para poblaciones vecinas, no queriendo decir que cubren toda la población económicamente activa.

Palmira lleva como título la Capital Agrícola o Agroindustrial de Colombia esto se debe al desarrollo científico y tecnológico de Palmira en este campo. Es sede de corporaciones e institutos públicos, mixtos y privados; nacionales e internacionales sin ánimo de lucro, que centran sus trabajos e investigaciones en aspectos como: preservación y uso racional de los recursos naturales y el ambiente, aumento de competitividad, desarrollo de capacidad científica, acceso a tecnologías de punta, mejoramiento de cultivos, agrobiodiversidad, manejo de plagas y enfermedades,

manejo de suelos y sistemas de producción. Algunas de estas instituciones trabajan mancomunadamente en torno al proyecto Parque Científico y Tecnológico; ellas son: CORPOICA, ICA, Universidad Nacional de Colombia, Fundación Ecoparque Llanogrande, Centro de Agricultura Tropical (CIAT).

1.4.2 SITUACION ECONOMICA DE LA CIUDAD DE PALMIRA

Gracias a su ubicación y a la nobleza de su terreno, Palmira presenta en los últimos años un crecimiento urbanístico y económico que ha potenciado su desarrollo en otras áreas de la producción: la industria, el comercio, la ganadería y la minería. En la agricultura la caña de azúcar sigue siendo uno de los productos de mayor importancia, con unas 18.000 hectáreas cultivadas, caña procesada en ingenios de la región para producir azúcar, panela, miel y alcohol. Otros productos agrícolas son: café, tabaco, cacao, arroz, maíz, fríjol, yuca, papa, algodón, soya, plátano, sorgo, y gran variedad de hortalizas y frutas.

Dentro de las actividades pecuarias, la avicultura y piscicultura son las actividades que mayor representatividad tienen el municipio. Su volumen permite aseverar incidencias en el aporte al consumo alimenticio local y en la generación de empleo. En la ladera existen cultivos de café, forestales (Cartón de Colombia) y ganadería.

El problema de la escasez de caña sucedido el año pasado quedó atrás. Gracias al clima predominantemente seco y con buena luminosidad, se presentó la notable recuperación en la producción, dado el mejor crecimiento de la caña y la facilidad en las labores de cosecha que propicia el tiempo seco.¹²

Las perspectivas económicas del Municipio de Palmira siguen girando para el corto plazo en la agroindustria de la caña de azúcar como base primaria de su economía. Nuevas inserciones productivas en la región dependerán de su nivel de desarrollo tecnológico, que le permitan su competencia a nivel internacional.

1.4.3 SITUACION POLITICA DE LA CIUDAD DE PALMIRA

El territorio de Palmira en su conjunto (zona plana y zona de ladera), corresponde a un sistema de asentamientos de distinto orden (de población, industriales, institucionales). La división político administrativa en comunas del municipio de Palmira está conformada por dos sistemas, uno urbano (barrios) y uno rural (corregimientos). El primero está estructurado por comunas, desde la N° 1 hasta la N° 7 y el segundo presenta el mismo número de comunas.

1.4.4 SITUACION SOCIAL DE LA CIUDAD DE PALMIRA

Palmira es un escenario de una armonía cultural compleja y diversa, producto, en muy buena parte, de las migraciones cíclicas que se originan en el afán de

¹² Ibidem

colonización y toma de posesión de territorios en todo el país, de la violencia política y de otros tipos de violencia que en años más recientes han roto las redes sociales del desarrollo más o menos armónico de sus corregimientos y han obligado a la desocupación urgente de buena parte de sus tierras.

Las características de la comunidad y de la cultura de las gentes que habitan el municipio de Palmira, muestra que en el presente carece de procesos sólidos de organización comunitaria, esa debilidad proviene de factores históricos internos forma de poblamiento, expectativas de las comunidades y factores externos debilitamiento de los procesos organizativos en general en todo el país, incremento de la violencia, presencia del narcotráfico, entre otros.

Aunque esta situación no es exclusiva del municipio y se enmarca en los procesos más generales por los que atraviesa el país, en los que por diferentes razones (como son la polarización del conflicto, la represión no sólo por parte del Estado sino en general por todos los actores armados de la organización civil, la cultura de los medios masivos, entre otras) han puesto en crisis las formas de organización y representación comunitaria en la vida social y política

Para que la carencia de procesos sólidos de organización comunitaria identificada se modifique y para que la comunidad se apropie de su propio destino, se propuso la gestación de procesos organizativos articulados a proyectos concretos, que supongan la movilización de recursos (materiales y simbólicos); que permitan desarrollar sentido de pertenencia y formas

culturales, que basadas en la solidaridad y la asociación entre iguales, haga viable un desarrollo sostenible y socialmente más justo para sus pobladores.¹³

1.4.5 RIOPAILA CASTILLA S.A

Riopaila Castilla S.A. es una empresa colombiana del sector alimentos la cual se dedica al procesamiento de la caña transformándola en azúcar suprema, blanca, morena, alcohol y miel; desarrollo de actividades agropecuarias, agroindustriales, administración de equipos, producción, generación de energía y combustible.

1.4.5.1 ORIGEN

La empresa nace en el Valle del Cauca, Colombia, luego de la fusión de Riopaila Industrial S.A. y Castilla Industrial S.A., compañías escindidas de Ingenio Riopaila S.A. y Central Castilla S.A., las cuales fueron creadas por el Doctor Hernando Caicedo en los años 1.928 y 1.945 respectivamente.

Riopaila Castilla S.A. es una sociedad comercial del tipo de las anónimas, productora de azúcar, mieles y alcohol, que tiene 82 años de experiencia en el mercado nacional e internacional.

¹³ RODRIGUEZ, José Vicente, (2007). Territorio ancestral, rituales funerarios y chamanismo en Palmira prehispánica, Valle del Cauca. Recurso electrónico.
< <http://www.bdigital.unal.edu.co/1552/2/01PREL01.pdf> >. [Consultado marzo de 2011]

1.4.5.2 PRINCIPIOS GENERALES

Riopaila Castilla S.A. (la "Sociedad") consciente de la responsabilidad que tiene frente a la comunidad y al país, continúa comprometida en liderar en forma permanente una política empresarial seria, por lo cual rige en todas sus actuaciones, tanto internamente como ante terceros, principios éticos y morales, basados en honestidad, amabilidad, solidaridad, respeto, responsabilidad, lealtad y equidad, que hacen parte del presente Código de mejores prácticas corporativas.

1.4.5.3 MISION Y VISION

Ser un grupo agroindustrial generador de valor, competitivo a nivel internacional caracterizado por su orientación al cliente, con capacidad de proveer productos y servicios de calidad con mayor valor agregado, a través de altos niveles de productividad, el desarrollo integral de su gente, la optimización de la tecnología disponible, el respeto por el medio ambiente y alta capacidad de gestión y satisfacer las necesidades de los clientes del mercado nacional e internacional, con productos y servicios de calidad, creando valor para la empresa, desarrollo de nuestros colaboradores y progreso en la comunidad del área de influencia.¹⁴

¹⁴ Ingenio Riopaila Castilla S.A, Principios Corporativos. Recurso electronico. <<http://www.riopaila-castilla.com>>. [consultado abril de 2011]

1.5 MARCO CONCEPTUAL

1.5.1 Responsabilidad

Este termino de origen latino corresponde a un atributo del raciocinio humano que es capaz de obligarse ante terceros, propios y si mismos. Este es un aspecto netamente racional, que sobresale por medio de la convivencia humana y se fortalece a medida que el individuo se va formando como ser persona y profesional.

Sin duda alguna no se debe dejar de mencionar que el concepto de responsabilidad proviene etimológicamente del verbo latino responderé el cual se puede traducir responder, corresponder, ser digno de o igual a, incluso, estar a la altura de.¹⁵

Se empezó a transmutar a los entes económicos y organizaciones a medida que se generalizo la personalización jurídica de estas instituciones, que por principio y en representación de varios, adquiere derechos y obligaciones no solamente de tipo económico y legal, también las adquiere en cuanto al medio ambiente y relación con la sociedad en general

La palabra responsabilidad proviene del latín responsum, que es una forma de ser considerado sujeto de una deuda u obligación. Responsable es aquel que conscientemente es la causa directa o indirecta de un hecho y que, por lo tanto, es imputable por las consecuencias de ese hecho (es decir, una humanos libres). La responsabilidad es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral. Una vez que pasa al plano ético (puesta en práctica), persisten estas cuatro ideas para

¹⁵ RUSS, Jaqueline (1999): “Léxico de filosofía”, Madrid, Editorial Ariel S.A., Pag. 345.

establecer la magnitud de dichas acciones y de la manera más prepositiva e integral, siempre en pro del mejoramiento laboral, social cultural y natural."¹⁶

1.5.2 Responsabilidad social

Compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas ya acciones concertadas que se generan con las partes interesadas(stakeholders), en materia de desarrollo humano integral; esta permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, y el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales.

Aplicando lo anteriormente expuesto al ámbito de las empresas y las organizaciones se entenderá, en un primer acercamiento, la responsabilidad social como: "la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y morales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores".¹⁷

1.5.3 Actuación responsable

Un acto es una acción que seguido de otras muchas acciones se convierte en conducta, cada acto pues es una contribución a la formación de la personalidad humana que varía de individuo en individuo. La responsabilidad es un atributo de la conducta humana y al mismo tiempo es una característica de cada acto bien

¹⁶ LARRAÑAGA, Pablo, El concepto de responsabilidad, Fontamara, México, D.F., 2000., p 8

¹⁷ CHACÓN, Carmen. "La empresa social: la responsabilidad social de la empresa", Valencia. Ponencia presentada en las jornadas de Empleo: La inclusión social de personas vulnerables de junio de 2001., pag 25

concebido por lo cual los actos responsables corresponden a la concientización de lo bueno y lo malo y como esto contribuya a la formación del carácter humano.

Para Peter Drucker las reglas básicas para obtener una actuación responsable se puede resumir en tres: “ En primer lugar quien dirige una empresa debe subordinar sus acciones a un estándar de conducta ética, refrenando su propio interés y autoridad siempre que el ejercicio de ambos pueda causar daño al bien común o a la libertad de los individuos. En segundo lugar, el directivo, frente a cada decisión debe preguntarse cuál sería la reacción pública si todas las empresas actuaran de la misma manera. Y en tercer lugar, al ser cada uno responsable de los impactos que causa intencionalmente o no el entorno, el directivo tiene el deber de identificarlos anticipadamente y si no se pueden considerar plenamente conformes con el tipo de actividad por la que la sociedad y los clientes quieran pagar, se pueden considerar como impacto sociales no deseables y, por tanto, se tiene la responsabilidad de evitarlos”.¹⁸

1.5.4 Conducta ética

La conducta ética corresponde a una concesión metafísica, pues se considera a la ética como un atributo no científico del ser humano, sin embargo es un atributo necesario, como lineamiento que proporciona pautas de acción.

La conducta ética se refiere a una concesión preconcebida de que toda decisión, acto o acción debe ser tomada teniendo en cuentas las consecuencias buenas o malas de este.

Pero para referirse a una conducta ética se hace necesario conocer el significado de esta palabra por lo que se puede decir que “la ética es el estudio de la naturaleza general de la moral y de las decisiones morales

¹⁸. DRUCKER, Peter. “Managemet, Tasks. Responsibilities”. Practices, New York, Harper & Row. 1974. Pag. 319 y 330.

concretas que adopta una persona; las reglas o normas que rigen la conducta de un individuo o de los miembros de una profesión. Una definición más sencilla: es el estudio de lo que es bueno y correcto para la gente”.

Según Castillo Clavero: “la responsabilidad social supone que la empresa, en el ejercicio de su función, ha de tomar conciencia de los efectos reales totales de sus acciones sobre el económico-entorno social, internalizando unas pautas de comportamiento que representen una actitud más positiva en la consideración de los valores e intereses sociales. Como consecuencia de este cambio de mentalidad, surgen presiones sobre la institución empresarial, que reclama un control efectivo de las externalidades y costes sociales generados por la actividad empresarial, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio como único índice expresivo de la eficiencia socioeconómica de la entidad.”¹⁹

1.5.5 Stakeholders

Aquellos grupos de actores que afectan o son afectados por la actividad de la organización. Se expresan tanto en términos de interés y expectativas comunes o complementarias, como de impactos negativos y recíprocos.

Otro término necesario en esta investigación es el de stakeholders que se define “como cualquier individuo o grupo que pueda afectar o sea afectado por las acciones, decisiones, políticas, prácticas o metas de la organización”²⁰.

¹⁹ CASTILLO, A.M. “La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control”, Tesis doctoral inédita presentada en la universidad de Málaga. 1996., Pag. 265.

²⁰ WIES, Joseph. Ética de los negocios. Editorial Cenage Learning. 2006. México. Pág. 52

1.5.6 Rol

Otro de los conceptos a tratar en este texto es el de Rol cuya definición se basa en:

“el conjunto de comportamientos manifiestos del ocupante de una posición social dada. Esta definición hace referencia a la conducta misma”²¹.

El rol, es también conocido como papel, el rol se refiere a una influencia ya sea psicológica o personal de los individuos, cuyo papel corresponde a una parte de un todo. Un ejemplo de rol son las familias, donde padres, hijos, abuelos, tíos, tienen un grado de participación e importancia. otro ejemplo de esto son las empresas, donde cada individuo desempeña un papel que ayuda a la empresa a cumplir sus fines.

“Eward Gross define al profesional como la persona que posee un amplio conocimiento teórico aplicable a la solución de problemas vitales, recurrentes pero no estandarizables y que se sienten en la obligación de realizar su trabajo al máximo de sus competencias, al mismo tiempo que se siente identificados con los demás profesionales del ramo. Cuando Gross dice no estandarizables se refiere a que el profesional pese a tener conocimientos generales de su especialidad, maneja los casos individuales evitando la rutina y la repetición”.²²

1.5.7 Social

El término social deriva del término latino socialis, el cual procede a su vez de societas y que, como adjetivo, indica la del que acompaña a otro, mientras que

²¹ PIZARRO, Narciso. Tratado de Metodología de las Ciencias Sociales. Editorial Siglo XXI. 1998. España. Pág. 188

²² PRADO, Javier. Ética, profesión y medios: la apuesta por la libertad en el éxtasis de la comunicación. Editorial Universidad Iberoamérica. 1999. México. Pág. 27

como sustantivo es el sujeto que va con otro. "Social" implica originariamente la idea de un ir juntos de dos o más hombres.

1.5.8 Sociedad

Grupo de personas que obran conjuntamente para satisfacer sus necesidades sociales y que comparten una cultura común. Grupo de seres humanos que cooperan en la realización de varios de sus intereses principales entre los que figuran, de modo invariable, su propio mantenimiento y preservación. El concepto de sociedad comprende la continuidad, la existencia de relaciones sociales complejas y una composición que contiene representantes de los tipos humanos fundamentales, especialmente hombres, mujeres y niños. De ordinario, también, existe el elemento de asentamiento territorial. La sociedad es un grupo actuante, al extremo de que con frecuencia se la define en términos de relaciones o procesos. Es el grupo humano básico y en gran escala. Debe diferenciársela radicalmente de los grupos o agregaciones fortuitas, temporales o no representativos, tales como una multitud, los pasajeros de un barco, los espectadores de un juego o los habitantes de un campamento militar.

En particular la palabra sociedad tiene gran variedad de significados. Hablamos por ejemplo, en general de la "sociedad humana" y queremos dar a entender la totalidad de las relaciones de los hombres entre si y los vínculos que de ellas nacen. La sociedad en este sentido amplísimo comprende, "la

humanidad como un todo unitario, los estados, municipios familias, clanes tribus, naciones, la multiplicidad de las llamadas asociaciones libres”²³

.

1.5.9 Control

...”proceso de gestión necesario para fijar y hacer cumplir unas normas”. ²⁴

El control es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización si no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos. El concepto de control es muy general y puede ser utilizado en el contexto organizacional para evaluar el desempeño general frente a un plan estratégico.

El control es de vital importancia dado que: Establece medidas para corregir las actividades, de tal forma que se alcancen planes exitosamente; se aplica a todo: a las cosas, a las personas, y a los actos; determina y analiza rápidamente las causas que pueden originar desviaciones, para que no se vuelvan a presentar en el futuro; localiza a los lectores responsables de la administración, desde el momento en que se establecen medidas correctivas;

²³ AZUELA, Mariano. Derecho, sociedad y estado. Universidad Iberoamericana. Mexico. 1995., pag 116

²⁴ JURAN, J. M. Manual de control de la calidad. Editorial reverté. Madrid. 2005., pag 718

proporciona información acerca de la situación de la ejecución de los planes, sirviendo como fundamento al reiniciarse el proceso de planeación; reduce costos y ahorra tiempo al evitar errores, su aplicación incide directamente en la racionalización de la administración y consecuentemente, en el logro de la productividad de todos los recursos de la empresa.

1.5.10 Calidad de Vida

La percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas y sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física-del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno

Primero el termino se refería al cuidado de la salud personal, después se adhirió la preocupación por la salud e higiene publica, se extendió entonces a los derechos humanos, laborales ciudadanos, continuo sumándose la capacidad de acceso a los bienes económicos y, finalmente se convirtió en la preocupación por la experiencia del sujeto sobre su vida social, su actividad cotidiana y su propia salud.²⁵

²⁵OBLITAS, Luis A. Psicología de la salud y calidad de vida. Editorial Thomson. Mexico. 2006., pag 29

1.5.11 Derechos humanos

Los derechos humanos se basan en el reconocimiento de la dignidad intrínseca y la igualdad y la inalienabilidad de los derechos de todos los miembros de la familia humana constituyen el fundamento de la libertad, la justicia y la paz del mundo, estos se definen en la declaración Universal de los derechos Humanos de 1948.

1.5.12 Desarrollo Económico

Incremento sostenido en el nivel económico de vida de la población de un país, a través del aumento del capital humano y físico, así como a través de la tecnología. (Deardorff's Glossary of international Economics-Profesor Universidad de Michigan).

Es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover o mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía de desarrollo.²⁶

1.5.13 Desarrollo Social

Proceso por medio del cual se alivia la pobreza de una comunidad, mejorando la calidad de vida en áreas principales como salud, educación, empleo, vivienda y seguridad personal. El desarrollo social también promueve la equidad e inclusión

²⁶ Elizondo, Arturo. Contabilidad del Capital. 5ª edición. Editorial Thomson. Mexico. 2006. pág., 29

social, la protección social y el acceso a oportunidades de participación de la comunidad en su proceso de desarrollo.

(Comisión Económica y Social de Naciones Unidas para Asia y el Pacífico).

1.5.14 Desarrollo sostenible

Capacidad de un individuo, organización o sociedad para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades. (Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo-Comisión Brundtland).

1.5.15 Eficacia

Extensión en la se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados. (ISO 9001-2000).

1.5.16 Eficiencia

Relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados. (ISO-9001-2000).

1.5.17 Ética

A menudo se utiliza la palabra <<ética>> como sinónimo de lo que anteriormente hemos llamado <<la moral>>, es decir ese conjunto de

principios, normas, preceptos y valores que rigen la vida de los pueblos y los individuos. La palabra <<ética>> procede del griego ethos, que significaba originariamente <<morada>>, <<lugar en donde vivimos>>, pero posteriormente paso a significar <<el carácter>>, el <<modo de ser>> que una persona que una persona grupo va adquiriendo a lo largo de su vida.²⁷

Saber reflexivo y practico acerca de la manera correcta de obrar en todos los campos de la vida cotidiana y que ayuda a resolver los conflictos cotidianos, de la tal manera que se garantice el bien común y la sana convivencia. (Trasparencia por Colombia).

1.5.18 Informe Social

Documento que comunica los resultados de una evaluación del impacto social.

1.5.19 Norma

Conjunto de procedimientos, practicas y especificaciones aceptadas ampliamente.

1.5.20 Organización

²⁷CORTINA, Adela y MARTINRZ Emilio, Ética. Ediciones akal, S.A. 1996. Madrid., pag. 21

Las organizaciones son asociaciones de personas, las cuales pugnan por un fin específico, suelen ser organizaciones flexibles ya sea comunitarias, empresariales, económicas o sociales.

“Las organizaciones son unidades sociales (o agrupaciones humanas) deliberadamente construidas o reconstruidas para alcanzar fines específicos”.²⁸

1.5.21 Rendición de cuentas

Dar a conocer, hacer público los resultados alcanzados y hacerse cargo de ellos, de la gestión, del proceso y responder por ella.(instituto de Comunicación y Desarrollo –ICD-WK. Kellogg Foundation).

1.5.22 Sistema de Gestión

Conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan, para establecer la política y los objetivos para lograr dichos objetivos (ISO 9001-2000).

1.5.23 Seguridad Social

Protección que la sociedad proporciona a sus miembros mediante una serie de medidas públicas, contra las privaciones económicas y sociales que, de no ser así, ocasionarían la desaparición o fuerte reducción de los ingresos por causa de enfermedad laboral, desempleo, invalidez, vejez y muerte y también protección en

²⁸RODRÍGUEZ, Darío. Gestión Organizacional. Editorial plaza y valdes. Mexico. 2002., Pag 28

forma de asistencia médica y de ayuda a las familias con hijos. (Organización Internacional del Trabajo-OIT. “Administración de la seguridad social”. 1991).

1.6 MARCO TEORICO

Aunque la responsabilidad social empresarial es un tema relativamente nuevo que ha venido tomando auge en los últimos tiempos. Hoy en día para empresas las RSE se ha convertido en un asunto o elemento cada vez más importante en el entorno de los negocios actuales, ya que ha dejado de ser una actividad asociada solo a la filantropía para formar parte de la estrategia empresarial que contribuya a la nueva cultura organizacional.

No obstante, los fundamentos teóricos relacionados con este tema son escasos en comparación con otros, es decir, pocos autores han desarrollado escrito sobre el mismo, sin embargo existen prestigiosas entidades a nivel mundial que hacen alusión a la RSE como es el caso de la ONU (Organización de las Naciones Unidas), AXISRSE (consultores RSE), FORETICA (Foro para la evaluación de las Gestión Ética), ETHOS (Instituto de Empresas e Responsabilidad Social-do Brasil), el BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y Fórum Empresa, entre otros.

La humanidad siente la necesidad que las empresas no solo se inquieten por el lucro y la producción de bienes y servicios, si no también que colaboren a la sociedad con sus problemas ambientales, sociales, económicos, entre otros. Es por ellos que bajo esta perspectiva toma fuerza el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y plantean diversos conceptos sobre ella, pero todos encaminados a lo mismo, una de las definiciones más completas es la que propone Jorge Reyes:

Es un compromiso continuo y permanente que adoptan voluntariamente para responder, a través de la gestión directiva, por la forma como su actividad impacta las dimensiones social, económica y ambiental. Se actúa éticamente para garantizar que ese impacto genere desarrollo humano y sustentable a todas las partes interesadas, tales como empleados, accionistas, inversionistas de los mercados capitales, proveedores, distribuidores, las autoridades, la comunidad y el medio ambiente.²⁹

Además abarca aspectos éticos y legales pero más éticos que legales, ya que se da cumplimiento de las normas jurídicas que son de orden primordial y exigible para todos, porque RSE es ir mas allá de lo legal y asumir conductas voluntarias sin perder el horizonte de su razón de ser y de su objetivo; la generación de beneficios a los accionistas.

²⁹ REVISTA LEGIS. Actualidad laboral y seguridad social. Responsabilidad social empresarial: una política corporativa que toma auge. Informe especial. 2007., pag. 5..

No obstante las relaciones empresa-sociedad han ocupado un lugar central en la teoría y justificación de la empresa desde los comienzos del capitalismo.

Y ello, tanto en el debate público como en la reflexión teórica y académica. El carácter social de las organizaciones productivas es reconocido por las teorías económicas más antiguas.³⁰

1.6.1 Teoría de Edmund Burke (1990) afirma que:

“para alcanzar su visión empresarial una compañía exitosa debe también tener una visión social, una comprensión analítica de los asuntos sociales y comunicatorios, se su impacto en la compañía y de las estrategias para alcanzar esa visión.

La adecuada convivencia en una comunidad, la sensibilidad pública al daño ambiental, el estado de las relaciones raciales en una comunidad, la inhabilidad de los sistemas educativos locales para llenar las cambiantes necesidades de recurso humano de una compañía, el apoyo creciente de la comunidad a las regulaciones que afectan decisiones del negocio, el crimen, el consumo de drogas, etc. Son asuntos que pueden inferir en la capacidad de una compañía para crecer y aun sobrevivir.”³¹

Cabe destacar que aunque la responsabilidad social empresarial contiene aspectos legales que responden a las exigencias sociales y ambientales, es una

³⁰ GARCIA, T. La responsabilidad social en las empresas en un mundo global. Anagrama. 2003. Pag. 148 y 149.

³¹ BURKE, Edmund M. El marco ético de la responsabilidad social empresarial Remarks, Boston. Editorial Javeriana. 1990., Pag 52

decisión voluntaria integrada por aspectos éticos y morales que genera por parte de las empresas un compromiso con la sociedad, por lo tanto no es impuesta.

1.6.2 Teoría del mercado de competencia perfecta formulada por Adam Smith en el siglo XVIII:

Indicaba que el libre juego de la oferta y la demanda y la búsqueda individual de la ganancia era la solución más eficiente para la asignación de recursos, y no sólo no disolvía la cohesión social, sino que era el medio más apropiado para disminuir la pobreza. Sobre esta teoría se asentó el enfoque del objetivo de la empresa como la maximización del valor para el accionista, apoyándose en la base de que el beneficio colectivo se alcanzaría mediante la maximización del beneficio individual.

Y esta maximización se produciría sin intervenciones de tipo institucional. Ahora bien, la lectura en mayor profundidad de la obra de Smith, muestra que este autor defendió el respeto a los buenos usos y reglas de la época, como condición necesaria para el buen funcionamiento de la economía.³²

Sin embargo, las situaciones manifiestas de desigualdad entre países y de agotamiento de algunos recursos naturales, así como los escándalos financieros recientes, ponen en duda “la solvencia del postulado teórico clásico, replanteando nuevamente las competencias y responsabilidad de las empresas en el plano

³² SMITH A. La riqueza de las naciones. Alianza, Madrid. (2002. Traducción de “An inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations” (1776).

social, implicando a éstas en un papel que va más allá de la mera cuestión técnica y económica. Se habla de la responsabilidad social como una nueva dimensión empresarial preocupada por el concepto de sostenibilidad, en el que tienen cabida a un mismo nivel las facetas económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable.”³³

1.6.3 Teoría de Milton Friedman

Por otro lado, desde el enfoque económico han ido evolucionando las posiciones desde la escuela de pensamiento de (Friedman 1966):

Que mantenía como objetivo único de la empresa su rentabilidad económica, hasta el triple enfoque económico, social, y medioambiental de la actualidad. ³⁴

1.6.4 Teoría de Howard Bowen

El avance del enfoque Responsabilidad Social empresarial fue abriéndose camino poco a poco, partiendo de los años cincuenta del pasado siglo.

Ya en la temprana fecha de 1953, Howard Bowen utilizaba el término de Responsabilidad Social, si bien en vez de unirlo a la empresa como tal, lo

³³ MONEVA, J.M. “Transparencia, Responsabilidad Social e Información No Financiera de la Empresa”, Revista AECA. Núm. 64. 2007., Pág. 76 y 77.

³⁴ CUESTA, M. Inversiones Éticas en Empresas Socialmente Responsables. Economistas Sin Fronteras. Universidad Nacional de Educación a Distancia y Fundación economistas sin fronteras. 2002. Pág. 45 y 48.

relacionaba con el hombre de negocios. La Responsabilidad Social requería políticas para la toma de decisiones y líneas de acción que fuesen compatibles con los objetivos y valores de la sociedad.³⁵

1.6.5 Teoría de Michael Porter

Michael Porter (2006), define la Responsabilidad Social empresarial como un elemento estratégico que contribuye a la sostenibilidad y se ha convertido en una prioridad inevitable para líderes empresariales. Ya que cuando una empresa utiliza la cadena de valor traza todos los impactos sociales que genera sus actividades, lo cual le permite listar las amenazas y oportunidades. Por ello, las empresas deben tratar de eliminar la mayor cantidad de impactos sociales negativos de la cadena de valor y de esta forma la empresa va a obtener oportunidades de distinción social y estratégica. La estrategia consiste en identificar los grupos de contexto social con el mayor valor estratégico, que brinden beneficio para la sociedad y su propia competitividad. Una empresa que ve a los grupos de interés como intrascendentes, a menudo se considera que su enfoque recae en el corto plazo con un mínimo valor para la sociedad y ningún beneficio estratégico para el negocio, afectando su capacidad para mejorar la productividad y ejecutar estrategias para mejorar su capacidad competitiva. El éxito de la empresa y de la comunidad se fortalece mutuamente en la medida que estén estrechamente

³⁵ BOWEN, H. Social Responsibility of Businessman. Harper & Brothers. Nueva York. 1ª Edición. 1971. 1953.

relacionados. Si el impacto social de la empresa es mayor, mejor oportunidades, recursos y beneficios aportara a la sociedad.

Porter señala que las ONG, los gobiernos y las empresas deben dejar de pensar en términos de “responsabilidad Social” y empezar a pensar en términos de la “integración social”, puesto que la percepción de la responsabilidad social está enfocada a la construcción de valor compartido, mas no al control de daños o como una campaña de relaciones públicas

1.6.6 Teoria de Peter Druker

Para el humanista y padre de la administración moderna Peter Druker (2000) la responsabilidad social empresarial tiene una concepción ética, “sintetiza en los siguientes puntos los conceptos éticos, fundamentales sobre los que se debe estructurar la ética empresarial de hoy en día.

- Clara definición de cuáles son las relaciones de interdependencia.
- Reglas universales y generales de conducta, identificación de Conductas apropiadas que eviten procedimientos erróneos.

- Construcción de organizaciones éticas que hayan definido claramente lo que es de una buena conducta y sobre esa base construir relaciones interpersonales, armoniosas, constructivas y mutuamente benéficas.³⁶

Druker señala que las organizaciones tiene la responsabilidad de encontrar un enfoque de los problemas sociales básicos con el fin de transformar un problema social en una oportunidad para las organizaciones. Además afirma que cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes en cualquier persona o cosa que toque, pues según él, la empresa existe solo mientras la sociedad crea que hace un trabajo necesario y útil.

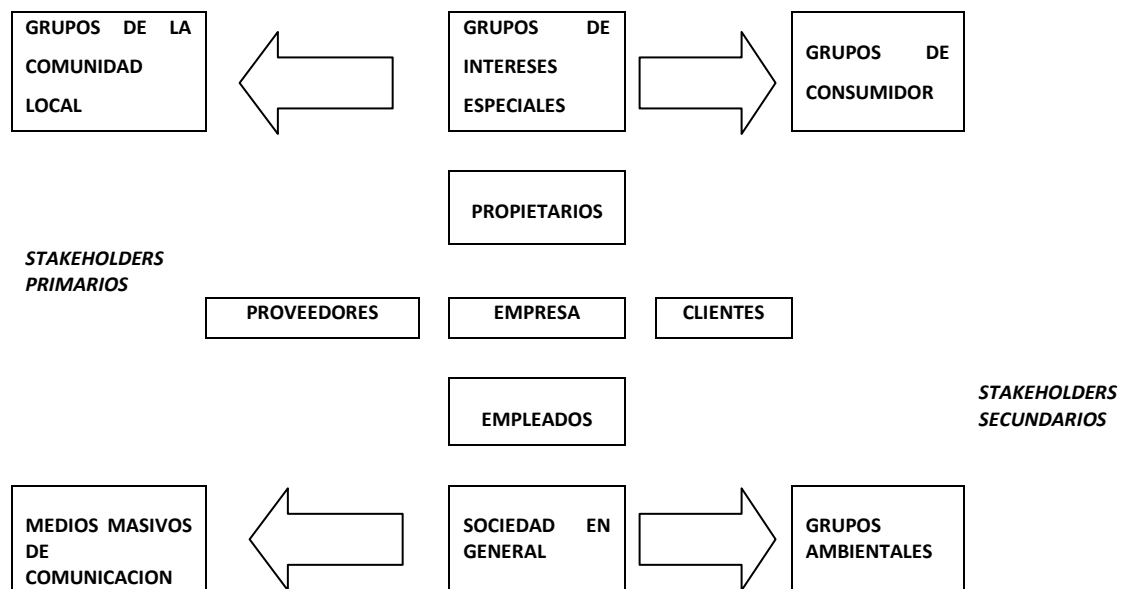
1.6.7 Teoría de los stakeholders de Edward Freeman

Por otra parte está la teoría de los stakeholders o grupos de interés. La teoría nació en el Instituto de Investigación de Stanford en 1963, de la mano del profesor Edward Freeman, pionero de la teoría, quien ha recibido el doctorado “honoris causa por méritos”. Su gran aporte se caracteriza en afianzar el ámbito práctico de la ética empresarial con la parte teórica de la misma y por colaborar en la incursión de la responsabilidad social en la empresa, concepto que ahora percibimos con más fuerza, esta se fundamenta básicamente en la idea del contrato social o multilateral con sus grupos de interés.

³⁶ TURRIAGO, Álvaro. Responsabilidad social empresarial de empresarios, gerentes y trabajadores en la sociedad del conocimiento visión de Peter Drucker. 2009. Recurso electrónico.
< http://www.ascolfa.edu.co/memorias/Ponencias/PRES_165.pdf >. [consultado abril de 2011].

Los stakeholders son aquellos grupos o personas que se juegan algo y son de interés en el desempeño de la empresa, que pueden directa o indirectamente, positiva o negativamente, afectar o ser afectados por los objetivos y decisiones de la empresa; además tiene poder para influir en su marcha, independientemente de sus vínculos contractuales con la misma.

Grafico 1. Interrelación de los Stakeholders



Fuente: WEISS, Joseph. Ética en Los Negocios: Un Enfoque de Administración de Los Stakeholders Y de casos. Editorial Thomson. Cuarta edición. México.2006. Pág 7

Las empresas y sus stakeholders juegan un papel muy importante para liderar un futuro mejor exclusivamente en los niveles más altos de la gerencia y en la dirección de las grandes empresas con la necesidad de promover un desarrollo sostenible y del reconocimiento de la sociedad; para ello las empresas deben trabajar con responsabilidad social que debe ser una iniciativa voluntaria y orientada al cumplimiento de la política que cada empresa adopte.

Un buen liderazgo se puede identificar no solo dentro de la empresa si no también en el entorno externo con cada uno de sus stakeholders. Todos no tendrán el mismo poder de negociación pero a nadie debe sorprender un efecto directo en la empresa. Si se analiza desde una concepción amplia y plural del liderazgo se puede ejercer en diversas formas tanto en una posición formal e informal.

La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.³⁷

³⁷ DICCIONARIO RSE. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. 2009. Recurso electrónico. <<http://rseucc.blogspot.com/2009/05/responsabilidad-social-empresarial.html>>. [consultado abril del 2011]

Los stakeholders son un enfoque integrador que no solo cumple con sus obligaciones económicas, legales, éticas y sociales con respecto a sus accionistas, si no también hacia a los empleados, clientes, comunidades locales, medioambientales, proveedores y distribuidores.

En la actualidad han surgido iniciativas mundiales y regionales que han impulsado la incorporación de la responsabilidad social empresarial en la estrategia empresarial con la finalidad de promover la cooperación de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible así como fomentar las actuaciones responsables de estas empresas en las comunidades que operan. La práctica de la responsabilidad social empresarial es una pieza clave, en la medida que ello afecte a las estrategias de comunicación de las empresas sobre su compromiso en los consumidores y tener una influencia positiva sobre las actividades hacia la empresa, su imagen y su reputación. Los consumidores esperan de las empresas que demuestren los valores sociales, así como la evaluación de las alternativas que se ofrecen en el bienestar de la sociedad y la comunidad.³⁸

Las dimensiones medioambientales se concretan en la mencionada inversión de I+D para hacer un proceso productivo mas compatible con el medio ambiente; la reducción del despilfarro de recursos, tener un código de ética de conducta, publicar un informe anual del medio ambiente.

³⁸ AXIXRSE. Avanzar en la construcción de un sistema Regional RSE. Tema 2: el papel de los grupos de interés o Stakeholders., Pag. 1-2. Recurso electronico. [consultado abril de 2011] <www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/downloadfile.aspx?Id>

Las dimensiones sociales se centran en las prácticas laborales con respecto a los derechos humanos y cooperación social en el mejoramiento de la calidad de vida en todas las regiones donde operan la empresa. En esta dimensión la empresa debe rechazar la violación de los derechos humanos, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida en toda las regiones donde funciona la empresa, ofreciendo un trabajo justo a todo sus trabajadores independientemente del genero, raza, procedencia y religión; también ayudando a los países en su desarrollo, formación de sus empleados y respetando los derechos humanos. Las dimensiones económicas es obtener los mayores beneficios posibles, tener precios bajos con productos o servicios de calidad y preocuparse en la creación de empleo.

Para otros autores, la Responsabilidad Social se considera como una restricción al Comportamiento individual y de las empresas, que no permite actividades destructivas aunque sean rentables, puesto que hay un objetivo superior que es el del bienestar de la sociedad³⁹

De igual manera es importante señalar que las organizaciones empresariales pronto asumieron el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, como fue el caso del conservador Comité para el Desarrollo Económico de Estados Unidos, que emitió el informe “Responsabilidad Social de las Corporaciones de Negocios” en el año 1971. Este hecho supuso un importante impulso a la aceptación del

³⁹ ANDREWS. MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. Capitulo 2. 1971. Recurso electronico. [consultado abril de 2011]. <http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/10016/2333/14/2.marco_teorico.pdf>

concepto de la Responsabilidad Social Empresarial en la comunidad empresarial y promovió el movimiento social.

La idea del futuro y de las generaciones siguientes está presente en el enfoque de responsabilidad social empresarial; Por ello las acciones de la empresa son responsables socialmente cuando al ser juzgadas por la sociedad del futuro se consideran que han sido de máxima ayuda porque han proveído a la sociedad de los bienes y servicios que deseaba y en las cantidades requeridas, con el mínimo coste financiero y social, y éste ha sido distribuido equitativamente.⁴⁰

En esta definición la idea del futuro y por tanto de la sostenibilidad, se completa con varias de las ideas que subyacen en las teorías sobre la responsabilidad social empresarial y que se repiten en diversos autores.

Las empresas requieren que su actuación sea legitimada por la sociedad, que “juzgará” su actividad. El objetivo de las empresas es proveer a la sociedad de lo que desea, sin embargo, autores con un enfoque basado en la ética,⁴¹ advierten de que no es socialmente responsable que las empresas fuercen el consumo, haciendo desear bienes que no son necesarios, por lo tanto se hace un llamado de atención a la sobreproducción de bienes, ligada estrechamente con la utilización de recursos y por lo tanto con la sostenibilidad.

⁴⁰ FARMER Y HOGUE.1985, pag.4. Recurso electrónico. [consultado abril de 2011].
<http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/10016/2333/14/2.marco_teorico.pdf>

⁴¹ CORTINA, Adela. Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial. Ed. Siglo del hombre. Santa fe Bogotá, 2003., Pag. 56

El menor “coste financiero” se logra con la utilización eficiente de los recursos, por tanto es otro de los factores en directa relación con la sostenibilidad. El menor “coste social” al que aluden y la “distribución equitativa” de los costes, advierte sobre la exigencia de equilibrio entre los tres ejes (económico, social y medioambiental), por el que no puede optimizarse uno de los ejes (el económico) a costa de un mayor coste social o medioambiental. Sin embargo, la definición del punto o proporción dónde se sitúa el reparto equitativo, precisará de una aportación y decisión normativa. El sistema de asignación por el mercado, señalan los autores, es ineficaz para realizar el reparto de costes, pues la mayoría de los costes sociales no quedan incluidos en él, sino que aparecen como externalidades (medioambientales y sociales).

Para algunos autores, en Estados Unidos el Estado regula cada vez más el conjunto de las materias que están incluidas en la responsabilidad social empresarial (protección medioambiental, de salud y seguridad en el trabajo, de protección de la seguridad en el consumo y de igualdad de oportunidades en el empleo), por tanto, si la empresa las asume con anticipación le sirve de entrenamiento para lo que vendrá después. Sin embargo el avance de las medidas reguladoras está unido al color del gobierno en el poder, y al nivel previo que se hubiera alcanzado. Precisamente en la Europa de los años 2000, aún con grandes avances de regulación en materias medioambientales o de consumo, se

discute si se está abandonando la Europa social. Así, la realidad y amenaza de la “deslocalización” está llevando a pactos, como el de la industria del automóvil alemán, con incremento de horarios y reducción de salarios para mantener los empleos y no deslocalizar.

Uno de los grandes argumentos de los que combaten actualmente el enfoque responsabilidad social empresarial, es que consideran que la autorregulación de las empresas es un elemento sustitutivo y retardatorio de la regulación pública, que debería ser el mecanismo utilizado. Mas teniendo en cuenta como el proceso de globalización es mucho más exigente y restringe con mas aceleración el aspecto de la auto regulación natural del medio ambiente.

Por otra parte el impacto del modelo industrial sobre los recursos naturales se ha potenciado por el incremento del nivel de desarrollo, la aceleración del crecimiento de la población y la necesidad ética de beneficiar a toda la población mundial. La globalización ha acelerado todo el proceso⁴²

Las buenas practicas empresariales que se impusieron a finales del siglo pasado, expusieron una necesidad de unir el término responsabilidad social a las empresas, las cuales son las mayores responsables de la contaminación y la condiciones de vida de las comunidades urbanas y rurales.

⁴² STIGLITZ, 2002; Mulder y Ortiz 2001; de la Dehesa 2000; Beck 1998; Lafontaine y Müller 1998; Huntington 1996; Schmidheiny 1992

La necesidad de reducir el uso de recursos y los desechos producidos por las actividades empresariales, exige de las empresas el desarrollo de nuevas capacidades y actividades. Las empresas que posean este tipo de capacidades y realicen las actividades bajo este nuevo modelo dispondrán de ventajas competitivas.⁴³

Las empresas entonces deben optar por una planeación estratégica enfocada solo en brindar un mayor valor agregado a sus productos, por medio de una carga al costo medioambiental y humano que sea de libre publicación a fin de que su producto y marca gocen de recordación y predilección en el tiempo y por ende se mejore el nivel de competitividad de la empresa.

La finalidad de toda estrategia empresarial es educar a la empresa de cómo crear más valor de forma persistente; el que se consiga depende del atractivo del sector y de lo acertado del modelo de negocio elegido. El éxito de la estrategia se basa en lograr el mantenimiento de la ventaja competitiva.⁴⁴

La literatura de gestión empresarial ha analizado cómo lograr la persistencia de la ventaja competitiva bien a través de las actividades⁴⁵, “como por medio de la denominada teoría de recursos y capacidades”⁴⁶

En la denominada visión dinámica de la empresa se unen ambas teorías, señalando que la ventaja competitiva depende de las actividades, recursos y capacidades. La inclusión de principios de desarrollo sostenible en el nuevo

⁴³ SENGE, 2001; Hart 1997; Hart 1995; Porter y Linde 1995; Shrivastava 1995; Shrivastava 1994

⁴⁴ GRANT, 2004; Cuervo 2004; Mateos 1998; Porter 1991; Porter 1987; Porter 1986; Porter 1980.

⁴⁵ PORTER, Michael. Ser Competitivo. Editorial Deusto. Mexico. 1996

⁴⁶ GRANT, 2004, Barney 1991. MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. Recurso electrónico. [consultado abril de 2011].

<http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/10016/2333/14/2.marco_teorico.pdf>

modelo de empresa, incide sobre el grado de persistencia de las ventajas competitivas; la visión dinámica y sostenible exige cambios en las actividades, recursos y capacidades de la empresa; estos cambios pueden producir mayor durabilidad de la ventaja competitiva, para lo cual se precisarán cumplir ciertos requisitos. Los cambios requeridos por el enfoque sostenible en las actividades, recursos y capacidades de la empresa son los siguientes:

- Se impone la necesidad de cambio en la forma de actuar respecto a la sociedad: porque las empresas tienen más poder en la sociedad y por tanto más responsabilidad y porque este tipo de conducta crea la posibilidad de más valor a largo plazo para el accionista.
- “Se necesitan nuevas capacidades y actividades que superen la escasez de recursos naturales y la generación de desechos.”⁴⁷.
- Se deben desarrollar nuevas capacidades en las relaciones de interdependencia con los grupos de interés denominados contextuales: administración pública, creadores de opinión y conocimiento (medios de comunicación, ONG, universidad, comunidad científica...) y comunidades locales, países y sociedades donde las empresas realizan sus operaciones o que resulten afectados por ellas. Hay que dotar de nuevas formas y nuevos

⁴⁷ Ibidem. SENGE. 2001

contenidos a las relaciones que ya se mantenían. Estas capacidades y actividades tienen carácter tácito, dependiente de la historia y trayectoria de la empresa y socialmente son complejas por lo que son difíciles de imitar y sustituir, lo que confiere mayor durabilidad a la ventaja competitiva que puedan generar. La nueva misión de la empresa es encontrar oportunidades que sean beneficiosas tanto para ella como para la sociedad. Los directivos precisan estar en conexión permanente con los grupos de interés señalados, no sólo con los accionistas, lo que les permitirá prever con anticipación los cambios en el entorno.

- Se precisan cambios en las relaciones con los empleados: en la sociedad del conocimiento es necesario conseguir el interés por el aprendizaje, para incrementar la creatividad y la imaginación colectivas.
- Los investigadores han comprobado en empresas que han asumido principios de desarrollo sostenible, un fuerte alineamiento con los valores de los empleados. También se han tenido que cambiar el estilo de dirección, la política de transparencia informativa, los sistemas de selección y retribución y la seguridad en el empleo.⁴⁸
- Se necesitan cambios en las relaciones con suministradores y clientes para basarse en la confianza, y en la colaboración, disminuyendo la tensión

⁴⁸ IESE et al, 2002; Pfeffer y Veiga 1999; Soriano Gapuz 1999; Pfeffer 1998

competitiva. Favorecer el intercambio de información, formación, tecnologías, además de fomentar los compromisos a largo plazo. Las fronteras cada vez más difusas de las organizaciones, requieren este nuevo tipo de interrelaciones. Para que los cambios que se han expuesto repercutan en una ventaja competitiva sostenible para la empresa, se requiere reunir los siguientes requisitos:

- Que los cambios sean valorados. La sociedad está exigiendo cada vez más a las empresas un modelo de funcionamiento compatible con el desarrollo sostenible. Las numerosas encuestas realizadas (y sobre muestras muy amplias), han arrojado resultados concluyentes. Cabe destacar The Millenium Poll on Corporate Social Responsibility realizada en 1999 por Environics, The Prince of Wales Business Leaders Forum y The Conference Board, que fue realizada en 23 países de 6 continentes, sobre una muestra de más de 25.000 personas. El 66% de los entrevistados manifiestan conceder privilegios a las empresas que incluyen en su estrategia los objetivos sociales. Se apunta una nueva dirección y se introducen nuevos valores en la sociedad productora y consumidora. “La Responsabilidad social empresarial se va a transformar en un gran diferencial competitivo en el siglo XXI.”⁴⁹ Diversos autores sostienen que las fuentes de ventaja competitiva persistente que genera el desarrollo sostenible, provienen de la innovación y de la reputación

⁴⁹ PETROSKI. 2001.

- Que los cambios no sean imitables. Las capacidades propuestas son tácitas (no se pueden verbalizar o formalizar), socialmente complejas (muchas personas involucradas en su desarrollo y mantenimiento), la historia, trayectoria y experiencia de la empresa son activos intangibles importantes (su estatus actual depende de los previos). Todo eso las hace difícilmente imitables, no se podrían lograr contratando a algunos empleados de la empresa, porque las ventajas están basadas en el conjunto. Que los cambios no sean sustituibles. Se reduce el riesgo al interiorizar los cambios y desarrollar las relaciones con los grupos de interés. En resumen, el fundamento teórico de la responsabilidad social es:

a) un cambio en el paradigma de funcionamiento de la empresa, ya que de un fin exclusivamente dirigido a los resultados económicos, se ha pasado a un triple objetivo ("triple bottom line"), incluyendo, además de lo económico, lo social y lo medioambiental.

b) Los grupos de interés de la empresa están requiriendo un mayor reconocimiento de sus intereses y representación.

c) Como consecuencia de los dos puntos anteriores, la estrategia y actividad de la empresa tienen que adaptarse a los cambios producidos. Los

comportamientos o actividades de la empresa deben cumplir los requisitos de sostenibilidad y de interrelación con los grupos de interés. Sobre la base de lo anterior, las empresas aumentan su convencimiento de que la responsabilidad social puede tener un valor económico directo.

A medida que se enfrentan con los retos de un entorno en continua transformación, impulsado por la globalización y las presiones del mercado interior, contrastan la efectividad del nuevo enfoque. La responsabilidad social se integra como inversión estratégica en el núcleo de la estrategia empresarial, en sus instrumentos de gestión y en sus actividades, y trata de minimizar los riesgos relacionados con la incertidumbre.

Por otro lado en la actualidad el desarrollo sostenible se compagina en el contexto de la globalización con el fin de involucrar la justicia, la satisfacción de las necesidades de todos los seres humanos, la equidad en el acceso a los recursos, las oportunidades de desarrollo y el incremento de la calidad de vida, sin usar los recursos naturales mas allá de las capacidades del medio ambiente.

Esto hace referencia a un cambio progresivo en la calidad de vida tanto del ser humano como de las empresas, en tres aspectos: el bienestar económico, social y ambiental. Este crecimiento debe satisfacer necesidades a corto, mediano y largo plazo. El termino desarrollo sostenible, perdurable o sustentable se aplica al

desarrollo socio-económico y fue formalizado por primera vez en el documento conocido como informe Brundtland (1987), fruto de los trabajos de la Comisión Mundial de Medio ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas, creada en una Asamblea de la Naciones Unidas en 1983. Dicha definición se asumiría en el Principio 3º de la Declaración de Río (1992): satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para entender sus propias necesidades.

1.7 MARCO NORMATIVO

Para iniciar a establecer y concretar los matices que caracterizan a la Responsabilidad Social interna, es necesario acudir a uno de los documentos canónicos que venimos utilizando hasta ahora, el denominado Libro Verde realizado en el año 2001 por la Comisión de las Comunidades Europeas, por ser este un escrito que concreta su suficiente detalle de las dimensiones citadas.

En dicho documento se especifica que las prácticas responsables en lo social que inciden en lo interno organizativo afectan, en primer término a los trabajadores y que se refieran en concreto a cuestiones relativas a la gestión e inversión en recurso humanos, a la salud y seguridad en el trabajo y a la gestión del cambio. En segundo lugar y como cuarto elemento a considerar, se tienen en cuenta como referentes propios, derivados de los

intraempresarial, las practicas de respeto al medio ambiente, lo cual tiene que ver con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción⁵⁰

El libro verde tiene como objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la unión Europea la responsabilidad social de la empresas a nivel europeo e internacional, en particular sobre cómo aprovechar al máximo las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. “Propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel activo”⁵¹ con lo anterior, la Unión Europea intenta determinar sus valores comunes adoptando una Carta de los Derechos fundamentales y muchas empresas europeas reconocen claramente su responsabilidad social frente a aquellos grupos o personas que intervienen en la organización y a su vez contribuyen al éxito.

Libro blanco: Algunos países de la unión europea como España han publicado el Libro Blanco del la RSE. Elaborado por la Subcomisión Parlamentaria de Responsabilidad Social del congreso de Diputados el 13 de diciembre de 2006, con el objetivo primordial de potenciar la responsabilidad social para fomentar y

⁵⁰ COMIISON DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001):” Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social en la empresas”,18-7-2001, COM (2001) 366 final., Pag. 8 a 12,-”2.1. – Responsabilidad social de las empresas: dimensión interna”.recurso electronico. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf>. [consultado abril de 2011]

⁵¹ Ibidem

gestionar la misma, tanto en empresas como en administraciones públicas y otros grupos de interés. Para el libro blanco la RSE es un proceso que integra en la toma de decisiones los impactos ambientales, sociales y económicos.

A este libro lo componen tres capítulos:

Capítulo I: Analiza cómo está constituida dicha subcomisión, como ha trabajado el diálogo social con los grupos de interés que ha consultado y quienes forman estos grupos de interés.

Capítulo II: es el núcleo del documento, presenta un resumen de las 61 comparecencias agrupadas por temas, exponiendo los distintos puntos de vista de los grupos de interés consultados sobre los diferentes aspectos de la RSE: definición, contenidos, legislación, prácticas, reporte, verificación, etc.

Capítulo III: se muestran las conclusiones del capítulo anterior clasificado en tres secciones: constataciones, directrices generales, recomendaciones

1.7.1 SA 8000. SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL

Creada y patrocinada por la Social ACCountability Internacional (la actual SAI, anteriormente denominada CEPAA, Council on Economic ÇPriorities Accreditation Agency, es una agencia acreditativa que su sede en Nueva York y que está especializada en Responsabilidad Social corporativa mediante la elaboración y acreditación a través de estándares.

Es una norma global con mayor reconocimiento para la gestión de los derechos humanos en el puesto de trabajo de. Es la primera norma auditable apta para organizaciones de todos los tamaños en cualquier lugar del mundo que proporciona un marco para garantizar a todas las partes interesadas que la gerencia de su entidad administra la responsabilidad social.⁵²

Los requerimientos de la responsabilidad social incorporados en esta norma son:

Rechazo al trabajo infantil y a los trabajos forzados, salud y seguridad en el trabajo, libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, no discriminación, medidas disciplinarias (que no incorporen castigos corporales, coerción mental o física, ni abusos verbales), horario de trabajo (que no exceda 48 horas semanales), y remuneración (que supla las necesidades básicas).

Como en todo proceso de verificación para la obtención de una certificación, un organismo externo dará fe de que los requerimientos de la Norma están siendo cumplidos debidamente, una vez la empresa es auditada y el certificador autorizado acepte la solicitud, la empresa será reconocida como Solicitante SA8000 certificado., la renovación debe realizarse cada tres años

⁵² CANEDA, MANUEL. La responsabilidad social corporativa interna. INTERNATIONAL SATNDAR (SAI. "Responsabilidad Social 8000, Norma SA 8000", SAI, 30 Irving Place, 9 floor, New York, 10003. Madrid.1997.

1.7. 2 AA1000

Creada y puesta en circulación en el año 1999 por el ISEA (Institute of Social and Ethical Accountability), una organización internacional de socios con sede en Londres cuyo objetivo es la mejora de la responsabilidad y la rentabilidad social de las empresas y organizaciones a nivel mundial.⁵³

AccountAbility 1000 es una norma de procedimiento que garantiza la calidad transparente de las rendiciones de cuentas, evaluaciones y divulgación sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial. Los métodos describen los procesos y las interacciones entre la planificación, contabilidad, auditoria y difusión. Especifica los procesos que debe llevar a cabo una organización para responder por sus acciones, pero no por los niveles de desempeño que la empresa deberá alcanzar en los indicadores sociales, ambientales y económicos.

- Las características clave de esta norma son:
- Cubre todos los aspectos del resultado organizacional como “resultados disponibles”.
- Se centra en la relevancia del tema en relación con las partes interesadas, así como en la precisión.
- Examina de manera exhaustiva como la organización comprende sus propios resultados e impacto, y los puntos de vista de las partes interesadas.

⁵³ Estándar AA1000 esta auspiciado por el ISEA, Institute of Social and Ethical Accountability, Unit A, 137 Shepeherdess Walk, London N1 7RQ, United Kindom. Recurso electronico. [Consultado abril de 2011].
<<http://www20.gencat.cat/docs/rscat/02%20%20Ambit%20Empreses%20i%20Organitzacions/Documents/Arxius/AA1000.pdf>>

- Se puede aplicar a diferentes tipos y tamaños de organizaciones y puede ser usado por expertos en aseguramiento provenientes de diversas áreas geográficas y de otras culturas y sociedades.

1.7.3 ISO 14001

Es un intento de configurar una norma internacional voluntaria para gestión medioambiental. Creada por la institución ISO (organización Internacional de Estandarización) con sede en Ginebra (Suiza). Esta norma está concebida para que pueda ser el referente como modelo para que las empresas, de manera voluntaria, organicen su gestión medioambiental en función de un estándar normativo de funcionamiento y revisión, sirve para gestionar el delicado equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción del impacto medioambiental.

Algunas características:

- Esta norma no especifica niveles de actuación ambiental. Su intención es proveer un marco para un enfoque holístico y estratégico, para las políticas, planes y acciones de las organizaciones.
- La norma ofrece los requerimientos genéricos para un sistema de gestión ambiental.

La filosofía que subyace es que los requerimientos para un sistema de gestión ambiental efectivo son los mismos en todas las organizaciones⁵⁴

1.7.4 ISO 26000. NORMA ISO GUÍA SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

En enero de 2005, un grupo de trabajo fue establecido dentro de la ISO (organización Internacional de Normalización) para desarrollar estándar internacional que diera lineamientos para la responsabilidad social. A finales del 2010 la guía fue publicada.

Pretende ayuda a las organizaciones alcanzar confianza mutua con partes interesadas, algunas características son:

- Es una norma guía internacional de uso voluntario
- No será certificable
- Su enfoque es pragmático y simple
- Facilitara a todos los stakeholders la adopción de prácticas socialmente responsables.
- La guía no ira acompañada de un sistema de gestión.

Cualquier organización que quiera mejorar su responsabilidad social, debe evaluar regularmente sus procesos y roles en la sociedad.

⁵⁴ CIEMENTS, Richard B. (1997):” Guía completa de la Normas ISO 1400”, Barcelona, Editorial Gestión 2000.

Todos los segmentos de la sociedad pueden contribuir a la sostenibilidad y existe una necesidad de instrumentos que ayuden a los involucrados a afirmar y hacer operativa la meta de la sostenibilidad. Existe una necesidad de la ISO 26000⁵⁵.

Como se nombro anteriormente la ISO26000 será una guía técnica de carácter voluntario. Su objetivo es constituirse en un modelo de gestión integral que incluye los aspectos económico, ambiental y social. Es un complemento que finalmente integra los temas de calidad y ambientales con los temas sociales. Esta adopta una perspectiva ética de las organizaciones a partir de la cual se orienta a evaluar los impactos sociales y ambientales de sus decisiones. De tal modo, pide que éstas sean consistentes con el desarrollo sustentable, incluyendo el bienestar general de la sociedad y el cumplimiento con la legislación nacional e internacional aplicable.

1.7.5 SGE 21, 2008 SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE, ÚNICA NORMA CERTIFICABLE EN RSE DEL MUNDO

Es la primera norma europea que establece los requisitos que debe cumplir una organización para integrar en su estrategia y gestión la Responsabilidad Social. Surge como resultado del trabajo nutrido grupo de directivos y líderes de opinión que, en el X Congreso de Calidad y Medioambiente celebrado en 1999 en Barcelona, se cuestionaban de qué manera se podía poner en valor

⁵⁵ Recurso electronico. < [http:// www.iso.org/or](http://www.iso.org/or)>. [consultado abril de 2011]

una cultura de empresa basada en la responsabilidad de todos los miembros frente al conjunto de la sociedad.⁵⁶

Los requisitos certificables de esta norma de organizan en nueve áreas de gestión: alta dirección, clientes, proveedores, personas que trabajan para la organización, entorno social, entorno ambiental, inversores, competencia, administraciones públicas

Dicho de otro modo, la SGE 21 es la primera herramienta que pone a disposición de las organizaciones una sistemática enfocada a la integración voluntaria de sus preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales y en las relaciones con sus grupos de interés.

Una muestra del valor añadido que aporta a las organizaciones la SGE 21 es que es la única norma que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en Gestión Ética y Responsabilidad Social.

Global Reporting Initiative (GRI): fue creado en 1997 por iniciativa de la Coalition for Environmentally Responsible Economies(CERES)⁵⁷ y el programa de las Naciones unidas para el medio ambiente (PNUMA), con la misión de elaborar y difundir una guía para la elaboración de informes de sostenibilidad y aplicación mundial, y de manera voluntaria por organizaciones que desearan informar sobre

⁵⁶ Recurso electrónico. <<http://www.sge21.foretica.es/es/index.asp>>. [consultado abril de 2011]

⁵⁷ Recurso electrónico. <<http://globalreporting.org>>. [consultado abril de 2011]

los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

Algunas características:

- Estándar internacional
- De uso voluntario por parte de las organizaciones
- No es un sistema de gestión para controlar y evaluar el desempeño económico, social y ambiental, incorpora indicadores

1.7.6 OHSAS 18000

Son una serie de estándares internacionales voluntarios publicada en 1999, relacionados con la gestión de la seguridad y la salud en el trabajo. Tiene como base para su elaboración las normas BS8800 de la British Standard. Participaron en su desarrollo las principales organizaciones certificadoras del mundo, abarcando más de 15 países de Europa, Asia y América.

La norma OHSAS 18000 no requiere de una certificación obligatoria esta es voluntaria. Sin embargo, si la empresa decide certificar su sistema de gestión de salud y seguridad ocupacional, debe estar en condiciones de demostrar que ha cumplido con los requisitos especificados por esta norma, otorga validez y credibilidad a nivel internacional, el hecho de contratar a un tercero independiente que certifique la conformidad con lo establecido en la norma.

Bajo el nombre de normas OHSAS se agrupan tres documentos.

OHSAS 18001: son la base o definición teórica acerca de la salud y seguridad ocupacional. En ella se establecen las líneas generales que debe contener un sistema de OHS.

OHSAS 18002: es una guía de la ejecución de las OHSAS 18001

OHSAS 18003: es un documento cuyo objetivo es facilitar el desarrollo de esquemas de acreditación de auditores y certificadores.⁵⁸

1.7.6 GUIA TECNICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COLOMBIANA

A mediados de 2008 se publicó la Guía colombiana en Responsabilidad Social (GTC 180). Esta guía fue construida a través de proceso que se inició en 2002, y que contó con el trabajo del comité técnico colombiano 180 de responsabilidad social que convocó a diversos actores relacionados con el tema, bajo la coordinación del ICONTEC. La guía se elaboró con el propósito de dar directrices para:

- Establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión.
- Involucrar a las partes interesadas (stakeholders) en un gestión socialmente responsable y

⁵⁸ CEPYME ARANGON. Serie de normas OHSAS 18000:1999. Recurso electrónico. <http://www.oshsas-18001-occupational-health-and-safety.com/>. [consultado abril de 2011]

- Comunicar y evidenciar este enfoque ante las partes interesadas

De acuerdo con esta guía, una gestión socialmente responsable de las organizaciones se enmarca en los siguientes principios. El respeto a la dignidad de la persona humana, la responsabilidad legal, la autorregulación ética: integración coherente de la misión, visión con el marco ético construido por la organización, la participación, el enfoque de procesos, la solidaridad, el trabajo por beneficio mutuo, el desarrollo humano integral y la mejora continua.

1.8 DISEÑO METODOLOGICO

1.8.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio escogido es el Exploratorio – Descriptivo

1.8.1.1 EXPLORATORIO

En razón a que no se conoce hasta el momento que se haya realizado un estudio igual o similar en Palmira, no hay fuentes de información que así lo indiquen. Se realizará la investigación sobre responsabilidad social empresarial buscando evaluar su aplicación y efectividad a partir de un examen preliminar de los mecanismos utilizados para determinar, ejecutar y controlar los recursos destinados a los proyectos en pro de la sociedad, con lo que se busca identificar problemas u oportunidades, establecer perspectivas acerca de las variables actuantes en el control, así como la recopilación de información sobre problemas asociados.

1.8.1.2 DESCRIPTIVO

Se considera como propicia esta técnica porque permite hacer un análisis profundo y direccionado para evaluar y seleccionar variables o problemas específicos de la eficacia del manejo y ejecución de los recursos destinados para la responsabilidad social empresarial.

1.8.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

1.8.2.1 DEDUCTIVO Y ANALÍTICO

Se utiliza este método de investigación porque del análisis general de cifras estadísticas que poco revelan por sí solas, por ello se busca identificar y relacionar diferentes factores para obtener una lectura clara de la situación que lleva a tomar decisiones acertadas en materia de generación de proyectos en pro de la sociedad. Una de las principales tareas en la presente investigación es la de conocer y analizar los resultados de cada acción llevada a cabo el ingenio Riopaila Castilla S.A para cumplir con su objetivo de Responsabilidad Social Empresarial.

1.8.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

1.8.3.1 PRIMARIAS:

Las fuentes primarias son los funcionarios de la empresa Riopaila Castilla S.A que desarrolla gestión de proyectos sobre responsabilidad social empresarial, con el fin de conocer la aplicación contable y financiera en cuanto al manejo de los recursos, y programas en beneficio de la sociedad palmireña

1.8.3.2 SECUNDARIAS:

Información escrita a través de textos bibliográficos sobre la responsabilidad social empresarial, revistas, proyectos de inversión social, y Normatividad sobre el particular, e información obtenida en diferentes fuentes del Internet.

1.8.4 TECNICAS

1.8.4.1 ENTREVISTAS

Se realizará entrevista con los representantes de la empresa Riopaila Castilla S.A para conocer su modo de operación, diseño, ejecución y control de proyectos, reglamentos, normas que las rigen, tipos de informes, entidades con las que tienen relación. De igual forma entrevistas con funcionarios de la empresa para obtener información sobre presupuesto de inversión, proyectos a desarrollar, ubicación del mismo entre otros aspectos, buscando cumplir con el objetivo de determinar la aplicabilidad de la responsabilidad social mediante entrevista focalizada.

1.8.4.2 ANÁLISIS DOCUMENTAL

Análisis de registros, informes, recomendaciones hechas, normatividad, presupuestos aplicados a la responsabilidad social, siendo una observación no participante con la cual se cumplirían los objetivos referentes al conocimiento de la

ejecución, desarrollo y control del ejercicio de la responsabilidad social empresarial en Riopaila Castilla S.A

1.8.5 TRATAMIENTO DE LA INFORMACION

Al efectuar la recolección de datos, se realizará una clasificación de la información, un modelo de entrevista, lista de chequeo o verificación del proceso de control en los proyectos, se efectuará un registro de la información, para realizar el informe o diagnóstico de lo que se considera relevante para la investigación.

2. ORIGEN Y CONCEPTO SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL

2.1 HISTORIA SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL

El término de Responsabilidad Social Corporativa fue empleado como tal, en el siglo XX, sin embargo las compañías ya demandaban iniciativas que promovieron los intereses de los trabajadores, de la comunidad en general y del medio ambiente, desde el siglo XVIII. Por ejemplo en 1790 un boicoteo de consumidores ingleses referentes a la azúcar producida por esclavos del Caribe, la East India Company cambio sus prácticas y compro su azúcar de productores sin esclavitud en Bengal; otro ejemplo podrían ser las ciudades construidas como Quaker Lead Company en Inglaterra en 1800; para sus trabajadores, las escuelas y las bibliotecas para las familias, y las bombas de agua usadas para reciclar el agua como parte de su proceso industrial.⁵⁹

Otras compañías industriales tales como Cadbury y Rowntrees en el Reino Unido, Guinness en Irlanda, y Hershey en los Estados Unidos, han introducido programas con una dimensión fuerte de la responsabilidad social en el siglo XIX.

Estas iniciativas parten de la fuerte influencia en los valores religiosos y la conducta ética de donde provienen tres aspectos principales que dan origen a los estatutos del sector corporativo en cuanto a la filosofía que poco a poco se va implementando por la alta dirección de las empresas para actuar en pro del beneficio social.

⁵⁹ ALEA, Alina (2005). Breve historia de la educación ambiental: del conservacionismo hasta el desarrollo sostenible. Revista Futuros. "Revista Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sostenible" No. 12. Vol 3.

La administración y el paternalismo: incorpora la idea de que las sociedades que se encontraban en un lugar privilegiado o de abundancia debían tomar decisiones a favor del bienestar de sus empleados y crear actividades para los menos afortunados. Estos ejemplos tempranos algo se asemejan al concepto moderno de la responsabilidad social corporativa, son la excepción a la regla ya que no parten de un acuerdo entre las partes en donde se evidencie la importancia de las corporaciones en ser socialmente responsables.

Estas ideas se asocian a la responsabilidad social corporativa que actualmente reflejan actitudes y experiencias de organizaciones y programas que promueven la inclusión voluntaria en las operaciones cotidianas, de acciones a favor de la sociedad y la ecología, desde un punto de vista rentable, competitivo y de sostenibilidad. Un valor añadido a este interés es el hecho de que las funciones del Estado, resultante de la adopción del modelo liberal por parte de las principales economías del mundo, se han reducido sustancialmente, implicando que muchas de las demandas ciudadanas ya no puedan ser satisfechas a través del gasto público y que las prácticas empresariales socialmente responsables hayan adquirido, por tanto, una gran importancia desde finales del pasado siglo.⁶⁰

El Estado de bienestar, cuyo modelo adoptaron e impulsaron los países desarrollados después de la Segunda Guerra Mundial, y que posteriormente, si bien de modo parcial, replicaron algunos países de la América Latina se atribuyó la ampliación de los derechos sociales y la procuración de condiciones aceptables

⁶⁰ BULL, Benedicto (2004). Responsabilidad social de las empresas: ¿Una solución para el desarrollo en América Latina? Revista Venezolana de Gerencia ISSN 1315-9984

de vida para la población, sin dejar de garantizar las bases para la creación de capital. Para lograr estos objetivos, el Estado amplió su campo de acción y fundó nuevas instituciones, desarrollando diversas estrategias de gestión pública para articular los esfuerzos colectivos.

A partir de los setenta, el modelo de acción gubernamental para hacer frente a las numerosas necesidades sociales entró en crisis debido principalmente a la insuficiencia de recursos por parte del Estado. Sobresalientes y amplios esfuerzos de investigación se han dedicado a abordar sus causas, resultando destacables la corrupción, el descontrol político y presupuestal, el dominio del paradigma neoclásico, la gestión estratégica y los recursos públicos insuficientes. A la reducción de las posibilidades de maniobra de los gobiernos, hay que sumar el descrédito en el que han incurrido sindicatos y partidos políticos, no solo con el fin de garantizar un mejor nivel de vida de sus seguidores, sino para establecerse como canales de intermediación eficaces y de representación real.

El mercado y su consecuente promoción de la actividad privada cobraron gradualmente importancia frente a la inevitable disminución de la presencia económica del Estado. De tal modo que si en los tiempos del bienestarismo las políticas públicas constituyeron mecanismos de redistribución del ingreso para compensar las desigualdades sociales, con el mercado, los actores y sus funciones adquirieron una nueva dimensión social, política y económica.

En un entorno de economía globalizada, las relaciones productivas y sociales cambiaron radicalmente, evidenciando la incapacidad del Estado para proporcionar respuestas. Por lo que se observa la necesidad de diseñar políticas que coloquen en una nueva esfera de responsabilidades a todos los involucrados en la tarea de lograr por lo menos el mejoramiento de las condiciones de vida, el bienestar social y la calidad. Lo que hace denotar como actores claves en este proceso a las empresas privadas y los organismos internacionales para asumir ante la sociedad el compromiso de su participación para la resolución de problemas.⁶¹

2.2 CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Cada día las empresas se preocupan por involucrarse con la sociedad, sus intereses no están reflejados en un simple canal de compra de un servicio o producto sino que va mas allá, se intenta crear un vínculo de confianza entre la empresa y su público. A este tipo de relación se le denominó Responsabilidad Social Empresarial (RSE), término que se pronunció, con mayor fuerza, en Colombia en la década de los 90's; a partir de este momento las empresas empezaron a tomar los problemas de las sociedad en la que intervienen como suyos y de esta manera empezaron a incluir dentro de sus estrategias factores que alivianaran estas situaciones.

La actual forma de Responsabilidad Social surgió en los años noventa y representa una convergencia de ideas y evoluciones. La fuente más significativa del actual concepto de fue la preocupación por el medio ambiente, vinculada a la idea de desarrollo sostenible, elaborada por la Comisión

⁶¹ CORREA, María Emilia. Responsabilidad social empresarial: una nueva forma de hacer negocios. Revista Futuros No. 6. Volumen 2. 2004

Brundtland a finales de los años ochenta y aceptada por la Cumbre de la Tierra de Río en 1992. Durante ese período, los sindicalistas desempeñaron un papel fundamental al vincular el medio ambiente a los aspectos sociales y estimular la convicción, hoy ampliamente aceptada, de que las medidas buenas para el medio ambiente también pueden serlo para el rendimiento financiero de la empresa.⁶²

Hablar de responsabilidad social nos lleva a comprender al mercado como un ámbito de colaboración, construcción de intereses comunes, reglas de cooperación y normas de conductas aceptadas mutuamente, pues el mercado es una gran red de cooperación, en la que cada actor es dependiente de los demás. Además, el mundo de las organizaciones, incluso en el actual marco del mercado global, es cooperativo, y esa cooperación básica marca los límites de toda competencia, pues en realidad toda gestión supone grandes y complejas formas de cooperación y confianza.

La responsabilidad social es más que un concepto, es una forma de actuar de cada una de las organizaciones; el medio ambiente, la pobreza, la violencia, entre otros problemas sociales, son factores en los que se debe intervenir y, que desde hace mucho dejó de ser un problema del gobierno para ser un problema compartido tanto por el sector público como privado.

⁶² HERNANDEZ, David. La Responsabilidad Social de los conceptos a la gestión en las organizaciones. Editorial norma. Colombia.2003., pag.168

Según Hernández la responsabilidad social es un término utilizado en distintas formas y con una multiplicidad de definiciones que dejan serias inquietudes sobre su origen, despliegue e impacto. Por ejemplo, hay quienes prefieren hablar de “Responsabilidad Empresarial” porque creen que el término “Social” no abarca el medio ambiente. Otros prefieren hablar, de “Responsabilidad social” porque no creen que se deban efectuar distinciones con las empresas comerciales y otras organizaciones.⁶³

Son muchas las organizaciones que han intentado dar un significado acertado a este término, según el Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial (CCRE), “La Responsabilidad Social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders) o grupos de interés”.

La Responsabilidad Social Empresarial puede enmarcarse dentro de las prácticas empresariales vinculadas al sistema de gestión, que están encaminadas a mejorar las relaciones con los diferentes grupos u organizaciones con los que se relaciona la Empresa. La responsabilidad social empresarial es un sistema de gestión que considera las expectativas de los grupos de interés además de los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de la actividad empresarial.

La responsabilidad social es la capacidad de respuesta que tiene una Empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los

⁶³ Ibidem., Pag.168

diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno.

La responsabilidad social se divide en dos partes responsabilidad y social. La primera se divide igualmente en dos partes: “responsabilidad interna” y “responsabilidad exigible”.⁶⁴

La responsabilidad interna conocida como *responsibility*, es aquella que maneja los sentimientos que hacen sentir a la persona responsable consigo mismo, y de igual forma, se relaciona con el juzgarse a sí mismo, manteniendo una relación con su yo interno, enfocándose en sus ideales y conciencia. Por otro lado, la responsabilidad exigible conocida como *accountability*, hace énfasis en lo que una persona se siente obligada hacer ante los demás por compromiso con sí mismo, o con el resto de las personas que lo rodea.

De esta manera, se puede decir que los dos términos aunque son diferentes hacen parte de una misma estructura, y se complementan el uno con el otro. Responsibility corresponde a la intimidad del ser humano, por ejemplo el ámbito familiar, mientras que accountability, tiene un enfoque más externo, que es el de contabilidad, el “qué dirán” y como uno debe actuar ante el otro por obligación, o

⁶⁴ SCHARSTEIN, Leonardo. “La inteligencia social de las organizaciones”. 2007. Recurso electrónico. [consultado mayo de 2011].
< <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/20/19> >

simple compromiso. Por ejemplo, aún cuando el jefe se siente responsable por sus sub-alternos, el presidente de la empresa también lo obliga a responder por ellos.

En cuanto a la segunda parte, lo social, tiene que ver con las relaciones Interpersonales, ya que aunque no se crea, finalmente, todos los seres humanos hacen parte de un grupo denominado seres sociales, desafortunadamente, no se ha logrado ser lo suficientemente autónomo para decidir esto, el ser humano, es un ser sociable desde su nacimiento. Al igual que la responsabilidad, lo social también implica dos partes: la interna se refiere a la responsabilidad con la cual la compañía se compromete con sus integrantes. Mientras que, la exigible es aquella que se enfoca como el empleado se compromete con su superior para cumplir diferentes tareas y objetivos planteados por el mismo. De esta manera, se puede decir que la organización tiene dos opciones, la primera es limitarse a cumplir con tan sólo con lo básico o la segunda. Sería ir más allá de las metas y objetivos establecidos, superando el compromiso. “En ese instante la compañía estaría dando más del 100%, estaría dando más de lo que le corresponde”.⁶⁵

Cuando se toca el tema o se habla de capacidad se refiere básicamente a la habilidad para ejercer apropiadamente una gestión empresarial pasando por todas las áreas de trabajo de las empresas, entre estas:

⁶⁵ Correa. María Emilia (2004). Responsabilidad social empresarial: una nueva forma de hacer negocios. Revista Futuros No. 6. Volumen 2.

Normativo: Se refiere a la colección de leyes y reglas generales que la diversidad de instancias del estado imponen para uniformar y disciplinar la función de cada una de las empresas, los mercados y la competencia.

Operacional: Fundamentalmente, este punto hace referencia a las herramientas que logran que las compañías puedan producir sus bienes y prestar sus servicios, teniendo en cuenta los objetivos corporativos a cumplir.

Económico: Se refiere a los recursos relacionados con la instauración de valor y rentabilidad, capital e inversiones, precios, costos, tarifas y prácticas de mercado.

Social: Se enfoca en los aspectos que introducen en quehacer de la empresa con el contexto social en el cual se desenvuelve. De esta manera, logra aportar a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.

Ambiental: “Se basa en los aspectos que ayudan a reconocer el impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible”⁶⁶.

Se puede decir que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se fundamenta en una visión completa de la sociedad y del desarrollo que se basa en la expansión del crecimiento económico y la productividad. Esto contribuye a la

⁶⁶ Ibidem.

mejoría de la calidad de vida de las personas, a la duración de instituciones como: las políticas, democráticas, y de derechos humanos.

2.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA

La empresa está inserta en un determinado sistema económico, que el marco conceptual, define como “correspondiente al modelo de economía social de mercado, lo que implica: Propiedad privada de los medios de producción, Decisiones económicas dispersas y Ánimo de lucro, pero con limitaciones de estos puntos, derivadas de la responsabilidad social de la unidad económica”.

La idea de empresa ha evolucionado desde un concepto cerrado como unidad económica cuyo fin es la maximización del beneficio, a un concepto abierto donde se la considera como un sistema en el que se incorporan tanto la organización interna como las interdependencias con el entorno.

Esta evolución ha ido unida a importantes cambios de todo tipo, sociales, económicos, demográficos, entre otros; lo que ha condicionado y obligado a evolucionar la propia noción que se tenía sobre el concepto de responsabilidad social. Estos cambios se agrupan en las siguientes áreas:

1) Cambios en la sociedad. Lo que implica una crítica al orden social y cultural imperante, la sociedad exige la mejora de su calidad de vida, y por lo tanto pide al

mundo de los negocios que intervenga en la resolución de problemas que se plantean como la conservación de la energía, la contaminación, entre otras.

2) Cambios en las relaciones empresa-sociedad. Debido a la creciente concentración de poder económico en unas cuantas personas y firmas.

Lo que muchas veces provoca una actuación con falta de ética que provoca el rechazo de amplios sectores de la sociedad que pide un mayor control que permita la garantía de que su comportamiento se corresponda con lo que la sociedad espera de las empresas.⁶⁷

3) Cambios en el propio concepto de responsabilidad social de la empresa.

Que evoluciona en conceptos diferentes para situarse en una fase en que se toma la responsabilidad social con carácter instrumental, es decir ayudar a distintos grupos sociales para la solución de problemas, pero como un medio para alcanzar objetivos económicos en interés propio. Por lo tanto se produce una mezcla de obligaciones que emanan de las normas del gobierno y de la sensibilidad de las propias empresas. De este modo se puede afirmar que el concepto de responsabilidad social depende de variables como:

⁶⁷ Página oficial CCRE. (2008). Construyendo Confianza 2006. [En línea] disponible en: <http://www.ccre.org.co>. [consultado en agosto de 2011]

a. El marco legal. Referente al reparto de actividades sociales que tienen que prestarse a una sociedad moderna por instituciones supra empresariales, como el Estado (dimensión legal).

b. La presión social. Debido a la posición más o menos crítica de la sociedad con respecto a la función de la empresa y el empresario. (Dimensión social).

c. La propia capacidad de Management. A la dimensión ética y empresarial que conduzca al empresario a asumir determinadas funciones dentro de su función objetiva (dimensión ética). A la exigencia de la propia organización empresarial y a su gestión respecto de los recursos humanos y sociales en el propio proceso económico (dimensión directivo-cultural).

Por lo tanto esta responsabilidad social puede desarrollarse en tres niveles

Un nivel de responsabilidad básica como consecuencia de la existencia de la empresa dentro de la sociedad, que va a obligarla al cumplimiento de las normas que ésta exija, como pueden ser: Los niveles de contaminación atmosférica que marque, la utilización de materiales reciclables, gestión de residuos, entre otros.

Un nivel de responsabilidad organizacional, debido a las relaciones de la empresa con todos los afectados por su actividad.

Un tercer nivel de responsabilidad societal, que es la motivada por su relación con otras fuerzas sociales. La empresa trata de mejorar o conservar el entorno porque lo necesita para su desarrollo, como es la lucha contra la contaminación.

Y a su vez se asegura que el marco de responsabilidad social de la empresa ha de configurarse alrededor de tres grandes categorías que son:

a) El entorno físico: La empresa al realizar sus operaciones, utiliza y aporta nuevos elementos a este subsistema. Así utiliza recursos naturales y evacua residuos, lo que obliga a que la empresa se responsabilice del impacto que genera su actividad en el entorno, por lo que debería internalizar, no solo los problemas económicos sino también de los problemas sociales

b) La comunidad: La empresa afecta a esta área desde una visión local, reducida, hasta una visión nacional o internacional. La ubicación de la empresa genera modificaciones alterando la distribución de recursos y riqueza del entorno donde se sitúa.

c) Los recursos humanos: Que incluye al capital humano desde el interno, trabajadores, directivos, etc. hasta el externo, clientes, proveedores. La responsabilidad social de la empresa es aquí un factor de primer orden, no sólo porque posibilita cauces para la conciliación de intereses, sino porque hace

patente que ciertas políticas pueden perjudicar al capital humano, ya externo o interno.

Pero aún siendo un avance importante que se incorpore la responsabilidad social, de hecho este rasgo no se encuentra en otras propuestas de marco conceptual, iremos comprobando a lo largo del análisis de éste, que el problema medioambiental, que es uno de los pilares básicos de dicha responsabilidad no aparece de forma explícita definido como tal.

2.4 ASPECTOS BÁSICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Teniendo en cuenta lo resaltado con anterioridad, es importante tener en cuenta los aspectos básicos que fundamentan la Responsabilidad Social como tal entre los cuales se puede nombrar los siguientes:

- Toda empresa tiene una responsabilidad indelegable.
- Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social.
- Promueve el desarrollo humano sostenible.
- Protege los derechos humanos.
- Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las prácticas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.
- La RSE se basa en el compromiso, la participación y la construcción de una

- Cultura de autorregulación.⁶⁸

2.5 ¿CUÁLES SON LAS FUNCIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?

La función principal de la Responsabilidad Social es básicamente, solidificar la gestión empresarial por medio del desarrollo de habilidades y tácticas de la organización, de sus directivos y demás empleados en cada una de sus relaciones con los stakeholders. Es fundamental regularizar los procesos de responsabilidad social en las compañías ya que trae consigo los siguientes beneficios:

- Aumento de la productividad y rentabilidad.
- Fidelidad y aprecio de sus clientes.
- Confianza y transparencia con los proveedores.
- Compromiso y adhesión de sus empleados.
- Respaldo de las instancias gubernamentales.
- Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad.
- Oportunidades para nuevos negocios.
- Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, Seguridad y medio ambiente).
- Incremento en la participación de mercado.
- Mejoramiento de la cultura organizacional.
- Capacidad de atraer el mejor talento humano.
- Incremento del valor de la empresa.
- Mejoramiento de la comunicación interna y externa.
- Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas.⁶⁹

⁶⁸ Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial, CCRE. < www.ccre.org.co >. [Consultado agosto de 2011]

⁶⁹ GONZÁLES, Tito (2005). La responsabilidad social de la empresa. Un buen negocio. <www.monografías.com>. [consultado agosto de 2011].

Es importante tener en cuenta que la Responsabilidad Social Empresarial es de gran ayuda para evitar los riesgos sociales que posteriormente se pueden convertir en demanda, sanciones, regulación gubernamental en exceso, destrucción de imagen propia y del mercado, y finalmente puede llevar a la desaparición del negocio como tal.

2.6 ¿CÓMO EMPLEAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL?

La responsabilidad social empresarial se lleva a cabo cuando está presente un conjunto sistemático de políticas, programas y funciones regularizadas e instituidas en el proceso de negociación, que posteriormente apoya en proceso de toma de decisiones en cada una de las relaciones que la empresa maneja, teniendo en cuenta los principios básicos de gestión, se pueden promover y proteger aspectos claves de la empresa para de la misma manera,

Cada empresa implementa la Responsabilidad Social de una manera diferente, esto depende del sector al cual pertenece, las características e intereses de sus stakeholders entre otras.

El modelo de implementación de responsabilidad social empresarial desarrollado por Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, se compone de cinco pasos básicos para orientar las acciones que desarrolla la empresa hacia una gestión socialmente responsable, esos pasos son los siguientes.⁷⁰

⁷⁰ Ibid

Identificación y línea base de sus prácticas y caracterización de la responsabilidad social empresarial.

- Configuración de la gestión de responsabilidad social empresarial y definición de Ejes de trabajo.
- Diseño e implementación de un plan estratégico de responsabilidad social
- Empresarial.
- Construcción de un programa de seguimiento a la gestión de la responsabilidad Social empresarial.
- Evaluación y Auditoria en Responsabilidad Social Empresarial.

2.7 GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El marco teórico social del país, ha sido marcado a través de la historia por la exclusión de las mayorías, esto nos lleva a encontrar nuevas alternativas de gestión empresarial que llegan a fortalecer las aptitudes sociales de las empresas. Las principales inquietudes de las organizaciones son el alcanzar un nivel de reconocimiento y un posicionamiento clave frente a su competencia. Teniendo en cuenta esto, hoy en día es de suma importancia para todas las empresas tener definido un sistema de gestión de responsabilidad social.

Pues al contar con esto, la empresa pasa a tener una imagen y una reputación nítida en cuanto responsabilidad en términos de productividad y políticamente. Es clave aclarar, que la Responsabilidad Social no se limita al “buen comportamiento” de los dueños o empleados de la compañía, sino que además se direcciona hacia la importancia que tiene la calidad de vida de las personas sin ningún tipo de excepción.

2.8 ¿DE QUÉ SE TRATA?

De esta manera, se puede decir que la Responsabilidad Social, más que un proyecto empresarial es un concepto ético, el cual permite alinear la organización con los valores personales en cuanto a sus relaciones tanto internas como externas.

Es importante, aclarar que no se trata de una estrategia para mejorar la imagen y reputación de la compañía, o para ganarse una parte significativa del mercado. El trasfondo de todo esto, es establecer procesos que desarrollen y formen al personal y posteriormente mejoren y le den cierto calificativo a la gestión. La ética, a diferencia del derecho, se basa en la autor reflexión y autorregulación, que tiene como principio la confianza, el diálogo y la convicción.⁷¹

⁷¹ Ibid

Así pues, que para comenzar los procesos de Responsabilidad Social es indispensable tener en cuenta las competencias para llevar a cabo un diálogo. Cuando hablamos de responsabilidad social, podemos llegar a comprender que todo su entorno se enfoca fundamentalmente en la colaboración, construcción de intereses en común, teniendo en cuenta unas normas y reglas en común, para así lograr construir un equipo de ayuda, en el cual cada miembro del mismo, se apoya en su compañero.

No obstante, toda organización (incluso el actual marco del mercado global) coopera uno con otro, cumpliendo con la función de ajustar los límites en de la competencia. Por otro lado, se debe tener en cuenta que en la gestión de responsabilidad está influenciada fuertemente por la filantropía, pues éstas son aquellas acciones que las caracteriza el amor por la humanidad. Este tipo de acciones han venido dejando su huella en sentido social en todo lo que enmarca nuestra historia empresarial.

Por ello hoy en día las empresas se han enfocado en realizar diferentes acciones para beneficiar a diferentes grupos de la sociedad como: destinar fondos para beneficio de la comunidad, respondiendo a peticiones específicas de la misma, otras permiten que sus empleados utilicen algunas de sus horas laborales al beneficio social o ambiental, otras prefieren invertir sus dinero en fundaciones creadas por la misma empresa, logrando así un impacto bastante alto sin tener que invertir mucho. Mediante estas acciones sociales, las empresas logran

imponer una nueva imagen social, la cual suele estar asociada a los diferentes proyectos que realizan o apoyan

2.9 ¿CUÁL ES EL ENFOQUE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS?

La Responsabilidad Social de las empresas se maneja integralmente, es decir, todo se basa en un sistema de relaciones; la Responsabilidad Social logra promover la integridad de las personas, promoviendo la cooperación en cuanto a las diferentes relaciones de las personas y de la empresa.

La empresa es un sistema complicado de interacciones, donde cada una de las relaciones establecidas se convierte en una emergencia, con cantidades de consecuencias que se sustentan unos a otros y que no siempre se pueden prever ni entender. Al igual que las personas, las organizaciones también toman decisiones haciéndose cargo de labrar su propio bienestar, hasta donde sea posible. De esta manera, las organizaciones toman decisiones afectando a terceros, por lo tanto, hoy en día, las organizaciones son vistas como agentes éticos, con valores, misión, la cual la convierte en legítima para la sociedad. Una sociedad con esta estructura, logra que los integrantes de la misma se solidaricen y actúen entre ellos logrando así un conjunto social con lazos más fuertes.

Teniendo en cuenta que la empresa tiene fines sociales, ésta puede aportar al desarrollo humano por medio de una competencia sana y respetuosa,

teniendo en cuenta sus fines sociales, enmarcándose en tratar como personas a todos los seres humanos, haciendo énfasis en la ética⁷²

Así pues, un nuevo contrato social, se enfoca en el respeto a los derechos y deberes de cada ser humano, logrando así que las personas tengan prioridad sobre las organizaciones y el mercado.

A medida que pasa el tiempo, son menos las personas que alcanzan sus deseos y necesidades. Debido a esto, la preocupación y la conciencia social de las organizaciones en cuanto a nuestros semejantes ha incrementado, impactando la sociedad que la rodea. Así pues, ha surgido una preocupación por satisfacer las necesidades sociales de cada una de las personas que componen la organización y de la comunidad en la cual se hallan. Hoy por hoy, los hombres cabeza de negocios, tienen presente que cada una de sus tareas, responsabilidades, decisiones y acciones afectan notoriamente a la sociedad a la cual pertenecen ellos y las personas que los rodean.

El tema de Responsabilidad Social Empresarial es claramente una respuesta a todos los cambios que se han venido produciendo en la actualidad, y por supuesto, también responde al desarrollo que ha tenido la organización empresarial en cuanto a este contexto.

⁷² Ibid

Algunos de los temas adoptados por las organizaciones son los siguientes:

1. Cuidado el medio ambiente.
2. Creación de nueva cultura empresarial.
3. Formación continúa de mano de obra.

Es en estas áreas donde las organizaciones tienden a enfocar su misión, eficiencia y eficacia empresarial. Se puede ver una relación transparente entre la empresa y la sociedad.

2.10 VENTAJAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LAS ORGANIZACIONES

“Las ventajas que proporciona la Responsabilidad Social Empresarial a las organizaciones quedaron recogidas en el informe que presentó FORÉTICA”⁷³. Básicamente podríamos sintetizarlas en las siguientes: a través de la responsabilidad social aumenta la información de la que disponen las organizaciones para su toma de decisiones, lo que produce un mayor control de los riesgos, financieros, legales e incluso los procedentes de las preferencias de los consumidores, asegurándose la gestión del riesgo.

⁷³ Foros para la Gestión Ética y Socialmente responsable. www.foretica.es. [consultada agosto de 2011].

La mejora de la reputación es demostrada en el informe que denominado “Winning with Integrity”, fue realizado por “Market and Opinión Research International” en 1999, el cual mostró que la percepción de una empresa en el mundo está más fuertemente vinculada a su responsabilidad social (56%) que a la calidad de su marca (40%) o a la percepción de la gestión de su negocio (34%).⁷⁴

Cada día aparecen más noticias en los medios de comunicación sobre el trato de las empresas a los empleados, y su respeto al medio ambiente, que sin duda tienen repercusión en la imagen que la sociedad se forma sobre la organización. Es evidente que las buenas relaciones con clientes, proveedores y la sociedad en general constituyen un buen camino para la mejora de la competitividad de la organización.

2.11 SOPORTE JURIDICO

2.11.1 PRINCIPIOS

Según el pacto mundial existen 10 principios fundamentales de la responsabilidad social, el Pacto Mundial 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 o Normas Laborales, Medio Ambiente y Anti-corrupción.

⁷⁴ Responsabilidad Social Empresarial. Informe FORÉTICA 2002. Situación en España.

Las empresas, el comercio y la inversión son pilares esenciales para la paz y prosperidad. Pero en muchas áreas las empresas están ligadas a serios dilemas, como pueden ser la explotación, la corrupción, la inequidad y otras barreras que frenan la innovación y el espíritu empresarial. Las acciones empresariales responsables construyen confianza y capital social, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo y mercados sustentables.

Los Diez Principios del Pacto Mundial están basados en Declaraciones y Convenciones Universales. Cuando se puso en marcha, la iniciativa sólo contaba con nueve principios: dos sobre derechos humanos basados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos; cuatro laborales, inspirados en la Declaración de la OIT sobre Principios fundamentales y Derechos Laborales; tres sobre medio ambiente tomando como referencia la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

A mediados de 2004 se vio la necesidad de reforzar los nueve principios ya existentes con un décimo principio de lucha contra la corrupción, basándose en la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.⁷⁵

2.11.2 LOS DIEZ PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

Derechos humanos

⁷⁵ Responsabilidad-social-empresarial-los-diez-principios-del-pacto-mundial. Recurso electronico.

- **Principio 1:** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional;
- **Principio 2:** Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

▮ **Normas laborales**

- **Principio 3:** Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;
- **Principio 4:** Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;
- **Principio 5:** Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil;
- **Principio 6:** Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

▮ **Medio ambiente**

- **Principio 7:** Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales;
- **Principio 8:** Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental;
- **Principio 9:** Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción

- **Principio 10:** Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

2.11.3 ANTECEDENTES DE LA NORMATIVIDAD DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Desde los años noventa el concepto de Responsabilidad Social ha ido cobrando fuerza y evolucionado constantemente, tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías.

Hay ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la Responsabilidad Social, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino. Dentro de los más destacados se podría citar a los siguientes:

- Global Compact (Pacto Mundial) de Naciones Unidas
- Global Reporting Initiative (Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global)

Además, existen otras entidades e iniciativas nacionales con una especialización en el tema de la Responsabilidad Social, que están contribuyendo de forma determinante a la creación y difusión de una cultura responsable entre las organizaciones que forman el tejido empresarial de cada país.

Según la ONG cerca del año 2010 existen más de 108 países cuyas empresas tienen un mayor grado de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, los líderes son Suecia, Dinamarca, Finlandia, Islandia, Reino Unido, Noruega y Nueva Zelanda. Desde hace más de 10 años comenzaron a conformarse organismos sin fines de lucro, los cuales dictan los principios que demarca la gestión socialmente responsable y elaboran lineamientos para su implementación.

Por otra parte los criterios de Responsabilidad Social Empresarial se han ido pactando a través de distintas formas como lo son:

Los códigos de conducta, estándares sociales y cláusulas sociales en acuerdos y tratados comerciales. Bajo los estándares sociales y códigos de conducta es donde más se ha desarrollado el tema de la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa, ejemplo de estos estándares sociales o códigos de conducta son El Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las Empresas, publicado en el 2001, por parte de la Comisión Europea; El Global Compact de las Naciones Unidas en materia de Responsabilidad Social de las Empresas lanzado por el Secretario General de la ONU, Kofi Annan en Davos

el 31 de enero de 1999; y la Declaración Tripartita de Principios en lo concerniente a las Empresas Multinacionales y la política social de la OIT.⁷⁶

Estos estándares sociales establecen principios y compromisos de actuación que las empresas siguen en sus procesos de producción y comercialización de tal forma que se garantice la protección al medio ambiente y los principios laborales. Por esto los códigos de conducta contienen como mínimo los estándares laborales emitidos por la OIT salvaguardándose los derechos laborales fundamentales como por ejemplo la erradicación del trabajo infantil, la no discriminación, la libertad sindical, el desarrollo social.

Más allá de las obligaciones legales la responsabilidad social empresarial pide el compromiso de las personas y las empresas, este compromiso debe traducirse en efectos internos y externos, que deben auditarse de manera imparcial, estos se refieren a las relaciones constitutivas de la empresa.

- 1) **Concilion Economic Priorities Accreditation Agency:** Esta organización cambió su nombre a la de Social Accountability International (SAI). Es una organización de derechos humanos fundada en 1996, tiene su sede en New York y su principal anhelo es mejorar lugares de trabajo y comunidades sobre el mundo, desarrollando e implementando estándares de responsabilidad social.

⁷⁶ El libro Verde. www.europea.eu.int. [consultado agosto de 2011]

Para desempeñar este objetivo SAI convoco todos los sectores incluyendo trabajadores, uniones de comercio, compañías, gobiernos, ONG's, inversionistas y consumidores, para operar basados en convenios semejantes a estándares universales. SAI elabora tres documentos para desarrollar su trabajo: El documento de la dirección, el paquete de uso y el estándar SA8000, sirve como guía de la puesta en práctica para las compañías interesadas en adoptar el sistema SA8000. El paquete de uso se utiliza cuando un órgano de comprobación desea convertirse en SA8000 acreditado de modo que él pueda alternadamente revisar las compañías, las fábricas y otros negocios contra el estándar SA8000.⁷⁷

Este sistema de responsabilidad social que ha desarrollado SAI (SA8000) es una herramienta para aquellas compañías, fábricas, surtidores y otras organizaciones mantengan condiciones de trabajo justas y decentes. El estándar SA8000 trata los siguientes temas⁷⁸:

- El trabajo infantil; El trabajo forzado;
- La salud y seguridad;
- La libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva;
- La igualdad y la no discriminación; disciplina, que no se realice ningún castigo corporal, coerción mental o física o abuso verbal;
- Jornadas laborales; Remuneración; y Sistemas de gerencia.

⁷⁷ Concilion Economic Priorities Accreditation Agency. www.cepaa.org. [Consultado agosto de 2011]

⁷⁸ Recurso electronico. www.sa-intl.org. [Consultado agosto de 2011]

- **Foros de Davos de 1973:** Propuso un código de comportamiento ético para la gestión de las empresas, donde considera que su función es servir a los consumidores, trabajadores, al capital y a la sociedad para lograr el equilibrio de sus antagónicos intereses.

- **OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico):**
Enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable.

Buscan garantizar que las actividades de esas empresas se desarrollen en armonía, con las políticas públicas, fortalecer la base de confianza mutua entre las empresas y las sociedades en las que desarrollan su actividad, contribuir a mejorar el clima para la inversión extranjera y potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible.⁷⁹

- **Pacto Mundial de Naciones Unidas:** Kofi Annan propuso por primera vez la idea de un pacto Mundial en su alocución ante el foro económico Mundial el 31 de enero de 1999;

es un espacio para que las empresas y otros sectores sociales traten de resolver sus diferencias, mediante acciones voluntarias, en particular las referidas a los aspectos laborales, ambientales y de derechos humanos, se basa en nueve principios, los cuales se derivan en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente de acuerdo a:⁸⁰

⁷⁹ Organization for economic cooperation and development. www.oecd.org. [consultado agosto de 2011]

⁸⁰ Naciones Unidas. www.un.org. [Consultado agosto de 2011]

- La declaración universal de los derechos humanos
- La declaración de principios de organización internacional del trabajo.
- La declaración de Rio sobre Medio el ambiente y Desarrollo

- **OIT (Organización internacional del trabajo):** Declaración tripartida de principios sobre las empresas multinacionales y la política mundial (2001) lo cual busca impulsar la ratificación e incorporación de los convenios de la OIT relativos a los derechos humanos y el respeto de los derechos humanos por parte de las empresas, regulando cuestiones como el empleo, igualdad de oportunidades y de trato, seguridad en el empleo, formación, condiciones de vida y de trabajo, seguridad e higiene, libertades sindicales y de negociación, derechos de consulta y participación.

- **Unión Europea:** El libro verde (2001) sobre fomentar un marco europeo para la responsabilidad social empresarial, donde el compromiso es tanto interno como externa, generando apoyo total a las buenas prácticas. Se apoya en la iniciativa voluntaria de las empresas y en el fomento de las mismas por parte de las autoridades públicas, reforzando la aplicación de los acuerdos internacionales, sus principios de basan en la credibilidad, transparencia, focalización de actividades, enfoque equilibrado y global, generando así el intercambio de buenas prácticas entre las empresas.

- **Oxfam Internacional:** La Oxfam tiene su principal sede en la ciudad de Oxford y es una confederación de 12 organizaciones que trabajan en conjunto con 3000 organizaciones locales en más de 100 países para encontrar soluciones definitivas a la pobreza, el sufrimiento y la injusticia. Su forma de trabajo es a través de la creación de programas de desarrollo a largo plazo prestando servicios de ayuda en emergencias, también realiza investigaciones y campañas públicas buscando un cambio en políticas y prácticas globales por un mundo más justo. Los temas que trata encierran comercio, educación, conflictos, y alivio de la deuda.⁸¹

- **Banco Mundial:** Esta es una de las principales fuentes de asistencia para el desarrollo en el mundo. Con sede principal en la ciudad de Washington tiene más de 180 países miembros. Su objetivo principal es ayudar a las personas y países más pobres del mundo. Ofrece financiamiento y asesoría en conocimientos especializados a países en desarrollo para ayudarles a reducir la pobreza.

El Banco Mundial está integrado por 5 instituciones asociadas para cumplir los objetivos propuestos y mejorar el nivel de vida de los habitantes del mundo en desarrollo. Estas instituciones son: El Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), La Asociación Internacional de Fomento (AIF), La Corporación Financiera Internacional(CFI), El Organismo Multilateral de

⁸¹ Oxfam International. www.oxfam.org. [consultado agosto de 2011]

Garantía de Inversiones (OMGI) y El Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (CIADI). Dentro de las operaciones que realiza el Banco Mundial se encuentra que:⁸²

- Es el mayor proveedor de financiamiento externo para la educación.
- Mayor proveedor mundial de financiamiento externo en la lucha contra el VIH /SIDA. Es de los principales proveedores internacionales de financiamiento externo para programas de salud.
- Apoya el alivio de la deuda externa.
- Financia proyectos de diversidad biológica.
- Lidera la lucha contra la corrupción alrededor del mundo.
- Presta ayuda a países afectados por conflictos.

Constitución política de Colombia trae consigo bastantes consagraciones referentes al medio ambiente contenidas básicamente en los artículos 72 al 78 donde se pueden encontrar los derechos colectivos del medio ambiente.

⁸² Programa de las Naciones Unidas. www.pnud.org.co/noticias/. [consultado agosto de 2011]

3. SITUACIÓN ACTUAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN COLOMBIA.

El desconocimiento patente del concepto de la Responsabilidad Empresarial y de sus incrementales requisitos va mas allá de ser un problema de cultura general o desactualización gerencial; este desconocimiento no solo afecta directamente los posibles resultados sociales o ambientales que se esperan del comportamiento responsable de las empresas sino que, de persistir esta situación en el mediano plazo, es muy probable que se comprometa la competitividad de todo el país.

Es evidente según un estudio realizado en el Centro Colombiano de Responsabilidad Social, en el cual, los resultados muestra que el 56% de las empresas encuestadas consideran que su personal desconoce en gran medida lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial y sus contenidos, del mismo modo que el 85% afirma no haber asistido a ningún seminario, conferencia o curso sobre el tema.⁸³

Es preocupante la falta de compromiso que existe por parte de las empresas, donde la responsabilidad social es vista más como una cuestión de imagen empresarial que como una alternativa de desarrollo ligada a la estrategia corporativa. Precisamente, la falta de compromiso figura como la segunda barrera más importante en los factores que afectan la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones.

⁸³ CENTRO COLOMBIANO DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL -CCRE-. Responsabilidad social y actividad empresarial. Artículos CCRE. Recurso Electronico. < www.ccre.gov.co.> [consultado septiembre de 2011]

Lo anterior deja en claro la necesidad de dar a conocer el impacto positivo que genera la responsabilidad social para la empresa y la sociedad, de promover el desarrollo de capacidades de gestión, y en general de una amplia difusión de lo que es y no es la Responsabilidad Social Empresarial si se quiere avanzar hacia un verdadero compromiso con las practicas responsables a través de hechos y no solo con intenciones que no son llevadas a la realidad de la dinámica empresarial. se debe tener en cuenta que la responsabilidad social de la empresa no solo trae beneficios sociales y ambientales; esta también procura el desarrollo de la misma empresa; esta permite a la organización que la practica reducir sus riesgos de operación; mejora la reputación de la empresa y añade diferenciación a sus marcas y productos; mejora las relaciones y el entorno de la empresa, aumentando la gobernabilidad de la empresa y promueve el desarrollo de la innovación y la generación de ventajas competitivas entre otras.

La Responsabilidad Social Empresarial busca hoy en día como papel fundamental la generación de recursos económicos, ya que la empresa sigue teniendo una función social de carácter utilitarista , sin embargo este ya no es su único papel, ahora también se hacen importantes el cumpliendo su papel social, en la generación de empleo y pago de impuestos, y se espera además que actuar éticamente, equilibrando las consideraciones económicas con las consideraciones morales y se comprometa institucionalmente con el desarrollo sostenible.

Además implica un cambio de la lógica de la competitividad empresarial con la que hasta ahora se han manejado los negocios. Este profundo cambio requiere que la empresa no solo busque los tradicionales resultados financieros y económicos sino que por lo menos los equilibre con los impactos sociales y ambientales que su operación genera.

Después de este análisis se puede afirmar que en la actualidad el concepto de responsabilidad social, pretende integrar a la lógica del pensamiento empresarial, que tradicionalmente ha buscado como único objetivo la rentabilidad financiera, los aspectos esenciales del concepto de desarrollo sostenible a través de la promoción y búsqueda del compromiso por parte de las empresas para que en su misma actividad diaria, además de cumplir las leyes, controle su impacto como mínimo en algunos aspectos sociales y ambientales que se pueden agrupar en el respeto a los derechos humanos y calidad de vida laboral, el compromiso con los valores, ética empresarial y transparencia, el cumplimiento de las promesas a clientes consumidores y socios comerciales, con una operación que impacte cada vez menos al medio ambiente y de ser posible apoyando a comunidades vulnerables que estén o no en su área de influencia.

Según la Federación Nacional de Comerciantes existen “Unas 200 empresas en el país que se encuentran certificadas en responsabilidad social” Al indagar en los criterios bajo los cuales se otorga la certificación en responsabilidad social, la entidad aclaró que la filosofía para certificarse es realizar una inversión en solidaridad voluntaria, destinando como mínimo el 1% de las utilidades o excedentes netos a programas sociales enfocados hacia: Proyectos propios, administrados y liderados directamente por la empresa,

Proyectos de terceros, donde el empresario canaliza su aporte con entidades tales como corporaciones y fundaciones.⁸⁴

A través de la certificación la entidad busca incentivar, las prácticas de solidaridad voluntaria y dar un reconocimiento a los empresarios, comerciantes e instituciones comprometidos con el crecimiento social. Hay dos cosas que se deben decir: es muy positivo el interés de la entidad de promover la solidaridad empresarial en beneficio de la comunidad y es alentadora la solidaridad de las empresas y la acogida que ha tenido la causa en el medio empresarial, lo que manifiesta la buena voluntad de las empresas.

El reto de hoy en día es trabajar por conseguir estrategias que apunten al desarrollo del mercado, de la economía y del capital social. Por estos motivos es que hoy los clientes son más sensibles a estas tendencias y ejercen influencia sobre las mismas empresas, y han obligado a que ellas adopten estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.

En consecuencia se observa cómo el empresariado ha tenido una evolución en el manejo e incidencia en el desarrollo de las personas y del país. Estudios a nivel mundial demuestran cómo es que los clientes prefieren adquirir productos de empresas que se comprometen con temas que demuestran su responsabilidad ante la sociedad.

⁸⁴ Responsabilidad social". Recurso electrónico. <<http://www.fenalcosolidario.com/>> [consultado septiembre de 2011].

El desarrollo social y económico están íntimamente relacionados: se ha comprobado que la empresa al desempeñarse en comunidades con una mejor calidad de vida y oportunidades logra condiciones que favorecen su desempeño organizacional. Si se tiene en cuenta lo anterior, es importante considerar que los proyectos que se emprendan deben ser viables para las empresas, confiables, de calidad, sostenibles en el tiempo, de aceptabilidad en los entornos en donde se aplican y parte integral de estrategias corporativas.

La Responsabilidad Social invita a considerar y evaluar las acciones como factores que incidan en la construcción de un país en donde se promueva el desarrollo humano sostenible y la justicia social⁸⁵.

3.1 PERSPECTIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA

Durante los últimos años en Colombia se ha caracterizado por ser una fuerte competencia, con largas temporadas de ofertas a bajos precios y grandes inversiones para la apertura de nuevas empresas, y la remodelación y adecuación de otras; evoluciona cada día más en materia de recreación, turismo y comercio, a tal punto de convertirse en punto de encuentro familiar.

Todo esto ha obligado a que el proyecto de Responsabilidad Social tome más fuerza en el país y ha hecho que las grandes empresas como Carrefour, Alkosto, Éxito, Carulla, Cafam, Makro, entre otras grandes organizaciones y con el apoyo

⁸⁵ AGUDELO DE BEDOUT, S. Responsabilidad Social Empresarial una mirada desde Colombia. Asistente Investigación en Estudios Internacionales Universidad EAFIT. Medellín, Colombia.

de la señora Lina Moreno de Uribe se unan para realizar proyectos que promuevan el compromiso para aumentar el impacto social en la región.

Este desconocimiento patente del concepto contemporáneo de la Responsabilidad Empresarial y de sus incrementales requisitos va mas allá de ser un problema de cultura general o de actualización gerencial; no solo afecta directamente los posibles resultados sociales o ambientales que se esperan del comportamiento responsable de las empresas sino que, de persistir esta situación en el mediano plazo, es muy probable que se comprometa la competitividad de todo el país, caso en el cual los acentuados problemas sociales que sufre la gran mayoría de la población de Latinoamérica se verían seriamente acrecentados.

Los factores que hacen de este un problema nacional se refieren específicamente a las nuevas condiciones que imponen las nuevas preferencias y expectativas de los consumidores, los cuales exigen nuevos y más sofisticados productos con mayores estándares de calidad, que satisfagan sus necesidades de protección y seguridad, esperando que la producción de esos bienes y servicios sea realizada con tecnologías y procesos más limpios y donde se garantice las condiciones de higiene y seguridad de los trabajadores.

Lo fundamental es desencadenar un proceso en el que participan unos empresarios y directivos comprometidos con su organización, unos empleados convencidos de su labor, unos gremios que ayudan a dar iniciativas, un Estado

que facilita la acción y unas universidades que forman y aportan nuevas perspectivas.

Las prácticas de responsabilidad social más difundidas en las empresas en Colombia incluyen la donación de alimentos perecederos, las campañas de donación de vueltos, el apoyo a la campaña Tejido Humano, los programas de bienestar social para los empleados y sus familias, el apoyo laboral a personas con limitaciones físicas, la compra de productos a comunidades vulnerables, y el trabajo en alianza con organismos multilaterales o con el gobierno para desarrollar proyectos sociales.⁸⁶

3.2 OBSTACULOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA

Pero existen unos obstáculos para el ejercicio de la responsabilidad social de las grandes organizaciones en Colombia los cuales son los siguientes: Poca conciencia de la responsabilidad social como elemento estratégico del negocio; pocos “intermediarios sociales”, comercializadores que faciliten el desarrollo de proyectos sociales; inadecuado diseño de productos por parte de las pequeñas y medianas empresas; limitada capacidad de las Pyme para presentar proyectos; dificultades logísticas por la ubicación geográfica de los grupos vulnerables; altos costos de transferencia de conocimientos; y baja capacidad de gestión de las organizaciones sin fines de lucro en el sector.

Frente a estos obstáculos, las organizaciones más grandes han enunciado los siguientes compromisos y responsabilidades:

⁸⁶ GUTIERREZ, R., AVELLA, L., y VILLAR, R. Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia. Edisoma Ediciones Especiales Ltda. Primera Edición. Marzo, 2006.

- Apoyar la figura del “comercializador social” como un intermediario sin ánimo de lucro que trabaje con las Pyme y facilite las negociaciones con las grandes superficies. Estos comercializadores sociales pueden aglutinarse para desarrollar grupos en los que haya una ventaja competitiva por razones geográficas o de cualquier otra índole.
- Analizar la estructura de surtido interno para encontrar, allí donde haya demanda, la oferta que mayor impacto social genere.
- Apoyar el trabajo en procesos críticos como el diseño y calidad de los productos de la Pyme; emitir conceptos y coordinar con las Facultades de Diseño para que asesoren a las Pyme en su desarrollo.
- Apoyar la creación de empresas con la garantía de comercializar sus productos competitivos a través de la red de almacenes.
- Ofrecer mayores oportunidades laborales para personas con discapacidad.
- Hacer una continua retroalimentación de los aprendizajes obtenidos del ejercicio de su responsabilidad social.
- Establecer una base de datos conjunta que se convierta en una central de información comercial.
- Consolidar alianzas estratégicas con el gobierno o con otras empresas para adelantar proyectos sociales de mayor impacto.

Por esta razón es necesaria una visión integral del negocio de las organizaciones para alinear los temas ambientales y sociales con los financieros, y poder generar proyectos de mayor impacto en la sociedad. La responsabilidad social ha de estar presente en toda la cadena.

Como el sector apenas empieza a trabajar de manera integrada en lo social, es fundamental desarrollar mayor contacto entre las empresas interesadas en su responsabilidad social y apoyarlas con mayor conocimiento sobre el tema. Además, es posible aunar esfuerzos entre comunidad, organizaciones multilaterales y experiencias del sector público o privado para compartir recursos y capacidades que pueden incrementar el impacto de sus proyectos sociales.⁸⁷

3.3 INICIATIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA

Desde 1954 el libro de Bowen Social Responsibility the Businessman ha señalado caminos para estudiar el vínculo entre empresa y sociedad.

“Múltiples definiciones han sido propuestas desde entonces para el concepto de la responsabilidad social de la empresa”.⁸⁸

Las grandes empresas del país han sido convocadas para apoyar diversas causas para fomentar el desarrollo regional y social de aquellos lugares donde operan. Por ejemplo, el presidente nacional de la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias sugirió a las grandes empresas comerciales tener en cuenta a

⁸⁷ GUTIERREZ, R., Avella, L., y Villar, R. Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia. Edisoma Ediciones Especiales Ltda. Primera Edición. Marzo, 2006.

⁸⁸ Ibidem

las Pyme como uno de sus principales proveedores y mantener buenas relaciones bajo acuerdos de equidad. Por otro lado, ya existe un “Acuerdo unificado sobre buenas prácticas industriales, comerciales y defensa del consumidor” firmado por la (Andi, Acopi y Fenalco). Este acuerdo busca compromisos mutuos con reglas de comportamiento comercial.

Hoy en día las organizaciones tienen emprendimientos individuales particulares: algunas empresas tienen programas que se concentran en trabajar con proveedores de poblaciones vulnerables, otras empresas prefieren enfatizar la mejora en las condiciones laborales de sus empleados, mientras que otras tantas trabajan con las comunidades aledañas o apoyan organizaciones de la sociedad civil en un tema específico. Hay múltiples posibilidades al decidir cuál será el alcance de un emprendimiento social para un grupo de interés específico. Por ejemplo, una empresa puede apenas cumplir con la ley respecto a sus clientes y proveedores pero tener una intervención innovadora en sus relaciones con la comunidad. La sumatoria de sus distintas intervenciones permite evaluar la responsabilidad social de una empresa y dar una mirada cualitativa a su generación de valor social y económico.

TABLA N.01 RESUMEN DE LOS EMPRENDIMIENTOS SOCIALES DE LAS ORGANIZACIONES EN COLOMBIA

GRUPO DE INTERES	EXPECTATIVAS SOCIALES	INNOVACION
PROVEEDORES	*Desarrollo de marcas propias con proveedores Colombianos. *Importación de ideas de otros países para que sean desarrolladas por proveedores colombianos. *Ferias artesanales permanentes. *Acercamiento a las Pymes a través de conferencias.	*Apoyo en la obtención de certificados de calidad superior y mejores precios. *Comercialización de productos orgánicos de Pymes. *Intermediación comercial para exportación de productos colombianos.
EMPLEADOS	*Apoyo a planes de carrera. *Programas de bienestar social para los empleados y sus familias. *Becas para empleados y sus familiares. *Programas de incentivos por cumplimiento de ventas.	*Capacitación y asesoría en la creación de microempresas a familiares de los empleados y compra de algunos de sus productos.
CLIENTES	*Ubicación de puntos de ventas en lugares distantes. *Desarrollo de alimentos orgánicos y saludables.	*Capacitación y utilización de logística para microcréditos. *Capacitación en la utilización de arts a la vta
COMUNIDAD LOCAL	*Donaciones al banco de alimentos. - Donaciones en dinero y especies a fundaciones para nutrición, educación, salud, zona de influencia de almacenes o fechas especiales. *Padrinazgo a escuelas y niños de escasos recursos. *Compra de productos a grupos vulnerables. *Patrocinio de actividades y eventos cívicos. *Equiparación de oportunidades. Apoyo laboral a personas con limitaciones físicas y sensoriales.	*Ferias artesanales y artísticas para personas con discapacidad. *Comedores comunitarios con el Programa Mundial de Alimentos. *Adopción de zonas verdes.
SOCIEDAD	*Apoyo en caso de catástrofes naturales. *Producción limpia en tiendas, bodegas y procesadoras de alimentos. *Campaña Tejido Humano. *Comercialización de productos de sustitución de cultivos ilícitos.	*Campañas especiales para donación en educación y nutrición. *Formación para el trabajo y posibles contactos laborales. *Premios por intervención e investigación en nutrición. *Prog. de reciclaje y donac. de las utilidades. *Alianzas para apoyar la creación de microempresas productivas. *Promoción de la desvinculación de los niños del conflicto armado.

Fuente: CONSEJO EMPRESARIAL COLOMBIANO DE DESARROLLO SOSTENIBLE. www.cecodes.gov.co

3.4 RETOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA

Los retos en responsabilidad social para el sector de las grandes organizaciones se asocian con la comercialización, información, intermediación social y producción regional. En cada uno de estos temas, varios actores que pueden contribuir con la generación de valor económico y social.

En primera instancia trabajar en la comercialización requiere atender tanto a los proveedores como a los clientes de una compañía. Por un lado, la atención a los proveedores incluye, entre otras, el estudio de la cadena de surtido para articular la demanda con la oferta de proyectos sociales; el trabajo en procesos críticos, como el diseño y calidad de los productos de las Pyme, en el cual pueden emitir conceptos y coordinar con las Facultades de Diseño para que éstas las asesoren en su desarrollo; la capacitación al pequeño empresario sobre diseño, calidad y negociación de sus productos; el apoyo a la gestión de los intermediarios sociales; y la generación de empleo digno para poblaciones vulnerables como grupos de discapacitados o de personas en situación de desplazamiento.

Un segundo reto comprende la información e investigación de casos y condiciones que facilitan u obstaculizan el ejercicio de la responsabilidad social como valor agregado a las grandes organizaciones.

Así mismo, esto es una forma de realizar seguimiento y promoción a las iniciativas que se desarrollan, y diseñar herramientas para aumentar el impacto a través del mercadeo social. Es fundamental, en este punto, el

compromiso de las universidades para la investigación de estrategias y alternativas de solución.⁸⁹

El tercer reto es la intermediación social; son cruciales las comercializadoras sociales para acercar los pequeños y medianos productores a las grandes cadenas; los beneficios son visibles tanto en mejores condiciones de negociación como en acceso a la oferta y la demanda. Estas comercializadoras sociales pueden impulsar el desarrollo de ciertas cadenas productivas en las cuales haya una ventaja competitiva por razones geográficas o de cualquier otra índole. El apoyo a los microempresarios a través de capacitación, organización, crédito, desarrollo de marca, canales de distribución y alianzas puede provenir de varias organizaciones de la sociedad civil y entidades del Estado.

El cuarto tema se relaciona con la producción regional. En este aspecto son importantes las líneas de apoyo a las microempresas, los sistemas de garantías, los convenios con la banca comercial, las macro ruedas de negocios y las alianzas con los gobiernos territoriales. En el desarrollo del entorno competitivo el Estado juega un papel central, sin desconocer los aportes del sector privado en ayudarse a sí mismo y en ayudar a la sociedad.

Los retos para superar las dificultades enunciadas comprometen a los distintos actores del sector. Cada uno puede aportar desde su ámbito de acción; algunos

⁸⁹ UNIVERSIDAD EAFIT. Responsabilidad Social Empresarial una mirada desde Colombia. Responsabilidad Social Empresarial. Recurso electrónico. <www.uniandes.edu.co>. [consultado septiembre de 2011]

de los compromisos, para cada uno de los actores del entorno de las grandes superficies, al estar de acuerdo con este panorama de actividades, ¿cómo lograr su realización

Hay dos aspectos involucrados:

El ámbito individual en el cual cada organización trabaja. Cada quien tiene su propia agenda y cumple con una rendición de cuentas particular. Lo clave es incorporar las actividades mencionadas a los planes de trabajo propios. De ahí en adelante, la dinámica organizacional de cada quien contribuirá a obtener resultados.

El ámbito colectivo en el cual compartimos avances y dificultades. En éste es posible hacerles a las actividades emprendidas un seguimiento que permita aprender de los logros y de los obstáculos enfrentados. Mientras exista trabajo en estos dos ámbitos habrá transformaciones visibles.

3.5 BENEFICIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN COLOMBIA

La responsabilidad social no es una manera idealista que proyecta beneficios solo hacia el medio ambiente, los recursos naturales, sociales y humanos, a su vez, representa para la empresa una inversión que repercute en beneficios financieros.

A medida que se invierte en acciones responsables, ya sea a mediano o corto plazo no solo se recupera la inversión sino que se generan condiciones favorables que minimizan los impactos negativos a producir pérdidas. Además de asegurar la perdurabilidad de la empresa, que cada día depende más de su capacidad para dar respuesta adecuada y oportuna a estas nuevas expectativas y condiciones.

Se puede decir, en primer lugar, que es el propio mercado el que está obligando a las empresas a asumir dicha responsabilidad como algo necesario para poder seguir compitiendo, pero no parece éste un argumento suficientemente sólido, ya que entonces la responsabilidad de la empresa se entendería sólo como una cuestión estratégica y parece evidente que la responsabilidad social es, o debe ser, algo más.

No se trata de satisfacer sólo los intereses de aquellos stakeholders que colaboran en la obtención de beneficio económico para la empresa, sino también todas aquellas demandas de los diferentes grupos de interés que cuentan con una legitimidad moral.

Las empresas son instituciones que diariamente están tomando decisiones que afectan a su propio desarrollo: invertir más o no, formar a los trabajadores o no formarlos, respetar el medioambiente o no respetarlo. Esto significa que las empresas son organizaciones y quienes trabajan en ellas no toman decisiones como sujetos particulares, sino como miembros de la organización, que actúan y deciden tomando como base la libertad para actuar en un sentido o en otro.

De este modo, igual que las personas son responsables de las decisiones que toman, siempre y cuando no hayan sido forzados por algo externo a tomar dicha decisión, las empresas deben serlo también, de las decisiones que ellas libremente toman, de las consecuencias que éstas tienen en su entorno social o medioambiental.

Actuar con responsabilidad social, beneficia a las organizaciones pues estas acciones se reflejan de forma inmediata ya que se favorece la productividad y la eficiencia a través de acciones enfocadas hacia:

3.6 ACCIONES INTERNAS

3.6.1 ACCIONES RESPONSABLES CON LOS EMPLEADOS Y EL AMBIENTE LABORAL

- Permitir que los colaboradores mantengan un adecuado equilibrio entre tiempo de trabajo y tiempo de vida, de descanso y ante todo el de familia.
- Propiciar espacios de formación y aprendizaje permanente, en el crecimiento personal, en el mejoramiento de actitudes, entre ella, autoestima, relaciones humanas, motivación y otros temas que permitan un desarrollo sano mental y emocionalmente.

- Fomentar el trabajo en equipo y fortalecer a las personas para que puedan tomar decisiones y estimulen su creatividad.
- Evitar espacios de ocio no positivo (Fiestas, bingos y similares) y en su efecto estimular actividades de encuentro familiar, de expresión artística, culturales, ambientales y otras maneras de motivar hacia acciones positivas a los empleados.
- Mantener de forma permanente campañas orientadas hacia el mejoramiento personal, hacia la formación de principios éticos, cívicos, morales y otros aspectos que generen ganancia en lo social y humano, entre ellos rendir honor a nuestros símbolos patrios.
- Estimular y propiciar una política interna de fomento al estudio, a la investigación y a la participación democrática, tanto en lo empresarial como en lo ciudadano.
- Dar un trato adecuado, respetuoso y amable a las personas.
- Respetar creencias religiosas y diferencias culturales.
- Bajo ninguna razón abusar de la autoridad y el poder del directivo, del profesional o de los jefes.
- Ser justos y aplicar los criterios de igualdad y equidad, según el código moral y los principios éticos.

- Aplicar de forma justa y sin vicio alguno los derechos legales del trabajador, acogidos a la legislación, sin aprovechar de la necesidad del trabajo o de la misma ignorancia de sus trabajadores.
- No crear figuras de ley, que aunque legales, no son las adecuadas en las relaciones laborales.
- Velar por que las condiciones de ambiente en el lugar de trabajo sean saludables y agradables, cuidando la distribución de los espacios, la iluminación, temperatura, la ergonomía, limpieza, y entre ellos desde el cuidado de baños, cocinas, pasillo, bodegas y demás.
- Dotar de los implementos y las herramientas necesarias y básicas para desempeñar de forma eficiente el trabajo y enseñarle su uso y cuidado.
- Hacer constantemente campañas de salud, de prevención a drogadicción y otros vicios y velar por que las personas adquieran mayor responsabilidad por el bienestar físico de ellos mismos.
- Motivar los convenios para campañas de vacunación y otras de apoyo a la calidad de vida del empleado y de sus familias.
- Estimular el deporte y propiciar actividades del género.
- Estimular y fomentar la expresión artística como una forma de uso adecuado del tiempo libre, y apoyar dichas actividades.

- Crear sistemas de evaluación y medición del desempeño, no como herramienta para la descalificación, sino como un sistema de indicación para el apoyo de las condiciones o a la persona misma que evidencia una insuficiencia por conocimiento o algo que puede ser intervenido.
- Establecer normas claras y velar por el respeto de las mismas, iniciando por un proceso de educación y creación de conciencia de la importancia de las mismas. Las normas no se imponen, se enseñan y se vigilan.
- Evitar la transigencia en acciones o con actitudes indelicadas o indebidas, pues esto fomenta la mediocridad y refuerza conductas negativas.
- Hacer campañas de protección al medio ambiente.
- Fomentar el ahorro y preocuparse por la educación en sistemas de control y manejo del presupuesto y de inversiones.
- Preocuparse por subir el perfil académico de sus colaboradores, y más, dar apoyo en el estudio a quienes son analfabetas.
- No discriminar a nadie. En lo posible contratar a personas de minorías étnicas o personas de mayor edad que estén en capacidad de desempeño.
- Pagar igual salarios a hombres y a mujeres, cumplir con dicho compromiso y no fomentar espacios que degraden sus ingresos (Ventas no necesarias al interior de la empresa, crearles compromisos o similares)

- No contratar menores, y en el caso de hacerlo, acogerse a las leyes, respetando sus derechos y cumpliendo con los deberes.
- Permitir la promoción de sus mismos colaboradores, bajo sistemas de merito, previamente conocidos por ellos para que se establezcan como metas personales.
- En cuanto a la salud y seguridad en el lugar de trabajo, se trata en primer lugar de cumplir todas las normas laborales establecidas para el caso de acuerdo al sector.
- No permitir espacios que denoten discriminación, como casino para directivos, parqueaderos para profesionales, ascensores para jefes y otros sistemas que reflejan una diferencia generadora de resentimientos.
- Mantener al personal informado, no solamente de las perdidas y de los fracasos, también de las ganancias, de los logros y las felicitaciones.
- Dar el debido reconocimiento cuando el empleado se lo merece.
- No apropiarse de las ideas y de los logros de otras personas.
- Enseñar a las personas más que a hacer las cosas, a saber por qué o para qué se hacen, pues eso agrega sentido.
- La repercusión de la acción responsable para con los empleados:

- Repercutirá casi de forma inmediata en la reducción de ausentismos lo que representa un alto costo para la empresa, por el valor pagado en la ausencia, así como por el trabajo dejado de hacer por la no presencia.
- Se eliminará la posibilidad de conflictos que afectan la comunicación, que alteran la disposición del trabajo en equipo y que finalmente generan problemas de calidad, mayor probabilidad de error e inclusive de accidentes, conflictos que generalmente perduran por largo tiempo e indisponen las relaciones laborales y se reflejan en los resultados.
- La motivación permitirá que las personas tengan mayor disposición hacia su que hacer reflejándose en mayor productividad, convirtiendo así el sistema de la empresa en algo eficiente y favorable para la calidad y la competitividad.
- Se estimula el sentido de pertenencia logrando mayor compromiso por lo que se hace, y por ende menos errores de calidad, menos problemas que afecten el servicio u otras formas que representan pérdidas de materia prima, de clientes o que originan los altos costos por reprocesos. Las personas estarán más dispuestas a aportar sin esperar compensación alguna.
- El clima laboral se mejora y las relaciones se llevan de forma más armónica y amable, permitiendo mayor concentración, mejor disposición y más alegría por lo que se hace, de forma tal que las metas no se convierten en una presión, sino en un objetivo que genera pasión por todo el equipo.

- La conciencia sobre lo que se hace, el sentido de pertenencia, el empoderamiento, la delegación y otros asuntos posibilitan una mejor participación y reducen la resistencia en casos de una extensión de horarios sin que generen cargas financieras.
- El conservar la clientela y satisfacerla, se convierte en un compromiso compartido y grato por todos los miembros del equipo, la empresa es motivo de orgullo.
- Se intervienen comportamientos, hábitos y conductas negativas en los empleados, evitando que los problemas personales distraigan su atención hacia el trabajo, e igualmente se eliminan probabilidades de comportamientos socialmente no sanos que afecten cumplimiento, modales y relación con clientes, mala imagen, calidad en la y en manufactura los servicios, generando mayor confiabilidad en la clientela, los proveedores y el mercado.

Se eliminan probabilidades de pensamientos negativos y de tendencias que puedan ser aprovechadas por otras personas inescrupulosas, y que puedan estimular a que nuestros propios empleados se conviertan en delincuentes, a través de actos día a día más frecuentes como el hurto, el secuestro y los desfalcos.

- Se crea la disciplina, la responsabilidad fundamental para el éxito de toda organización y todos se acogen a ella sin objeciones, pues entienden de su importancia y evidencian los resultados.
- Se eliminan focos de resistencia al cambio se minimizan prevenciones, se eliminan los sentimientos negativos y otras actitudes que afectan la relación y el trabajo mismo.
- Al mejorar los conocimientos y las capacidades, se establecerán mejores métodos para hacer las cosas, se harán más eficientes y competitivos.
- Se eliminan los factores de presión, de estrés y de malestar, haciendo que el trabajo sea más fluido y alegre.

En otras palabras se mejora la condición del trabajo, se reducen gastos, se evitan perdidas y se orientan a servir con mayor eficiencia al cliente.

3.6.2 ACCIONES QUE NO GENERAN COSTO ALGUNO Y REPERCUTEN EN GANANCIAS

- Tener una política de uso racional de los recursos que evite el despilfarro, minimizando los problemas de basuras e impacto ambiental.
- No genera costo crear cultura del reciclaje, disminuyendo el impacto ambiental.

- No genera costo respetar el espacio público, permite apoyo de su vecindario y repercute en que ellos mismos serán sus aliados y vigilantes.
- Mantener limpio y lucir con altura el establecimiento o empresa en su fachada y entorno.
- Participar con la junta de vecinos o la acción comunal en los temas y acciones de interés del sector o comunidad a la que se pertenece.
- Apoyar establecimientos comerciales de su vecindario o empresas del sector creando un vínculo más favorable: Tiendas, papelerías, transporte, banquetes y otros.
- Servir a las entidades educativas, policiales y diferentes grupos comunitarios en la medida que sea posible.
- Contratar limitados físicos o personas excluidas laboralmente, que en el caso de ciertas empresas puedan desempeñar una función. Ejemplo: Sordos mundos para trabajos de manufactura, alguna invalidez que no impida funciones de asiento, personas con ciertas deformaciones y limitaciones pero que estén en capacidad de prestar un servicio en el cual su limitación no sea un impedimento.
- No patrocinar eventos y actos públicos o privados que atenten contra la moral, el orden jurídico, lo legal y en últimas que estimulen conductas no sanas para

las personas o que afecten a los grupos familiares y repercutan en el bienestar social.

- En el caso de contar con perros guardianes, crear sistemas que no representen amenazas a los vecinos.
- En la comunicación publicitaria no prometer lo que no se puede cumplir, y no crear falsas expectativas que siembran el desconsuelo.
- Cumpliendo normas establecidas de protección a los menores de edad, como es el ingreso y/o la venta de ciertos productos a quienes no cumplen las características.
- Son muchas las empresas que invierten en publicidad, y para ello destinan un presupuesto, el mismo que se puede mantener, pero la recomendación en cuanto a la responsabilidad radica en:
 - Velar por que los contenidos de la campaña no induzcan a hábitos negativos, que no confundan a las personas y que no atenten contra la moral, lo ético, lo cívico y menos que fomenten la violencia o hagan apología del dolor, del desorden moral y social.
 - Considerar antes de pautar, no patrocinar espacios o programas de contenido violento, o que de alguna forma fomenten o hagan apología de comportamientos negativos.

- Hacer las campañas con contenidos que promuevan los valores, lo ético, el orden social y que contribuyan en pensamientos y comportamientos positivos.
- Considerar en los contenidos publicitarios no generar la discriminación.
- Considerar que la omisión puede ser tan peligrosa como la acción, sobre todo en el manejo de promesas y la presentación de beneficios de los productos.
- No inducir a través de la imagen, del texto y del mismo contenido, al afianzamiento de la baja autoestima, del incremento de la anorexia, de la bulimia y de la adicción hacia vicios.
- Indicar en sus empaques riesgos de los contenidos, o el manejo de residuos con visión hacia el impacto ambiental.

El manejo de la imagen de los productos en los diferentes medios publicitarios tiene mucha responsabilidad en los problemas actuales, pues por ser tan efectivos (de alto impacto, de alta frecuencia y de mucha recordación) crean cultura, y lastimosamente, o manejan contenidos violentos de tipo psicológico o en comportamientos, y/o patrocinan programas de iguales contenidos.

3.6.3 ACCIONES DE COSTOS MINIMOS CON UTILIDADES

- Crear sistemas de aislamiento de la contaminación del ruido de la generación de olores que creen molestia y similares a los vecinos del sector.
- Encargarse de algunas zonas verdes de la comunidad.
- Lucir adecuadamente el establecimiento de forma tal que sea motivo de orgullo del sector o vecindario.
- Apoyar los sistemas de seguridad de la comunidad.
- Apoyar actividades de servicio comunitario del sector, ancianatos, escuelas, parques, deportes y otros, en la medida de sus capacidades.
- Mejorar procesos productivos no contaminantes.
- Mejorar calidad en el tratamiento aséptico de productos de consumo.

3.6.4. ACCIONES DE COSTOS CON RETORNO DE UTILIDADES

- Crear sistemas de tratamiento de aguas residuales y de otras formas para la protección del medio ambiente por la contaminación de chimeneas u otras formas que afectan el suelo, el aire y las aguas.

- Patrocinar, promover e involucrarse directamente en campañas cívicas, sociales, ambientales, educativas y de beneficio a la comunidad.
- Patrocinar eventos comunales, de organismos cívicos, de voluntariados y similares.
- Invertir en el patrocinio de deportistas.
- Invertir en investigaciones sociales, en la capacitación integral de nuestros empleados (entiéndase integral lo personal, lo social y lo profesional o laboral), empezando por los directivos a quienes les debemos de fortalecer mucho en el tema de la Responsabilidad social y los estilos de dirección y mando con ética y responsabilidad.
- En procesos de retiro o desvinculación, invertir en la preparación del grupo de personas afectadas, para que se preparen en un nuevo estilo de vida, ayudando a abrir la visión y enseñando a manejar el poco capital con que cuentan.

Todo esto repercute entonces en menores gastos, mayor productividad y consecución de las metas propuestas por la empresa u organización, un beneficio que puede ser cuantificado en la contabilidad y los estados financieros, de forma progresiva, cada que se va haciendo la inversión.

3.7 ACCIONES EXTERNAS

- Mayor confianza de la misma clientela, del mercado, logrando una imagen más favorable, lo que permite mantener la clientela y facilita el proceso de consecución de nuevos mercados por la imagen que se obtiene.
- Mayor apoyo de la misma comunidad, de autoridades locales beneficiando así el flujo de procedimientos y la seguridad misma.
- El solo hecho de evitar crear sentimientos negativos, es un ahorro en cuanto a que los daños que pueden producir los actos vandálicos las huelgas, los paros, las demandas, o cuando los empleados de forma intencional deterioran, retrasan o frenan acciones.
- En aspectos de tipo ambiental, los programas de reducir, reciclar y reutilizar, le permiten el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y optimizar los recursos, un buen negocio.
- Se minimizan problemas de devoluciones por mala calidad, del no pago oportuno de la cartera, de la negación de deudas y otros asuntos que muchas veces son motivados por calidades defectuosas, servicios mal prestados o por que la imagen de la empresa es negativa o no confiable.

- Mejora la imagen y mejora la reputación de la marca ante los clientes, ante los canales de distribución y ventas.

En síntesis la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que hace que se convierta en el mejor negocio, no con visión a corto plazo, sino también a futuro. Si los profesionales, las universidades, las empresas mismas, el Estado a través de sus políticas de gobierno y así como los gremios empresariales, los académicos, los inversionistas y demás personas que de alguna forma inciden de forma directa o indirecta en el mundo empresarial tomen este tema con la suficiente seriedad que merece, el construir un mejor país, una empresa eficiente por el medio ambiente y por muchas otras razones este propósito quedará solo en un bonito discurso.

4. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL INGENIO

RIOPAILA CASTILLA S.A

Riopaila Castilla S.A. es una corporación agroindustrial colombiana que se proyecta en la producción de materias primas para los clústers de energía, transporte, alimentos y bebidas y desarrolla productos de consumo y soluciones de valor agregado para los clústers de consumo personal. El azúcar es el principal producto de la empresa el cuales comercializa en diferentes presentaciones y tipos, como es blanco, blanco especial, refino, morena y crudo.

Así mismo, se procesa miel, jarabes, preparaciones alimenticias, alcohol anhidro e industrial. La empresa extiende sus operaciones al suroccidente de Colombia (Suramérica), en los departamentos del Valle del Cauca, Cauca, Risaralda y Quindío.

Es una sociedad anónima de capital nacional, sometida al control exclusivo de la Superintendencia Financiera de Colombia por ser emisora de valores y tener sus acciones inscritas en el Registro Nacional de Valores y Emisores. Durante el período de este informe no se presentaron cambios en la propiedad de la compañía.

La empresa es propietaria de dos plantas fabriles establecimientos de comercio a través de los cuales desarrolla su objeto social. Planta Riopaila se encuentra ubicada en el norte del Valle en el Km 1 vía La Paila-Zarzal, y Planta Castilla, en el suroriente del Valle, Km 30 vía Cali-Florida. En la ciudad de Santiago de Cali, capital del departamento del Valle del Cauca, cuenta con oficinas administrativas en las cuales funciona la Presidencia y gran parte del área comercial, en el Edificio Belmonte, Cra 1ª No. 24-56.

4.1 PRINCIPALES MARCAS Y PRODUCTOS⁹⁰

4.1.1 PRODUCTOS

4.1.1.1 AZUCARES Y JARABES

Azúcar Blanco

Azúcar Blanco Especial

Azúcar Refino

Azúcar Morena

Azúcar Pulverizada

4.1.1.2 JARABE SIMPLE

Jarabe Invertido

Alcohol

Alcohol Industrial

⁹⁰ Ibid. 2010

Alcohol Anhidro

4.1.1.3 MIEL FINAL (MELAZA)

Preparaciones alimenticias

4.1.2 SERVICIOS

Entre los servicios ofrecidos en 2009 se tiene:

- Tecnología de Agricultura de Precisión.
- Laboratorio de Suelos.
- Centro de Atención al Proveedor de Caña (CAP) para orientar necesidades del proveedor de este insumo.

4.1.3 MARCAS

Riopaila Castilla S.A. cuenta con dos marcas en el mercado: Riopaila y Castilla.

Éstas son empleadas en diferentes productos derivados de la caña de azúcar.

La empresa atiende de manera directa los siguientes segmentos de mercado:

4.2 MERCADO NACIONAL

Consumo hogares: Con productos de alta calidad empacados desde 500 gramos hasta 5 kilos.

Industria Nacional: Los productos atienden las necesidades específicas de diversos clientes:

- Alimentos y Bebidas.

- Industria Química y Farmacéutica.
- Alimentación Animal.

4.3 MERCADO DE EXPORTACION

Directamente Riopaila Castilla S.A. atiende clientes industriales y comercializadores internacionales. La operación agroindustrial de Riopaila Castilla S.A. se estructura en tres unidades de negocio: Agrícola, Industria y Consumo. El Área Corporativa sustenta el proceso administrativo de la organización. Con estos pilares proyecta su accionar económico e incursiona en mercados variados que fortalecen su actividad productiva y su estrategia corporativa.

La administración de tierras destinadas a producir materias primas agrícolas, la aplicación de tecnología de punta y la rotación de cultivos que abren nuevos mercados hacen parte de las actividades agrícolas de la empresa.

Por otro lado, la transformación de materias primas en commodities, el desarrollo del servicio a los proveedores de caña, la modernización y mejoramiento de las fábricas, así como el sistema de información para orientación a la demanda son acciones estratégicas que hacen parte de la actividad industrial de Riopaila Castilla S.A.⁹¹

El desarrollo de productos de consumo y soluciones para la industria que parten de commodities agrícolas, la planeación de respuestas a las necesidades de los

⁹¹ Recurso electrónico. Informe de sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010. [consultado octubre de 2011]
<<http://www.riopailacastilla.com/images%5Cpdf%5CInforme%20de%20Sostenibilidad%20Riopaila%20Castilla%202010.pdf>>

clientes y el establecimiento de focos de mercado permiten posicionar la marca, ofrecer un valor agregado y crear espacios de oportunidad en nuevos mercados comerciales con clientes estratégicos.

El Área Corporativa de Riopaila Castilla S.A. coordina los negocios, crea el texto para ellos, estructura la estrategia corporativa y define la viabilidad de los proyectos de cada unidad de negocio y la inversión de capital.

4.4 INFORMACION CORPORATIVA

Lineamientos Estratégicos de RSE Base primordial de la estrategia de negocios de Riopaila Castilla S.A. es la Responsabilidad Social Empresarial, que configura su compromiso con la Ética y el Desarrollo Humano Sostenible explicitados en la misión y visión de la Compañía; este enfoque orienta la operación de la empresa y su relación con el entorno.

La misión de Riopaila Castilla S.A. es ser un grupo agroindustrial generador de valor, competitivo a nivel internacional, caracterizado por su orientación al cliente, con capacidad de proveer productos y servicios de calidad con mayor valor agregado, a través de altos niveles de productividad, el desarrollo integral de su gente, la optimización de la tecnología disponible, el respeto por el medio ambiente y una alta capacidad de gestión.

Su visión es satisfacer las necesidades de los clientes del mercado nacional e internacional con productos y servicios de calidad, creando valor para la Empresa promoviendo el desarrollo de nuestros colaboradores y el progreso de la comunidad de su área de influencia.

“En coherencia con estos lineamientos, esta empresa en el año 2008 define como objetivo estratégico de Responsabilidad Social Empresarial”⁹²; Ser percibidos por nuestros grupos de interés como la mejor empresa agroindustrial colombiana en Responsabilidad Social Empresarial”. Riopaila Castilla S.A. despliega sus acciones a partir de políticas y prácticas empresariales que tienen como objetivo contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de la sociedad y de manera específica de su entorno, a partir del reconocimiento de las necesidades, expectativas e intereses de los grupos de interés con los cuales se relaciona. La estructuración y desarrollo de planes y programas integrales y productivos, dirigidos a la generación y fortalecimiento del capital Humano y del capital social, favorecen el propósito de lograr la estabilidad y eficiencia de la operación en el largo plazo.

4.5 COMPROMISO CON LA GESTION ETICA

Riopaila Castilla S.A., consciente de la responsabilidad que tiene frente a la comunidad y al país, continúa comprometida en liderar de forma permanente una

⁹² Ibidem 2009

política empresarial seria, regida en sus actuaciones internas y ante terceros por el marco de referencia de sus valores y principios éticos:

- Honestidad
- Amabilidad
- Solidaridad
- Respeto
- Responsabilidad
- Lealtad
- Equidad

La sostenibilidad de Riopaila Castilla S.A., en cuanto a su crecimiento y desarrollo, depende en gran medida de su reputación como empresa responsable y comprometida con una operación competitiva, eficiente y segura. La conducta de todos y cada uno de sus trabajadores y proveedores es factor esencial de la reputación de la Empresa.

Los principios y valores corporativos se encuentran incorporados en el Código de Ética y Conflicto de Intereses de la Compañía, adoptado por la Junta Directiva en el año 2009. El código traza las pautas generales de comportamiento que debe mantener el personal vinculado a través de contrato laboral o mediante contratación externa, con el propósito de que en sus actuaciones y las de la “empresa se asegure la transparencia de sus relaciones internas y con terceros.

En noviembre de 2009 se dio inicio al proceso de apropiación e implementación de este código”⁹³.

Resultado: Durante el 2009 la Auditoría Interna de la Compañía elaboró el Código de Ética y Conflicto de Intereses, el cual incluye, entre otros, los temas relacionados con corrupción, extorsión, soborno y conflicto de intereses. Este Código fue aprobado por el Comité de Auditoría de la Junta Directiva de Riopaila Castilla S.A. Todas las Vicepresidencias y Gerencias de Riopaila Castilla S.A. fueron analizadas respecto a riesgos organizacionales relacionados con la corrupción, durante el período objeto de reporte. Igualmente, todos los empleados han suscrito un documento mediante el cual reportan las entidades con las cuales tienen relación ellos, o sus parientes hasta el cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad y único civil.

Este es un proceso que toda compañía debe realizar con el fin de mantener siempre las buenas prácticas laborales, normativas y de bienestar para sus empleados, con el fin de generar buenos ambientes laborales y la transparencia en los procesos que hacen parte de la operación de la compañía. En noviembre de 2009 se inició el proceso de socialización de los valores y principios empresariales, y en 2010, continuó este proceso que cubrió a 579 trabajadores, lo que representó un 28% de participación.

⁹³ Ibidem

Por otra parte los trabajadores y terceros relacionados con la Compañía pueden reportar las posibles violaciones al Código de Ética y Conflicto de Intereses, incluida la corrupción, por medios escritos, documentos físicos o a través del correo electrónico, lineatransparente@riopaila-castilla.com.

Es importante resaltar que la sostenibilidad de Riopaila Castilla S.A., en cuanto a su crecimiento y desarrollo, depende en gran medida de su reputación como empresa responsable y comprometida con una operación competitiva, eficiente y segura. La conducta de todos y cada uno de sus trabajadores es factor esencial de la reputación de la empresa.

Desde tal perspectiva, todas las decisiones y cualquier comportamiento de un primer ejecutivo deben estar orientadas hacia la optimización de su reputación, porque todas ellas, en mayor o menor medida, a corto o medio plazo, van a influir positiva o negativamente en la reputación de la compañía, es decir, en el reconocimiento que de ésta hagan sus stakeholders estratégicos y en la toma de decisiones.

4.6 COMPROMISOS CON LOS DERECHOS HUMANOS

Riopaila Castilla S.A. es una Empresa respetuosa de las normas internas y los tratados internacionales en todos los ámbitos. Explicitan su compromiso con los Derechos Humanos, sus principios y valores corporativos. El respeto, la solidaridad, la responsabilidad y la equidad son pilares sobre los cuales se construye la conducta ética de la Empresa y que de manera específica se evidencian en las directrices contenidas en sus Políticas de Gestión Humana, Contratación, Social, Ambiental y el Código de Ética y Conflicto de Intereses:

- El cumplimiento de todas las normas, nacionales e internacionales, que regulan el trabajo de las personas.
- La no vinculación de menores de edad para ninguna actividad, ni siquiera en la modalidad del Contrato de Aprendizaje.
- La vinculación de mujeres sólo para realizar labores que puedan desempeñar sin menoscabo de su integridad y la especial protección a las madres cabeza de familia y aquellas que se encuentren en estado de embarazo.
- La prohibición de cualquier forma de actividad, orden o exigencia que implique un trabajo forzado o el abuso físico de nuestros trabajadores.

- No considerar como requisito para contratar a las personas razones de sexo, credo político, ideas religiosas, edad, estado civil o cualquier forma que conlleve una discriminación.
- El cumplimiento de las normas sobre trabajo suplementario o tiempo extra, así como también el cumplimiento de las horas máximas de labor.
- El respeto integral de las cláusulas de la Convención Colectiva de Trabajo, entre ellas las relaciones con salarios, beneficios colaterales y demás ayudas en razón de los trabajadores, las cuales se deben respetar en su integridad.
- El derecho a la salud, a la seguridad de los trabajadores en su actividad y su protección para el desempeño de la misma. La Empresa insiste en que no es sólo un deber legal la debida protección sino un compromiso ético con los trabajadores que se inicia en el momento de su contratación.
- La importancia y el acatamiento de aquellas normas, previsiones y regulaciones sobre el medio ambiente, no solo de orden local, regional o nacional sino también aquellas internacionales, las cuales constituyen una prioridad que la Compañía exigirá a todos sus trabajadores, mandos y funcionarios en general.

Resultado: En el proceso de siembra de la caña, en el año 2009 se detectó según información brindada por el ingenio Riopaila, en esta actividad un riesgo potencial

de trabajo infantil en tierras administradas directamente por proveedores de caña. En este contexto, ASOCAÑA, gremio del cual forma parte Riopaila Castilla S.A., suscribió un Convenio con la OIT que tiene el propósito de eliminar este riesgo. En 2010 no se presentaron incidentes o circunstancias de explotación infantil, por el cumplimiento estricto de las normas de la empresa que impiden la contratación propia o con terceros de menores de edad; la totalidad de los trabajadores de Riopaila Castilla S.A. son mayores de edad. Esta entidad por lineamientos de su política interna, tampoco vincula aprendices menores de edad, dando cumplimiento así con el respeto por los derechos humanos; hasta el año 2011 según el informe de sostenibilidad no se reportan incidentes de trabajo forzoso y tampoco se registraron incidentes por discriminación relacionados con violación de los Derechos Humanos de ningún grupo social ni tampoco con los indígenas de Colombia.

Por otra parte no se han evidenciado actividades de dicha compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos. También es importante resaltar las labores que realiza Riopaila con los proveedores de servicios de corte manual de caña, la empresa suscribió un acuerdo que comprende los aspectos económicos y sociales más relevantes de esta relación, y expresa el respeto por la libertad de asociación de los asociados y/o empleados de estas organizaciones.

Todas estas medidas contribuyen a que la información que los consumidores conocen sobre el origen de los productos que consumen y sobre las condiciones en las cuales fueron fabricados sea cada vez más creíble. Un enfoque dinámico de la cuestión de los derechos humanos puede contribuir a reducir el impacto potencialmente negativo que ejerce la publicidad adversa difundida desde las organizaciones de consumidores y desde otras comunidades de intereses.

Adicional en una compañía cuando los trabajadores tratados con dignidad y que son retribuidos de manera justa y equitativa son más productivos y están más inclinados a guardar fidelidad a la empresa. Los solicitantes de empleo tienen cada vez más en cuenta la reputación de las empresas cuando seleccionan una compañía en la que desearían trabajar, todo ello es de vital importancia para el crecimiento de un ente económico por que se establece condiciones de trabajo enfocadas en conocimiento, eficiencia y dialogo.

4.7 VINCULACION CON LOS GRUPOS DE INTERES

Riopaila Castilla S.A. se relaciona con sus grupos de interés con base en la confianza y la transparencia en la búsqueda de establecer una interacción de largo plazo que cree valor para la Empresa y sus accionistas, genere desarrollo integral en sus colaboradores y en las Comunidades de su entorno, provea productos y servicios de calidad con mayor valor agregado, y la integre de manera sostenible en el crecimiento y desarrollo de la regiones en las cuales opera.

En coherencia con este marco de acción, en el año 2008 la Empresa construye su línea de base en responsabilidad social empresarial, con la finalidad de orientar la gestión de las relaciones y el involucramiento con sus grupos de interés, mediante su priorización y definición de temas relevantes. Esta construcción se realiza con la asesoría de la firma consultora AxisRSE S.A., con la participación de la Presidencia de la Compañía y un grupo de ejecutivos de la misma,

Así como mediante la consulta directa a diversos grupos de interés. El proceso se implementa como parte del Proyecto de Construcción del Sistema Regional de Responsabilidad Social del Valle del Cauca, dinamizado por la Caja de Compensación Familiar Comfandi, con el objetivo de desplegar la Responsabilidad Social en sus empresas afiliadas.

Resultado: Durante el año 2010 el Comité de responsabilidad social de esta empresa analizó sus grupos de interés, estudió las expectativas e intereses de cada uno en la relación y definió compromisos, lo cual se constituye en criterio para la acción. Partiendo de los grupos de interés analizados, la empresa prioriza, en su orden, Trabajadores, Clientes, Proveedores y Contratistas, y Comunidad.

Es de anotar que la Responsabilidad Social Empresarial no es un criterio de inversión social o extraempresarial. Es, ante todo, un valor y una filosofía de gestión de una empresa, corporación u organización, de sus accionistas, directivos

y empleados, comprometida con el futuro de la comunidad a la que atiende. Sin embargo esta concepción sobre la RSE no es la que ha hallado mayor ahínco entre los empresarios. La posición más común en nuestro medio es la concepción del principio de Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia de marketing, bajo el modelo de *self-interest*. Este modelo sostiene que las acciones socialmente responsables que lleven a cabo los empresarios, y recibirán una contraprestación por parte de la sociedad en determinadas circunstancias

La Responsabilidad Social Empresarial aparece en el horizonte como un nuevo reto para la empresa moderna capitalista, producto de la insatisfacción e inconformismo de diversos sectores sociales afectados. Las críticas y movimientos sociales le hicieron entender a esta que su supervivencia estaba amenazada y que en gran medida, depende de la sociedad donde está inmersa. Este enfoque busca un equilibrio y conciliación entre la relación empresa-sociedad; sin embargo, bajo el modelo neoliberal no ha alcanzado los mejores resultados, cuando hoy se ha comprobado que el mercado por sí solo no genera ni sustenta un orden social.

4.7.1 TRABAJADORES

Los trabajadores son objeto de la más alta valoración por parte de la Empresa, sin discriminación de raza, sexo, nacionalidad, estado civil, edad, religión, ideología u otros. Riopaila Castilla S.A reconoce la importancia de generar y fortalecer un vínculo recíproco de lealtad y adhesión mediante el establecimiento de relaciones

y condiciones de trabajo que estimulen el conocimiento, eficiencia, creatividad, diálogo y responsabilidad en su desempeño, para crear un entorno laboral que garantice un capital humano que aporte a la sostenibilidad de la Empresa y permita al trabajador desarrollar de manera integral su proyecto de vida personal, profesional y familiar.

Contratación: El capital humano de Riopaila Castilla comprende una planta de 2.029 trabajadores vinculados directamente mediante contrato a término indefinido. Existió un solo trabajador con contrato a término fijo. En el período 2010 la planta de trabajadores presentó un incremento del 44% en relación con 2009, que obedece a la vinculación por contratación directa de 758 personas para el desempeño de funciones administrativas y operativas de cargos críticos de la empresa, quienes se encontraban vinculadas por contrato de prestación de servicios.

En cumplimiento de la Ley 789 de 2002 sobre Contrato de Aprendizaje, el promedio de aprendices fue 168 (50 universitarios y 118 aprendices Sena); finalizado el contrato de aprendizaje, 14 personas se vincularon a la Compañía; es un excelente resultado por que indica que la gente evalúa a Riopaila Castilla como un buen sitio para trabajar, tienen confianza en la empresa y esto permite un desarrollo permanente de la misma y con lleva al cumplimiento de sus objetivos continuamente.

Lugar de Residencia: Los trabajadores de Riopaila Castilla provienen principalmente de los departamentos y municipios en los cuales se encuentran localizadas las oficinas administrativas y comerciales de la Empresa, así como sus plantas fabriles.

En el departamento del Valle del Cauca se concentra la operación agroindustrial de la Empresa; el 96% de los trabajadores reside en este departamento y el 3%, en el departamento del Cauca. Riopaila Castilla S.A. no explicita en su política laboral la contratación local de personal; no obstante, es práctica en los procesos de selección y vinculación de personal priorizar a los residentes de los municipios del área de influencia de las plantas fabriles y oficinas administrativas y comerciales; esta práctica representa un gran aporte al bienestar y crecimiento del departamento ya que la generación de empleo permite un mejor desarrollo social, de hecho el crecimiento en el 2011 fue alrededor de un 14 % con respecto al año anterior convirtiéndose en el primer productor de caña de azúcar en Colombia.

El equipo directivo de la empresa está conformado por 22 trabajadores, la Presidencia, las Vicepresidencias y las Gerencias; el 32% reside en municipios aledaños a las plantas fabriles y el restante 68%, en Cali, capital del Valle del Cauca. En los procesos de selección y contratación, Riopaila Castilla define principios de actuación reportados en el aparte correspondiente al Compromiso con los Derechos Humanos. Distribución de personal por procesos de la organización: Esta empresa dispone de dos categorías que agrupan a los

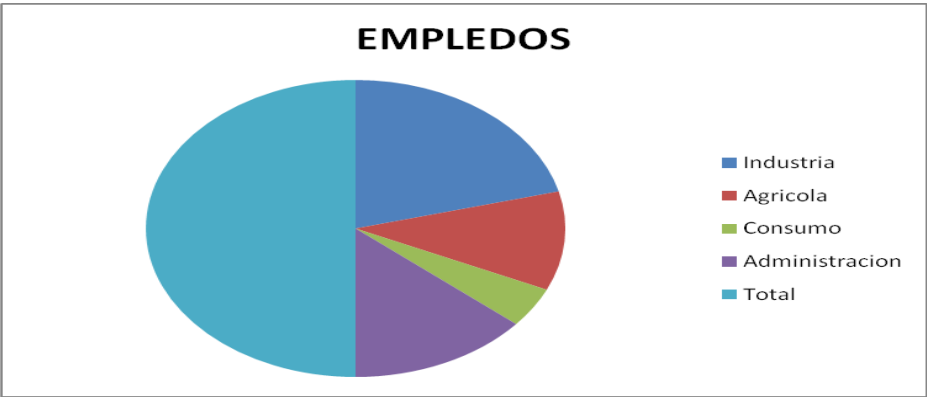
trabajadores de la organización: empleados y obreros. Para el cierre del periodo, el 29% del personal son empleados y el 71%, operarios, los cuales se encargan de los procesos de operación y gestión de la estrategia de la organización.

Tabla N. 2 Distribución del Personal en Riopaila Castilla S.A

PROCESOS	EMPLEDOS	OPERARIOS	TOTAL
Industria	245	1227	1472
Agrícola	126	182	308
Consumo	51	4	55
Administración	162	182	308
Total	584	1445	2029

Fuente: Informe de Sostenibilidad 2010 de Riopaila Castilla S.A

Grafico N. 02 Distribución de personal en Riopaila Castilla S.A



Fuente: Informe de Sostenibilidad 2010 de Riopaila Castilla S.A

Indicador de género: El indicador de género se mantiene con relación al año anterior, y sus resultados responden a la naturaleza agroindustrial del negocio. El 93% del personal son hombres y el restante 7%, mujeres,

Indicador de edad: El rango de edad que predomina en la Organización está entre 31 y 45 años, que alcanza un 36% sobre el total de la planta de personal, seguido del rango entre 46 y 55 años de edad con el 30%, lo que permite altos grados de responsabilidad en sus tareas, generando beneficio para la empresa.

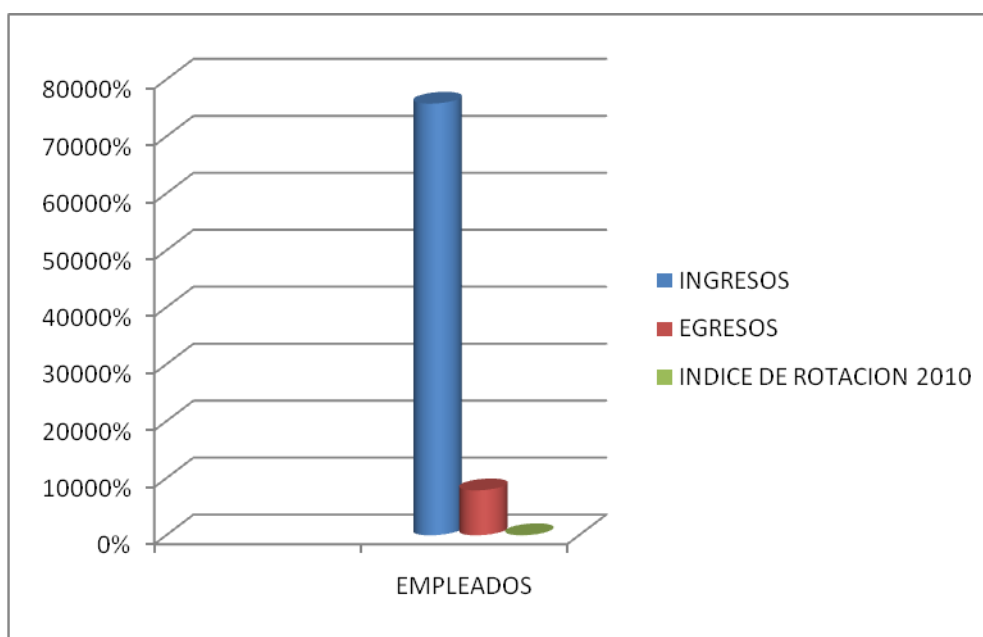
Tiempo de servicio: Riopaila Castilla se caracteriza por ser una Empresa estable en cuanto a los niveles de rotación laboral y tiempo de servicios de las personas vinculadas. Sin embargo, en 2010 el indicador presentó una gran variación por la vinculación de 758 personas, en las que prima la categoría de 0 a 10 años: 983 personas. Con más de 31 años de servicios hay 562 en personas. Y el 52% del total de la planta esta por encima de los 11 años.

El indicador de rotación de trabajo presenta un crecimiento de 30 puntos con relación al año 2009, cuando alcanzó un 3%. Este cambio se debió a la vinculación de nuevas personas en 2010, y evidencia que continúa la estabilidad laboral y la baja rotación de personal.

Tabla N. 3 Índice de Rotación de Empleados en Riopaila Castilla S.A

EMPLEADOS	
INGRESOS	758
EGRESOS	79
INDICE DE ROTACION 2010	33%

Grafico N. 03 Índice de Rotación de empleados en Riopaila Castilla S.A



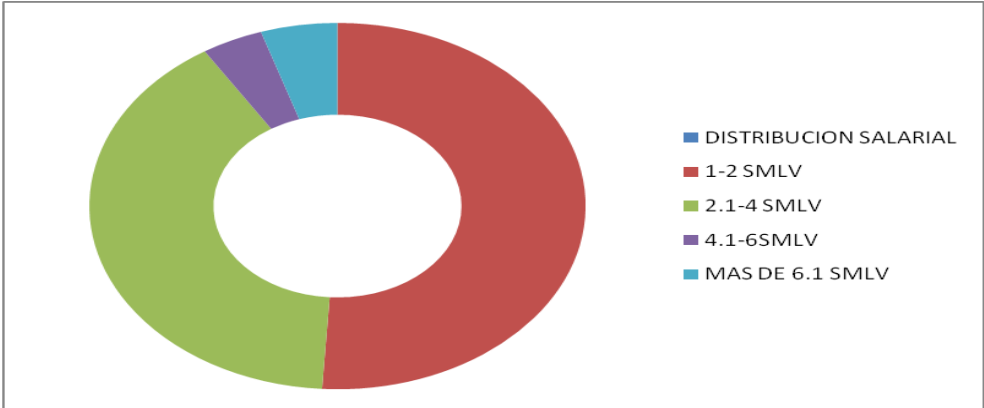
Fuente: Informe de Sostenibilidad 2010 de Riopaila Castilla S.A

Ingreso promedio de los trabajadores: Riopaila Castilla S.A. respeta y acoge las normas nacionales e internacionales sobre salario inicial estándar. Ningún trabajador recibe una remuneración por debajo de este estándar. El promedio de

los trabajadores de la Empresa se ubica por encima de los dos salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV). Es de resaltar que entre uno y dos SMMLV hubo un incremento de 18 puntos con relación a 2009 por las nuevas vinculaciones de 2010. Entre 2,1 SMMLV y 4 SMMLV hay 819 personas; y con más de 3 SMMLV hay 182 personas sobre el total de la nómina de personal. Comparadas estas cifras con 2009, la tendencia es relativamente constante.

Grafico N.4 Distribución Salarial de Riopaila

Castilla S.A durante el 2010



Fuente: Informe de Sostenibilidad 2010 de Riopaila Castilla S.A

Tabla 4. Distribución Salarial de Riopaila Castilla S.A durante el año 2010

DISTRIBUCION SALARIAL	
1-2 SMLV	51%
2.1-4 SMLV	40%
4.1-6SMLV	4%
MAS DE 6.1 SMLV	5%

Fuente: Informe de Sostenibilidad 2010 de Riopaila Castilla. S.A

Las diferencias porcentuales se presentan fundamentalmente por los tiempos de antigüedad. Con el propósito de disminuir esta brecha la empresa evalúa actualmente en detalle los cargos y funciones y su relación con la remuneración, respetando el principio de que un cargo de igual responsabilidad debe tener igual remuneración

Beneficios Sociales: Riopaila Castilla S.A. cumple con los beneficios sociales de los trabajadores consagrados en la ley colombiana y los contenidos en la Convención Colectiva de Trabajo, y otorga beneficios extralegales a sus empleados no sindicalizados. Los programas de beneficios sociales cubren a la totalidad de los trabajadores. Debido a su antigüedad, Riopaila Castilla S.A. cuenta en la actualidad con dos clases de pensionados, en razón a que el sistema pensional en los últimos cuarenta años ha sufrido varias reformas.

En el caso de los jubilados por pensión temporal voluntaria (PTV), la Empresa asume el 100% de los aportes por pensión. En 2010 se pagó por concepto de mesadas un total de \$4.013 millones a los 429 jubilados actuales.⁹⁴

Este grupo se encuentra conformado por 98 personas que se reconocen como jubilados temporales, de quienes por acta de conciliación la empresa asume la mesada, incluido el pago de la seguridad social, hasta que cumplan la edad para pensión por vejez, que será asumida por el fondo de pensiones al cual el trabajador está afiliado y estuvo cotizando hasta cumplir con los requisitos de ley.

⁹⁴ Ibidem 2010

Las 331 personas restantes se registran como jubilados plenos y compartidos; los jubilados plenos reciben una mesada mensual de la empresa y de la mesada de los compartidos, una parte la asume la empresa y el resto, el fondo de pensiones.

Por otra parte con el fin de promover el equilibrio entre la vida laboral y familiar y cumplir con lo establecido por ley de dos horas de recreación, cultura, educación y formación, además de velar por la conservación del bienestar físico y mental, se crearon los espacios vitales, que contribuyen a consolidar las relaciones entre los trabajadores, la empresa y su grupo familiar. En el periodo la inversión por este rubro superó los \$300 millones.

En total 7.854 personas, entre trabajadores y grupo familiar, participaron de este programa que presenta un balance de 3,9 beneficiarios por grupo familiar. Se promovieron manifestaciones artísticas con la conformación de la Orquesta “Riopaila Castilla” y el sostenimiento del grupo de baile Compañía Artística Azúcar, con 42 integrantes de las distintas áreas, cuya participación en eventos empresariales y comunitarios es cada vez mayor.

Es política de Riopaila Castilla reconocer el desempeño y compromiso de los trabajadores con la Organización. En el 2010, 486 personas hicieron parte de este importante grupo; de ellas, 443 trabajadores fueron exaltadas por el tiempo de servicio a la organización mayor de quince años.

Todas estas prácticas partiendo de la base de que los programas de bienestar y estímulos a los empleados dan cumplimiento a los lineamientos establecidos y que dichos programas en los cuales se invirtieron alrededor de \$24 mil millones de pesos lo que permite reconocer la gestión y así mismo mejorar la calidad de vida de los servidores y sus familias, se pueden considerar que tienen de igual manera importantes beneficios al interior de las organizaciones del sector educativo:

- Dignificar y profesionalizar al personal al servicio de la educación.
- Fortalecer la identidad profesional de los empleados
- Generan en los servidores un sentido de pertenencia y cultura del servicio, mediante el reconocimiento de sus logros como aporte a la empresa y a la sociedad.
- Generan actitudes a partir de las cuales se sientan comprometidos e identificados con los valores, principios y objetivos de la empresa
- Fortalecen la integración del empleado y su familia a la cultura organizacional de las entidades y del sector.
- Restituyen al empleado su capacidad de servir tanto a la empresa como a la comunidad, para afirmar su convicción y certeza en la continuidad y pertinencia de su gestión.
- .Atienden la necesidad de trabajar en las capacidades intelectuales de los docentes.

- Permiten una mayor estabilidad laboral, al generar mejores condiciones de trabajo.

Comités de Seguridad: El 12% del total de trabajadores participa en nueve comités de seguridad y control industrial, definidos en función de los riesgos operativos. Estos comités, dirigidos por el área de Salud Ocupacional, tienen a su cargo la promoción, control y asesoría en seguridad y salud laboral en los programas de Medicina General y Enfermería, Medicina Preventiva y del Trabajo, Higiene y Seguridad Industrial y apoyos en Seguridad y Salud Ocupacional

**Tabla N. 05 Participación de trabajadores en comités de seguridad conjuntos
dirección y empleados año 2010**

Comité técnico de campo	3%
Comité Calidad EPS	5%
Comité Técnico Corte	6%
Brigada de Emergencia	9%
Lideres Pausas Activas	10%
Copaso	13%
Comité Lideres de Evacuación	17%
Comité Primario de las Gerencias	18%
Lideres HIG Industrial 5S	19%

Fuente: Informe de Sostenibilidad 2010 de Riopaila Castilla. S.A

En el periodo fue creado el grupo de Líderes de Higiene Industrial – 5S, con la finalidad de asegurar que en sus estaciones de trabajo exista una adecuada clasificación de los desechos, a efecto de cumplir con los principios de esta metodología: Separar innecesarios; Orden: Situar necesarios; Limpieza: Suprimir

suciedad; Normalización: Señalizar anomalías y Mantener la disciplina: Seguir Mejorando.

Promoción y mejoramiento de las condiciones de salud de los trabajadores

Con el apoyo de las Empresas Promotoras de Salud (EPS) y la Administradora de Riesgos profesionales (ARP), se reforzaron los programas de higiene y seguridad industrial con actividades para la detección precoz de patologías prevenibles, en las que participaron 1.330 trabajadores y se invirtieron alrededor de \$11 mil millones de pesos. Esto incluyó:

- Implementación de medidas de control para el uso de elementos de protección personal, Mediciones ambientales y evaluaciones médicas,
- Talleres de educación para el cuidado de la salud en prevención de cáncer de mama, cérvix y próstata; consumo de psicoactivos, planificación familiar y pausas activas para empleados y personal operativo de las fábricas y los talleres.
- Visitas e inspecciones periódicas a los puestos de trabajo y motivación para los trabajadores.
- Prevención de enfermedades y promoción de la salud en los sitios de trabajo.

Estos espacios han sido creados para la detección, seguimiento y tratamiento médico de aquellas personas que presentan enfermedades generales, agudas y crónicas.

Tabla N. 6 Indicadores de Accidentalidad

ITEM	2010	2009	Vr.% Indicadores
Accidentes de Trabajo	317	226	
Días Incapacitantes	2641	2372	
Horas Hombre Laboradas	5,622,480	4,343,452	
Índice de Frecuencia(I.F)	13,53	12,5	1%
Índice de Severidad (I.S)	112,73	131,07	-19%
Índice de lesión incapacitante (I.L.I)	1,53	1,64	-0,11
Tasa de Incidencia	15,6	17.0	-1,64
Promedio de días Cargados AT	8,33	10,5	-2,17

Fuente: Informe de Sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010

- Índice de Frecuencia (I.F.): Por cada 240.000 horas hombres trabajados se presentan 13,53 accidentes de trabajo.
- Índice de Severidad (I.S.): Por cada 240.000 horas hombres trabajados se pierden en promedio 112,73 días de trabajo por AT.
- Índice de Lesión Incapacitante (I.L.I): Es la relación entre I.F. y I.S. Es un índice global de comportamiento de la Empresa entre diferentes períodos.
- Tasa de Incidencia: Por cada 100 trabajadores se producen 15,6 accidentes de trabajo.

- Promedio de días cargados: Cada accidente de trabajo produce en promedio 8,33 días de incapacidad laboral

En el caso de la accidentalidad, las cifras reflejan una variación con relación al año anterior (2009), así:

- IF: Se incrementó en 1% la relación entre los eventos ocurridos (A.T) y el número de horas hombre trabajadas en el periodo.
- IS: Se presentó una reducción del 19% en la medición de la gravedad de los accidentes de trabajo.
- I.L.I: Muestra una reducción del 0,11% en la relación directa entre los eventos ocurridos (N° A.T) y su gravedad (días de incapacidad).
- Tasa de Incidencia: se redujo a 1,4 eventos por cada 100 colaboradores.
- Promedio días cargados x AT: el promedio de días de incapacidad por cada evento de A.T disminuyó a 2,17 días de incapacidad por evento.
- Por cada 100 trabajadores se logró una reducción a 1,4 accidentes de trabajo.
- Por cada accidente de trabajo se redujo el promedio a 2,17 días de incapacidad

Enfermedad Ocupacional

- Incidencia: Por cada 1.000 trabajadores 67% con relación al año 2009.
- Prevalencia año 2009-2010: Por cada 1.000 trabajadores expuestos se califican 4,4 enfermedades de origen profesional. Con relación al período 2008-2009 la tasa se redujo en 50.7%.
- Enfermedad Profesional: Por cada 1.000 trabajadores se presentaron 1,48 casos nuevos de EP. Para el 2010 significó una reducción del 67,1% en relación con el 2009.

Mortalidad: No se presentaron muertes por causa de accidentes ni enfermedad profesional. En total hubo cinco decesos de trabajadores por enfermedad general y dos por muertes violentas. La tasa de mortalidad indica que por cada 1.000 trabajadores se presentaron 3,45 defunciones.

Ausentismo Laboral: La tasa de ausentismo de la compañía es de 2,1 con relación al total de horas hombre trabajadas; muestra un incremento del 0,17%, principalmente por ausencias médicas a citas con especialistas como parte de la gestión hecha por el área de salud ocupacional ante los comités técnicos de las empresas promotoras de salud, para el diagnóstico, tratamiento y manejo oportuno de la patologías existentes en los trabajadores.

Los principales riesgos identificados asociados con las operaciones agroindustriales de la empresa son: mecánicos, locativos, ergonómicos, eléctricos y electromecánicos, y químicos.

Para el control de estos riesgos la empresa prioriza, en alianza con las EPS, las ARP y los fondos privados para el control de estos riesgos, procesos de formación, prevención y control, con una inversión de \$2.000 millones que incluye la cofinanciación de estas entidades:

- a. Inspecciones de seguridad planeadas y periódicas a diferentes áreas.
- b. Capacitaciones y sensibilizaciones en diferentes temas de Seguridad Industrial.
- c. Mediciones de Higiene Industrial para detección de riesgos higiénicos y para el control preventivo de las enfermedades profesionales.
- d. Seguimiento médico a los programas de vigilancia epidemiológica de ruido, químico, visual y ergonómico.
- e. Auditorías médicas al personal enfermo y reubicado por restricciones médicas.
- f. Promoción y prevención de la salud; estilos de vida saludable.
- g. Buenas prácticas de manufactura (BPM).
- h. Vacunaciones generales contra la influenza AH1N1; tétanos, cáncer de cérvix, antígenos prostáticos, desparasitación, Hepatitis B, prevención de alcoholismo y drogadicción.

Procesos dirigidos a trabajadores:

- El 36%, Higiene y Seguridad Industrial.

- El 30%, Medicina del Trabajo (valoraciones médicas periódicas, exámenes de ingreso y egreso y actividades de terapia ocupacional), con el objeto de administrar, controlar y reducir las enfermedades profesionales del trabajador.
- El 21%, Medicina Preventiva (vacunaciones y desparasitación, optometrías, higiene oral, control del riesgo cardiovascular, diabetes y consultas de medicina general).

Para los familiares del trabajador se desarrollaron actividades de Medicina Preventiva que representaron un 77%, y el 19% fueron de Medicina General y servicios asistenciales de enfermería.⁹⁵

Como se puede observar Riopaila Castilla S.A es una de la empresas más organizadas en el manejo del área de bienestar y salud para sus empleados, todas las empresas deberían tener un programa de salud ocupacional, debido a la relevancia que este tiene dentro de una organización, para el beneficio del empleado, y no solo por ello, sino que también está comprobado que acarrea grandes contribuciones para la productividad de la empresa, por el solo hecho de disminuir la cantidad de accidentes laborales.

También se debe consignar como un deber moral de la empresa el tener este programa de salud ocupacional, en pro del trabajador, pero en diversos casos de diferentes países, esto se ha convertido en una obligación legal. De esta manera, la organización se cerciora de crear un ambiente laboral seguro para su empleado.

⁹⁵ Ibidem

Mantener empleados sanos, física y mentalmente, satisfechos con la labor que realizan, estimula la producción y el sentido de pertenencia. Además, con la disminución de las inasistencias al trabajo, los programas de salud ocupacional eficientes evitan problemas administrativos.

Desarrollo de los trabajadores: En el año 2010 Riopaila Castilla S.A. incrementó su contribución al desarrollo del talento humano. Muestra de ello es el importante aumento de un 33% en el promedio de horas hombre formación respecto al año anterior, lo cual responde al interés de la compañía de elevar el nivel de competencias integrales y generar espacios formativos que optimicen el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes para lograr el desempeño superior del trabajador. El Programa de Desarrollo Integral (PDI) cubre todas las acciones formativas de la Compañía y busca dar respuesta a las necesidades de conocimiento técnico y a establecer e interiorizar aspectos de actitud, lo que implica dar un mayor alcance y sentido al trabajo que diariamente se realiza.

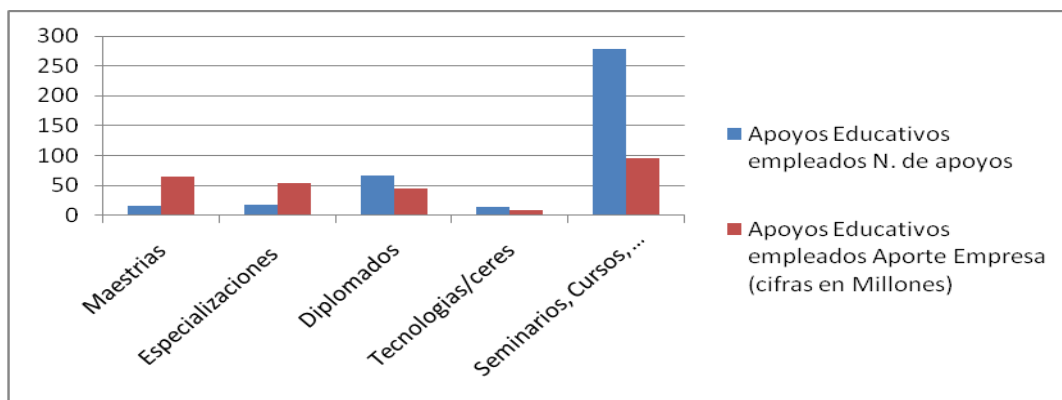
Desarrollo de la empleabilidad: Riopaila Castilla S.A. destinó \$267 millones para el desarrollo profesional de sus empleados. En total 392 personas, de diferentes áreas y procesos, se formaron en programas de educación formal que van desde tecnologías hasta especializaciones y maestrías

Tabla N. 7 Apoyo Educativos empleados

Programa	N. de apoyos	Aporte Empresa (cifras en Millones)
Maestrías	16	65
Especializaciones	17	54
Diplomados	67	44
Tecnologías/ceres	13	9
Seminarios, Cursos, Congresos	279	95

Fuente: Informe de Sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010

Grafico N.5 Apoyo Educativos empleados



Fuente: Informe de Sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010

Evaluación del desarrollo para el desempeño: Los esfuerzos se centraron en: El despliegue de los procesos evaluativos a todos los niveles de la empresa. La ampliación de la evaluación de 409 funcionarios en el 2009 a 1.501, lo que representa un 74% del personal contratado. Este proceso aporta los inputs para la construcción del Plan de Desarrollo Integral.

Clima Organizacional: Entre agosto y septiembre de 2010 Riopaila Castilla realizó una medición del clima organizacional con el Centro de Investigación en

Comportamiento Organizacional (CINCEL), en la cual participó el 77% de los trabajadores. Comparada con otras 106 empresas del país, el clima laboral de la Empresa es positivo y la ubica en el promedio nacional.

Resultados:

- Las puntuaciones más altas se encontraron en estabilidad y trabajo en equipo.
- Hubo una tendencia a la mejora en todas las variables en relación con el estudio anterior, realizado en el año 2007.
- En el perfil de los indicadores de calidad de vida laboral todos los valores reportados se ubicaron dentro de la franja de los valores promedio en comparación con las demás organizaciones

4.7.2 PROVEEDORES

En esta gestión, orientada por el criterio de la competitividad, Riopaila adquiere con los proveedores y contratistas el compromiso de realizar procesos eficientes y transparentes para la adquisición de recursos, establecer vínculos de confianza, colaboración y desarrollo a fin de generar relaciones de largo plazo, enmarcadas en el estricto cumplimiento de las normas legales y voluntarias, así como las definidas en el Código de Ética y conflicto de Intereses que regulan el accionar de la empresa. En orden a cumplir con los derechos y principios de carácter nacional e internacional a los cuales Riopaila Castilla S.A. se compromete, en todos los contratos

comerciales que regulan la adquisición de bienes y servicios exige a sus proveedores el cumplimiento estricto de las disposiciones laborales vigentes.

Por otra parte Riopaila Castilla S.A. no cuenta con una política de preferencia hacia proveedores locales; sin embargo, en la práctica existe una alta proporción de proveedores y de adquisición de bienes y servicios locales. Se entiende que estas adquisiciones locales son aquellas que proceden de los municipios del área de influencia directa de la empresa en su operación agroindustrial.

Al cierre del periodo, en el sistema de la Empresa se encuentran registrados 7.286 proveedores de bienes y servicios. Del total de proveedores inscritos, el 65% son locales; el 23%, nacionales y el restante 12% corresponde a proveedores internacionales.⁹⁶

La Empresa durante el 2010 realizó compras de bienes y servicios por valor de \$488.996 millones. El 91% de las compras de bienes y servicios son nacionales, de las cuales el 83% son realizadas en el Valle del Cauca. Del total de compras de bienes y servicios, el 9% son internacionales. Las compras internacionales corresponden a insumos, servicios, productos o bienes de los que no se dispone en el territorio nacional.

El 42% de las adquisiciones corresponde a servicios; el 38%, a proveedores de caña; y el 20%, a proveedores de bienes. Con relación a las áreas de mayor demanda en compras de bienes y servicios se destaca el proceso industrial con

⁹⁶ Ibidem 2010

\$109,156 millones; consumo, \$39.365 millones; agrícola, \$30.737 millones y las áreas administrativas, \$27.375. Es política de Riopaila Castilla S.A. que las adquisiciones de bienes y servicios se den de manera directa, sin intermediarios, con proveedores que se encuentren legalmente constituidos y demuestren consistentemente capacidad técnica, económica y administrativa, en mejores condiciones económicas, de tiempo, calidad e infraestructura de servicio.

De igual forma cabe anotar que Riopaila Castilla S.A para el caso de los insumos críticos para el procesamiento de la caña de azúcar se exige certificación ISO 9001 versión 2000 o evaluación por inspector de calidad. Como parte del proceso de verificación de la información e inscripción del proveedor, la empresa prevé en su procedimiento la verificación de que el nuevo proveedor no se halle en la lista OFAC, que corresponde al control contra el lavado de activos y el terrorismo en caso de estar incluido en dicha lista se rechaza la vinculación. La comunicación con los proveedores es formal, electrónica y promueve la transparencia del proceso. Asimismo en la página web de la Empresa los proveedores pueden conocer el estado del pago de sus facturas y descargar, con claves personales, los certificados de impuestos.

Procedencia: De las personas vinculadas por los proveedores de servicios de mano de obra, el 88% reside en el Valle del Cauca y el 12%, en el departamento del Cauca.

Tabla. N. 8 Procedencia empleados vinculados con los proveedores

		Proporción de Personas por Municipios		
Departamento % del total de Proveedores		Localidad	N. personas	% sobre el total
		Zarzal	888	20%
		Florida	852	20%
		Pradera	613	14%
		Tulua	590	14%
		Bugalagrande	185	4%
Valle Del Cauca	88%	Roldanillo	158	4%
		Andalucía	107	2%
		Otros	484	11%
Cauca	12%	Miranda	350	8%
		Corinto	139	3%
Total			4366	100%

Fuente: Informe de Sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010

El 98% de los empleos formales generados por proveedores de servicios los ocupan hombres y el 2%, mujeres. Esta diferencia obedece al tipo de labor agroindustrial.

El mantener esta relaciones con los proveedores de alguna manera estable, constante y armoniosa ayuda a incrementar la capacidad para crear riqueza por todas las partes, una mejora en la coordinación con los abastecedores, produce una mejora del producto final al estar bien encaminado desde el principio, Una mayor satisfacción del cliente, se traduce en un aumento de las ventas. Lo que es beneficioso para ambas partes; flexibilidad y velocidad para sumarse a los respuestas de un mercado cambiante o a las necesidades y expectativas de los consumidores de hecho en el año 2010 se logro unos ingresos operaciones de \$773 mil millones de pesos que es bastante atractiva para un ente económico.

Al estar integrados con la organización, los proveedores, han de adaptarse rápidamente a las necesidades de la empresa si quiere mantener su nivel de negocio o aumentarlo. Si el proveedor, no es capaz de satisfacer las necesidades de la empresa, no se podrán satisfacer las necesidades de los consumidores.

También es importante la optimización de costes y recursos, el proveedor, es también empresario. Así que hay que motivarlo con argumentos empresariales de expectativas de negocio. Que no dejan de ser los mismos que para la propia empresa, que a su vez es un consumidor del proveedor.

4.7.3 CLIENTES

Riopaila Castilla S.A. tiene como foco de producción azúcar, miel final y alcoholes (anhidro e industrial), con los cuales atiende de forma directa los segmentos del mercado nacional y del mercado exportación. Orienta, entonces, sus procesos y actividades a satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes (tanto las presentes como las futuras) para ofrecer productos de la mejor calidad y mantener una relación transparente, mutuamente beneficiosa y sostenible.

En la relación con clientes de estos segmentos la empresa propone una comunicación permanente desde el inicio, lo que por definición implica cumplimiento de las especificaciones de producto, condiciones de negociación, venta y posventa.

Adicionalmente, certifica que el producto final (azúcar, miel o alcohol) llegue en condiciones óptimas al mercado. En el mercado interno la Empresa atiende los canales de consumo masivo e industria, ámbito en el que se lleva a cabo todo el proceso de construcción de marca y fidealización de clientes, fundamentados en la calidad del producto y el servicio.

El 49% de las ventas de azúcar se realizaron en el canal consumo masivo, en el cual el producto llega al consumidor final a través de mayoristas, distribuidores, supermercados de cadena e independientes. El 51% restante se colocó en el canal industria mediante la entrega de productos a empresas nacionales y multinacionales pertenecientes a los sectores de alimentos, bebidas, químicos y farmacéuticas, entre otros.

Cada canal cuenta con un grupo heterogéneo de clientes y consumidores, a quienes se les brinda atención directa, personalizada y permanente a través de la fuerza de venta. La Empresa cerró el periodo con cerca de 900 clientes, de los cuales 153 corresponden al canal industrial y los 747 restantes, a consumo masivo. El 45% de la producción se exportó principalmente a los mercados de Perú, Chile, Ecuador y la región del Caribe, e incluyó productos como azúcar crudo, blanco y refino, este último el más rentable y apetecido en el exterior.

Logros a resaltar en mantener un nivel de clientes óptimo y satisfecho:

- Construcción de marca Riopaila con cambio de imagen y empaque (forma y material) y el lanzamiento del nuevo producto Riopaila Suprema, un producto de calidad superior al nivel de los más altos estándares del mercado.
- El canal consumo masivo logró un liderazgo en el mercado colombiano con una participación SOS (Share of Space) del 31% en las ventas de la industria azucarera colombiana.
- Activación de la marca en medios masivos ATL (Above the Line) y BTL (Below the Line): Comercial institucional de Riopaila Castilla y Comercial de marca Riopaila Suprema; publicidad en medios masivos radiales (jingle Riopaila Suprema) y activación de la marca en canales con actividades como concursos en autoservicios, independientes y mayoristas.
- Desarrollo de fichas especializadas de productos por cliente en el canal industria.
- Implementación de negociaciones especiales con clientes específicos por precio y logística y consolidación del nivel de servicio al canal industrial.
- Riopaila Castilla S.A. realiza cada año una encuesta de satisfacción a sus clientes clave segmentados por tipo de producto, como parte de una estrategia de marketing y promoción definida por la Vicepresidencia de Consumo y Valor Agregado.

Para la encuesta se contacta personalmente a las áreas técnicas y comerciales de los clientes para buscar obtener resultados precisos sobre la calidad del producto y el servicio prestado por la Empresa.

Los resultados son presentados a todas las áreas pertinentes para tomar acciones de mejora. Durante el año 2010 se aplicó la encuesta de satisfacción calificada con la escala de Likert, en la que 5 indica satisfacción total y 1, que no existe satisfacción alguna, lo que arrojó los siguientes resultados:

Tabla N. 9 Resultado de la Encuesta de Satisfacción

ITEM	TOTAL
Calidad en el producto	4,63
Aspectos Comerciales	4,56
Aspectos Logísticos	4,37
Atención a Reclamos	4,12
Promedio General	4,4

Fuente: Informe de Sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010

Estos resultados muestran que se destaca la calidad de los productos y la gestión comercial. En aspectos a mejorar está el fortalecimiento del área logística y la atención a los reclamos.

4.7.4 COMUNIDADES

Impulsar una línea de cambio para fortalecer la comunicación de doble vía, proactiva y de liderazgo, es para Riopaila Castilla S.A. esencial en el

establecimiento de la interacción permanente y efectiva con sus grupos de interés. En la constante de su compromiso con el desarrollo sostenible, Riopaila Castilla S.A. reconoce, en virtud de su operación agroindustrial, la importancia de la relación con las comunidades del entorno.

El cumplimiento estricto de la ley en las materias que regulan su operación no limita la voluntad de la empresa de actuar en el propósito de aportar, a través de alianzas intersectoriales públicas y privadas, a la generación de condiciones que faciliten a las comunidades de su área de influencia el acceso a mejores condiciones de vida. La empresa define políticas y lineamientos sociales y ambientales que abordan la configuración e implementación de procesos sociales de desarrollo.

Estos procesos son ejecutados directamente por la empresa y/o a través de la Fundación Caicedo González, entidad que despliega la estrategia social externa de Riopaila Castilla S.A., en articulación con las políticas y programas de los gobiernos nacional, regional o local, de organizaciones del sector social privado y la cooperación internacional

El arraigo en los territorios en los que Riopaila Castilla S.A. desarrolla su actividad, es elemento esencial de la cultura de la Empresa y por tanto prioriza el respeto a valores y tradiciones culturales, a los derechos colectivos reconocidos por el Estado y promueve la participación, organización y liderazgo comunitario, así

como la incidencia y articulación a las políticas públicas. Expresa su compromiso de mitigar los impactos ambientales de su operación y coadyuvar a la generación de condiciones que permitan a las comunidades de su entorno directo avanzar en su desarrollo social, mediante la ejecución de prácticas dirigidas a construir valores compartidos que mejoren la competitividad de la empresa y las capacidades de las poblaciones para acceder al ejercicio efectivo de sus derechos.

Resultado: Durante el año 2009 se puso en marcha un plan de comunicación sistemático con acciones de mejora derivadas de las recomendaciones del diagnóstico del Sistema de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa, presentándose una mejora del 29% con relación al desempeño de la gestión del año 2008.

El Plan de Comunicación focalizó sus acciones en los siguientes públicos de interés:

- Proveedores de servicios
- Medios de comunicación
- Comunidades
- Trabajadores

En este sentido, se implementaron cambios significativos, a saber:

- Rediseño de medios y mecanismos de comunicación, otorgando privilegio al diálogo abierto y transparente.
- Creación de escenarios de retroalimentación, con los públicos mencionados, para recoger recomendaciones sobre la comunicación enviada y recibida y generar ajustes.
- Mejoramiento de la oportunidad y calidad de respuesta a inquietudes planteadas a través de los mecanismos de contacto dispuestos para el público externo, en especial, hacia los medios de comunicación.
- Visibilización de temas o asuntos de interés en el ámbito de la Responsabilidad Social de la Compañía y las buenas prácticas sociales y ambientales desarrolladas en el marco de la gestión.
- Relacionamiento mediático para transparentar de manera permanente las políticas, prácticas y gestión de la empresa.
- Planeación, seguimiento y evaluación del área de Comunicación Organizacional.

Generación de conocimiento mediante procesos de investigación para identificar necesidades y expectativas de los públicos de interés priorizados

que alcanzó para el año 2009, 100% de cobertura en el diagnóstico de canales, mensajes e interlocutores.⁹⁷

Cabe anotar que realizaron un análisis regional que midió el impacto social y económico durante el 2010 del sector azucarero en su área de influencia: el valle geográfico del río Cauca. Para ello, se realizó un análisis descriptivo y comparativo a nivel municipal, el cual diferenció la situación social y económica de los municipios del área de influencia de los ingenios, de los demás municipios del país, pero también la comparó con otros municipios con presencia importante de otros sectores agrícolas como el cafetero, el arrocero, el bananero y el floricultor. Igualmente, se verificó la causalidad y se cuantificó el impacto del sector en variables de tipo económico y social como el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita, la educación y el Índice de Calidad de Vida (ICV), por medio de estimaciones econométricas de corte transversal. Este análisis halló que:

Los municipios cañicultores tienen, en promedio, una calidad de vida mejor, medida a través de diferentes variables, en el 2010 cerca \$587 mil millones de pesos fueron comprados y redistribuidos en el Valle del Cauca, generando así un bienestar indudable en los 19 municipios receptores de la inversión.

⁹⁷ Ibidem 2010

- El índice de Calidad de Vida (ICV) calculado con datos de la encuesta de calidad de vida del Dane de 2003, es entre 2,8 y 3,9 puntos más alto comparado con el resto de municipios del país
- El Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), calculado con el censo de población de 2005, en el Valle es 21, menos de la cuarta parte del NBI total (100), y menos de la mitad del índice nacional (46).
- Un municipio cañicultor tiene en promedio un PIB per cápita más alto en \$1,5 millones comparado con el promedio nacional.
- En promedio los municipios cañicultores tienen mejores índices educativos (tasa de alfabetismo, mayor tasa de asistencia escolar y más años de escolaridad) y de salud (menores tasas de mortalidad y morbilidad) que los municipios de los demás sectores agrícolas representativos del país. Un municipio cañicultor tiene en promedio 0,5 años adicionales de escolaridad comparado con el resto de municipios del país

En síntesis, los resultados de los aportes de los ingenios sugieren que la actividad productiva del sector contribuye a que la calidad de vida de los habitantes de su zona de influencia sea más alta que la observada en otros municipios donde se realizan otras actividades agrícolas. Esto además de los efectos en empleo, impuestos, producción intermedia, entre otros, a nivel regional.

Este estudio da elementos a la empresa para fortalecer el direccionamiento del despliegue de su objetivo estratégico social que es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades de su zona de influencia. En este contexto, Riopaila Castilla S.A. define el marco de sus relaciones con este grupo de interés con la educación como línea de intervención social principal que se desarrolla mediante la implementación de tres estrategias: la generación de capacidades, la participación y organización, y las sinergias público-privadas.

Para la ejecución de estas estrategias se consideran como lineamientos de la inversión social la focalización de la población a atender en función del impacto de las operaciones determinado por las hectáreas de tierra sembradas en caña, el porcentaje de procedencia de empleados y contratistas, y la tributación. En la actualidad Riopaila Castilla atiende sus relaciones con las comunidades:

- De manera directa a través de donaciones en dinero o en especie a organizaciones sociales tales como las Juntas de Acción Comunal, la Cruz Roja, las parroquias y otras, entre ellas centros educativos públicos, el Ejército Nacional y la Policía.
- Desarrolla programas en alianzas gremiales tales como el Fondo Agua para la Vida y la Sostenibilidad y el Plan de Mitigación de Quemas de Caña, gestionados por Asocaña y la Empresa en desarrollo de la estrategia ambiental del Sector Azucarero.

- Alianzas con otros ingenios para minimizar el impacto del transporte de la caña en las comunidades de influencia del sur del Valle del Cauca y Norte del Cauca.
- Realiza aportes y donaciones a la Fundación Caicedo González para la ejecución de las estrategias de Generación de Capacidades, participación y organización y Sinergias Público- Privadas.

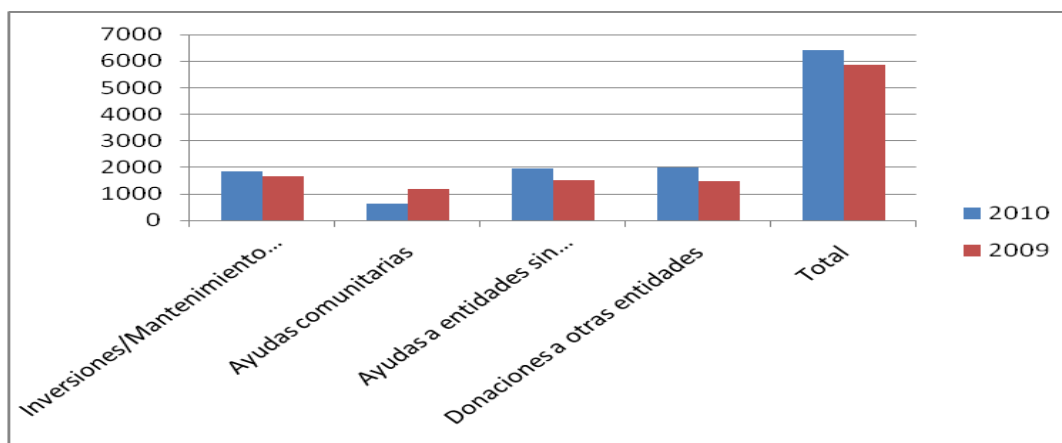
La infraestructura física de la Fundación comprende dos centros educativos, y dos centros recreacionales, a través de los cuales se presta a las comunidades los servicios de educación y de recreación, que se desarrollan y subsidian con recursos provenientes de la Empresa y de las alianzas que ha estructurado la Fundación Caicedo González con entidades privadas y públicas. Esta inversión se encuentra principalmente representada en los siguientes programas y proyectos, cuyas acciones llegan a 11 municipios de los 17 considerados como área de influencia de la empresa:

Tabla. N.11 Programas y proyectos 2010

	2010	2009
Inversiones/Mantenimiento Vías Azucareras	1842	1660
Ayudas comunitarias	640	1175
Ayudas a entidades sin ánimo de lucro	1960	1522
Donaciones a otras entidades	1989	1496
Total	6431	5852

Fuente: Informe de sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010

Grafico N.05 Programas y Proyectos 2010



Fuente: Informe de sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010

4.8 POLITICA PÚBLICA Y DE PERTENENCIA ASOCIACIONES

Riopaila Castilla S.A., como actor económico, articula la integralidad de su operación al estricto cumplimiento de los mandatos legales y a la creación de condiciones que faciliten los desarrollos de políticas públicas.

La empresa respeta la libertad de asociación y reconoce el derecho a la negociación colectiva. Durante el año 2010 no se presentaron circunstancias de quejas o reclamaciones por abuso o violación de estos derechos. Los trabajadores de Riopaila Castilla S.A. se encuentran asociados a tres sindicatos, dos de base y uno de industria. El 72% de la planta de personal está sindicalizado.

En el caso de cambios organizacionales, para el personal sindicalizado y no sindicalizado Riopaila Castilla aplica los términos de la legislación colombiana con relación a preaviso para los trabajadores.

Resultado: esta empresa de manera permanente participa en asociaciones y ámbitos de carácter regional y nacional, desde los cuales de manera conjunta y a partir de la confluencia de intereses y objetivos despliega su enfoque de Responsabilidad Social con la finalidad de aportar a la construcción y desarrollo de agendas públicas y privadas orientadas a temas de relevancia económica, social y ambiental para las regiones en las cuales opera. Estas asociaciones son:

- Asociación Nacional de Industriales de Colombia- ANDI
- Asociación de Cultivadores de la Caña de Azúcar – ASOCAÑA
- Fondo de Estabilización de Precios del Azúcar – FEPA
- Sociedad de Agricultores de Colombia – SAC
- Centro de Investigaciones de la Caña de Azúcar- CENICAÑA
- Asociación de Usuarios del Río Bolo- ASOBOLO
- Corporación de Suelos del Río Palo – CORPOPALO
- Asociación de Usuarios del Río Frayle – ASOFRAYLE
- Asociación de Usuarios del Río Desbaratado – ASODES
- Asociación Río Bugalagrande – ASORIBU
- Instituto para el Desarrollo de La Paila – IDLA
- Asociación de Usuarios de los Servicios Públicos de La Paila - ASEPAILA.

- Comité de Presidentes por la Responsabilidad Social Empresarial del Valle del Cauca.

SELLOS DE CALIDAD ICONTEC

Con Sellos: En la Planta Castilla desde septiembre de 1991 y en la Planta Riopaila desde junio de 1995.

- Sello para Azúcar Blanco Especial NTC 2085
- Sello para Azúcar Blanco NTC 611
- Sello para Azúcar Crudo NTC 607
- Sello para Melaza de Caña NTC 587
- Sello para Azúcar Refinado NTC 778

Riopaila Castilla S.A. es “PROVEEDOR AUTORIZADO DE INGREDIENTES” de Coca Cola, Unidad de Negocios Latinoamérica Centro (Latin Center Division), así:

Planta Riopaila: Proveedor Autorizado para Azúcar No Refinado (desde noviembre de 2008).

Planta Castilla: Proveedor Autorizado para Azúcar Refinado (desde junio de 2010).

Esta condición autoriza a Riopaila Castilla para abastecer a todas las embotelladoras de la Unidad de Negocio de Latinoamérica Centro.

4.9 COMUNICACIONES

En el marco de la Política de Comunicaciones, la apuesta de la Empresa se dirigió a promover hacia sus grupos de interés nuevos escenarios de comunicación y a fortalecer los existentes, en la búsqueda de lograr una mayor visibilidad de los resultados y prácticas de Riopaila Castilla S.A. y abrir la interacción para avanzar en el futuro hacia el establecimiento de diálogos más estructurados.

La gestión comunicacional y mediática con proveedores de servicio de mano de obra, trabajadores, familias, comunidad y medios de comunicación, alcanzó los siguientes logros:

- Lanzamiento de dos nuevos medios de comunicación que responden a las expectativas de los trabajadores e intereses de los líderes de procesos de la Empresa: cobertura en el 100% y dos ediciones de publicación periódica con siete mil ejemplares impresos distribuidos en las áreas de la organización y a proveedores de caña, medios de comunicación y alcaldías.

- Relación con la comunidad: cobertura de 250 personas en seis localidades del Valle del Cauca. Ejes temáticos: mitigación de quema de cañas agendas mediáticas locales, vías azucareras
- Catorce espacios de formación en competencias comunicacionales en el Programa de desarrollo de corresponsales. En total el proceso incluyó a 42 personas y benefició al 70% de las distintas áreas de la organización.
- Socialización del Informe de Sostenibilidad 2009:
- Comunidades de Florida, Pradera, Zarzal, Buga la grande y el corregimiento de La Paila, con asistencia de 100 personas aproximadamente.
- Envío del informe a 75 periodistas locales y regionales, a 500 proveedores de caña, a 120 proveedores del comercio, a 36 clientes industriales, a 100 entidades del sector social, a 150 entidades del sector público y a todos los accionistas.
- Formación y entrenamiento a 56 periodistas locales y regionales en Responsabilidad Social Empresarial y el rol de los medios de comunicación y la labor del periodista.
- La articulación de la gestión empresarial en las redes sociales permitió cerrar el año con 654 seguidores cuyas edades oscilan entre 25 y 35 años.

- El balance mediático de Riopaila Castilla alcanzó en Colombia un nivel de favorabilidad de 61%, 31 % de neutralidad y 8% de noticias negativas.

5. GESTION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RIOPAILA CASTILLA

S.A AL AÑO 2009 - 2010

5.1 IMPACTO ECONOMICO

Los resultados mostraron un crecimiento de la demanda agregada debido a la confianza de consumidores y empresas; a esto se suma una rápida respuesta de las medidas gubernamentales en materia económica y una importante inversión pública en obras de infraestructura. En cuanto a los niveles de ocupación, la tasa de desempleo fue de 11,8% según el Dane, lo que muestra repunte en los empleos formales; sin embargo, es creciente y notorio el número de personas dedicadas a la economía informal.

El impacto económico directo del negocio se ha estimado con base en las remuneraciones (salarios y beneficios sociales para los empleados), los negocios directos (costos operativos) y los pagos al Gobierno.

El impacto económico de Riopaila Castilla es de \$1.889.243 millones; de estos, \$551.171 millones se generaron por operaciones directas del ingenio, y los

restantes \$1.338.072 millones corresponden al efecto indirecto generado por el estímulo que la operación hace sobre empresas dedicadas a la generación de productos agrícolas, venta de maquinaria, venta de insumos químicos, corteros de caña y las empresas dedicadas a la prestación de servicios financieros y administrativos.

Pagos al Gobierno: El Estudio de Fedesarrollo considera que los impuestos de la producción efectivamente pagados por los ingenios corresponden a 40% de industria y comercio, timbre nacional, avisos y tableros, rodamientos, ICBF y SENA.

De acuerdo con esta metodología el impuesto de la producción efectivamente pagado por Riopaila Castilla es de \$27.923 millones en el 2010 y de \$21.917 millones en el 2009. Este pago de impuestos generó un pago en la economía indirectamente de \$15.876 millones en el 2010, el cual fue pagado por los proveedores directos. Gracias al dinamismo de la demanda de materias primas, bienes y servicios requerida por la empresa para la producción de azúcar y sus derivados.

Los ingresos operacionales se incrementaron en un 1,5%, principalmente por mayores ingresos de venta de azúcar, consecuencia del alza del precio y de una mayor participación en el mercado local. Los costos operativos corresponden a todos los costos y gastos asociados a la operación e incluyen materias primas, insumos, servicios, administración y ventas.

En salarios y beneficios sociales para los empleados el año 2010 mostró incremento del 20% con relación al 2009. En los ítems remuneración de personal, bonificaciones y beneficios hubo un aumento de 11% en 2010, producto de la vinculación de nuevas personas a la nómina.

Durante los periodos 2009 y 2010 no se recibieron ayudas financieras del Gobierno. Sin embargo, conforme a lo regulado por el artículo 158-3 del Estatuto Tributario Colombiano, la inversión en activos fijos productivos es deducible de la base del impuesto sobre la renta, en un porcentaje equivalente al 30% del valor de adquisición del activo. En el año 2010 Riopaila Castilla realizó compras de activos fijos productivos por valor de \$35.973 millones, lo que le permitió disminuir su base de gravable, así:

Tabla N. 12 Deducción de Impuestos 2010

	2010	2009
Deducción Base del impuesto de renta inversiones de activos fijos productivos	10,792	12,128

Fuente: Informe de Sostenibilidad Riopaila Castilla S.A

Mercado Nacional y de Exportación: Directamente Riopaila Castilla S.A. atiende clientes industriales y comercializadores internacionales. La operación agroindustrial de Riopaila Castilla S.A. se estructura en tres procesos: Agrícola, Industrial y Consumo y Valor Agregado. El proceso administrativo se soporta en

áreas funcionales y de apoyo. De esta manera proyecta su actividad económica e incursiona en mercados variados que fortalecen su estrategia corporativa.

Cabe señalar, además, que Riopaila Castilla S.A. es el resultado de la escisión y posterior fusión de la parte industrial de dos ingenios azucareros que estaban integrados verticalmente (fábrica y campo). Por lo tanto, la empresa las valora a costo comercial de compraventa, lo que implica que un tercero capta el margen de producir y vender caña.

Tabla N. 13 Valor económico directo, generado y distribuido 2009-2010

Componente		
Valor directo creado(VEC)	2010	2009
Ventas Netas de bienes y servicios	676,090	666,049
Ingreso por inversiones Financieras	22,895	34,989
Utilidad en ventas de activos	25432	1879
Total Valor económico directo creado (VEC)	724,417	702,917
Valor económico Distribuido(VED)		
Costos operativos	452,024	444,000
Salarios y beneficios sociales para los empleados	71,223	64,154
Pagos a gobiernos	27,923	21,917
Pagos proveedores de Fondos	49,740	46,931
Inversiones en la Comunidad	6,431	5,852
Total Valor económico directo creado (VED)	607,342	582,854
Valor económico Retenido-(Valor económico generado menos valor económico distribuido)	117,075	120,063

Fuente: Informe de sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010

En el 2010 el total del valor económico directo creado fue de \$ 724.417 millones, lo que representa un incremento del 3,1% con respecto al año anterior, que llegó a

\$702.917 millones. Esta situación se da principalmente por mayores ingresos operacionales y una mayor utilidad en la venta de activos.

5.2 MEDIO AMBIENTE

Riopaila Castilla está certificada en la norma NTC ISO 14001, sistema de gestión ambiental, con objetivos, metas, programas, requisitos legales y aspectos ambientales que regulan su accionar permanente tanto dentro como fuera de la organización.

Esta empresa suscribió el Pacto Global en el año 2009 y afirmó su compromiso con los principios 7, 8 y 9 mediante la aplicación de un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección ambiental y la adopción de iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental y el desarrollo y difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

En el año 2010 la empresa se vinculó al Plan Estratégico Ambiental del sector azucarero colombiano, el cual contempla, entre otros imperativos, la promoción de una cultura de sostenibilidad, la adopción integral de prácticas sostenibles y focaliza como recurso natural estratégico el agua.

Como herramienta de concertación y de gestión para el despliegue de los objetivos de este plan se estructuró la Mesa del Agua, con la participación de Asocaña, Cenicaña, Tecnicaña, y Procaña. Esta mesa define los planes de acción

por cada uno de los ingenios, que comprenden la promoción del uso racional del agua; el impulso de variedades de caña y la adopción del modelo de riego por balance hídrico; prácticas disponibles para la conservación del suelo; concertación con autoridades ambientales y comunidades vecinas para el manejo de las quemas; uso adecuado de maduradores; fortalecimiento de la red interna de carreteras y promoción de nuevas formas de transporte.

Complementa este plan el Fondo del Agua por la Vida y la Sostenibilidad, creado en el año 2009 con el objetivo de preservar las cuencas hidrográficas de los ríos, la principal de las cuales es la del río Cauca y tributarios tales como los ríos Bolo, Frayle, Desbaratado, Amainé, Nima, Tuluá, Bugalagrande, Zabaletas, Riofrío y Palo. Se concentra la operación del Fondo en el sur del Valle del Cauca y norte del Cauca, en razón de ser las franjas protectoras de mayor riesgo.

Con el apoyo técnico y económico de los ingenios azucareros, de organizaciones internacionales como The Nature Conservancy (TNC), de asociaciones de usuarios de los ríos y la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca (CVC), el Fondo promueve y apoya los proyectos de protección y conservación de estas cuencas con una inversión de \$ 7.297 millones en dos años de operación.

La mayor contribución a las inversiones del periodo es la adquisición de maquinaria para la cosecha mecanizada, que ayuda a reducir la quema de caña. De forma alterna, se instalaron dos lavadores de gases en las calderas para

mitigar las emisiones de material particulado en la atmósfera, y se hicieron inversiones en equipos de geoposicionamiento satelital, para obtener una mejor administración de todo el equipo de transporte de cosecha en cuanto a recorridos más cortos, disminución de tiempos muertos y velocidades óptimas, así como detección de desvíos innecesarios y prolongados.

Tabla N.14 Inversión en Medio Ambiente

Area	Proyectos	Año 2010 Cifras en millones
Campo	Implementación de sistemas de Riesgo	40
	Construcción de infraestructura de obras civiles	250
	Captación de aguas subterráneas	530
	Programas de reforestación	120
	SUBTOTAL CAMPO	940
	Cosecha Mecanizada	10800
	Construcción de vías Azucareras	1194
Cosecha	Señalización y Prevención vial (semaforización)	150
	Programas de acercamiento con comunidades	10
	Equipos de posicionamiento satelital	640
	Equipo saneamiento	140
	SUBTOTAL COSECHA	12934
Fabrica	Control de emisiones en fuentes fijas	4067
	SUBTOTAL FABRICA	4067
	Contribuciones asociados de usuarios de los rios	177
	GRAN TOTAL	18118

Fuente: Informe de Sostenibilidad Riopaila Castilla 2010

Con relación al año 2009 hubo un crecimiento del 56% en las inversiones ambientales, cerca de \$25 mil millones de pesos que obedece la compra de equipos para cosecha mecánica básicamente, al aumento de la inversión en vías azucareras y a las contribuciones voluntarias a asociaciones de usuarios de los ríos.

Todos estos resultado indican el grado de importancia que tiene hoy día el medio ambiente para las empresas colombianas, es necesario sumarse a la lucha de unos pocos a quienes se les llama conservacionistas y sólo se les conoce como manifestantes de oficios, por el sólo hecho de recordar a las grandes potencias que necesitamos un ambiente para poder vivir y que nuestra casa "la tierra" se está muriendo en nuestras manos. Hay que hacer una reflexión sobre este apasionante tema que puede tener tantas implicaciones en nuestras vidas desde lo cotidiano hasta niveles de supervivencia mundial.

El medio ambiente se está convirtiendo en una fuente de ventajas competitivas: racionaliza el consumo de recursos naturales, impulsa el desarrollo tecnológico, mejora la imagen de la marca de la empresa y del producto, aumenta las posibilidades para introducirse en otros mercados, y casi siempre aumenta la satisfacción de sus empleados y clientes.

Hay que insistir que debe haber una vinculación más de las empresas con la protección del medio ambiente, en donde su gerencia se comprometa realmente a

garantizar que los procesos de producción, los mismos productos que fabrican no son contaminantes en el entorno en donde operan.

Los administradores que consideren el medio ambiente como un factor estratégico clave han dado en el blanco. Gerenciar se traduce en la actualidad en tener claro y presente en todo momento el concepto de responsabilidad social y no es de imaginarse a una organización rodeada de vegetación y fauna haciendo contraste con una edificación de hierro y concreto; se trata de internalizar la cultura de proteger el ambiente en la organización, no importa las dimensiones de la misma ni el número de empleados que esta posea, lo importante es lograr que no sólo se identifiquen con los objetivos de la empresa sino que adopten la cultura de preservación pues esto origina no sólo beneficios económicos sino que proporciona beneficios personales con respeto a la salud y bienestar mental de los individuos.

Algunas empresas pioneras se han anticipado y han adoptado cambios profundos y muy importantes en su cultura medioambiental, en el modo de abordar los problemas y de buscar las soluciones. Utilizan su apuesta por el cuidado del medio ambiente como un activo de la organización.

Un buen gerente siempre proseguirá el beneficio de su organización pero si se utilizan los recursos naturales adecuadamente este puede obtener: Ahorro de desgrávameles, tasas, cánones, impuestos medioambientales, ahorro en multas y

sanciones; ahorro en primas de seguros; deducciones por inversiones "verdes"; acceso a condiciones crediticias ventajosas.

Se puede economizar cantidades importantes definiendo una adecuada estrategia de compras y los posibles ámbitos de colaboración con proveedores y clientes para cambiar especificaciones de los ingredientes, de los componentes, del proceso productivo, del producto final, su envasado y empaquetado, su transporte y de su consumo final.

En relación con el mercado laboral, las empresas "limpias" suelen atraer a empleados de gran calidad y suelen evitar que se marchen o que se tengan que rotar. Las empresas "limpias" suelen estar bien gestionadas y saben que cuidar la salud de los empleados y del entorno es cuidar de la salud propia de la empresa. Una empresa respetuosa con el medio ambiente es una empresa con futuro y eso también lo saben los empleados.

5.3 USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS NATURALES

5.3.1 ENERGIA

Las necesidades energéticas de la Empresa son cubiertas por turbogeneradores movidos por el vapor proveniente de las calderas, cuyo combustible principal es el bagazo, subproducto que resulta de la molienda de la caña en la fábrica. Esto

permite producir energía para las operaciones de las fábricas, parte del campo y el sector urbano cercano, y el excedente es vendido a la red eléctrica nacional.

El consumo de energía es medido en cada una de las plantas fabriles y se cuantifica de acuerdo con las toneladas de caña producidas en el mes, donde se establecen metas de cumplimiento para aprovechar mejor el recurso.

En Planta Riopaila la meta para el año 2010 era de 25,47 Kw/TCM (kilovatio por tonelada de caña molida), y se alcanzó un cumplimiento del 64% debido, principalmente, a los mantenimientos de fábrica. Esta cifra con relación al año 2009 presenta un crecimiento de 9%.

En Planta Castilla la meta para el año 2010 era de 33,36 Kw/TCM (kilovatio por tonelada de caña molida), y se logró un cumplimiento del 95%, un crecimiento de 2,4% respecto al año 2009.

Las iniciativas para mejorar la eficiencia energética son producto del programa “Ideas Ingeniosas”, un espacio promovido para que los trabajadores propongan proyectos que mejoren la eficiencia de su labor y del proceso productivo. Muchas de estas ideas se han aplicado de manera exitosa y han permitido reducir el consumo indirecto de energía. Entre las iniciativas que se destacan al respecto se encuentran:

- Evaluación y diagnóstico del estado de los centros de control de motores e instalación de bancos de condensadores, lo que ha permitido mejorar el factor de potencia.
- Programa de reemplazo de lámparas de mayor vatiaje o potencia (48W) por lámparas de 32W.
- Adquisición de motores de alta eficiencia.
- Instalación de un variador de velocidad al motor de tiro inducido de la Caldera 5, el cual trabajaba con un arranque por autotransformador.
- Reposición de los molinos 5 y 6, donde se instalarán motores eléctricos accionados por variador de velocidad.

Todo esto, sumado a los programas de capacitación y sensibilización que invitan a apagar las luces, los computadores y equipos eléctricos cuando no se usan, ha permitido los ahorros que se reflejan en los indicadores.

Por efecto de la disminución en la entrada de caña al proceso de fabricación del azúcar, ocasionado por el invierno, el consumo de energía en kilovatios hora por toneladas de caña día aumentó en Planta Riopaila un 10% y en Planta Castilla 2% con relación al año 2009.

El 91% de la energía comprada o generada fue utilizada en los procesos de operación de la Empresa y el resto fue vendido a la red eléctrica nacional. Entre el año 2009 y el 2010 hubo un incremento en producción de energía del 49%, debido

a mejores prácticas energéticas y al ahorro de vapor; esta situación permitió vender más cantidad a la red eléctrica nacional en el año 2010.

El consumo de vapor presentó los siguientes resultados:

- Planta Riopaila: en 2010 alcanzó 1.168,5 libras de vapor por tonelada de caña promedio mes, un 96% de cumplimiento sobre las metas. Con relación al año 2009 el consumo creció 1%.
- Planta Castilla: en 2010 alcanzó 963 libras de vapor por tonelada de caña promedio mes, un 111% de cumplimiento sobre las metas. Con relación al año 2009 el consumo decreció 5%.

5.3.2 AGUA

Los cultivos de caña utilizan sistemas de aplicación de riego por aspersión y gravedad y captan el agua de los ríos mediante bocatomas directas o bombeo, así como el agua subterránea a través de pozos profundos.

Para la programación del riego se utiliza el balance hídrico, herramienta que permite determinar la caracterización física del suelo, el establecimiento de la capacidad de campo, la frecuencia de riego y el punto de marchitez permanente de donde sale la lámina de agua para que sea rápidamente aprovechable. El

balance hídrico suma los aportes por lluvia y riego, y resta el consumo de agua diario de la planta para establecer el momento oportuno en que el suelo ha agotado toda su agua disponible y se debe recuperar con riego.

La mayor cantidad de agua que se utiliza en Riopaila Castilla proviene de los ríos, captada por bocatomas y canales superficiales que las llevan hasta el proceso fabril y los campos para riego. Los pozos profundos para captación de agua subterránea se perforan en los sitios donde no hay posibilidad de utilizar el agua de río, razón por la cual su porcentaje de uso es menor, sumado a esto que dadas las condiciones de infraestructura, operación y mantenimiento, la captación de agua por este medio genera elevados costos.

La disponibilidad de agua por afluente en 2010 muestra que el 79% corresponde a aguas superficiales y el 21%, a aguas subterráneas; con relación al año 2009, la tendencia es continua: 80% de agua superficial y 20% subterránea.

Agua reutilizada: Riopaila Castilla S.A. mantiene en sus dos plantas fabriles circuitos cerrados para minimizar el consumo de agua a través de piscinas de enfriamiento, sistema de tratamiento de aguas residuales industriales y torre de enfriamiento, lo que permite reutilizar el agua. En algunos procesos recircula el agua utilizada, de tal manera que se disminuye la cantidad de agua empleada en las fuentes que suministran el líquido.

La Empresa utilizó en el periodo el 11% del agua de efluentes externos y el 89% restante por procesos que reutilizan el agua. El resultado del año 2010 mejoró ligeramente con relación al del 2009

5.4 BIODIVERSIDAD, HABITATS PROTEGIDOS O RESTAURADOS

Riopaila Castilla, para mantener la disponibilidad de agua y preservar la biodiversidad, se articula a la estrategia sectorial de recuperación y mantenimiento de las cuencas hidrográficas de los ríos de su área de influencia, mediante la implementación de acciones de protección de bosques, nacimientos de agua, corredores ecológicos, recuperación de áreas desprotegidas y siembra de especies nativas en vía de extinción.

En su desarrollo, la Empresa promueve el fortalecimiento de las asociaciones de usuarios de los ríos Bolo, Frayle, Desbaratado, Palo y Bugalagrande, y la participación directa de las comunidades, con el acompañamiento de funcionarios de la empresa que hacen parte de sus juntas directivas

En el año 2010 se resaltan los siguientes logros:

- Contribución a la reducción de la carga contaminante de la quebrada Agua Mona.

- Gestión para el nacimiento de \$ 59 millones por parte de la CVC para la construcción de 10 pozos sépticos familiares en el corregimiento San Pablo, Retrepo (Valle), los cuales benefician a 23 familias.
- Cofinanciación del Fondo Agua para la Vida y la Sostenibilidad, para la protección de la cuenca del Río Frayle: Recuperación de dos hectáreas con sistema de bioingeniería en el resguardo San Juan Páez.
- Protección de 10 nacimientos de agua y 32 ha con 12 Km de cerca viva en zonas con recarga hídrica en el resguardo Triunfo Cristal Páez.
- Repoblación forestal de 4 ha.
- Gestión con el programa Ecoaguas de Syngenta, empresa que suministra productos químicos para los campos de Riopaila Castilla, para el aislamiento y cobertura forestal de 2 Km de cerca viva con 12 mil plántulas.
- Creación de la Cooperativa Viveristas de Florida y formación de viveristas para la comercialización de plántulas. Los viveros están conformados por 35 mujeres cabeza de familia.
- Con el programa de Syngenta se sembraron 12 mil árboles en la zona plana y alta de la cuenca del río Frayle, se protegieron 2 Km de fuentes de agua y se apoyó a 5 viveros comunitarios.

- El Fondo Agua para la Vida y la Sostenibilidad financió proyectos a las cuencas de los ríos Palo, Bolo, Frayle y Desbaratado en 2010 por valor de \$520 millones. Hasta el momento se han realizado programas de capacitación a la comunidad cercana a las cuencas, reforestación y construcción de obras de control de erosión. Todo ello con la participación de mano de obra indígena y campesinos de la cuenca, en total 950 familias directamente.

5.4.1 HABITATS PROTEGIDOS

Entre las áreas protegidas para la conservación de la biodiversidad hay 58,01 ha de humedales denominados Cementerio y El Mateo, ubicados al norte del Valle del Cauca, jurisdicción de Planta Riopaila. Estas zonas cuentan con gran riqueza de fauna y flora y son aprovechadas por la comunidad en labores como la pesca; además sirven como estabilizadores permanentes de los niveles de agua y como amortiguadores de las crecientes del río Cauca, lo que fue determinante en el 2010 por las condiciones de humedad extrema.

Ambos humedales tienen plan de manejo. Riopaila Castilla realiza permanentemente programas de mantenimiento y recuperación de su espejo de agua y zona vegetativa existente, motivo por el cual ha recibido reconocimiento de la autoridad ambiental.

5.4.2 REFORESTACION

Anualmente la empresa participa en programas de reforestación en áreas internas y en la recuperación de las cuencas hidrográficas. La gestión radica en la definición de áreas de siembra, compra de plantillas, siembra de árboles y seguimiento al cuidado y protección de los árboles. Así mismo, en las asociaciones de usuarios se participa en la definición y construcción de proyectos, gestión de alianzas y programas de capacitación y protección a la flora y fauna de las cuencas. Al cierre del 2010 se sembraron, en conjunto con las asociaciones de usuarios y otras entidades, 34.000 árboles.

Los compromisos ambientales de la Empresa han establecido programas que buscan la quema controlada de caña, el control de emisiones atmosféricas y vertimientos líquidos y el manejo de residuos comunes y peligrosos, de tal manera que no se afecte la fauna y la flora.

5.4 3 EMISIONES AFMOSFERICAS

Riopaila Castilla realizó inversiones por valor de \$4.000 millones en la instalación de lavadores de gases para el control de las emisiones por fuentes fijas, y firmó con las autoridades ambientales: CVC, la Corporación Regional del Quindío y el Ministerio del Medio Ambiente, un plan de reconversión a tecnología limpia para Planta Riopaila a siete años, que incluye emisiones fugitivas, material participado,

gases de efecto invernadero y la instalación de equipos de medición y control para mejorar la eficiencia ambiental y operativa de las calderas.

Las autoridades ambientales establecieron un protocolo de medición de las emisiones atmosféricas, al cual se acogió Riopaila Castilla junto con empresas que se encuentran acreditadas por el Ideam. Los resultados de la caracterización realizada en Planta Riopaila arrojaron niveles favorables con relación a la norma nacional (promedio de 18,9 mg/m³ sobre 350 que es el estándar de la norma).

5.4.4 MANEJO DE RESIDUOS SOLIDOS

La Empresa genera residuos comunes y peligrosos y dispone de ellos adecuadamente. Respecto de la cultura ambiental se tienen programas de reciclaje que buscan generar mayor conciencia ambiental e invitan a clasificar de manera correcta los residuos con base en los parámetros definidos para tal propósito: papel, plástico, cartón, vidrio, chatarra, alimentos, otros. Gran parte de ellos son comercializados para ser procesados y generar nuevos productos.

Para el control de los residuos comunes se utiliza un indicador cuyas metas están establecidas por peso. En el periodo se logró un cumplimiento del 98% en Planta Riopaila y un incremento del 16% con relación al año 2009. En Planta Castilla hubo un cumplimiento de metas del 85%, que comparado con el año 2009 presenta un crecimiento de 26%. Los residuos peligrosos son separados,

recolectados y almacenados en una bodega temporal y se dispone de ellos adecuadamente para cumplir con el Decreto 4741 que exige la declaración anual de la cantidad de residuos generados. Riopaila Castilla S.A. no cuenta con residuos importados ni exportados; por lo tanto, no lleva registro alguno de éstos.

Tabla N. 15 Ventas de los diferentes tipos de Residuos

Tipo de Residuo	Medida	Cantidad	Valor \$
Chatarra	Kls	1,508,438	601.041.968
Acero	Kls	22.550	50.056.300
Cobre	Kls	6.460	32.310.400
Limalla	Kls	14.420	6.234.616
Empaque de Polipropileno	Kls	108.669	9.742.424
Plástico	Kls	346.050	17.872.900
Baterías	c/u	12.668	12.846.997
Retal llantas	Kls	162.173	14.799.320
Aceite usado	tab 55 gl	6.985	18.810.179
Retal de papel	Kls	112.150	4.788.210
Chatarra de bronce	Kls	8.850	38.519.100
Chatarra de aluminio	Kls	4.850	7.524.160
Vidrio	Kls	1.140	48.200
Total		2315403	814.546.574

Fuente: Informe de sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010

5.5 FORMACION A LA COMUNIDAD

5.5.1 Instituciones Educativas

Durante el período escolar se invitan a las instituciones educativas con el objetivo de mostrarles el manejo ambiental que tiene implementado la empresa en cada

uno de los procesos y se promueve la conciencia ambiental hacia la protección y conservación de los recursos naturales. Dentro de los asistentes se tienen estudiantes de primaria, bachiller y universidad.

5.5.2 Cursos Especiales

Construcción vivienda en guadua: Con la participación del Sena y la Fundación Caicedo González se realizó un curso para la selección, corte y tratamiento de guadua, en busca de construir viviendas económicas y de alta resistencia. En este curso participaron corteros de caña, asociados a las Cooperativas de Trabajo Asociado.

5.6 HABITAST AFECTADOS

Las plantas fabriles cuentan con sistemas de tratamiento de aguas residuales industriales y domésticas para el control de los vertimientos líquidos, que buscan entregar un agua de calidad aceptable que no afecte el ecosistema y permita su reutilización en los procesos de producción y riego.

5.7 PRODUCTO

El azúcar que se produce se vende a granel y en presentaciones de quintales o familiares, empacada en bolsas plásticas y de papel. Éstas no son recuperadas por la Empresa, pero pueden ser recicladas por el consumidor.

5.8 MULTAS

Durante el año 2010, al igual que en 2009, Riopaila Castilla S.A. no ha sido objeto de multas por hechos vinculados con el ambiente.

5.9 TRANSPORTE

Las áreas encargadas de transporte controlan que todos los vehículos cumplan con la normatividad en cuanto a la emisión de gases, tanto para el transporte propio como para el contratado para el traslado de equipos y personal.

Con la práctica empresarial en su Dimensión Social y Ambiental, Riopaila Castilla S.A. asume el compromiso de contribuir al desarrollo local en la perspectiva de construir entornos sostenibles, manifiesto en el gerenciamiento de los impactos ambientales en la vida de las comunidades mediante el sistema de gestión ambiental, que ayuda a mitigar los riesgos ambientales asociados a las operaciones en campo, cosecha y fábrica; las prácticas de compras y contratación; inversiones en infraestructura básica para perfeccionar el desarrollo económico y físico de las localidades vecinas; la inversión social estratégica para el fortalecimiento del capital humano, el capital social y el apoyo a instituciones de naturaleza social, y la actuación directa en asociaciones, instituciones o instancias de participación ciudadana que propenden al bien público y/o al bienestar y desarrollo de las comunidades del entorno.

En la actualidad no sólo se trata de ser competitivos sino de ofrecer calidad pero no sólo cumpliendo con estándares de la misma sino teniendo en cuenta la responsabilidad de cuidar el medio ambiente y de la incidencia de los productos que ofrecen las empresas en él.

Las estrategias optimas son adoptar continuamente nuevos enfoques en la forma de hacer negocios y gestionarlos, nuevas políticas y estrategias, lo que exige tomar decisiones, coordinar acciones y dirigir actividades, todas ellas encaminadas a asegurar el futuro de la gestión ambiental.

Aunque el problema radica en la cultura de los individuos que conforman este planeta, son tiempos para tomar conciencia de dónde venimos, donde vivimos y de qué vivimos. Venimos de la Tierra, vivimos en la Tierra y vimos de ella.

Esta lógica encierra un hecho trascendental en cuanto al deber del hombre en su faceta de empresario de propender por un impacto positivo para el contexto en el que se desenvuelve debido a que de él depende el desarrollo sostenible en el tiempo, no solo de la actividad económica desempeñada sino también de la generaciones presentes e incluso de las futuras.

6. CONCLUSIONES

Después de efectuar una investigación más profunda sobre la política y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial de Riopaila Castilla, se concluye que se logra cumplir con los objetivos propuestos, con el primer capítulo se desarrolla a profundidad toda la parte conceptual y normativa de la Responsabilidad Social, siguiendo así con el segundo capítulo el cual abarca algunos conceptos y los puntos de vista de algunos autores, sobre el desarrollo de la responsabilidad social, sus orígenes y la anotación de algunas normas que rigen la responsabilidad social tanto leyes creadas en Colombia como en otros países, igualmente sintetiza sobre la situación actual, los beneficios, las perspectivas y los obstáculos de la responsabilidad social. Ya en el capítulo tres y cuatro se muestra el resultado de la aplicación de la responsabilidad social en el ingenio Castilla S.A que procura la seguridad y salud de sus trabajadores, contribuye a generar las condiciones para su desarrollo personal y el de sus familias, aporta a la configuración e implementación de procesos sostenibles de desarrollo de las comunidades de su área de influencia, en las líneas de educación, mejoramiento del ingreso y organización y participación comunitaria, preferentemente articulados a las políticas y programas del gobierno nacional, regional o local.

Por su parte el nivel de conocimiento y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en todos los focos es óptimo en el Ingenio Riopaila Castilla S.A, se

evidencia que el nivel de conocimiento y aplicación es bastante alto, han desarrollado proyectos y propuestas con respecto al tema con un nivel de excelencia que les permite obtener reconocimiento, confianza, credibilidad, ganancias, reducción de costos y altos niveles de satisfacción en todos sus grupos de interés a nivel Nacional e internacional.

Se evidencia todos los esfuerzos a nivel empresarial para estar certificados y cumplir con toda la normatividad, en estándares internacionales mediante la búsqueda de certificaciones de calidad como son las agrupadas en la familia ISO 9000 , GRI, entre otras y las buenas prácticas de manufactura.

La empresa vinculó durante este período, mediante contrato de trabajo, 758 personas que venían prestando servicios a través de proveedores de servicios de mano de obra, siendo esta una muestra de la liquidez y el crecimiento del ente económico gracias a su credibilidad y compromiso con todos sus grupos de interés.

Es importante resaltar un acuerdo contractual a cinco años con empresas que prestan servicio de corte manual, con el de mantener sus estándares de calidad que es realmente buena y en última instancia beneficia al consumidor final del producto, y debe entre ver que las buenas prácticas desarrolladas por la empresa que la llevan a ser reconocidas, confiables y rentables para sociedad.

Por otra parte se concluye que la contabilidad depende del papel de la empresa, bajo el enfoque tradicional, la empresa tiene un objetivo eminentemente económico, la maximización de los beneficios; donde la contabilidad financiera satisface las necesidades del ente como las de los usuarios de la información. Bajo el nuevo enfoque de responsabilidad social, con el que se busca ampliar los objetivos, además de económicos a sociales, se plantea un reto para la empresa y por consiguiente para la contabilidad, en la medida que tanto la información como los usuarios de la misma aumentan.

El aumento de los datos, como su variabilidad, exige de parte de la contabilidad el desarrollo de metodologías e instrumentos capaces de captar la naturaleza de la nueva información. En este sentido la interdisciplinariedad cobra un papel primordial en el desarrollo de nuevas estructuras contables orientadas

Bajo el nuevo enfoque, los sistemas de información de la empresa deben tener en cuenta la información de base social, tanto de carácter cuantitativo y cualitativo, respecto: al medio físico, la comunidad, los empleados y la relación con los diferentes estamentos. La Responsabilidad Social exige la incorporación de estos aspectos en la contabilidad de la empresa, como fundamento de la evaluación del actuar empresarial en materia social y ambiental.

En este sentido el análisis al nuevo enfoque de Responsabilidad Social Empresarial y al concepto de sostenibilidad es indispensable a la hora de discernir

sobre la cuestión socio ambiental, dado que algunos desarrollos teóricos en esta materia pueden resultar contrarios a los objetivos propuestos, transformándose en posturas reproductoras de la problemática.

Es necesaria la conformación de una cultura responsable con aplicación de principios éticos, se cultiva mediante la siembra de valores y el arraigo de los mismos, mediante la aplicación del conocimiento, contribuyendo enormemente a la formación de una conciencia colectiva.

La vinculación estructural entre el entorno social y la ética contable, no es una cuestión a escatimar. Los actores sociales y económicos tienen un gran papel que cumplir en la configuración de una cultura social de la ética y de contribuir a una construcción moral del ejercicio de la función contable.

Es importante el desarrollo de corrientes alternativas en contabilidad, planteadas desde concepciones diferentes a la visión capitalista de la realidad, con el propósito de laborar estructuras contables que responda a las necesidades sociales.

El ser humano profesional constantemente debe nutrirse de ideas y pensamientos que eleven su poder intelectual, tomando el pasado para elevar sus conocimientos y visionando el futuro para globalizar los conceptos desde una óptica analítica-progresiva, es el llamado a estandarizar conceptos sociales para mejorar en

buena medida el entorno en el cual se mueve en su disciplina. El contador debe encaminar sus pensamientos a una percepción macro de los beneficios futuros de aplicar proyectos sociales.

La disciplina contable se ha encontrado en una balanza ubicando los intereses de la ética - verdad y el desempeño profesional. Dentro de las cualidades de la información contable se encuentra la verdad, pero una verdad exacta en cuanto a la utilidad de los usuarios y verdad con un grado de exactitud, para brindar mayor certeza, para ser eficientes en la consecución de objetivos.

Se debe tomar conciencia e impulsar la Responsabilidad Social de acuerdo a la conformación económica que lleva a examinar todos los conceptos inherentes a la empresa; Un ente económico además de desarrollar tareas por medio de recursos tecnológicos, humanos, técnicos, para posteriormente realizar actividades referentes a la administración de un capital, debe involucrarse en los factores que permite elevar el nombre y prestigio.

La comunidad juega un papel importante, ya que sus miembros son los que determinan el posterior crecimiento y estabilidad de la organización, permitiendo mostrar que la empresa une varios intereses por medio de los cuales satisface muchas necesidades. Lo primordial es tener en cuenta que la empresa acciona y obra de la mano de la sociedad, lo que demuestra que se desarrolla en ella y para

ella, involucrando todos los sectores vivos de la comunidad para ampliar la noción del cumplimiento social de la empresa.

La economía de una empresa también juega un papel muy importante ante la Responsabilidad Social ya que el empresario busca obtener un excedente de su capital con el fin de aumentar su actividad empresarial, pero hay que tener en cuenta que esta actividad empresarial se lleva a cabo gracias a la comunidad, que con sus distintos agentes se hace partícipe del ciclo de vida de la empresa.

La Contabilidad también debe introducir la Responsabilidad Social en sus diferentes actividades y planteamientos para que los informes que se presentan ya no solo sean necesarios para sus socios, sino que también para los diferentes usuarios, como lo son; los clientes, proveedores, trabajadores y toda la comunidad en su totalidad. Esto se puede llevar a cabo poniendo toda la información a disposición de la sociedad con el estudio directo de los diferentes objetivos, políticas y estrategias hacia los fines sociales, como lo hace en este caso el Ingenio Riopaila Castilla S.A.

La Responsabilidad Social está presente día tras día con la actividad del Contador Público para lo cual el profesional tiene la obligación de desempeñar su trabajo a través del contexto social. Preocupándose por el bienestar social y el correcto funcionamiento de todo lo que opere en alza de la sociedad para aumentar sus

grados y niveles de eficiencia en la manipulación de los recursos con que cuente y primordialmente para mantener su estabilidad.

La disciplina contable es indispensable para el desarrollo socio- económico de cualquier país, ya que en él se promueve el desarrollo de las Pymes y de los grandes capitales internacionales, dando confianza para que sea sostenible funcionamiento de las instituciones económicas, incentivando los mercados por medio de una economía confiable y estimulando la generación de empleo en el país.

El profesional contable mediante la constitución de principios éticos que complementen su desarrollo práctico, debe aportar al porvenir de ayudas sociales que inyecten en todas las áreas de la empresa una ampliación de los factores que elevan el crecimiento de la sociedad. El crecimiento empresarial debe ir de la mano del aporte social, buscando el bienestar colectivo, generado por los empresarios, armonizando las relaciones con el entorno.

El alcance y la contribución que el profesional contable hace para lograr el crecimiento de la sociedad, va armonizado en cada uno de los procesos contables que aplica en desarrollo de la práctica profesional, dando a conocer al medio empresarial un nuevo concepto de sensibilización social en procura de elevar, mejorar o aportar a la calidad de vida de la comunidad.

7. BIBLIOGRAFIA

7.1 TEXTOS, GUIAS, FRAGMENTOS, REVISTAS

ALBORNOZ, Lorena y RAYO, Adriana María. Análisis del Rol del Contador Público Colombiano en lo referente a Responsabilidad Social Empresarial, Palmira, 2010, Trabajo de grado (Contaduría Publica).Universidad del Valle. Facultad Ciencias de la Administración.

AGUDELO DE BEDOUT, S. Responsabilidad Social Empresarial una mirada desde Colombia. Asistente Investigación en Estudios Internacionales Universidad EAFIT. Medellín, Colombia.

ÁNGEL AMAYA, Augusto. El reto de la vida. Ecosistema y cultura. Bogotá: Eco fondo, 1996. pag. 91

AZUELA, Mariano. Derecho, sociedad y estado.Universidad Iberoamericana. Mexico. 1995., pag 116

BOWEN, H. Social Responsibility of Businessman. Harper & Brothers. Nueva York. 1ª Edición. 1971. 1953.

BURKE, Edmund M. El marco ético de la responsabilidad social empresarial
Remarks, Boston. Editorial Javeriana. 1990., Pag 52

CALDERON, Neyra, Gestión ambiental y sostenibilidad, cap.08. 2005.

CANEDA, MANUEL. La responsabilidad social corporativa interna.
INTERNATIONAL STANDARDS (SAI), "Responsabilidad Social 8000, Norma SA
8000", SAI, 30 Irving Place, 9 floor, New York, 10003. Madrid.1997.

CASTILLO, A.M. (1986): "La responsabilidad de la empresa en el contexto social:
su articulación, gestión y control", Tesis doctoral inédita presentada en la
universidad de Málaga. 1986., Pag 265

CORREA. María Emilia (2004). Responsabilidad social empresarial: una nueva
forma de hacer negocios. Revista Futuros No. 6. Volumen 2.

CORTINA Adela y MARTINEZ Emilio, Ética. Ediciones akal, S.A. 1996. Madrid., p.
21

CORTINA, Adela. Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial.
Ed. Siglo del hombre. Santa fe Bogotá, 2003., Pag. 56

CHACÓN, Carmen. "La empresa social: la responsabilidad social de la empresa", Valencia. Ponencia presentada en las jornadas de Empleo: La inclusión social de personas vulnerables de junio de 2001.

CUESTA, M. Inversiones Éticas en Empresas Socialmente Responsables. Economistas Sin Fronteras. Universidad Nacional de Educación a Distancia y Fundacion economistas sin fronteras. 2002. Pág. 45 y 48.

DÍAZ PÉREZ (2004). "La Gestión del Potencial Humano de las Organizaciones. Una Propuesta Metodológica desde la Psicología." Tesis de Doctorado. Facultad de Psicología. Universidad de La Habana.

DIXON Frank. (2003). Total Corporate Responsibility. Achieving Sustainability and Real Prosperity. Ethical Corporation Magazine, December. No. 4. Vol. 1.

DRUCKER, Peter "Management, Tasks. Responsibilities". Practices, New York, Harper & Row. 1974

GARCIA, T. La responsabilidad social en las empresas en un mundo global. Anagrama. 2003. Pag. 148 y 149.

GONZÁLEZ, Marta (2004).El porqué de la responsabilidad social corporativa. BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N° 2813

GOLDSMIRTH, Joan; Cloke, Kenneth (2002). El Fin del Management y el Surgimiento de la Democracia Organizacional. Jossey Bass – Wesley

GUTIERREZ, R., AVELLA, L., y VILLAR, R. Aportes y desafíos de la responsabilidad social empresarial en Colombia. Edisoma Ediciones Especiales Ltda. Primera Edición. Marzo, 2006.

HERRERA, Juan Carlos (1999). Calidad y desarrollo humano en las organizaciones. Rev. "Industria y Desarrollo" N°6 -Oct. Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), Bs. As. Argentina.

HERNANDEZ GARCIA, David. La Responsabilidad Social De los conceptos a la gestión en las organizaciones. Editorial norma. Colombia.2003

IESE et al, 2002; Pfeffer y Veiga 1999; Soriano Gapuz 1999; Pfeffer

JAULA, José Alberto (2002). Algunos problemas sociales de la protección del medio ambiente frente al desarrollo sostenible. Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saiz Montes de Oca".

JURAN, J. M. Manual de control de la calidad. Editorial reverte. Madrid. 2005., pag 718

LARRAÑAGA, Pablo, El concepto de responsabilidad, Fontanera, México, D.F., 2000 (fragmento de la tesis doctoral dirigida por el Prof. Manuel Atienza con el título El concepto de responsabilidad en la teoría del derecho contemporánea, diciembre de 1996, Universidad de Alicante).

MARTINEZ HERRERA, Horario. "El marco ético de la responsabilidad social". Pontificia Universidad Javeriana. 2005. Colombia.

MELO, Oscar Guillermo y GUERRA Juan Pablo, Una Propuesta para la regulación de Responsabilidad Social Empresarial del Sector Privado en Colombia. Bogotá, 2009. Trabajo de Grado (Derecho). Universidad Javeriana.

MONEVA, J.M. “Transparencia, Responsabilidad Social e Información No Financiera de la Empresa”, Revista AECA. Núm. 64. 2007., Pág. 76 y 77.

OBLITAS, Luis A. Psicología de la salud y calidad de vida. Editorial Thomson. Mexico. 2006., pag 29

PIZARRO, Narciso. Tratado de Metodología de las Ciencias Sociales. Editorial Siglo XXI. 1998. España. Pág. 188

PORTER, Michael. Ser Competitivo. Editorial Deusto. Mexico. 1996

PRADO, Javier. Ética, profesión y medios: la apuesta por la libertad en el éxtasis de la comunicación. Editorial Universidad Iberoamérica. 1999. México. Pág. 27

REVISTA LEGIS. Actualidad laboral y seguridad social. Responsabilidad social empresarial: una política corporativa que toma auge. Informe especial. 2007., pag. 5.

RUSS, Jacqueline (1999): “Léxico de filosofía”, Madrid, Editorial Ariel S.A., Pag.34

Rodríguez, Darío. Gestión Organizacional. Editorial plaza y valdes. Mexico. 2002.,
Pag 28

SCHARSTEIN, Leonardo “La inteligencia social de las organizaciones”, 2007.

SMITH A. La riqueza de las naciones. Alianza, Madrid. (2002. Traducción de “An inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations” (1776).

SOLARTE RODRÍGUEZ, Roberto. Responsabilidad social en Colombia: Retos desde la complejidad y la búsqueda de no exclusión. Equipo RETHOS Pontificia Universidad Javeriana. 2004.

STIGLITZ, 2002; Mulder y Ortiz 2001; de la Dehesa 2000; Beck 1998; Lafontaine y Müller 1998; Huntington 1996; Schmidheiny 1992

TURRIAGO, Álvaro. Responsabilidad social empresarial de empresarios, gerentes y trabajadores en la sociedad del conocimiento visión de Peter Drucker.

WIES, Joseph. Ética de los negocios. Editorial Cenage Learning. 2006. México.

Pág. 52

7.2 BIBLIOWEB

AXIXRSE. Avanzar en la construcción de un sistema Regional RSE. Tema 2: el papel de los grupos de interés o Stakeholders., Pag. 1-2. Recurso electronico. [Consultado abril de 2011]

<www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/downloadfile.aspx?Id>

ANDREWS. MARCO TEÓRICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. Capitulo 2. 1971. Recurso electronico. [consultado abril de 2011]. http://e-archivo.uc3m.es/bitstream/10016/2333/14/2.marco_teorico.pdf

ALEA, Alina. Breve historia de la educación ambiental: del conservacionismo hasta el desarrollo sostenible. Revista Futuros. "Revista Latinoamericana y Caribeña de Desarrollo Sostenible" No. 12. Vol. 3, 2005. <http://www.revistafuturos.info/futuros_12/hist_ea.htm>. [Consultado marzo de 2011]

BENITEZ, Edgar. Responsabilidad social empresarial: concepto y práctica en construcción Universidad ICESI. Colombia. 2007. Recurso electrónico.
<http://noticias.universia.net.co/vidauniversitaria/noticia/2007/11/26/245894/responsabilidad-social-empresarial-concepto-practica-construccion.html> . [Consultado marzo de 2011]

BULL, Benedicto. Responsabilidad social de las empresas: Una solución para el desarrollo en América Latina. Revista Venezolana de Gerencia ISSN 1315-9984.2004¹. Recurso electrónico.
< <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/1513/151312820005.pdf> >. [Consultado marzo de 2011]

Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial, CCRE.
<www.ccre.org.co>. [Consultado agosto de 2011]

COMIISON DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001):” Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social en la empresas”,18-7-2001, COM (2001) 366 final., Pag. 8 a 12,-”2.1. – Responsabilidad social de las empresas: dimensión interna”.recurso electrónico.

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf>.

[Consultado abril de 2011]

DIAGNÓSTICO Y CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN BASADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. GTC180 Responsabilidad Social. ICONTEC Internacional. 2008, p. 5-6. Recurso electrónico. [consultado marzo de 2011].

< <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/1538/3/91072785.pdf>>

DICCIONARIO RSE. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. 2009. Recurso electrónico.

<<http://rseucc.blogspot.com/2009/05/responsabilidad-social-empresarial.html>>.

[Consultado abril del 2011]

El libro Verde. www.europea.eu.int. [Consultado agosto de 2011]

Estándar AA1000 está auspiciado por el ISEA, Institute of Social and Ethical Accountability, Unit A, 137 Shepherdess Walk, London N1 7RQ, United Kingdom. Recurso electrónico. [Consultado abril de 2011].

<<http://www20.gencat.cat/docs/rscat/02%20%20Ambit%20Empreses%20i%20Organitzacions/Documents/Arxius/AA1000.pdf>>

GARCIA, Alea. V SIMPOSIO LATINOAMERICANO DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL. Seminario Comunicación, Participación y Responsabilidad Social Septiembre 3,4 y 5 de 2003, Santiago de Cali, Colombia. Recurso electronico.

< http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp.htm >. [Consultado marzo de 2011]

GONZALEZ, Marta. El porqué de la responsabilidad social corporativa. BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE N° 2813. España. 2004. Recurso electronico

< <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=950560>>.[consultado marzo de 2011].

Ingenio Riopaila Castilla S.A, Principios Corporativos. Recurso electronico.

<<http://www.riopaila-castilla.com>>. [Consultado abril de 2011]

Página oficial CCRE. (2008). Construyendo Confianza 2006. [En línea] disponible en: <http://www.ccre.org.co>. [Consultado en agosto de 2011]

SCHARSTEIN, Leonardo. "La inteligencia social de las organizaciones". 2007. Recurso electronico. [Consultado mayo de 2011].
< <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/20/19> >

Secretaria de planeación municipal. Revista historia de Palmira. Recurso electronico. [Consultado marzo de 2011].
<<http://www.valledelcauca.gov.co/planeacion/> >

Recurso electronico. Informe de sostenibilidad Riopaila Castilla S.A 2010. [Consultado octubre de 2011]
<<http://www.riopailacastilla.com/images%5Cpdf%5CInforme%20de%20Sostenibilidad%20Riopaila%20Castilla%202010.pdf>>

RODRIGUEZ, José Vicente, 2007. Territorio ancestral, rituales funerarios y chamanismo en Palmira prehispánica, Valle del Cauca. Recurso electronico.
< <http://www.bdigital.unal.edu.co/1552/2/01PREL01.pdf> >. [Consultado marzo de 2011]

TURRIAGO, Álvaro. Responsabilidad social empresarial de empresarios, gerentes y trabajadores en la sociedad del conocimiento visión de Peter Drucker. 2009. Raecurso electronico.

< http://www.ascolfa.edu.co/memorias/Ponencias/PRES_165.pdf >. [Consultado abril de 2011].

UNIVERSIDAD EAFIT. Responsabilidad Social Empresarial una mirada desde Colombia. Responsabilidad Social Empresarial. Recurso electronico. <www.uniandes.edu.co>. [Consultado septiembre de 2011]