

Responsabilidad social empresarial, calidad de vida y trabajo social*

Corporate Social Responsibility, Standard of Living and Social Work

Andrea del Pilar Rodríguez**

Trabajadora Social

Universidad Nacional de Colombia

Resumen

La responsabilidad social empresarial es una de las formas en que las empresas, principalmente las privadas, denominan las acciones de bienestar social. En la actualidad, profesionales del área social incursionan en este tipo de desarrollos. Este artículo pretende, a partir de un caso de estudio, ofrecer algunos elementos para analizar este tipo de iniciativas desde parámetros sociales que faciliten la valoración de los mismos y la posibilidad de generar propuestas desde un enfoque social.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial estructurada, calidad de vida, ética, moral, filantropía, estrategia de mercado, grupo de interés, desarrollo paradójico, dependencia unilateral.

Abstract

The corporate social responsibility is presented as one of the most common ways in which companies, mostly the private ones, develop actions that they consider are able to generate social well-being. Nowadays, some professionals from the social area are getting involved into this type of proposals. Based on a case study, this article pretends to provide some elements to analyze this kind of initiatives from social parameters that facilitate the assessment of them and also the possibility of generating proposals built from a social approach.

Keywords: corporate social responsibility, standard of living, ethics, moral, philanthropy, market strategy, stakeholders, paradoxical development, unilateral dependence.

Recibido: 28 de febrero de 2008. **Aceptado:** 16 de septiembre de 2008.

* Este artículo presenta los elementos teóricos y metodológicos más relevantes desarrollados en la monografía titulada "Alcances de Programas con Responsabilidad Social Empresarial en la calidad de vida de comunidades de bajos ingresos, Caso: Programa "Su casa como nueva paso a paso" de Corona S.A.", para optar por el título de trabajadora social, Departamento de Trabajo Social, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia.

** rodriguezsanchezandrea@gmail.com

Introducción

La gran frecuencia con la que hoy en día se usa el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la importancia que empieza a cobrar este concepto actualmente dentro del ámbito social exige comprensiones cada vez más estructuradas tanto para su planeación como su ejecución.

Para que el objetivo de tener programas de RSE cada vez más orgánicos se cumpla, es importante revisar las experiencias existentes, analizándolas a la luz de las teorías sociales y económicas, teniendo siempre a los seres humanos como fines de estas iniciativas y buscando que la empresa encuentre un balance ético satisfactorio en su acción, que no implique detrimento en su rentabilidad. La RSE lejos de ser un esquema de trabajo es una *concepción del papel de la empresa en la sociedad*, y por tanto de su ser y su hacer en medio de ella, con ella y para ella.

Esta comprensión posibilita que la interlocución con las personas, sujetos de una intervención, sea no sólo desde una postura de *generosidad con el carente* sino de responsabilidad con otro que tiene derechos, ciudadano e interlocutor válido para la empresa, igualmente capaz como ser humano pero en condiciones distintas.

Las empresas han emprendido este tipo de acciones de RSE desde la experiencia acumulada por otras empresas y asesoradas por académicos o profesionales que tienen conocimiento sobre el tema. Sin embargo, tanto la asesoría como el análisis de esta temática ha estado a cargo especialmente de la administración de empresas, la ingeniería industrial o la economía. La incursión en este tema de áreas como el trabajo social, la psicología o la ciencia política, lo que implica la aparición de variables de análisis y enfoques de acción distintos.

Es importante desarrollar estudios sobre esta temática desde la mirada del área social y más específicamente desde la comprensión del Trabajo Social, puesto que su saber alimentado de diferentes disciplinas y su constante ejercicio teórico-práctico da la posibilidad de generar análisis holísticos, complejos y multidimensionales, lo que permite comprender de una manera más clara lo que puede hacer a nivel social este tipo de programas.

Para el Trabajo social este tipo de iniciativas de RSE tendrán sentido en la medida que mejoren la calidad de vida de las personas, es decir, que *generen oportunidades para tener mejores logros* en los planos individual, familiar y social.

Este artículo presenta la investigación que surgió en el marco de un proceso de acompañamiento y asesoría social realizado al programa *Su casa como nueva paso a paso* (SCCNPP) durante los años 2005 y 2006, donde participé como asistente en el proceso de gestación del programa y prueba piloto¹.

A partir de dicha experiencia surge una serie de interrogantes que ameritaban el desarrollo de un proceso de investigación para dar cuenta de las múltiples aristas que emergen en este tipo de iniciativas que se nombran como RSE.

Los principales conceptos de esta investigación fueron: Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Calidad de Vida (CV). Para el análisis de estos se procedió a la exploración y estudio de la bibliografía

¹ Para el desarrollo de este proceso de investigación fue definitivo el aporte de los docentes Patricia Sierra, Carlos Eduardo Moreno Mantilla y Mauricio Gómez, de la Universidad Nacional sede Bogotá; María del Pilar Rodríguez de la Universidad Nacional, sede Manizales; y Roberto Gutiérrez de la Universidad de los Andes; así como los profesionales Ronald Köpke, sociólogo alemán; Kimberly Manno, Roed Fellow, Ashoka, USA; Haidy Duque, Fellow Ashoka, Colombia; profesionales y comunidad de Usme pertenecientes al programa del estudio de caso.

pertinente, llegando a la construcción de una matriz a partir de la cual se revisaron los planteamientos de las personas entrevistadas. El grupo de entrevistados fueron, en primer lugar, personas pertenecientes a la empresa, en segundo lugar, personas de la comunidad vinculadas al programa y, por último, académicos de distintas universidades del país y a nivel internacional.

El artículo tiene como fin presentar una propuesta metodológica a partir de la cual se puedan revisar el impacto social de programas denominados como RSE, para ello se elabora, de manera breve, un panorama de la Responsabilidad Social Empresarial pasando por su historia y su abordaje actual. El desarrollo de la matriz pretende evidenciar los grados de impacto de este tipo de programas en la calidad de vida de los diferentes actores que participan en ellos.

Finalmente se desarrolla una reflexión frente al lugar de los profesionales de áreas sociales, especialmente el trabajo social en este tipo de ejercicios dentro de la empresa privada, esbozando algunas ideas respecto a los resultados que una intervención social profesional puede y/o debe generar en la implementación de una acción nominada como Responsabilidad Social Empresarial.

Es importante hacer la salvedad que el caso sirve únicamente como referente de análisis frente a la temática de la investigación. Así mismo, es posible que algunos de los datos aquí presentados sobre el programa caso hoy en día sean distintos dado que este sigue vigente y en constante cambio.

Ética y moral en la empresa

No es posible hablar de RSE sin tener en cuenta el sentido del que parten estas nuevas miradas de la empresa. Ha sido el desarrollo de la ética empresarial lo que ha permitido que esta se piense de manera distinta; esta ética se refleja en unos códigos éticos, esto significa que existen unos parámetros de operación que buscan que las decisiones que se tomen beneficien a todas las personas.

En estos códigos el concepto central es la *ética* que se puede entender como “[...] un saber normativo que busca orientar de forma indirecta las accio-

nes de los seres humanos”², tiene como fin regular las relaciones a partir de parámetros que coinciden con las concepciones de vida digna *universalmente* aceptados. La ética también puede definirse como “[...] un cuerpo de conceptos filosóficos, un grupo de principios que involucran los comportamientos humanos, el mundo espiritual y la vida diaria”³.

La palabra ética viene del griego *Ethos* que significa carácter. María del Pilar Rodríguez plantea que la “[...] ética refleja el carácter de los individuos y sociedades a través de sus decisiones y comportamientos”⁴. De este modo la ética se evidencia en las decisiones que toma una persona u organización, en cómo reacciona frente a una situación determinada y las opciones por las que se inclina para abordarla. En los comportamientos y decisiones está presente la ética.

Cortina plantea que todos tenemos un *tono moral*, es decir, que todos tenemos un grado de compromiso real con ciertos principios, y por ello nadie puede excluirse de tener este tono moral, lo que podemos, dice Cortina, es estar altos de moral o desmoralizados⁵. *Moral* viene del latín *Moris* que significa Costumbre.

Horacio Martínez⁶ plantea que generalmente hay una diferencia entre la moral que se espera que tengamos y la moral que aplicamos, les llama *moral pensada* y *moral vivida* respectivamente.

Igualmente las empresas en sus códigos éticos colocan evidencias sobre la moral que quisieran vivir, en la realidad no siempre corresponde a la moral con que ejecutan sus actos, cuando se logra nivelar la moral deseada con la que se ejecuta es por que la moral orienta los actos y particularmente la estrategia de un negocio.

La Empresa es un actor muy importante en este momento. Savater⁷ nombra al empresario como el héroe de la época, así como en Grecia lo fueron lo

2 Martínez Herrera, Horacio. *El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana, 2005, p. 14.

3 Rodríguez, María del Pilar. *Comportamiento ético gerencial*. Manizales: Universidad Nacional, 2005, p. 26.

4 *Ibid.*, p.25.

5 Cortina, Adela. *Democracia Participativa y Sociedad Civil*. Colombia: Siglo del hombre, 1998, p. 24.

6 Martínez Herrera. 2005, p. 13.

7 Savater, Fernando. *La Dimensión Ética de la Empresa*. Serie Conversaciones. Colombia: Siglo del hombre editores, 1998, p. 17.

dioses, o en la Edad Media el santo o en el siglo XVIII el sabio. El empresario representa el más alto estándar de vida, quien encarna valores deseables y por ello tiene un reconocimiento que sobrepasa al que tiene un ser humano promedio. Si el empresario es el héroe, la empresa es la obra del héroe. Por ello mismo lo que haga o deje de hacer la empresa es hoy en día un referente importante, la empresa puede sentirse hoy objeto de ejemplo social, sus opciones, sin duda, serán replicadas por otros miembros de la sociedad.

Por ello la moral que vive una empresa es hoy en día definitiva en el desarrollo social, y esta es tal vez la síntesis de su responsabilidad social. Desde qué ángulo mira y define su acción, bajo qué valores y principios planea y opera su estrategia; este enfoque, valores y principios son los que la sociedad creará dignos de repetir.

La RSE hace parte de lo que hoy en día podemos llamar la *ética aplicada*. La ética empresarial es el núcleo o la fuente de lo que hoy en día nombramos como Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Definición de la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto, como muchos otros, con una historia y en una continua construcción. Existen versiones diversas respecto a los inicios de este concepto pero hay coincidencia frente al hecho de que este se da como respuesta a la presión ejercida por grupos sociales por acciones no favorables para diferentes actores dentro y fuera de la empresa.

La primera etapa de la Responsabilidad Social Empresarial es llamada *función social de la empresa* va de los años cincuenta hasta los años setenta, en este estadio se asociaba la responsabilidad de la empresa únicamente a la realización del negocio y la producción de riqueza en el marco de la ley.

En esta época comienza la disertación sobre la responsabilidad social de las empresas animadas por principios morales de índole religioso, idea que se desarrollará a finales de los cincuenta y comienzos de los sesenta con la *Doctrina social de la iglesia* que aterriza el mensaje evangélico al mundo del trabajo, surgen a partir de allí varios documentos eclesiales

que pretenden interpelar a las empresas a partir de la ética católica. En Colombia se crean las fundaciones filantrópicas más conocidas, algunas de estas se encuentran vigentes hasta la actualidad. Aún hoy en día algunas empresas manejan su RSE de acuerdo a los parámetros de esta primera etapa del concepto. Consideran que cumplen con su responsabilidad social siendo empresas rentables.

La segunda etapa de la responsabilidad social lleva el nombre de *Actividad social de la empresa* y es, desde los años ochenta–noventa, donde se desarrolla la filantropía entendida como “el desposeimiento de riquezas”⁸, sin esperar beneficios a cambio, sin esperar retribución.

Hacia los años ochenta se abren nuevos campos disciplinares sobre la ética empresarial y se da un importante desarrollo literario sobre la temática. Europa empieza el desarrollo de la *ética de las empresas* direccionándola, en primera instancia, hacia la comprensión teórica del término desde la sociología y los valores sociales, intentando darle una orientación desde la autorregulación y las convicciones.

Durante esta etapa en Colombia (1992) fue creado el centro colombiano de filantropía, quienes construyen una definición de esta en los siguientes términos: “[...] la filantropía es una relación horizontal de intercambio y mutuo crecimiento entre las empresas, las comunidades, las organizaciones de la sociedad civil y el gobierno. Supone, por tanto, la noción de participación de todos en la solución de los graves problemas que aquejan a las personas en Colombia”⁹. Así mismo en la actualidad hay empresas que se consideran socialmente responsables por sus acciones filantrópicas representadas en la donación de un recurso, un bien o un servicio que se considera de utilidad social en un campo determinado.

Valenzuela dirá que “[...] la RSE en Colombia ha estado orientada hacia la creación de fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro que despliegan toda

8 Entrevista con Mauricio Gómez, Director del Dpto. de Contabilidad de la Universidad Nacional de Colombia-sede Bogotá, Mayo 2 de 2007.

9 Solarte, Mario Roberto. *De la filantropía a la responsabilidad social - El caso del centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial*. Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana, 2005, p. 14.

su actividad en la realización de obras sociales con el soporte económico de la empresa gestora e inversionistas particulares, quienes asumen esa actitud con buena dosis de filantropía por un lado, pero que también aprovechan los beneficios tributarios¹⁰ que contempla la ley¹¹

La tercera y más reciente etapa de la Responsabilidad social es la *Acción social de la empresa*, donde se debe concientizar de los impactos negativos de su actuar para que la empresa sea responsable de ellos, se posiciona la idea de que el producto tiene un ciclo de vida, que no comienza con la fabricación del producto ni termina con la venta de este, comienza con la educación de la gente sobre cómo consumir responsablemente, pasa por el proceso de producirlo, venderlo y luego volver a incorporar a la cadena de valor¹².

En el año 2002 se define el *Pacto global*, documento de carácter Mundial donde hay indicaciones respecto a medio ambiente, derechos humanos y estándares de trabajo. En esta línea Europa desarrolla el *libro verde de la RSE*.

En la actualidad este entendimiento de la RSE intenta asumirse de manera paulatina en algunas empresas, sin embargo, se presentan contradicciones en el momento de su aplicación dado que existe el imaginario de que es una operación costosa y que por lo tanto disminuye posibilidades de ganancia en las compañías.

10 En Colombia las acciones de índole filantrópico tienen un beneficio tributario, que se materializa como “una deducción al impuesto de renta, como una reducción de la base gravable para liquidar el impuesto de renta, la base gravable es la utilidad de la empresa. Se hace por periodos anuales con corte a diciembre 31 de cada año, lo que se denomina *año fiscal*. Lo donado se toma como un gasto deducible para el impuesto de renta. Se debe tener en cuenta que hay gastos en las empresas que no son deducibles, como los impuestos de vehículos, impuesto de timbre o los intereses por mora en el pago de impuestos. El único parámetro es que esta deducción no puede superar el 30% del impuesto de renta, así que si las donaciones superaran el monto correspondiente al 30% de la utilidad total lo restante no sería deducible”. Entrevista con Luis Antonio Rodríguez, contador público titulado, Mayo 2 de 2007.

11 Valenzuela, Luis Fernando. *Perspectivas de la Responsabilidad Social Empresarial*. Manizales: Gráficas Jes, 2005, p.397; Martínez Herrera, Horacio. *El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana, 2005, p. 19.

12 Entrevista a Mauricio Gómez, Director del Dpto. de Contabilidad de la Universidad Nacional, sede Bogotá, Mayo 2 de 2007.

Transferencia de responsabilidades del Estado a la empresa

Otro elemento para este análisis es la comprensión sobre algunas razones sobre por qué se ha hecho más frecuente y de alguna manera *necesaria* la Responsabilidad Social Empresarial y qué miradas existen frente a la manera en que actualmente las empresas se posicionan en la realidad social.

La primera comprensión tiene que ver con el contexto social en el cual se crean y desarrollan las empresas. La Empresa actual se aloja en la lógica de mercado propia del modelo capitalista. Se entiende por modelo capitalista “[...] un sistema económico social caracterizado por la propiedad privada de los medios de producción, la orientación liberal de su economía y la existencia de una fuerza de trabajo asalariada”¹³. Este se instala en la corriente liberal, enmarcada en una doctrina de *laissez faire y laissez passer*, la libertad como valor preeminente: “que el otro sea libre”.

El neoliberalismo es reconocido como la etapa actual del capitalismo donde: “El hombre es el núcleo esencial de la actividad económica: el sistema debe construirse en función de las necesidades individuales; La desigualdad de condiciones propicia la iniciativa, el espíritu de empresa, el dinamismo productivo y el afán de superación; El Estado debe atenuar las consecuencias mas graves de la desigualdad (pobreza, miseria, hambre, desempleo, etc.) y el Estado debe intervenir jurídicamente y económicamente”¹⁴. En el neoliberalismo se restringe el papel del Estado a la intervención jurídica donde debe crear el marco legal para el funcionamiento del mercado y la intervención económica cuando se requiera movilizar o neutralizar a algún actor económico.

Es por esto que el papel del Estado se modifica dejando de asumir intervenir en muchas de las acciones que en otra época le correspondían, por lo cual otros actores deben entrar a asumir parte de las garantías que antes daba el Estado. Las condiciones socioeconómicas actuales dan cuenta de esto. Perdi-

13 Hamburguer, Álvaro. *Ética de la empresa: el desafío de la nueva cultura empresarial*. Serie ética de la empresa y valores corporativos. Colombia: Paulinas, 2004, p. 91.

14 *Ibid.*, p. 102.

guero y García lo resumen como la descompensación en los “[...] equilibrios esenciales de las sociedades complejas”¹⁵, que presenta las amplias diferencias de condiciones entre los distintos grupos sociales y en los cuales cada vez el Estado tiene menor incidencia.

Marilda Iamamoto —citando a Atilio Borón— da cuenta del lugar que el mercado ha tomado como garante de derechos en las sociedades modernas, donde “[...] las políticas neoliberales presentan al Estado como el responsable de todas las desgracias e infortunios que afectan a la sociedad capitalista; y al mercado y la iniciativa privada como la esfera de la eficiencia y la salvación social”¹⁶, ahora es el sector privado quien asume parte de la responsabilidad que antes estaba en manos del Estado.

La empresa se convierte, en este punto, en un proveedor de bienestar social. Esta responsabilidad que hasta cierto tiempo estuvo en manos del Estado, se traslada paulatinamente al ámbito privado y, con preocupación, podemos afirmar, al ámbito voluntario.

Responsabilidad Social Empresarial, dos posturas distintas

Las empresas pensaban que su único deber era el de “[...] maximizar sus beneficios económicos, respetando la ley y las reglas del juego del mercado competitivo”¹⁷. Esta idea promovida hacia los años sesenta por Michael Friedman¹⁸ estaba animada por los principios del liberalismo donde se expresaba que las únicas responsabilidades que tienen los gerentes o directivos de las empresas son la de velar por los intereses de los dueños y accionistas de esta. De este modo la responsabilidad social quedaba relegada al ámbito individual, a la voluntad particular, pues de-

sarrollarla desde la empresa implicaba estar efectuando acciones que corresponden al Estado¹⁹.

Para Friedman la libertad es lo más importante: “[...] la libertad es el operar voluntario o no coaccionado del individuo, para ello el Estado debe limitar su acción y concentrarse en garantizar el funcionamiento del mercado”²⁰. Friedman privilegia el mercado porque desde su postura este es el ámbito que facilita los intercambios libres. Entonces el Estado solo debe intervenir en los espacios a los cuales el mercado no puede llegar; de algún modo, el mercado hace contrapeso al poder estatal. La libertad se relaciona con tres elementos puntuales: la propiedad privada, el libre contrato y la delimitación de funciones del Estado.

Este autor señala que la filantropía pone en riesgo estos tres elementos de la libertad porque cuando se ejerce desde la empresa requiere del capital de esta, por tanto coloca en peligro la *propiedad privada*; así mismo se coloca en riesgo *el libre contrato* cuando un directivo, gerente o funcionario decide emprender acciones filantrópicas puesto que invierte parte de su tiempo laboral en actividades que no están en su contrato y por tanto que no reportan ganancias a quienes le contratan. Finalmente se identifica la filantropía con el sobrepaso de las *funciones del Estado* ya que el cumplimiento de funciones paraestatales no le corresponden.

Desde esta concepción la empresa es un sistema cerrado que únicamente atiende las demandas de sus accionistas y que no le interesa interlocutar con otros actores ya que siente que su objetivo principal se cumple en la medida que reporte beneficios a sus dueños y cumplimiento de la ley.

Contraria a esta postura aparecerá una tendencia que comprende que los individuos tienen responsabilidades para con otros, en este caso ese *individuo* es la empresa, apareciendo el concepto de *Stakeholders*. Este concepto remite a todos aquellos actores a los que la empresa puede afectar con sus acciones y respecto a los cuales tiene responsabilidades, que se evidencian cada vez que toma decisiones.

15 Perdiguero, Tomás y García, Andrés. *Crecimiento, competitividad y responsabilidad: la encrucijada Europea*. Barcelona: Universidad de Valencia, 2005, p. 15.

16 Iamamoto, Marilda. *El servicio social en la contemporaneidad*. Trabajo y formación profesional. San Pablo: Cortez Editora, 1998, p. 50.

17 Naranjo, Leticia. Uribe, Ángela y Schumacher, Christian (ed.). “Aportes a un criterio no restringido de Responsabilidad Social Empresarial”. En: *Ética, Responsabilidad social y empresa*. Colombia: Universidad del Rosario, 2005, p. 61.

18 *Ibid.*, p. 61.

19 *Ibid.*, p. 62.

20 *Ibid.*, p. 65.

Los *grupos de interés o Stakeholders* se define como “[...] un espectro amplio de personas que se ven afectadas por las acciones de la empresa, que trascienden el círculo de los accionistas e involucra a los empleados, los clientes, los competidores, la comunidad inmediata y la comunidad en general”²¹, en otras definiciones se incluye también a los proveedores, el gobierno y entidades reguladoras, los medios de comunicación, sindicatos, Organizaciones no Gubernamentales ONG, grupos de presión, comunidad académica y científica e instituciones internacionales.

Arrow, citado por Naranjo²², desarrolla un análisis donde propone que el mercado no permite las condiciones de libertad que Friedman le atribuye. En muchas ocasiones las opciones que nombra Friedman para transar libremente en el mercado, no existen. Es decir, de las múltiples opciones que puede ofrecer el mercado para elegir no todas están disponibles para la persona que va a optar, esto significa que allí la libertad de este sujeto no es plena, contraria a la idea de Friedman donde la mera participación en el mercado garantizaba la libertad de los individuos.

Lejos de la falsa uniformidad que propone el sistema actual donde cada individuo debe hacerse responsable de su propio destino, puesto que “todos cuentan con las mismas oportunidades”, se evidencia lo que Castel denomina la *dinámica moderna de las desigualdades*²³, donde existe disparidad de condiciones entre las diferentes capas sociales lo que impide que todas las personas tengan la misma cantidad y calidad de oportunidades y así ser realmente responsables de los logros materiales o intelectuales que posee o no. Muchas personas deben conformarse con las oportunidades que tienen sea cual sea su calidad y su real posibilidad de cualificar al individuo, opciones que Castel denomina *condiciones de posibilidad*²⁴. En la medida en que no hay diferentes opciones de

elección, la decisión se ve sesgada y direccionada hacia las opciones que existen, por tanto la libertad de optar queda sujeta a lo disponible.

Naranjo explica también que la única forma de generar un mayor equilibrio entre mercado-trabajadores y mercado-clientes es que exista un flujo de información generoso de modo que sea similar la cantidad y profundidad de los datos que maneja cada actor sobre la transacción que se va a desarrollar, pues en las condiciones estándar de relaciones de estos actores “[...] no hay más remedio que confiar en el otro”²⁵, dado que, muchas veces, la información que se maneja es insuficiente para evaluar todos los riesgos.

Que ambos actores posean suficiente información garantiza que no se genere asimetría, puesto que esto crea relaciones de *dependencia unilateral*, que repercute en la disminución de las posibilidades de optar por lo que desea.

La *dependencia unilateral* es uno de los conceptos más interesantes aportados por Naranjo, este se define de la siguiente manera: “[...] pueden existir actores sociales que lleguen a depender unilateralmente de otros en cuanto al manejo de información, a las posibilidades de gozar de un medio ambiente sano, de contar con unas condiciones de trabajo adecuadas o con unas condiciones de trato comercial justo [...] ser socialmente responsable, en el sentido de evitar o paliar la situación de dependencia unilateral de quien *no tiene más remedio que transar con uno*”²⁶.

Definición de Responsabilidad Social Empresarial a partir de la investigación

Desde las entrevistas realizadas en la investigación²⁷ a académicos de dentro y fuera del país y desde

21 Martínez Herrera, Horacio. *El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana, 2005, p. 31.

22 Naranjo. 2005, p. 73.

23 Castel, Robert y Haroche, Claudine. *Propiedad privada, propiedad social, propiedad de sí mismo: conversaciones sobre la construcción del individuo moderno*. Argentina: Homo Sapiens, 2003, p. 45.

24 *Ibid.*, p. 19.

25 Naranjo, 2005, p. 75.

26 Naranjo, 2005, p. 85.

27 Las personas entrevistadas son académicos que trabajan de manera muy seria el tema de la Responsabilidad Social Empresarial. El grupo también se nutre de la experiencia dos académicos extranjeros quienes han trabajado la temática en diferentes contextos socioeconómicos, lo que permite tener un panorama más amplio de la dinámica del tema a niveles más macro. Ellos son: Roberto Gutiérrez, Ingeniero Industria y PhD Sociología, docente U. Andes (Colombia); Ronald Köpke, sociólogo (Alemania); Kimberly Manno Roed, politóloga (USA); María del pilar Rodríguez Córdoba - Ingeniera Industrial y PhD Filosofía, docente U. Nacional, Manizales (Colombia); Mauricio

los autores consultados, se pueden identificar como los elementos más frecuentes presentes en las definiciones de RSE los siguientes:

- Un papel que le corresponde a la empresa
- Un compromiso que la empresa tiene
- La capacidad de la empresa de valorar la consecuencia de sus acciones
- Una obligación de las empresas
- Una respuesta que la empresa da como agente moral que es

Estas definiciones nos permiten ver que los y las autoras comprenden la RSE como *algo* que la empresa *debe hacer*, es decir, que es una responsabilidad inminente que la empresa tiene con diferentes actores.

Algunos autores desarrollan la definición de RSE desde una postura preventiva, es decir, que la empresa no debe esperar ninguna consecuencia negativa derivada de su acción para actuar a favor de sus grupos de interés, sino que su Responsabilidad Social debe ser parte de todas las decisiones y acciones que tome. Otros, en cambio, colocan la RSE en el orden de paliar o responder por los efectos negativos de la empresa, es decir, más en el campo de lo compensatorio.

En general, los académicos coinciden en colocar como destinatarios de la RSE a los empleados, en primera medida, y después las comunidades aledañas, la sociedad y el medio ambiente. En menor intensidad identifica a los accionistas, propietarios de la empresa, a los proveedores y al gobierno, en su orden.

María del Pilar Rodríguez²⁸ clasifica a estos destinatarios de la RSE en Internos y externos, lo que permite evidenciar el doble compromiso de las empresas. Respecto al marco moral en el cual se basan las acciones de la empresa solo tres autores nombran valores como el respeto, la justicia y la responsabilidad. El resto de las definiciones, aunque permiten suponer que existe un marco ético desde el que se emite la acción, no lo presentan claramente.

Solo una de las definiciones se encuentra en una línea significativamente distinta a lo anteriormente mencionado. En entrevista realizada a Ronald Kôpke²⁹ él precisa que la RSE: “Son presiones que se ejercen para que las empresas cumplan con los marcos laboral y ambiental; y para lograr certificados de calidad”, desde esta comprensión la responsabilidad social no nace tanto de la empresa, como si del contexto en el que esta desarrolla su labor. La visión de Kôpke corresponde a la comprensión de la RSE como una exigencia que emerge a raíz del amplio poder que las empresas tienen y la afectación que pueden generar en la sociedad. Dados los bajos márgenes de compromiso de las empresas surge la necesidad de exigirlos. En el país la RSE ha sido promovida por actores que son parte de las empresas y los grupos comerciales.

Luis Fernando Valenzuela presenta la definición de RSE a partir de la revisión y análisis de trece definiciones del concepto, destacando cuatro elementos importantes como son³⁰: *eticidad*, *integralidad neutral*, *dialógica* y *coherencia*.

La riqueza de estos elementos consiste en la idea de que la empresa debe partir de un cuestionamiento interno, sobre cuáles son los principios morales que aplica, es decir, la ética que maneja. Esto garantiza que sus acciones no sean meramente estéticas sino que estén enraizadas en unas convicciones de sus principios morales como empresa, a esto llama el autor *eticidad*.

Esta propuesta también motiva la reflexión sobre cómo lograr dar el mismo peso de importancia a todos los grupos de interés, esto significa que es tan importante el accionista y su demanda de ganancias, como lo es el trabajador y la retribución justa que merece, como lo es la comunidad en la que opera la empresa y las problemáticas sociales que esta enfrenta. Esto recibe el nombre de *integralidad neutral*, donde se pretende que ningún interés, es decir, ningún grupo, sea más importante que otro.

Gómez, contador, docente U. Nacional Bogotá (Colombia).

28 Directora del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional de Colombia, Sede Manizales, Coordinadora del grupo Ethos que realizaba proyectos de investigación y asesoría sobre Responsabilidad Social Empresarial.

29 Sociólogo alemán, quien ha trabajado como consultor de RSE en los campos de auditoría social, investigación y capacitación frente al tema.

30 Valenzuela, Luís Fernando. *Perspectivas de la Responsabilidad Social Empresarial*. Manizales: Gráficas Jes, 2005, p. 232.

Para el autor otro elemento importante en el desarrollo de la RSE es el *dialógico*, que tiene que ver con la capacidad de reconocer esas demandas de los grupos de interés desde su propia voz e interlocutar con ellos como actores válidos, esto significa como lo expresa el profesor Mauricio Gómez “[...] que sean actores empoderados que manejen un mismo nivel de información, que su interlocutor, que sea actores con posibilidades amplias de elección en el tema que se dialogue y que tengan conocimiento sobre el tema. Estos elementos permitirán que las conversaciones sobre una determinada temática logren ser transformadoras, esto se evidencia cuando un grupo de interés no tiene que ir a otras instancias para solucionar una situación que tiene que ver con la empresa”³¹. Este tipo de dinámicas también logra que los diferentes actores no solo identifiquen dificultades, sino que se involucren en su solución.

El último elemento nombrado por el autor es la *Coherencia*, y al respecto dice: “[...] una empresa socialmente responsable no deja el compromiso con la ciudadanía simplemente escrito, por el contrario, lo convierte en realidad dándole prioridad a su gestión, lo cual se cristaliza mediante la inversión o, donación de productos o servicios en las comunidades de las cuales recluta recurso humano; además, facilita las acciones del trabajo voluntario para la ciudadanía, a través de oportuna información, de la concesión de tiempo, del pago de dicho trabajo, de su reconocimiento”³².

Finalmente Valenzuela involucra estos elementos en la definición que hace de RSE como: “El compromiso de la empresa con la satisfacción de las necesidades del Medio Ambiente, de la sociedad y de los trabajadores, con una intensidad similar a la generación de valor para los propietarios, que se refleja tanto en las estrategias, como en las acciones de la empresa, en cuya construcción participa activamente en diálogo, todos los grupos de interés, en un escenario de justicia y responsabilidad”³³.

31 Entrevista con Mauricio Gómez, Director del Dpto. de Contabilidad de la Universidad Nacional, sede Bogotá, Mayo 2 de 2007.

32 Valenzuela, 2005, p. 283.

33 Valenzuela, 2005, p. 239.

Programas de Responsabilidad Social Empresarial y programas con Responsabilidad Social Empresarial

Existe una gama de desarrollos empresariales que se cobijan bajo el nombre de Responsabilidad Social Empresarial. Entre estas iniciativas podemos diferenciar dos grandes grupos: un tipo de programas que se derivan de la empresa que tienen que ver con una acción filantrópica, ya sea realizada desde una fundación que emerge de la misma empresa, por medio de donaciones a organizaciones que llevan a cabo una labor social y a la cual se suman. El segundo tipo de acciones que se suelen nombrar como RSE son aquellas que, siendo parte del negocio, tienen algunos componentes sociales que parecen significativos, esto también se ha nominado negocios incluyentes.

Una construcción personal del concepto ha implicado llegar a la determinación de generar dos categorías distintas respecto a la RSE, estas son: programas de responsabilidad social, y la otra: programas con responsabilidad social. La distinción se genera cuando se analiza cuál es la motivación principal del programa.

Los programas de responsabilidad social pueden encontrarse cuando el fin es principalmente de generación de valor social³⁴ y este objetivo sobrepasa a cualquier otra ganancia. El hecho de que no haya ganancia económica no genera una terminación de la iniciativa.

Los programas con responsabilidad social son aquellos donde la generación de valor económico no excluye la generación de valor social, siendo el más importante la generación de valor económico. Si en algún momento el programa deja de generar valor económico es posible que la iniciativa no perdure puesto que una ganancia únicamente social no sostiene este tipo de programas.

Desde esta perspectiva el programa *Su Casa Como Nueva Paso a Paso* de la empresa Corona S.A. se en-

34 El Valor Social se ha definido como “[...] todo emprendimiento que genera valor a sus clientes derribando barreras que impiden la inclusión social, asistiendo a aquellos temporalmente debilitados o carentes de voz, o mitigando efectos secundarios indeseables derivados de la actividad económica”. Banco Interamericano de Desarrollo. *Gestión administrativa de emprendimientos sociales*. Estados Unidos, 2006, p. 298

cuenta en el registro de los programas con responsabilidad social, dado que el objeto principal de su accionar es comercial.

Elementos para analizar un programa con Responsabilidad Social Empresarial

Calidad de vida

Como lo anotamos al inicio del artículo, el sentido de este tipo de programas para profesionales del área social se relaciona con los grados de mejoramiento de la calidad de vida de todas las personas involucradas en este tipo de iniciativas; entendiendo por mejoramiento en la calidad de vida el aumento en las capacidades y funcionalidades de las personas, conceptos pertenecientes a la teoría de Amartya Sen.

Sen dice que “[...] la calidad de vida es realmente una cuestión de funcionalidades y posibilidades y no directamente una cuestión de opulencia, artículos de consumo o utilidades”³⁵.

La siguiente figura elaborada durante la investigación presenta los elementos más importantes de la teoría de Sen:

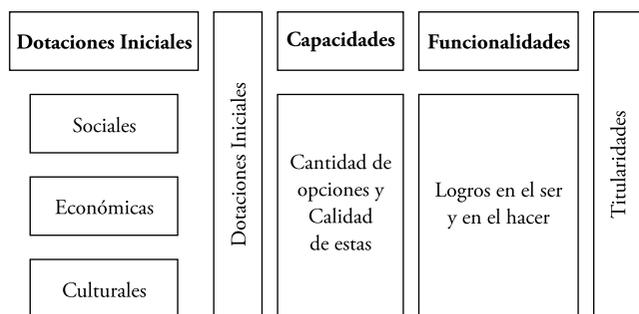


Figura 1. Elementos de la Calidad de Vida en Amartya Sen

Fuente: Andrea Rodríguez, 2007

El primer elemento que Sen plantea son las dotaciones iniciales en el orden social, económico y cultural. “Las dotaciones sociales tienen que ver con el grado de contacto social que una familia ha desarrollado, la cantidad y la calidad de las redes sociales

35 Sen, Amartya. *El nivel de vida*. Madrid: Editorial Complutense, 2001, p. 23.

con las que cuenta. Las dotaciones de índole cultural se refieren al nivel o bagaje educativo y de conocimiento que la familia tiene. Las dotaciones económicas es el capital o nivel de ingreso acumulado o nivel de riqueza que tiene una familia”³⁶.

Estas dotaciones iniciales van a afectar el lugar que el individuo ocupa en la sociedad y le permitirán unas *condiciones de vida* gracias a las cuales tendrá mayores o menores posibilidades o potencialidades para desarrollarse³⁷. Estas posibilidades y potencialidades son denominadas *capacidades*, en las cuales se alojan la cantidad de posibilidades entre las que un individuo puede optar, y donde se encuentran las oportunidades para llevar distintos tipos de vida, en este punto Sen identifica la potencial *libertad de ser y hacer* que tiene un individuo.

Estas opciones se valoran en dos líneas a saber: *la cantidad de opciones y la calidad o bondad de estas opciones*, pues de esta cantidad y bondad de las opciones dependerán también los posibles logros a obtener.

Bula define *capacidades* como “[...] las libertades fundamentales de las que una persona debe gozar para realizar el proyecto de vida que más valora”³⁸. Esto lo complementa Gamboa cuando enuncia “[...] las capacidades reflejan las oportunidades reales que una persona tiene respecto a la vida que puede llevar”³⁹.

De esta manera, la aparición de nuevas opciones, repercute positivamente en el mejoramiento de las capacidades y ampliando el espectro de los posibles tipos de vida que una persona puede llevar. Este es, por tanto, el punto de intervención más apropiado para evaluar el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y de las comunidades, revisar si con la llegada de un programa se amplían la cantidad de las opciones y la bondad de estas, que se reflejará en los

36 Bula, Jorge Iván. Reyes V. (ed.). “Conferencia: Amartya Sen y la medición de la pobreza”. En: *La Medición de la pobreza y el bienestar y el pensamiento de Amartya Sen*. Serie Cuadernos de trabajo, N°24. Bogotá D.C.: Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia, 2003, p. 39.

37 *Ibid.*, p. 40.

38 *Ibid.*, p. 43.

39 Gamboa, L. F. & Casas. “*La Propuesta de Sen: una aplicación a la calidad de vida en Colombia*”. EAWPI n.º 13. 25 de septiembre de 2002. <http://eawp.economistascoruna.org/archives/vol1n13/>.

logros de los actores de la cadena de valor y que dará cuenta de los derechos de los que está gozando.

Los logros en el ser y en el hacer son denominados por Sen como *funcionamientos*⁴⁰. Los funcionamientos tienen que ver con el ejercicio de las capacidades, con la posibilidad de combinar varios quehaceres y seres, es decir, con la posibilidad de hacer actividades pertenecientes a la vida que más valora y que agreguen al desarrollo de habilidades y potencialidades sociales, mentales, corporales y espirituales; permitiéndole ser cada vez más como desearía o valoraría ser, logrando un autoreconocimiento positivo y también un reconocimiento positivo por parte de otros. Lo anterior permite obtener unas titularidades, es decir, “[...] dominio sobre un conjunto de bienes y servicios y un espacio de reconocimiento en tanto que expresión de la participación social”⁴¹.

Estas titularidades son la manifestación concreta del ejercicio de derechos de las personas, que permite acercarse a unas nuevas dotaciones, es decir, donde los individuos pueden contar con un mejor inventario en los campos de dotaciones básicas y dotaciones complejas.

Pueden reconocerse como *dotaciones básicas*: Alimento, vestido, vivienda, salud, educación, transporte y recreación; y *dotaciones complejas*: seguridad, justicia, libertad, identidad, autonomía, reconocimiento social y medio ambiente.

Los elementos que comprenden las dotaciones básicas y las dotaciones complejas, permiten reconocer en estos dos ámbitos los componentes elementales para el desarrollo humano en los órdenes tangibles e intangibles, algunos de carácter objetivo y otros de índole subjetivo⁴².

La ganancia en la elevación de la calidad de vida tiene que ver con los grados de control de la propia

vida que va adquiriendo el sujeto. Por tanto, el aumento en las posibilidades y oportunidades para tomar decisiones sobre su rumbo y la vida que desea llevar.

Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial

Para lograr un acercamiento a la comprensión de la RSE en el programa, la primera acción consistió en identificar los componentes del programa, esto significa señalar los procesos que se desarrollan, quién los realiza y cómo lo hace.

El siguiente ejercicio fue el acercamiento a la teoría de las variables de análisis: Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Calidad de vida (CV) y la elección de constructos teóricos claves al interior de cada uno de los conceptos.

Por último se construyó una matriz a partir de la profundización teórica de las variables intentando dimensionar en su complejidad cada uno de los conceptos. En esta matriz se analizaron los impactos de las opciones y acciones de la empresa en la calidad de vida de los diferentes actores del programa haciendo énfasis en la comunidad vinculada como los líderes y las promotoras.

Este proceso permitió dilucidar unas ideas importantes a tener en cuenta en la lectura de este tipo de programas y/o estrategias desde la mirada social. A continuación se presenta el desarrollo del recorrido anteriormente enunciado paso por paso:

El Programa

Contexto

Para el desarrollo del programa de Corona S.A., objeto de esta investigación, fueron importantes las nuevas comprensiones que a nivel mundial se desarrollaron sobre las estrategias de negocio a partir de autores como C. K. Prahalad y Muhammad Yunus.

Prahalad⁴³ presenta un recorrido de experiencias de empresas que han tenido logros importantes en términos de generación de un mercado más justo, rígido de manera especial a los sectores que histórica-

40 Nussbaum, Martha y Sen, Amartya (comp.). *La calidad de vida*. Primera reimpression en español. México D.F: Fondo de Cultura Económica, 1998, p.18.

41 Bula, 2003, p. 41.

42 Varios Autores. Niño Martínez, Bertha Jeannette (comp.) *Del socavón a la vida. Línea de base para el acercamiento a la erradicación y prevención del trabajo infantil en la minería artesanal colombiana*. Bogotá D.C.: Pnud, Minercol, Priac, División Extensión Sede Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 2003, p. 22.

43 Prahalad, C.K. *La Fortuna en la base de la pirámide*. Philadelphia: Prospecta Consultores, Wharton School Publishing, Universidad de Pennsylvania, 2005, p. 40.

mente han sido marginados por el comercio tradicional. La pirámide hace referencia a la distribución de la riqueza, donde quienes más capacidad de compra tiene son pocos (parte superior de la pirámide) y los que menos capacidad adquisitiva tienen son muchos más (parte inferior de la pirámide). Hace énfasis en que la mayor oportunidad de mercado se encuentra en la parte inferior de la pirámide, pero para cautivar estos recursos deben cambiarse las maneras de desarrollar negocios con este tipo de poblaciones.

Experiencias como la del Grammen Bank Banco de los Pobres en Bangladesh, o Patrimonio Hoy de Cemex en México animaron el desarrollo de una propuesta comercial con personas de bajos ingresos.

y permite una distribución un poco más directa del producto hasta el cliente final. Este canal se desarrolla con Organizaciones Comunitarias (OC) como Juntas de Acción Comunal, Asociaciones de Madres Comunitarias, etc.

Las siguientes figuras, permiten tener una idea de la diferencia entre la estructura de venta tradicional y la modalidad implementada por el programa (véase figura 2):

Es importante tener en cuenta que el esquema de venta en el canal comunitario es utilizado por otro tipo de negocios, pero tiene una denominación distinta, se conoce como venta directa, ya que se eliminan intermediarios en la venta de los productos.

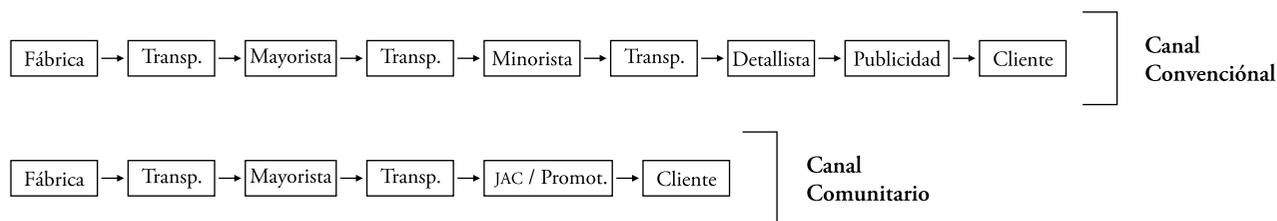


Figura 2. Canal convencional-Canal comunitario

Fuente: Andrea Rodríguez, 2007

Estructura del programa

Basada en estas experiencias y en nuevas teorías de negocio, la empresa Corona S.A. crea el programa *Su casa como nueva paso a paso* (SCCNPP), el cual tiene una estructura sencilla, funciona con lo que se puede denominar como un Negocio Incluyente donde se creó una estructura de Canal Comunitario que se compone de personas de la comunidad y, por medio de sus redes comunitarias y con base en la confianza que estas redes brindan a las personas, habitantes del sector se comercializan productos cerámicos como baldosas y cenefas. El canal comunitario elimina algunos actores de la cadena de valor⁴⁴ tradicional

⁴⁴ Se denomina cadena de valor a las actividades que producen valor añadido en una organización. Las actividades primarias se dividen en: logística de entrada, operaciones (producción), logística de salida, ventas y marketing, servicios post-venta (mantenimiento). De lo que se trata es de crear valor para el cliente, lo que se traduce en un margen entre lo que se acepta pagar y los costos incurridos.

Como se anotó anteriormente, este canal comunitario requería de la participación activa de una Organización Comunitaria (OC), quienes dinamizan el canal en cada sector. Esta organización comunitaria a su vez convocaba y motivaba a un grupo de mujeres a participar en el programa como vendedoras, denominadas promotoras, ellas son quienes más cercanía tienen con los clientes finales, las personas de su barrio, en muchas ocasiones vecinos.

Por cada una de estas labores, la organización comunitaria y las promotoras obtienen un porcentaje de ganancia sobre la venta del producto, esto significa que el tipo de vinculación laboral que existe es informal.

El canal comunitario está a cargo de profesionales del área social contratados por la empresa quienes dinamizan cada una de las etapas del proceso, como la búsqueda de las nuevas zonas de apertura del programa, la selección y vinculación de otras organizaciones y promotoras, así como el mantenimiento y

motivación de cada uno de los actores del canal, incluida la empresa y los clientes (véase figura 3).



Figura 3. Actores del canal comunitario

Fuente: Andrea Rodríguez, 2007

Matriz de Análisis

La profundización en los conceptos Responsabilidad Social Empresarial y Calidad de Vida permitieron la construcción de una matriz de análisis, donde se definieron unos elementos importantes convertidos en las categorías de análisis. Esta matriz puede desarrollarse con cada actor del programa, lo

que requiere, como se indicó anteriormente, haber identificado los componentes del programa, esto significa señalar los procesos que se desarrollan, quién los desarrolla y cómo lo hace. Esta claridad se deriva de la cadena de valor del programa.

La primera elaboración de la matriz fue la columna vertical correspondiente a la categoría de RSE, se desarrolló cada una de estas categorías con cada uno de los actores del programa y posteriormente se confrontó estas opciones y acciones de la empresa con el eje horizontal correspondiente a Calidad de Vida. Este ejercicio permitió revisar cómo es el modo de proceder de la empresa en cada una de las categorías de RSE seleccionadas, afecta de manera positiva o negativa las condiciones de vida de las personas vinculadas al programa.

Para el análisis de la RSE en el programa se seleccionaron unas variables consideradas pertinentes en

Tabla 1. Variables de RSE

Variable	Definición
Enfoque del relacionamiento	Formas de actuar y discursos desde los que se genera el relacionamiento con la comunidad o actores del programa.
Dialógica / nivel de interlocución	Participación activa de los stakeholders en la construcción de estrategias y tácticas que convertidos en planes de acción hagan realidad sus expectativas. Pasar del diseño unilateral a la administración y dirección compartida. Cogobierno.
Tipo de vínculo con la empresa	Se refiere a las definiciones del programa respecto a la retribución económica por la actividad que se desarrolla. Grado en que cada uno de los actores: empresa y comunidad, responden y enfrentan las diversas situaciones positivas o negativas que el programa genera.
Integralidad neutral de la propuesta	Inclusión de todos los grupos de interés de una manera equitativa —sin privilegios—, igualdad de condiciones. Cambio de paradigma: de la empresa rentabilista a la empresa con integridad neutral, con miras a lograr un mundo más equitativo que permita la felicidad general.
Coherencia	Entre intenciones y declaraciones, los planes estratégicos, las acciones concretas. Hechos concretos donde se materialicen las intenciones éticas y la eticidad en la que se basan las prácticas de sus relaciones.
Eticidad	Reflexión filosófica sobre la moral institucional. RSE = ética = filosofía = filosofía práctica. Valores de la empresa que se convierten en fines.
Calidad del producto	El producto y sus características dan cuenta de la posibilidad de disfrutar en el tiempo de los beneficios que este genera, donde se evidencia una intención de beneficio mutuo y no solamente la comercialización de un producto con la inclusión de las personas en la cadena de consumo.

Fuente: Andrea Rodríguez, 2007

la tarea de descifrar si existen acciones concretas que vehiculen una ética correspondiente a una empresa socialmente responsable.

Cuatro de las variables (dialógica, integralidad neutral, coherencia y eticidad) corresponden a la elaboración teórica de Luis Fernando Valenzuela⁴⁵. Las variables, enfoque de la relación entre actores del programa, tipo de vínculo con la empresa y calidad del producto, son una elaboración propia de criterios que “colocan sobre la mesa” los valores con que la empresa establece su relación con las comunidades o los destinatarios del programa (véase tabla 1).

A partir del desarrollo teórico realizado en la investigación se conciben las dotaciones básicas y complejas como un elemento permanente en el mejoramiento de la *calidad de vida*⁴⁶ de los individuos. Es decir, las Dotaciones Iniciales que plantea Sen, hacen referencia a los insumos con los que cuenta el individuo como punto de partida del cual es posible lograr o no ciertas funcionalidades. Sin embargo, durante el estudio se evalúa cómo estas dotaciones no solo son un recurso inicial del individuo sino que se convierten en recursos que deben ser fortalecidos y ampliados permanentemente para lograr mejorar la calidad de vida (véase figura 4).

En la medida que se generan más y mejores oportunidades (capacidades) para las personas, estas tendrán la oportunidad de generar mejores logros (funcionamientos) y se acercarán cada vez más a la vida que más valoran.

La pregunta para el análisis de la variable Calidad de Vida en un programa con RSE se concentra en revisar si desde la llegada del programa a las comunidades destinatarias se han generado nuevas oportunidades identificando cuál es la calidad de vida de las mismas.

45 Valenzuela, Luis Fernando. *Perspectivas de la Responsabilidad Social Empresarial*. Manizales: Gráficas Jes, 2005. p. 232.

46 Para la lectura de *calidad de vida* se ha tenido en cuenta la clasificación desarrollada en el texto “Del socavón a la vida” adaptándola para la investigación. Varios Autores. Niño Martínez, Bertha Jeannette (comp.). *Del socavón a la vida. Línea de base para el acercamiento a la erradicación y prevención del trabajo infantil en la minería artesanal colombiana*. Bogotá D.C.: Pnud, Minercol, Priac, División Extensión Sede Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 2003, pp. 23-24.

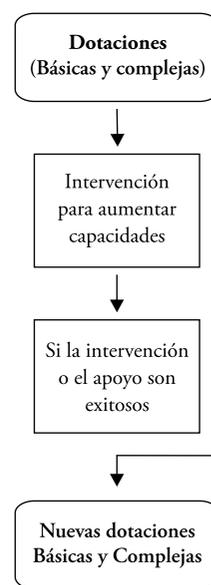


Figura 4. Aumento de capacidades

Fuente: Andrea Rodríguez, 2007

Es posible identificar lo anterior al revisar los logros que las personas han tenido a partir de su vinculación al programa, tanto los clientes como las promotoras o los líderes comunitarios. Esto puede evidenciarse en las dotaciones básicas y las dotaciones complejas, en la medida que se impacte de manera positiva alguna de las dotaciones, la calidad de vida de las personas mejora, y en la medida que no existan logros e incluso cuando se ve un retroceso o detrimento de estas, se puede comprender que la calidad de vida no ha mejorado o ha disminuido (véase tabla 2).

Tabla 2. Elementos de Calidad de Vida a evaluar en el programa

Dotaciones Básicas	Dotaciones Complejas
Ingresos	Autonomía
Salud	Confianza
Educación	Participación
Recreación / Ocio	Empoderamiento
Protección / Vivienda	Cohesión / Inclusión

Fuente: Andrea Rodríguez, 2007

Tabla 3. Matriz de análisis programas Responsabilidad Social Empresarial

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	CALIDAD DE VIDA									
	Dotaciones básicas					Dotaciones complejas				
	Ingresos	Salud	Educación	Recreación / Ocio	Protección / Vivienda	Autonomía	Confianza	Participación	Empoderamiento	Cohesión / Inclusión
Enfoque de la relación										
Nivel de interlocución										
Tipo de vínculo con la empresa										
Integralidad neutral de la propuesta										
Coherencia										
Eticidad										
Calidad del producto										

Fuente: Andrea Rodríguez, 2007

Las categorías seleccionadas son pertinentes en la revisión del concepto de calidad de vida para el programa *Su casa como nueva paso a paso*. Aunque algunas de ellas no dependen directamente de la acción de la empresa, de alguna manera son impactadas positiva o negativamente, razón por la cual son tenidas en cuenta.

Como se ilustra en la tabla 3, al cruzar estas dos variables con sus correspondientes categorías, es posible analizar si un programa *con* Responsabilidad social empresarial está o no aportando de manera sustancial al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que participan de él.

Estudio de caso de Responsabilidad Social Empresarial

Como se presenta al inicio del artículo (véase figura 2) la estructura básica del programa está compuesta por la empresa, las asesoras sociales, las organizaciones comunitarias, las promotoras y los clientes. Al desarrollar la matriz con cada uno de los actores del programa se evidencia que su resultado es positivo

para dos actores de la cadena de valor, estos son: los clientes y la empresa. Para los clientes⁴⁷ la posibilidad de acceder al producto se amplía, generando nuevas capacidades, funcionamientos y titularidades, mejorando aspectos de sus dotaciones básicas, como son mejoramiento de salud y vivienda principalmente, incluso categorías como la recreación y el ocio tienen una afectación positiva. Así mismo en término de las dotaciones complejas existe un aumento en categorías como autoestima, autonomía y confianza hacia la organización social y la empresa.

La empresa, quien en un inicio debe hacer una fuerte inversión al programa, proyecta la devolución de esta inversión y la apertura de un mercado significativo que no solo trae ganancias económicas sino ganancias en términos de marketing social, dado que la ampliación del acceso al producto para este tipo de poblaciones es “bien visto” para los consumidores en general y para la comunidad comercial.

⁴⁷ Esta conclusión se obtiene a partir de las entrevistas con los clientes.

A continuación presentamos el desarrollo de la matriz con los otros actores líderes y promotoras, pilares del canal comunitario de comercialización. Por la extensión del texto y dado el objetivo del artículo solo desarrollaré unas reflexiones sobre las tres primeras variables⁴⁸.

Enfoque de la relación entre actores del programa:

Descripción: El programa con asesoría de profesionales del área social hizo modificaciones importantes en el lenguaje verbal y no verbal utilizado con la comunidad. Términos como “pobres” o “de bajos ingresos” fueron sustituidos por otros como ciudadanos, socios. Así mismo la cercanía y cordialidad de las personas de la empresa, con las personas de la comunidad vinculadas al programa,⁴⁹ se caracterizó por la construcción de relaciones democráticas.

Impacto: Estos cambios en el lenguaje y en el trato por parte de la empresa con las comunidades generaron la ruptura de estereotipos mutuos, facilitó canales de diálogo y mitigó la desconfianza entre actores que no habían desarrollado este tipo de alianzas. Con respecto a las dotaciones estas acciones, por parte de la empresa, contribuyeron a elevar dotaciones complejas como son la autoestima y la confianza.

Reflexión: Se reconoce un esfuerzo de la empresa, especialmente de las asesoras sociales por encontrar caminos de acercamiento a la comunidad y generar diálogos más horizontales entre los diferentes actores del programa, coordinadores, administrativos, promotoras, líderes. Sin embargo, es importante al hacer estos cambios de lenguaje tener presente los límites de estas categorías como, por ejemplo, la de ciudadanía⁵⁰, es posible que se esté abordando de manera nominal, pero no se esté reconociendo en toda su di-

mensión, lo que implicaría reconocer una serie de categorías que activan verdaderamente la ciudadanía y que pueden estar contenidas en las acciones posibles a desarrollar por el programa. Desde la experiencia en este proceso la inclusión de estas nuevas denominaciones permite ampliar el espectro de credibilidad en el otro; es decir, es una forma de generar otro tipo de relaciones desde la confianza. Sin embargo, la reflexión plantea reconocer los quiebres que puede tener la semántica para que no sea simplemente una modificación de orden nominal sino que genere transformaciones en lo sustancial.

Nivel de interlocución:

Descripción: La empresa generó espacios de consulta que resultaron muy importantes para los líderes y las promotoras, espacios donde se sintieron escuchados y tenidos en cuenta, en los que se lograron acuerdos importantes frente a la operación del programa en las diferentes zonas. Sin embargo, con el crecimiento del programa, esta dinámica se fue modificando, disminuyendo no solo los espacios de interlocución, sino el grado de incidencia de la comunidad en el desarrollo del proyecto.

Impacto: Los espacios de escucha, en donde las personas de la comunidad tienen incidencia eleva la Calidad de Vida de las personas, por cuanto permite la participación, el empoderamiento y la inclusión. Cuando estos espacios se modifican quedando solo como espacios de ejecución no consultada del programa deja de aportarse a estas dotaciones complejas, disminuyendo especialmente la dotación compleja de confianza.

Reflexión: Para lograr un diálogo real entre la comunidad y la empresa se debe tener en cuenta la figura de interlocutor válido, es decir, reconocer las opiniones del otro actor como importantes, ello significa permitir espacios permanentes para el diálogo, que redunde en modificar las acciones o decisiones cuando las concertaciones de este espacio lo ameriten.

Un buen flujo de información entre las partes disminuye la *dependencia unilateral*⁵¹ que se presen-

48 En caso de requerir el desarrollo completo de la matriz remitirse al documento monográfico “Alcances de programas con Responsabilidad Social Empresarial en la calidad de vida de comunidades de bajos ingresos Caso: Programa *Su casa como nueva paso a paso* de Corona S.A.” ubicado en la Biblioteca Central de la Universidad Nacional de Colombia, Sede Bogotá.

49 Estos resultados corresponden a la investigación adelantada en el año 2006.

50 Al respecto la asesora del programa expresa “por que el lenguaje construye realidades”.

51 Naranjo, Leticia. Uribe, Ángela y Schumacher, Christian (ed.). “Aportes a un criterio no restringido de Responsabilidad Social Empresarial”. En: *Ética, Responsabilidad social y empresa*. Co-

ta cada vez que se dan relaciones asimétricas, estas emergen cuando no existen condiciones para optar de una manera totalmente libre por lo que se desea, libertad representada en el conocimiento profundo de las opciones. Esto significa que para el caso que nos compete, la empresa y la comunidad deben generar situaciones en las cuales se comparta información valiosa para el otro, con el fin de lograr que en el desarrollo del programa al tomar decisiones tengan suficientes elementos para valorar los diversos escenarios disminuyendo las posibles asimetrías existentes en la misma.

Tipo de vínculo con la empresa:

Descripción: Para el análisis de esta variable es importante tener en cuenta que el programa *Su casa como nueva paso a paso* ofrece a las promotoras un pago por porcentaje con base en la venta y se puede definir como un trabajo informal. De manera similar sucede con las organizaciones comunitarias que lo administran. De hecho, el proyecto dio a los líderes y promotoras la categoría de socios, dada su importancia en el desarrollo del programa. Estos socios en la comunidad son la cara visible del programa y se convierten en garantía frente a sus vecinos si “algo no sale bien” en el proceso. Así mismo responden ante la empresa si alguna situación en la comunidad lo pone en riesgo. La empresa ha compensado esta remuneración algo fluctuante, por ganancias más relacionadas con el reconocimiento y la realización de momentos de encuentro en lugares cómodos y novedosos para la comunidad.

Impacto: Sin duda el hecho de tener acuerdos de trabajo informal impacta las dotaciones básicas como el nivel de ingreso, la educación y la vivienda, principalmente. Así mismo se evidencia que el reconocimiento de la comunidad como socios es parcial, puesto que la afirmación de esta categoría por parte de la empresa significaría no solo otro tipo de vínculo en términos de retribución económica, sino en términos de los niveles de decisión que las organizaciones comunitarias pudiesen tener sobre el desarrollo del programa. Esta situación no eleva sus dotaciones

complejas, especialmente el empoderamiento, la cohesión y la confianza.

Reflexión: El empleo formal en este tipo de poblaciones es realmente escaso. Las personas están acostumbradas a laborar de manera informal, ya sea con un negocio en casa, en ventas por catálogo o como independiente. Por ello mismo la propuesta del programa no genera inquietudes relevantes, es equiparable, guardando las proporciones, a otras ventas por catálogos que muchas de las mujeres desarrollan. Ideas como un sueldo fijo o contar con seguridad social hace mucho no hacen parte de las expectativas posibles para estas personas.

Kimberly Manno Roed asegura que es importante encontrar cuál sería el costo justo y la ganancia justa para cada uno de los actores que participan en el programa. “Lo principal es que debe ser una relación entre el éxito de la promotora y su sueldo, su comisión, la pregunta es si el porcentaje es suficiente o no”⁵². Ella afirma que utilizar las redes ya existentes en la comunidad genera un gran ahorro para la empresa, y que si tiene esto en cuenta no debe dudar en pagar una comisión justa para la organización comunitaria y para las promotoras.

Sin embargo hace parte de una investigación posterior la constatación de la afectación positiva o negativa que en términos concretos genera el desarrollo de trabajos informales, por la limitación temporal de la investigación, no es posible dar cuenta del impacto a largo plazo de este tipo de vinculaciones en la calidad de vida de los participantes.

Consideraciones Finales

La injerencia y la pregunta por las condiciones de vida de comunidades de bajos ingresos hacen parte de la búsqueda constante de equidad y justicia por las que el Trabajo Social propende. En muchas ocasiones, dado a la costumbre de las comunidades a la carencia y al bajo nivel de opciones en su cantidad y calidad, no existe inconformidad o inquietudes frente a posibilidades de vida que se ofrecen y que no necesariamente contribuyen a su desarrollo, y es

lombia: Universidad del Rosario, 2005, p. 81.

52 Entrevista realizada a Kimberly Manno Roed en el marco de la investigación, quien ha desarrollando una labor importante con personas de bajos ingresos en India y México.

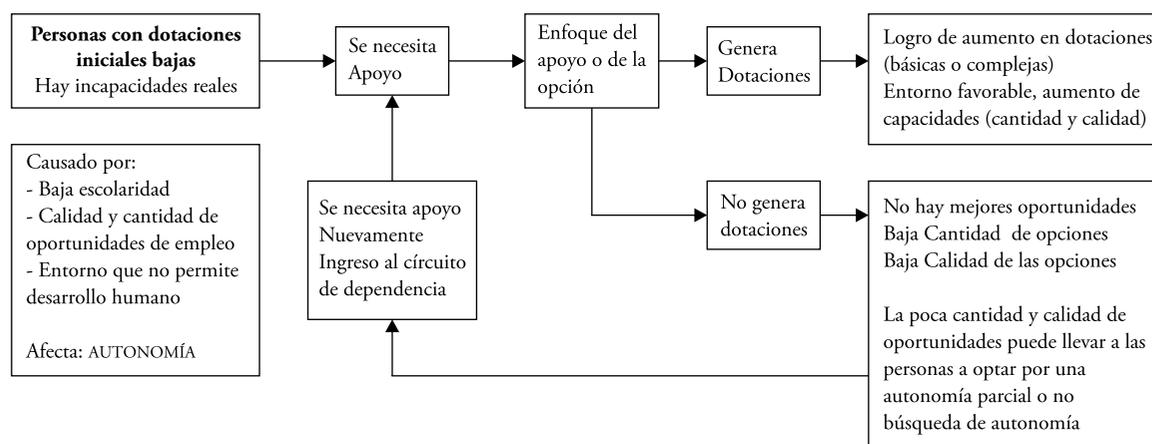


Figura 5. Circuito de dependencia

Fuente: Andrea Rodríguez, 2007

en este punto donde la profesión debe analizar todas aquellas iniciativas alojadas bajo el paraguas de la responsabilidad social, pues no basta el nombre para garantizar que sean socialmente responsables.

Teniendo en cuenta lo anterior lo más importante para un programa con Responsabilidad Social es la disminución de la *dependencia unilateral* en las formas de relacionarse y la garantía en cada una de sus decisiones de la afectación positiva de la calidad de vida de quienes tengan algún vínculo con el programa. A continuación se explica qué significa esta garantía de mejoramiento en la *calidad de vida*.

Una de las características de las personas carentes es la baja autonomía. Se argumenta en diferentes niveles que esta situación reside en una posición particular del individuo que pareciera “decidir” no salir de ella. Estas ideas emergen en los discursos sobre paternalismo o asistencialismo social donde se reta a los individuos no-propietarios a reorientar “la actitud que les ha hecho pobres”. Sin embargo, un análisis que tome elementos de comprensión de la situación de baja autonomía en los estratos 1 y 2 (personas que viven con 3 dólares al día) puede arrojar elementos importantes que permiten cuestionar el discurso culpabilizante de la pobreza.

La condición de pobreza atraviesa a los sujetos y los presenta estigmatizados, rotulados y, por tanto, limitados en toda su existencia. Como lo explica Bottomore, la categoría “pobres” no solo tiene una

carga ideológica sino moral y, “[...] siguiendo la antigua mentalidad decimonónica, les atribuye la culpabilidad de la situación”⁵³.

Moreno explica que existen dos formas de leer la condición de pobreza: desde la visión neoliberal y desde el estructuralismo. La primera remite a la mirada de los sujetos como responsables de superar por sí mismos sus propias dificultades, considerando a la autosuficiencia como un valor fundamental en este credo liberal. Y el estructuralismo reconoce la pobreza como un resultado de las contradicciones de la sociedad y, muy especialmente, del reparto desigual de los recursos materiales y el poder político entre las distintas clases y colectivos sociales⁵⁴.

En la figura 5 se presenta la situación de una persona con dotaciones iniciales bajas. Las dotaciones iniciales son el conjunto de recursos de orden económico, social y cultural con los que el individuo cuenta para desarrollarse como ser humano⁵⁵. Una persona que tiene dotaciones iniciales bajas es una persona que no tendrá las herramientas suficientes para su

53 Bottomore, Tom y Marshall, Th. *Ciudadanía y Clase Social*. Primera edición. Madrid: Alianza, 1998, p. 107.

54 Moreno, Luis. *Ciudadanos Precarios. La última red de protección*. Barcelona: Ariel, 2000, p. 42.

55 Bula, Jorge Iván. Reyes V. (ed.). “Conferencia: Amartya Sen y la medición de la pobreza”. En: *La Medición de la pobreza y el bienestar y el pensamiento de Amartya Sen*. Serie Cuadernos de trabajo, n.º 24. Bogotá D.C.: Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia, 2003, p. 39.

desarrollo por lo que necesitará apoyo en alguna de las áreas anteriormente mencionadas. Dependiendo del enfoque del apoyo y de las condiciones para su aprovechamiento que tenga el individuo, dependerá si este se vuelve más autónomo o continúa en un circuito de dependencia.

A veces se piensa que brindar oportunidades a una persona de bajos ingresos es suficiente para elevar sus posibilidades a una vida mejor, sin embargo, solo si esta oportunidad es satisfactoria en términos de calidad, se eleva el nivel de vida. Un ejemplo es la oportunidad laboral, solo en la medida que el nivel de ingreso, la jornada de trabajo o el nivel de atención en salud y seguridad social sean positivos para el desarrollo integral de esta persona, facilitará el proceso de autonomía, de lo contrario, si la opción brindada es de baja calidad esta persona continuará en el circuito de dependencia.

Ayudar a los procesos de autonomía de las personas significa no solo ofrecer oportunidades que tal vez no existían antes, sino lograr que las opciones ofrecidas no perpetúen los circuitos de dependencia generados por las bajas dotaciones, hacer un esfuerzo desde la empresa para este logro la hace socialmente responsable.

También es importante revisar lo que Castel denomina “sociedades que funcionan sobre el honor y no sobre la acumulación” donde aparece una referencia a personas de bajos ingresos quienes sin duda tienen en un lugar relevante el honor por la escasez de sus posesiones y lo que realmente puede defender es la presentación de sí mismo.

El Honor o el reconocimiento como un bien aun de mayor estima que otros parece ser una constante en estas comunidades, ello implica que es posible que se dé relevancia y se valore en mayor grado aquello que pasa por lo simbólico por la palabra, pero no aquello que es real tangible y necesario para que haya equilibrio y justicia.

Como expresa Fresneda: “Se puede pensar que las necesidades están determinadas por lo que el hombre produce”⁵⁶, las necesidades humanas ligadas a la

oferta, si lo decimos coloquialmente “de lo que hay se pide”, y si no hay valores que dimensionen al ser humano en su integralidad, ¿no se demandan?

Por esto es importante monitorear los niveles de realidad de las percepciones que la gente maneja. Ser agudos con la posible manipulación de las mismas y ser categóricos con la solicitud de acciones reales que tiendan a mejorar las dotaciones básicas y complejas de las personas involucradas en este tipo de programas.

La segunda consideración importante es que las empresas pueden y deben tener interés en la generación de ganancias. Adela Cortina llama a esto el interés legítimo, la autora comenta que “[...] se ha solido entender que las conductas son tanto más meritorias cuanto más desinteresadas son, lo que ha tenido graves repercusiones para el mundo de la empresa por que como esta no tiene más remedio que buscar el propio interés, parecería que está, de entrada, absolutamente alejada de cualquier conducta ética por que no puede ser desinteresada debido a su propia lógica, una acción interesada no necesariamente es inmoral”⁵⁷. Este argumento de Cortina nos sitúa ante la opción legítima de la posibilidad que tienen las empresas de desarrollar iniciativas que contengan ganancias y que al tiempo sean convenientes para otros grupos de personas.

Álvaro Dávila dice que “[...] el rendimiento económico es la primera responsabilidad de un negocio. El negocio que no muestra utilidades iguales, por lo menos al costo del capital que utiliza, es irresponsable socialmente por que desperdicia recursos de la sociedad”⁵⁸. Esto en el marco de la energía finita que consume una empresa, lo que incluye las materias primas y las personas que invierten su vida en el desarrollo de un bien o servicio. Las empresas deben reportar beneficios para todos, para ellas mismas; pero en función de la ganancia social.

No es sensato afirmar que una empresa debe dejar de desarrollarse económicamente para ser más respon-

56 Fresneda, Oscar. *Índice de calidad de vida*. Colombia: Editorial Observatorio de Cultura Humana, 1998, p. 16.

57 Cortina, Adela. *Democracia Participativa y Sociedad Civil*. Colombia: Siglo del hombre, 1998, p. 24.

58 Dávila, Álvaro. Toro, Olga Lucía y Rey, German (ed.). “La responsabilidad social o la ciencia de la riqueza”. En: *Empresa privada y responsabilidad social*. Bogotá: Fundación Social, Centro Colombiano de Filantropía, 1996. p. 17



Gómez, Alejandro. *Escalera al cielo*. Barrio Bella Flor, Bogotá D.C., 2006.

sable socialmente. Como lo explica Kimberly Theidon⁵⁹, la RSE tiene que ver con cómo hace una empresa sus ganancias y qué hace con ellas. En esta línea toda empresa debe preguntarse por sus decisiones y acciones y cómo estas afectan los niveles social, ambiental y laboral, en el marco de continuar siendo rentable.

Para el trabajo social el acercamiento a la empresa privada es indispensable dado que los cambios en el papel del Estado serán cada vez más frecuentes que en los entes privados que se ocupen de la atención a ciertos sectores sociales. Además aunque muchas empresas utilizan la nominación Responsabilidad social empresarial para acciones filantrópicas que no tienen otro objetivo que el mercadeo social, también es cierto que es posible orientar a la empresa a encontrar un equilibrio en su hacer frente a la sociedad, y hacia el interior de sí misma.

Por eso es necesario continuar profundizando en los elementos que hacen a las empresas verdadera-

mente responsables con la sociedad y encontrar también cuáles serían los posibles caminos para que lo logren. Desde una postura crítica y propositiva es posible conseguir que los mundos social y empresarial encuentren nuevos caminos.

Referencias bibliográficas

- Bottomore, Tom y Marshall, Th. *Ciudadanía y Clase Social*. Primera edición. Madrid: Alianza, 1998.
- Bula, Jorge Iván. Reyes V. (ed.). “Conferencia: Amartya Sen y la medición de la pobreza”. En: *La Medición de la pobreza y el bienestar y el pensamiento de Amartya Sen*. Serie Cuadernos de trabajo n.º 24. Bogotá: Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Colombia, 2003.
- Castel, Robert y Haroche, Claudine. *Propiedad privada, propiedad social, propiedad de sí mismo: conversaciones sobre la construcción del individuo moderno*. Argentina: Homo Sapiens, 2003.
- Cortina, Adela. *Democracia Participativa y Sociedad Civil*. Colombia: Siglo del hombre, 1998.
- Dávila, Álvaro. Toro, Olga Lucía y Rey German (ed.). “La responsabilidad social o la ciencia de la riqueza”. En: *Empresa privada y responsabilidad social*. Bogotá: Fundación Social, Centro Colombiano de Filantropía, 1996.
- Fresneda, Oscar. *Índice de calidad de vida*. Colombia: Editorial Observatorio de Cultura Humana, 1998.
- Hamburguer Álvaro. *Ética de la empresa: el desafío de la nueva cultura empresarial*. Serie ética de la empresa y valores corporativos. Colombia: Paulinas, 2004.
- Iamamoto, Marilda. *El servicio social en la contemporaneidad. Trabajo y formación profesional*. San Pablo: Cortez Editora, 1998.
- Martínez Herrera, Horacio. *El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial*. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana, 2005.
- Moreno, Luis. *Ciudadanos Precarios. La última red de protección*. Barcelona: Ariel, 2000
- Naranjo, Leticia. Uribe, Ángela y Schumacher, Christian (ed.). “Aportes a un criterio no restringido de Responsabilidad Social Empresarial”. En: *Ética, Responsabilidad social y empresa*. Colombia: Universidad del Rosario, 2005.
- Nussbaum, Martha y Sen, Amartya (comp.). *La calidad de vida*. Primera reimpresión en español. México D.F.: Fondo de Cultura Económica, 1998.

59 Entrevista realizada a Kimberly Manno Roed Mayo de 2007.

- Prahalad, C.K. *La Fortuna en la base de la pirámide*. Philadelphia: Prospecta Consultores, Wharton School Publishing, Universidad de Pennsylvania, 2005.
- Perdiguero, Tomás y García, Andrés. *Crecimiento, competitividad y responsabilidad: la encrucijada Europea*. Barcelona: Universidad de Valencia, 2005.
- Rodríguez Cordoba, María del Pilar. *Comportamiento ético gerencial. Comportamientos éticos mas valorados por empleados en Colombia*. Manizales: Universidad Nacional, 2005.
- Savater, Fernando. *La Dimensión Ética de la Empresa*. Serie Conversaciones. Bogotá D.C.: Siglo del Hombre Editores, 1998.
- Sen, Amartya. *El nivel de vida*. Madrid: Editorial Complutense, 2001.
- Solarte, Mario Roberto. *De la filantropía a la responsabilidad social—El caso del centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial*. Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana, 2005.
- Valenzuela, Luís Fernando. *Perspectivas de la Responsabilidad Social Empresarial*. Manizales: Gráficas Jes, 2005.

Documentos en línea

- Gamboa, L. F. & Casas. “La Propuesta de Sen: una aplicación a la calidad de vida en Colombia”. EAWPI N°13. 25 de septiembre de 2002. <http://eawp.economistascoruna.org/archives/vol1n13/>