

CAPÍTULO VI

El emprendimiento social como una estrategia de responsabilidad social en empresas del Valle del Cauca

Paola Andrea Salazar Valencia¹

Carlos Tello Castrillón²

Introducción

La Responsabilidad Social Organizacional (RSO) es una iniciativa que procura que las empresas se comprometan con el entorno y la sociedad en general. El compromiso se manifiesta a través del desarrollo social, económico y ambiental para la generación de desarrollo y crecimiento sostenibles. La RSO se fundamenta en principios como la Solidaridad y el compromiso con la paz y con el desarrollo del país que deben ser considerados principios empresariales globales.

Este trabajo se propuso identificar el grado de incorporación del Emprendimiento Social como estrategia de Responsabilidad Social en empresas del Valle del Cauca, por medio del análisis de la información pública para establecer si esta práctica se incorpora en el lenguaje empresarial. Para el cumplimiento de este objetivo: a) se clasificaron las estrategias de Responsabilidad Social

¹ Economista – Magíster en Administración de Empresas. Especialista en Gerencia. [Coordinadora Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones]; [Programa Administración de Empresas]; [Universidad Pontificia Bolivariana]; [Palmira]; [Colombia]. E-mail: paolaandrea.salazar@upb.edu.co

² Doctor en Ingeniería- Industria y Organizaciones. Magister en Administración. Economista y Administrador de empresas. Profesor Asociado de dedicación exclusiva Universidad Nacional de Colombia. Director del Grupo de Estudios Neoinstitucionales de la Universidad Nacional de Colombia, Sede Palmira; [Colombia]. E-mail: catelloca@unal.edu.co

de las organizaciones en Colombia y el Valle del Cauca b) se identificó el emprendimiento social como una estrategia de Responsabilidad Social en el Valle del Cauca.

Los propósitos de este trabajo están bien delimitados. En efecto, esta investigación se propuso clasificar, según la Norma ISO-26000, las prácticas orientadas hacia la responsabilidad social y al emprendimiento social que se detectan en los documentos públicos de las empresas del Valle del Cauca. Esta dirección indica que aquí no se busca: a) establecer un manual de obligatorio cumplimiento b) validar las guías y propuestas de buenas prácticas de Responsabilidad Social c) diagnosticar el grado de incorporación de las características generales de Responsabilidad Social en las empresas de Colombia o del Valle del Cauca.

La capacidad para obtener información completa de las estrategias de RSO se ve limitada por la dependencia de los datos de los documentos públicos. En esta investigación se acepta tal limitación toda vez que costos de recopilación de datos primarios son elevados. Se sugiere que futuras investigaciones profundicen en las citadas estrategias.

Este documento se ordena como sigue: inicialmente, se exponen las revisiones teóricas de los conceptos de la Responsabilidad Social desde sus orígenes. De esta manera, se proporciona un contexto histórico de las acciones que la gestaron. Luego, se revisan el contexto histórico del emprendimiento social y el efecto que ha generado en algunos países. Posteriormente, se presenta la información de 82 Grandes Empresas y 30 Pymes y proveedores de los 7 aspectos que la norma ISO-26000 considera categorías de Responsabilidad Social: 1. Gobernanza de la Organización; 2. Derechos Humanos; 3. Prácticas Laborales; 4. Medio Ambiente; 5. Prácticas Justas de Operación; 6. Asuntos de Consumidores y 7. Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad. Esta información fue capturada en las páginas web oficiales de las empresas de la muestra.

Finalmente, se concluye que la mayoría de las prácticas empresariales están direccionadas hacia: a) la reducción de la pobreza y desigualdad b) el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad c) la promoción del crecimiento económico de la región d) la promoción de un ambiente incluyente y de paz.

Justificación

En Colombia la medición oficial de pobreza es realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2018). Existen oficialmente dos formas de calcularla. La primera de ellas es la medición a partir de los ingresos monetarios de los hogares y se conoce como *pobreza monetaria*. La segunda es el índice de pobreza multidimensional (IPM) que evalúa cinco dimensiones donde los hogares colombianos podrían estar en privación. Estas dos formas no son excluyentes, son complementarias.

Durante los últimos años, la Misión Para el Empleo de la Serie de Empleo, Pobreza y Desigualdad (MESEP) y el Departamento Nacional de Planeación (DNP) han planteado metas para la reducción de los índices de pobreza en el país. En el año 2017, el porcentaje de personas en situación de pobreza monetaria alcanzó el 26,9%, dato inferior al 2016 que ubicó a la pobreza monetaria en 28%. Por otro lado, el porcentaje de personas en situación de pobreza extrema presentó una leve reducción al pasar de 8,5%, en 2016 a 7.4% en 2017. En términos de desigualdad, el coeficiente de Gini (medición de la concentración de la riqueza en un país desde 0.0, sociedad perfectamente equitativa, hasta 1.0, sociedad perfectamente inequitativa) registró 0,538. (DANE, 2018).

La teoría de la Economía del Bienestar de Amartya Sen propone planteamientos sobre pobreza, hambre y desigualdad. En esta se afirma que sí es posible generar cohesión social mediante mecanismos de inclusión que surjan desde la iniciativa de empresas privadas. (Sen & Kliksberg, 2007) (pág. 18). Esto coincide con Córdova, (2009) quien planteó que un verdadero cambio social no es posible sin la cohesión entre empresa y Estado.

Actualmente, este acercamiento entre empresa privada y población ha sido dinamizado mediante la Responsabilidad Social. Aún falta más desarrollo teórico al respecto, lo que no ha obstado para que se presente una incidencia, en fase de exploración, en la práctica del campo empresarial dese hace un par de décadas (Luna V & Maigual M., 2012). La importancia de la RSO trasciende el ámbito meramente empresarial para convertirse en elemento de equilibrio político y social. (Tello-Castrillón, 2015)

En este sentido, la Responsabilidad Social vincula la empresa con los objetivos sociales. De esta forma, la RSO goza de aceptación entre los consumidores y los empresarios toda vez que a) los aspectos que están en la base de su construcción son de interés común b) agrupa acciones y comportamientos

que simbolizan un beneficio colectivo y, por tanto, la sociedad los considera deseables c) mejora la imagen corporativa.

Sin embargo, la RSO, en algunos casos, se percibe como actividades altruistas y no como inversión social. De esta forma, la RSO no genera ni cohesión social ni un verdadero desarrollo de largo plazo de la comunidad. Parte de la explicación podría radicar en el hecho según el cual, algunas organizaciones apoyan el desarrollo de la comunidad a través de planes de subsidios que, sin ser innecesarios, no solucionan los problemas de pobreza y desigualdad a largo plazo. Es así como las organizaciones pierden la oportunidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes a través del fomento de actividades productivas como el emprendimiento social. Desde los tiempos de Schumpeter, el emprendimiento ha sido considerado un elemento vital en el desarrollo de los sistemas económicos de mercado. (Tello-Castrillón, 2009)

El fomento de emprendimientos sociales se ha ido incorporando gradualmente en el lenguaje organizacional. En el informe Global Entrepreneurship Monitor -GEM se definen los emprendedores sociales nacientes como *personas que, solas o con otros, participan en la actividad empresarial social y han adoptado medidas concretas en los últimos 12 meses para ayudar a iniciar empresa* (Global Entrepreneurship Monitor-GEM 2016- pág. 61). En este sentido, entre 2015 y 2016 “Perú posee una actividad de emprendedores sociales nacientes de 10,1%; y Colombia tiene un 8,7%” (Global Entrepreneurship Monitor-GEM 2016). El emprendimiento social puede ser el mecanismo holístico que propone la norma ISO-26000: “uno de los objetivos de la Responsabilidad Social es lograr que la organización participe activamente en el desarrollo de la comunidad y así demostrar un sentido de respeto hacia los involucrados” (Organización Internacional de Normalización, 2014). Por emprendedores sociales nacientes “se hace referencia a las personas que, solas o con otros, participan en la actividad empresarial social y han adoptado medidas concretas en los últimos 12 meses para ayudar a iniciar empresa”. (Global Entrepreneurship Monitor-GEM 2016). El emprendimiento social genera empleos e ingresos y, por tanto, reduce la pobreza (Macías, 2014) por lo que puede ser una buena forma para que Colombia asuma su problema de desigualdad. Sin embargo, también hay que manifestar que el optimismo alrededor del emprendimiento no es compartido por varios autores (Jones & Murtola (2012), Hjorth, (2012) Atherton, (2018)).

La RSO puede llegar a ser un factor fundamental para el crecimiento empresarial. “El objetivo de Responsabilidad Social se basa en un proceso

estratégico e integrador en el que se vean identificados y beneficiados los diferentes agentes de la sociedad” (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, 2007). De hecho, la RSO facilita el posicionamiento de marca y promueve “la perfecta armonía entre la empresa y la comunidad en la que opera, logrando el reconocimiento ante sus grupos de interés (stakeholder), máxime si esta actividad es percibida como reflexiva, ética y espontánea” (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012).

La relación con los stakeholders configura el adjetivo *Social* de la RSO. Esto implica un compromiso organizacional con los objetivos sociales y medioambientales (Lozano Soler, 2007), lo social puede articularse en distintas redes donde el compromiso y la convicción por el bienestar común sea evidente. De esta forma se pasa a un concepto más amplio como es el de *corresponsabilidad*. Al respecto, Vives (2013) afirmó que la Responsabilidad Social es capaz de contribuir con capital direccionado a la creación de empresas. (pág. 16)

Un modelo de emprendimiento que permita la inclusión del apoyo al sector empresarial en sus primeros años se traduce en el beneficio de ambas organizaciones. De una parte, por tratarse de una estrategia de Responsabilidad Social y, de otra parte, por tratarse de acciones que aportan al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente al objetivo No. 1 Fin de la Pobreza. Una familia que pueda garantizar sus ingresos a largo plazo está más cerca de escapar de la reincidencia en la pobreza (Naciones Unidas, 2017). En general, el fomento de iniciativas empresariales de carácter social como una estrategia de Responsabilidad Social puede reforzar la sostenibilidad de una comunidad en el largo plazo.

Antecedentes

La construcción de los antecedentes se basó en la revisión de artículos de revistas indexadas en el período 2007-2017. La búsqueda tuvo lugar en las bases de datos de Scopus y Science Direct. Los criterios de búsqueda combinaron los descriptores [Social entrepreneurship]; [Social responsibility and Social development]; [Entrepreneurship and Social responsibility] y [Social entrepreneurship and Social responsibility].

La revisión de estos documentos se orientó hacia tres objetivos fundamentales. **Primero**, describir los diseños metodológicos (métodos,

procedimientos, técnicas e instrumentos) implementados en investigaciones sobre el término Responsabilidad Social; **Segundo**, corroborar la pertinencia de la investigación del emprendimiento social como una estrategia de Responsabilidad Social y **Tercero**, identificar los posibles referentes teóricos que servirían de sustento epistemológico al problema de investigación.

En síntesis, se revisaron 11 artículos de investigaciones previas. Estos se dividieron entre aquellos dirigidos a la RSO y aquellos dirigidos al emprendimiento. El primer grupo se categorizó en tres niveles: estudios que resaltan la importancia de la RS, estudios que destacan el papel de las empresas que tienen programas de RS y el efecto en sus grupos de interés, estudios que señalan la importancia del involucramiento del sector público con el desarrollo social y de las políticas públicas que fomenten estas iniciativas. Por su parte, el tema del emprendimiento se abordó con énfasis en su rol de transformador social. Se resaltan las investigaciones que a) formulan el emprendimiento social y su contribución al desarrollo social y económico b) definen el perfil del emprendedor social y su persistente búsqueda de soluciones colectivas con un fin social y c) relacionan el emprendimiento social como una estrategia de Responsabilidad Social.

Responsabilidad Social Organizacional

El abordaje de Aguilera Castro & Puerto Becerra, (2012) aparece entre los estudios que resaltan la importancia de la RS. Se trata de una investigación que a) hace énfasis en los antecedentes históricos de los conceptos b) identifica y explica la influencia de cada grupo de interés dentro del crecimiento sostenible buscado por toda empresa y c) establece que el orden social es importante y debe ser complementado por un orden económico que respalde las estrategias y acciones necesarias. Para los autores, el direccionamiento estratégico debe encaminarse al logro de los fondos monetarios necesarios para la reinversión en proyectos sociales y medioambientales, para el fortalecimiento de la capacidad productiva de la empresa. De esta manera, la empresa puede brindar una ventaja competitiva al cliente tal que le lleva a conseguir nuevas segmentaciones de clientes y nuevas áreas geográficas de incursión, entre otros.

Actualmente, las organizaciones que desean permanecer en el mercado pueden adoptar la Responsabilidad Empresarial como instrumento de diferenciación, reconocimiento y posicionamiento. Para ello, los planes estratégicos deben agregar valor a partir de prácticas que rebasen las necesidades

básicas del cliente tradicional y se dirijan a la búsqueda de un beneficio colectivo. Tal situación implica el involucramiento de comunidades marginadas, olvidadas por el gobierno; el cuidado y la conservación de los recursos del medio ambiente. De esta manera, se consigue mayor atracción, fidelización de clientes y una mejor reputación tanto a nivel local como nacional. (Aguilera Castro & Puerto Becerra, 2012).

En el segundo grupo, este es los estudios que destacan el papel de las empresas que tienen programas de RS y el efecto en sus grupos de interés, aparecen Mercado & García (2007). Los autores desarrollaron un método exploratorio no experimental, en una muestra no probabilística de 31 empresas de Valle de Toluca (México) para describir la Responsabilidad Social desde cuatro perspectivas: ética empresarial, preservación del medio ambiente, calidad de vida en el trabajo y vinculación de la empresa – sociedad. El instrumento tipo encuesta se dirigió a directivos y gerentes y fue adaptado por 47 reactivos medidos en escala de Likert. Como resultado encontraron que el nivel de desarrollo de la RS en dichas empresas se encuentra en una etapa inicial que se asimila a la filantropía. Sin embargo, se resalta que el compromiso de la alta dirección puede favorecer la implementación de estrategias enfocadas a los grupos de interés.

La RS es una invitación para que todos los involucrados se concienticen que ella es una tarea de todos y, por tanto, participen. En tal sentido, la RSO puede ser aplicada en actividades que contribuyen al desarrollo de los grupos de interés conforme a las capacidades de las pequeñas y grandes empresas. Por otro lado, las autoras también encontraron que se destacan tres razones por las cuales se hacen estudios de RS en México 1) recuperación del balance entre lo económico y lo social; 2) estrategia de logro de beneficios externos e internos para la empresa que lo aplica; y 3) sentido y un uso correcto del término de RS. (Mercado Salgado & García Hernández, 2007)

Finalmente, aparece el grupo de estudios que señalan la importancia del involucramiento del sector público con el desarrollo social y de las políticas públicas que fomentan estas iniciativas. Al respecto, Chumaceiro Hernández, Hernández de Velazco y Yori Conill, & Ziritt, (2013) se propusieron reflexionar sobre las principales dificultades que impactan el diseño de políticas públicas en torno a la RS y analizar el poder de la intervención del estado para acompañar y estimular la vinculación del sector empresarial a través de la RS. Para tal fin, los autores adelantaron una revisión bibliográfica y documental que los llevó

a concluir que a) en atención a la importancia creciente de la RS, los poderes públicos generan políticas públicas para impactar el desarrollo social b) las guías, recomendaciones, directrices o convenios internacionales de RSO se enfocan, usualmente, en las grandes empresas y, por lo tanto, las estrategias de RSO para las pequeñas empresas deben ser revisadas.

Emprendimiento

Un estudio de las oportunidades que el emprendimiento y la economía social propician para la transformación social fue asumido por Salinas Ramos & Osorio Bayter, (2012). Para ellos, el emprendimiento, cuya base es la innovación y la creatividad, es un instrumento de crecimiento y desarrollo social regional y nacional. En efecto, su trabajo continuo con el cambio y las distintas tendencias del mercado lo convierten en determinante para la sociedad del conocimiento. De esta manera, el emprendimiento se transforma en una práctica de inclusión que, por medio de la economía social, se interesa por la capacitación (programas, cursos, seminarios, cátedras) de los grupos excluidos y la interiorización del espíritu emprendedor. Esta investigación concluye que a) la sinergia y la ejecución eficiente de políticas cuatripartitas (universidad, comunidad, gobierno y empresa) garantizarán políticas proteccionistas que apoyen la labor del empresario y b) en el mediano y largo plazo, debería alcanzarse una cifra significativa de empresarios emprendedores que tengan como misión principal la creación de su propia empresa cuyo efecto en el entorno sea positivo.

En otra investigación, Sánchez & Pérez (2015) explicaron el nuevo modelo de emprendimiento que ha surgido a partir de las entidades de economía social. En él se incluyen las medidas legales de apoyo al emprendimiento. Se revelan las legislaciones que apoyan y fomentan el emprendimiento en España y se profundizan los factores claves para potenciar la iniciativa emprendedora. A modo de conclusión, la investigación afirma que las empresas sociales están aplicando el nuevo modelo de emprendimiento en mayor medida. De esta forma, se agrega valor a través de variables tan importantes como la generación de empleo estable, la inserción social de los grupos vulnerables y excluidos, la gestión eficiente de la RSO y la sostenibilidad.

Por último, cabe citar el estudio de Daniel Córdova (2009). El autor profundizó en casos de éxito donde los pequeños emprendimientos luego se fortalecen y consolidan como proyectos empresariales de gran envergadura. De esta manera, las familias propietarias aseguraron su sostenimiento de largo plazo.

El estudio ataca el precepto según el cual existe una imposibilidad de desarrollo de empresas desde sociedades empobrecidas. Al final, el autor sostuvo que las bondades de los emprendimientos radican en la mejora de la calidad de vida del emprendedor y el ingreso de muchas personas que se traduce en mejoras del entorno.

Emprendimiento social

El trabajo de Santos, Barroso, & Guzmán, (2013) evidenció la importancia de los emprendimientos sociales en la economía universal. El sistema económico global actual se caracteriza por una dimensión egoísta centrada explícitamente en la maximización de beneficios económicos y el reconocimiento individual. Por lo tanto, la sensibilidad y el altruismo frente a las poblaciones vulnerables quedan en el olvido. Ante ello, es necesario establecer políticas y estrategias innovadoras en el sistema económico global que impulsen el emprendimiento de actividades de índole social que brinden un beneficio colectivo, igualitario y justo. Es así como el emprendimiento social se presenta como una solución y complemento de la economía global. Las propuestas y planes innovadores brindan un beneficio colectivo y satisfacen necesidades tan importantes como el acceso al agua de comunidades excluidas.

Por otro lado, la investigación de Alvord, Brown, & Letts (2004) presenta el análisis comparativo de casos de emprendimiento social reconocidos como exitosos. El reconocimiento se da sobre la base de la transformación social que tales casos han implicado en Asia, África, y América. El estudio reconoce patrones en tres aspectos: las características de las innovaciones, las características de organización, liderazgo, los enfoques para la ampliación y transformación de la sociedad. Como resultado se identificaron tres tipos de iniciativas: 1. Las iniciativas de creación de capacidad local asociadas a la atención a los grupos locales y proveedores de recursos; con énfasis en el escalado por grupo, organización y cambio cultural; el apalancamiento y la transformación de las normas culturales y las expectativas; 2. Las iniciativas de difusión de paquetes sociales: enfocadas en la atención al usuario y las partes interesadas a través de acceso a servicios e información clara 3: El movimiento hacia el cumplimiento de un objetivo común: destaca las iniciativas de fomento de las relaciones entre aliados y los objetivos políticos por medio de estrategias transformacionales de contextos políticos y culturales.

Respecto al perfil del emprendedor social y su influencia en la resolución de problemas sociales aparece el trabajo de Simón Moya, Sastre Sánchez, & Revuelto Taboada, (2015). Estos autores utilizaron el análisis cualitativo por medio del análisis de casos. En esta investigación se analizan tres estrategias distintas de iniciativas de emprendimiento social para establecer la forma en la que los emprendedores descubren oportunidades para la resolución de problemáticas sociales. Se tienen en cuenta aspectos como la formación del emprendedor, su experiencia, la cercanía al problema y a otros emprendedores. Como conclusión, se establece que: “para que el emprendimiento social surja, la alerta sobre una problemática social es una condición necesaria pero no suficiente”. (Simón Moya, Sastre Sánchez, & Revuelto Taboada, 2015)

Responsabilidad social y emprendimiento

De paso a la incorporación del emprendimiento como una estrategia de RSO, aparece el estudio de Vives, (2013). El autor analizó la forma de actuar de las organizaciones en su contexto de RSO para crear empleo y fomentar el emprendimiento en España, Chile, México y Reino Unido. Dentro de su investigación se mencionan las principales causas del alto desempleo juvenil evidenciado entre 2006 y 2011, así como los motivos y restricciones que se presentan para los nuevos emprendedores en estos países. El autor propuso que una política de RSO puede resultar exitosa siempre y cuando se comprenda que todo el entramado social hace parte de un ecosistema regulativo y complementario (Estado, sistema educativo y sociedad civil). Dentro de este, las organizaciones, en su mayoría privadas, deben establecer empleos directos e indirectos que fomenten el aprendizaje, brinden beneficios en su cadena de valor y aporten desarrollo económico y educativo en las comunidades locales que de alguna u otra manera intervienen en sus actividades productivas.

Por otro lado, y en procura de relacionar la Responsabilidad Social con el emprendimiento y la innovación, el trabajo de Macías (2011) recopila varios conceptos. Estos son, propuestas de los principales pensadores sobre emprendimiento e innovación. De esta manera, es posible encontrar el efecto social de las innovaciones más allá de lo económico. De acuerdo con esta revisión no parece ser muy difundida la incorporación del emprendimiento social como una estrategia sólida de RS, por lo tanto, una investigación al respecto se hace pertinente.

Argumentación Teórica

Desde el punto de vista teórico se revisan a) la conceptualización de la Responsabilidad Social y el contexto histórico de su gestación y b) se hace una aproximación al contexto histórico del emprendimiento social y su influencia en algunos países.

El objeto central de esta investigación (las organizaciones que orientan actividades de Responsabilidad Social en el Valle del Cauca por medio del emprendimiento social) determina este marco teórico. En efecto, este se concentra en la comprensión conceptual de la Responsabilidad Social a partir de las propuestas de Navarro (2013) y Tello Castrillón & Rodríguez Córdoba (2016). Adicionalmente, las contribuciones de Aguilera Castro & Puerto Becerra (2012), Luna V & Maigual (2012), Navarro & González (2006), Alzate Zuluaga (2011) aportan elementos sobre dimensiones, enfoques y principios. Por su parte, Aguado i Hernández, (2013), Chumaceiro, Hernandez, Yori, & Ziritt (2013) y Tello Castrillón (2016, 2014) se concentraron en la naturaleza de la RS. La revisión se complementa con documentos de organismos internacionales: Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2018), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Comisión Económica Europea (2001), Instituto Ethos (2006) y la Organización Internacional de Normalización a través de la norma ISO-26000 (2014).

El concepto de *emprendimiento social* lleva a otros autores. Estos son Muhamad Yunus (2008), Sánchez & Pérez (2015), Simón Moya, Sastre Sánchez, & Revuelto Taboada, (2015) y el Global Entrepreneurship Monitor-GEM (2016).

Referente teórico de Responsabilidad Social

Es importante entender los orígenes de la RSO para lograr una mirada holística. Esta continúa como una temática en la que aún difieren muchos académicos. Tello Castrillón (2016) lo remontó al siglo XIX con las primeras mejoras laborales. Por su parte, Alzate Zuluaga, (2011) afirmó que la RSO empieza en los años sesenta en forma de la filantropía practicada por algunas empresas. Desde otra perspectiva, Navarro señaló que el concepto de RSO empieza a desarrollarse entre las décadas de 1980 y 1990 donde se reconoce que las empresas deben crear tecnologías nuevas que permitan una producción más limpia y un desarrollo sostenible. Ya para la década del 2000, se integran nuevos actores como directos responsables y artífices de los cambios que el planeta pide en lo ambiental, social y económico. De esta forma, Responsabilidad

Social halla su espacio en la estrategia organizacional (Navarro, F. 2013). Las nuevas visiones llevan a superar el enfoque filantrópico como núcleo de la RSO “aunque aún se considera la responsabilidad y la ética con la sociedad, solo desde su papel empleador y cumplidor de la Ley”. (Alzate Zuluaga, pág. 10)

El término en sí, ha evolucionado también en la medida que evolucionan las teorías administrativas. Lo que se conoce como Responsabilidad Social Corporativa se direcciona únicamente a las corporaciones, con lo que excluye a otras empresas, por lo cual, posteriormente, se adoptó el término Responsabilidad Social Empresarial. Sin embargo, para Tello Castrillón:

El concepto de Empresa no contiene a las organizaciones sin ánimo de lucro. La expresión *Empresa* se refiere solamente a las organizaciones con espíritu de negocio o ánimo de lucro y por tanto se excluyen tres importantes ramas de las organizaciones: las organizaciones sin ánimo de lucro: como universidades, iglesias, clínicas entre otros; sus allegadas organizaciones no gubernamentales ONG, que básicamente se definen por un objeto social encaminado a cumplir con funciones tradicionalmente asumidas por estados, orientadas a la redistribución de la riqueza social y las organizaciones estatales. (Tello Castrillón, 2016) (pág. 3)

En procura de establecer claridad conceptual sobre esta temática aparece el trabajo de Tello Castrillón & Rodríguez Córdoba, (2016). En él se esgrime que el término Responsabilidad Social Empresarial (RSE) rebasa el término Responsabilidad Social Corporativa (RSC). A su vez, el término Responsabilidad Social Organizacional (RSO) rebasa a los dos anteriores. De esta manera, RSO elimina la confusión que puede surgir respecto a los compromisos que tiene cada una de estas organizaciones con la sociedad y quedan cubiertas todas las formas organizacionales, incluidas cualquiera de las iniciativas empresariales.

Una vez abordados estos conceptos teóricos y para el desarrollo de investigación, se entiende que el concepto alusivo al término Responsabilidad Social Organizacional – RSO- formulado por Tello Castrillón (2016) es el más completo, dado que involucra todo tipo de organizaciones: Grandes Empresas, PYMES, fundaciones con o sin ánimo de lucro, ONG, organizaciones gubernamentales. RSO resulta más completo que RSE y RSC y por lo tanto se adopta en adelante como referencia de toda la temática alusiva a la Responsabilidad Social.

La RSO es tomada sobre la base de 4 enfoques conceptuales de Aguilera Castro & Puerto Becerra, (2012). Estos son: a) la producción de bienes y servicios b) la responsabilidad legal c) la responsabilidad ética y finalmente d) la responsabilidad voluntaria. En este sentido, la primera dimensión se enfoca en los productos que la sociedad necesita y puede adquirir, la segunda en obedecer las leyes, la tercera refiere al cumplimiento de las expectativas sociales y la cuarta dimensión trata de aquellos comportamientos adicionales que la sociedad categoriza como aceptables.

Estas cuatro dimensiones pueden encontrarse también desde un enfoque Instrumental. En efecto, Luna V & Maigual, (2012) afirmaron que “la RSO se enfoca en la búsqueda de utilidades empresariales sin dejar de lado las acciones sociales que permiten fortalecer su relación estratégica con la comunidad” (pág. 121).

Por otro lado, es posible analizar los cambios internos y externos al desarrollar programas de Responsabilidad Social Organizacional. En la dimensión interna, la RSO administra cambios que integran la competitividad con un sentido social. En este sentido Navarro y González indicaron que las organizaciones que deciden ser socialmente responsables tienen que ajustar todos sus procesos internos donde se incluye el gobierno corporativo (Navarro & González, 2006).

Respecto a la incidencia interna de la Responsabilidad Social Organizacional, “se expande hasta trabajadores y socios al desarrollar relaciones con proveedores, consumidores y autoridades” (Navarro & González) (pág. 727). Todos estos, se convierten en los grupos de interés externos con los que cada organización debe entablar canales de diálogo en aras de conocerlos. Entre estos se destaca la comunidad del área de influencia donde opera la organización toda vez que en un momento dado esta será la encargada de dar o quitar una *licencia*, mediante sus acciones, para que las organizaciones operen.

Por otro lado, Aguado i Hernández, (2013) planteó dos principios de Responsabilidad Social Organizacional: se desarrolla como una actividad voluntaria y se integra en la gobernanza con la consideración de las demandas sociales, éticas, medioambientales y económicas. (pág. 127). En la fase inicial de los programas de RSO es importante involucrar las relaciones que se van a establecer con accionistas, empleados, medio ambiente, clientes, proveedores, entre otros. (Chumaceiro, Hernandez, Yori, & Ziritt, 2013)

La voluntariedad de la RSO merece ser discutida. Aunque en el Libro Verde (Comisión Económica Europea, 2001) y en Aguado i Hernández, (2013) se advierte que la RSO es un acto voluntario, Tello Castrillón (2016) resaltó que la “RSO parte de la moral y por tanto no es optativa, dado que la moralidad es inherente al ser humano y no es opcional”. La discusión sobre la voluntariedad de la RSO hace parte de su variedad de matices conceptuales.

Los matices conceptuales de la RSO imposibilitan la unificación de criterios para la correcta aplicación. Sin embargo, “existen algunos criterios en el ámbito internacional sobre temas laborales, sociales y ambientales, que procuran establecer algunos criterios de libre cumplimiento” (Alzate Zuluaga, 2011). Muestras de ello son: a) los diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en materia de Derechos Humanos, trabajo, medio ambiente y anti-corrupción que gozan de consenso universal. De esta forma, los principios actúan como referencia para las empresas que deseen aplicar RSO (Pacto Mundial de las Naciones Unidas, 2018) b) las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) que procuran acciones de una gestión empresarial responsable centrada en: Divulgación de información; Derechos Humanos; Empleo y relaciones laborales; Medio ambiente; Lucha contra la corrupción; intereses de los consumidores; Ciencia y tecnología; Competencia y Cuestiones Tributarias” (OCDE, 2013). El libro verde de la Comisión Económica Europea (2001) define la Responsabilidad Social Organizacional como: “una integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores”. También establece cuáles son los objetivos de la RSO como estrategia global, basada en la generación y divulgación de conocimiento y la promoción del desarrollo sostenible d) El Instituto Ethos (2006) pone en consideración algunas actividades distintivas que pueden categorizarse como una gestión socialmente responsable. Entre estas actividades se encuentra la relación con organizaciones sociales, la atracción de talentos, la motivación constante de los colaboradores, el correcto manejo de conflictos, y la transparencia en todas sus actividades e) en Colombia, la guía más detallada y conocida por los empresarios es la guía ISO 26000, Guía de Responsabilidad Social. Esta define 7 materias fundamentales en las cuales las empresas deben revisar y ajustar sus procesos: “Gobernanza de la Organización, Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Medio Ambiente, Prácticas Justas de

Operación, Asuntos de Consumidores y Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad” (Organización Internacional de Normalización, 2014), (pág. 4).

Las cinco organizaciones coinciden en los aspectos relacionados con la declaración de derechos humanos de las Naciones Unidas. En esta se resalga la igualdad, el progreso social y el nivel de vida digno. En este sentido, el fomento de los emprendimientos sociales contribuye a libertad económica del emprendedor y sus familias. Esto es, contribuye al sentido de *libertad* implicado en el objetivo central de esta declaración.

Referente teórico de emprendimiento social

El emprendimiento social tiene una profunda incidencia social. Su importancia radica en su condición de solución a una problemática general y de oportunidad para el emprendimiento. El término se ha incorporado, de manera paulatina, en el lenguaje común y, aunque con timidez, en los temas de responsabilidad social. Hay que establecer que los emprendimientos sociales no son caridad y deben ser sostenibles.

Esta temática ha tomado fuerza a partir del año 2000. A la fecha, no existe un consenso teórico preciso para definirlo. Algunas investigaciones se han centrado en el emprendimiento social como prácticas comerciales con huella social (Alvord, Brown, & Letts, 2004; Yunus, 2008). Otros enfoques asumen la perspectiva de un emprendedor social focalizado en la resolución de problemáticas sociales (Sánchez & Pérez, (2015), Santos, F. J., Barroso, M. de la O., & Guzmán, C. (2013), Simón Moya, Sastre Sánchez, & Revuelto Taboada, (2015). Por su parte, el Global Entrepreneurship Monitor –GEM (2017) precisa que son las empresas sociales.

Como parte del emprendimiento social como una combinación comercial con transformación social se encuentra la investigación de Alvord, Brown, & Letts, (2004). Para los autores, los empresarios han utilizado los conocimientos empresariales para crear empresas que, además de ser comercialmente viables, cumplen fines sociales (pág. 262).

El fundamento del emprendimiento social propuesto inicialmente por Muhamad Yunus (2008) es similar al de toda organización. Su característica diferenciadora radica en la distribución colectiva, no individual, de las ganancias. En tal escenario, los accionistas no cobran dividendos, sino que solo recuperan su inversión inicial. En general, los emprendedores sociales se centran en la movilización de recursos para responder a los problemas sociales. Sobre esta

base, se construyen nuevos acuerdos colectivos en lugar de la búsqueda de lucro individual.

El emprendimiento social es un asunto de importancia global (Global Entrepreneurship Monitor- GEM -2015-2016 citado por Escandón-Barbosa, D., Arias, A., Medina, L., Gómez, L., Varela, R., Martínez, P., & Parra, L. 2016). Este se entiende como una actividad con un objetivo netamente social, ambiental o de desarrollo comunitario: reducir agentes contaminantes o disminuir las brechas sociales de exclusión. Las iniciativas de solución a estos problemas recaen en manos del emprendedor social (Escandón-Barbosa, D., Arias, A., Medina, L., Gómez, L., Varela, R., Martínez, P., & Parra, L. 2016).

Los conceptos de emprendimiento individual y de emprendimiento social guardan diferencias y semejanzas. La principal diferencia estriba en el hecho según el cual el espíritu altruista diferencia al emprendedor social del emprendedor empresarial. En efecto, el primero se encamina a la resolución de un problema colectivo (Sánchez & Pérez, 2015) por medio de una inversión inicial usualmente dirigida a la disminución de exclusión social y el desempleo de personas con discapacidades físicas (Santos et al., 2013, pág. 185). Por su parte, el segundo se enfoca en el logro de ganancias. De otra parte, la principal semejanza entre ambas formas de emprendimiento consiste en la búsqueda de oportunidades de negocio. En consecuencia, el emprendimiento individual y el emprendimiento social comparten la necesidad de apalancamiento financiero y de asesoramiento y acompañamiento continuo. El sector empresarial entra a jugar aquí su papel con el apalancamiento de las iniciativas. Esto se convierte en una estrategia innovadora de RSO por medio de la cual se retribuye, desde una dimensión moral, a las comunidades de influencia y a sus colaboradores y familiares, por citar los más relevantes.

Esta investigación adopta la postura de Yunus (2008) en razón de su comprensión desde los dos enfoques del emprendimiento social, brindar soluciones a una problemática social y satisfacer las necesidades de los pobres.

Aspectos Metodológicos

La metodología tuvo un alcance cualitativo - descriptivo debido a que obedeció a una exploración conceptual y análisis de documentos públicos de las organizaciones del Valle del Cauca que pertenecen a Pacto Global y que cuentan con un programa sólido de Responsabilidad Social Organizacional y se agrupó de acuerdo con los planteamientos de la norma ISO 26000.

La población objetivo de la presente investigación fueron las Grandes Empresas, PYMES y proveedores que hacen parte del Pacto Global y que tienen presencia en el Valle del Cauca. En este sentido la población total corresponde a 82 Grandes empresas y 30 Pymes y proveedores, para un total de 112.

La recolección de información se hizo a través de la visita a los portales digitales oficiales de cada organización y desarrollando un análisis minucioso de reconocer los aspectos considerados como categorías de Responsabilidad Social Organizacional según la norma ISO-26000.

Clasificación de estrategias de Responsabilidad Social

Para esta investigación el criterio de clasificación de las actividades desarrolladas en el marco de la Responsabilidad Social Organizacional en Colombia se realizó considerando las prácticas consignadas en la guía ISO-26000- “UNA GUÍA PARA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES”, dado que cuenta con un alto grado de aceptación por las empresas en el país y concuerda con las clasificaciones o guías que procuran establecer buenas prácticas de Responsabilidad Social Organizacional. Su propósito es constituirse como una herramienta que permita ayudar a las organizaciones que desean operar de manera socialmente responsable, además: “procura fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, promueve un entendimiento común en el campo de la Responsabilidad Social” (Organización Internacional de Normalización, 2014).

Dicha norma, según la corporación “CREO” –Constructores de Ética y Responsabilidad Organizacional, (2006) clasifica de la siguiente manera las actividades de Responsabilidad Social Organizacional adoptadas para el desarrollo de esta investigación:

1. Gobernanza de la Organización: La organización toma sus decisiones de una metodología estrictamente diseñada para facilitar la implementación de acciones que promuevan la consecución de sus objetivos. Respecto a los principios de la RSO, debe incluir: “rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad y respeto a la normativa internacional de comportamiento”.

2. Derechos Humanos: Actuar afín a la Declaración Universal de Derechos Humanos, en todos los aspectos generales de la organización.

3. Prácticas laborales: inicialmente todas las empresas con buenas prácticas de RSO acatan a cabalidad las normas y legislación vigente.

Adicionalmente, la Norma I-26000 destaca la contratación de personal capacitado, la creación de programas de formación, ambiente laboral ameno y todas aquellas acciones que conllevan al desarrollo personal y profesional de los empleados.

4. Medio ambiente: optar por la producción que proteja al medio ambiente y desarrollo sostenible en todas las etapas del proceso productivo.

5. Prácticas justas de operación: hacen referencia al actuar ético de la organización en el momento en que se relaciona con otras empresas, generando relaciones positivas. Está directamente relacionado con la cadena de valor.

6. Asuntos de consumidores: generar con los productos un impacto positivo a los consumidores habituales de la organización, tanto finales como intermedios si los hubiere y procura fomentar el consumo responsable.

7. Participación activa y desarrollo de la comunidad: Hace alusión a la relación que se forja entre los entes involucrados, fortaleciendo y abriendo espacios de interrelación. De igual manera las comunidades se involucran en la toma de decisiones, reconociendo las diferencias culturales, religiosas y tradicionales.

Como se puede observar la norma ISO-26000 logra recopilar los aspectos más comunes en el sentido de Responsabilidad Social Organizacional que investigadores señalan como actividades empresariales responsables. Es probable que la vinculación de emprendimientos sociales se dé en el marco del punto 7: *Participación activa y desarrollo de la comunidad*, dado que específicamente los emprendimientos sociales se enfocan en satisfacer una necesidad comunitaria o brindar acceso a empleos dignos y desarrollo a largo plazo.

Recolección de datos de las empresas orientadas a procesos de Responsabilidad Social en Colombia

La base de datos que se utilizó en la presente investigación para determinar cuáles empresas en Colombia tienen buenas prácticas de Responsabilidad Social Organizacional, es el Anuario Corresponsables 2016, una publicación sobre Responsabilidad Social y Sostenibilidad destacada por su calidad y exhaustiva referencia, dado que más de 2.000 organizaciones aparecen referenciadas. El objetivo central del informe “Corresponsables” es aportar herramientas e ideas para avanzar hacia un cambio sistémico en el mundo y convertirlo en un lugar

más justo, integrador y sostenible (Corresponsables, 2016).

El documento contiene la lista más próxima a identificar las buenas prácticas de Responsabilidad Social Organizacional en el país, sin embargo, cabe aclarar que esta publicación no pretende construir un listado de organizaciones con buenas prácticas de Responsabilidad Social, ni evalúa la calidad o resultados de manera individual, tampoco detalla las actividades que todas y cada una de estas organizaciones realiza. El propósito de todo el documento es consolidar ejemplos que pueden ser replicables en otras instituciones, y que sea una fuente para implementar paulatinamente la cultura de Responsabilidad Social Organizacional en el país. (Corresponsables, 2016).

El documento está dividido en grupos empresariales así: grandes empresas, PYMES y proveedores, entidades de la sociedad civil, organizaciones y administraciones públicas, centros académicos y medios de comunicación. En cada sección se detallan las empresas galardonadas con premios nacionales e internacionales, ejemplos de buenas prácticas de Responsabilidad Social, desde los ámbitos corporativo, ambiental, social, laboral y con grupos de interés.

En lo referente a premios y distinciones otorgados a grandes empresas se resaltan:

- PREMIO ANDESCO A LA RSE - Andesco-
- VI PREMIOS CORRESPONSABLES -Fundación Corresponsables-
- SELLO DE EQUIDAD LABORAL EQUIPARES -Ministerio del Trabajo-
- PREMIO NACIONAL RSE 2015: - Caja de Compensación Familiar del Huila COMFAMILIAR-
- DISTINCIÓN FENALCO SOLIDARIO, -Corporación Fenalco Solidario-
- PREMIO A LA EFICIENCIA ENERGÉTICA, - Andesco, Ministerio de Minas y Energía (MinMinas), UPME y Findeter-
- PREMIO GSMA GLOBO 2016 -
- PREMIOS PORTAFOLIO -Diario Portafolio-
- PREMIOS LATINOAMÉRICA VERDE, I3 LATAM - Agencia Suiza para el Desarrollo y la cooperación (COSUDE), Ashoka, Hystra y New Ventures –
- PREMIO CORAZONES RESPONSABLES- Fundación Colombiana del Corazón-
- BUSINESS FOR PEACE AWARD 2015 - Business for Peace Foundation -

GREAT PLACE TO WORK 2015 -

El anuario corresponsable también permite evidenciar las empresas colombianas certificadas con la norma WORLDCOBCSR; las empresas que tiene reconocimiento IR de la Bolsa de Valores de Colombia. También se encuentran las empresas colombianas presentes en el ranking Sustainability Yearbook que sirve como parámetro para el Dow Jones Sustainability y que se presenta cada año durante la Cumbre de Davos.

Por último, el informe presenta la lista de empresas pertenecientes al Pacto Global la iniciativa de las Naciones Unidas enfocada en desarrollar los compromisos de diferentes sectores económicos, de manera que los modelos operacionales se puedan alinear con cuatro áreas temáticas: Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Lucha Contra la Corrupción. Pacto Global también promueve la contribución empresarial en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Como unidad de análisis de esta investigación se tomaron las grandes empresas, PYMES y proveedores señaladas en el Anuario Corresponsables como empresas pertenecientes a Pacto Global, dado que es una iniciativa considerada globalmente como un importante marco referencial para lograr la legitimación social de los negocios y los mercados, es necesario recalcar la premisa de Pacto Global:

Aquellas organizaciones que se adhieren al Pacto Global comparten la convicción de que las prácticas empresariales basadas en principios universales contribuyen a la generación de un mercado global más estable, equitativo e incluyente, y que fomenta sociedades más prósperas. Actualmente, Pacto Global tiene presencia en más de 130 países y cuenta con aproximadamente 12.900 organizaciones adheridas en el mundo, por esta razón, se constituye en la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo (Pacto Global, 2018).

Es preciso señalar, que el anuario Corresponsable no tiene definidas en este listado de empresas pertenecientes a pacto global, ningún tipo de estrategias de Responsabilidad Social Organizacional. El listado se eligió entre otras alternativas, por ser considerado el más cercano y completo para identificar inicialmente las empresas que le apuestan a la Responsabilidad Social en Colombia.

El informe menciona los nombres de 200 Grandes Empresas y 297 entre PYMES y Proveedores que tienen su sede principal o sucursales en Colombia y que pertenecen al Pacto global. El primer paso fue clasificar las empresas según los departamentos en los que estas empresas tienen presencia, dado que el informe Corresponsables solamente menciona el nombre de las empresas.

Según este informe, en Colombia existen 200 Grandes Empresas y 297 entre PYMES y Proveedores pertenecientes al Pacto Global. Para la clasificación en el Valle del Cauca, las empresas que tienen presencia en todo el país, o en varios departamentos de Colombia, incluyendo el Valle del Cauca, se clasificaron como empresas del Valle del Cauca, toda vez que se desea realizar un rastreo de aquellas que tienen presencia en este departamento. De igual manera, los departamentos que aparecen sin representación probablemente cuentan con la presencia de empresas que operan en todo el territorio nacional, sin embargo, como se mencionó anteriormente, la intención es que el listado arroje la realidad latente del Valle del Cauca.

A continuación, se detalla cuántas empresas se clasificaron en cada departamento y por tamaño (Grandes, PYMES, proveedores) que pertenecen al Pacto Global según el Anuario Corresponsables.

Tabla 1: Cuadro resumen por departamento

Departamento	No. Grandes Empresas	No. PYMES y Proveedores
Antioquia	23	23
Atlántico	3	7
Bolívar	4	8
Caldas	6	11
Caquetá	0	1
Casanare	2	3
Cauca	0	3
Cesar	0	1
Córdoba	0	2
Cundinamarca	55	152
Huila	1	9

La Guajira	1	1
Meta	0	2
Nariño	1	0
Norte de Santander	3	4
Putumayo	0	2
Quindío	1	3
Risaralda	5	13
Santander	6	17
Sucre	1	1
Tolima	0	3
Valle del Cauca	87	31
Valledupar	1	0
TOTAL	200	297

Fuente: Elaboración Propia

Como es de esperarse la concentración empresarial se ubica en Cundinamarca, con 55 grandes empresas y 152 PYMES y proveedores, le sigue Valle del Cauca y Antioquia, aunque muchas empresas categorizadas como Valle del Cauca, tienen presencia en estos departamentos también.

Según el listado, la población objetivo de esta investigación son 87 Grandes Empresas y 31 del grupo PYMES y Proveedores que tienen presencia en el Valle del Cauca, sin embargo, hay que aclarar que las empresas detalladas en el informe como independientes a saber: Bancoomeva, Coomeva Entidad Promotora de Salud, Coomeva Medicina Prepagada, Sinergia Salud y Coomeva Servicios Administrativos (5) en esta investigación se clasifican como una sola: GRUPO COOMEVA, toda vez que la información para cada empresa es el mismo del grupo.

Por otra parte, la EMPRESA DE ENERGÍA DEL PACÍFICO (EPSA), ahora hace parte de CELSIA y por lo tanto se toma en esta investigación como una sola: CELSIA, de igual manera la empresa Compañía de electricidad de Tuluá, también es una empresa CELSIA.

En este sentido la unidad de análisis corresponde a: Grandes empresas: 82 y PYMES y proveedores: 30, para un total de 112 empresas. Se realizará el análisis de la información de sus páginas oficiales para establecer cuáles son las estrategias orientadas a actividades de Responsabilidad Social Organizacional que se consignan en sus respectivos portales digitales, específicamente los 7 aspectos que detalla la norma ISO-26000.

En ningún caso se busca evaluar cuáles empresas lo hacen mejor, o hacia dónde deberían orientarse sus procesos. Este rastreo se elabora únicamente con el objetivo de visualizar en un solo documento cuáles son estas estrategias y verificar si alguna o algunas tienen incluido el apoyo a emprendimientos sociales como una de sus estrategias o cuáles según su naturaleza podrían estar interesadas en apoyar emprendimientos sociales para contribuir al desarrollo de su comunidad.

Resultados

Para esta investigación, solo se tomaron las grandes empresas, PYMES y Proveedores consignados en el Anuario Corresponsables (2016), que tienen presencia activa en el Departamento del Valle del Cauca. Se realizó una búsqueda exhaustiva en la información pública de cada empresa y que correlaciona las variables determinadas como estrategias de RSO según la Norma ISO-26000.

Resultados: Grandes Empresas

Una vez establecida la unidad de análisis, se procede a identificar en los portales oficiales de cada institución y clasificar las estrategias que den cumplimiento a los 7 enfoques propuestos por la Norma ISO-26000 y se evidencia un alto grado de información valiosa para dicho propósito, toda vez que se encontró información en los portales web oficiales de 78 instituciones. Las 4 empresas en las que no fue posible encontrar información fueron: Regency Services de Colombia, Mundial de Tornillos, Manpower Group y Corpbanca.

En el análisis correspondiente a las Grandes Empresas se examinó la información presente en los portales oficiales de 78 empresas obteniendo los siguientes resultados de los 7 aspectos identificados en la Norma ISO-26000:

1. Gobernanza de la Organización: Es un sistema por medio del cual la organización toma sus decisiones e implementa acciones para conseguir sus objetivos. Respecto a los principios de la responsabilidad social, debe

incluir rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad y respeto a la normativa internacional de comportamiento. (Organización Internacional de Normalización, 2014). En el rastreo realizado, algunas Grandes empresas no tienen definida de manera explícita en sus portales oficiales el sistema de gobernanza de la organización direccionada específicamente hacia la Responsabilidad Social, sin embargo, si se encuentran las decisiones y las acciones que se implementan para conseguir sus objetivos, esto a través de sus principios y valores corporativos o sus manuales de ética y transparencia.

En este sentido, la terminología más común entre estas 82 Grandes Empresas en lo referente a Gobernanza de la Organización está centrada en transparencia, respeto, honestidad, responsabilidad y confianza.

Se evidenció que muchas empresas dentro de sus políticas contemplan la conservación del medio ambiente y desarrollo sostenible. De igual manera se observa un gran compromiso con el trato eficiente y transparente con los diferentes grupos de interés. Cuestiones como el cuidado del entorno, la buena relación con las comunidades son aspectos relevantes en estas empresas. Es interesante también observar, que muchas de estas empresas consideran la implementación de Responsabilidad Social como parte fundamental en el cumplimiento de sus objetivos corporativos.

2. Derechos Humanos: Actuar en concordancia con la Declaración Universal de Derechos Humanos, en todos los aspectos generales de la organización. Las empresas que pertenecen al Pacto Mundial de las Naciones Unidas procuran respetar y aplicar 10 Principios establecidos en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anti-corrupción. Estos principios gozan de consenso universal, por lo cual, las empresas referenciadas en esta investigación están en pleno cumplimiento de los Derechos Humanos, aunque no esté establecido de manera explícita en sus páginas y portales oficiales. El cumplimiento de los derechos humanos tiene como eje central en estas organizaciones: la protección de la vida y la seguridad; la libertad personal; la intimidad; la vivienda digna; la reputación y el buen nombre; la libertad de pensamiento; conciencia y religión; la libertad de expresión; la educación; la seguridad social y la salud física y mental; los derechos de los consumidores; los derechos medioambientales y las libertades económicas, sociales y culturales.

3. Prácticas laborales: inicialmente todas las empresas con buenas prácticas de responsabilidad social acatan a cabalidad las normas y legislación vigente. Adicionalmente, la Norma ISO-26000 destaca la contratación de personal capacitado, la creación de programas de formación para los colaboradores según el área en la que se desempeñan, generar espacios adecuados para su desenvolvimiento profesional y personal y todas aquellas acciones que conllevan al desarrollo personal y profesional de los empleados. En este sentido, las grandes empresas objeto de este estudio procuran a través de diferentes estrategias y programas de bienestar propiciar el mejor ambiente posible para el desarrollo de las labores de los empleados.

Algunas de estas empresas van más allá del ambiente laboral saludable e idóneo y establecen políticas que cuidan al empleado y su entorno familiar en lo referente a la alimentación, la salud y la nutrición. También se encuentra que muchas empresas fomentan el ambiente laboral eficiente a través de la seguridad laboral, planes de carrera y capacitaciones, con el objetivo de fomentar un bienestar mental al trabajador. Algunas empresas fomentan en los colaboradores el uso racional de recursos como agua, energía y papel, así como la adecuada separación de residuos y la adopción de hábitos de movilidad sostenible. Muchas de estas iniciativas se apalancan desde las cajas de compensación familiar.

4. Medio ambiente: optar por la producción que proteja al medio ambiente y desarrollo sostenible en todas las etapas del proceso productivo. Las empresas pertenecientes a Pacto Global se comprometen genuinamente a proteger el medio ambiente. En esta investigación se detectaron múltiples iniciativas para el cumplimiento de este propósito. Al respecto se pueden señalar las siguientes: la reducción del daño ambiental durante el proceso productivo e iniciativas que comprometen manejo de residuos y el uso sostenible de los recursos.

Para señalar iniciativas puntuales se destacan actividades como el uso racional de bolsas plásticas; separación de residuos y reciclaje; puntos estratégicos para el desecho de pilas, baterías y celulares; sobre todo en empresas de atención a numerosos clientes. Las empresas fabricantes se comprometen a tratar sus desechos industriales mediante empresas especializadas. También se destacan iniciativas en el uso del papel procurando realizar el mayor número de operaciones vía electrónica y medidas para el uso racional del agua, la energía y las emisiones de aire.

5. Prácticas justas de operación: A la luz de la ISO-26000 las prácticas justas de operación se refieren a la conducta ética de una organización al relacionarse con otras empresas u organizaciones, generando relaciones positivas. Está directamente relacionado con la cadena de valor. En este sentido, las empresas objeto de este estudio están comprometidas con generar relaciones de valor y confianza con sus grupos de interés. Se destaca también que las Grandes Empresas exigen a sus proveedores la garantía de la protección a los Derechos Humanos en lo referente a contratación óptima, la calidad de los productos e insumos y generan estrategias para que se puedan generar buenas prácticas de gestión ambiental.

Es recurrente que estas empresas hagan alusión a los compromisos de sus políticas anticorrupción, ética profesional y transparencia en la totalidad de sus transacciones.

Es importante señalar que 4 Grandes empresas en sus políticas de proveedores tienen establecido de manera explícita el compromiso de respaldar a las empresas locales. Puntualmente Almacenes La 14, tiene una política para fomentar a las PYMES, dado que las compras en este sector equivalen al 80% de sus transacciones totales, similar a la política de Terpel que también prioriza las compras locales. Almacenes Éxito tiene una política más amplia dado que en su política de sustentabilidad alimentaria ha fortalecido diversas empresas lideradas en su mayoría por mujeres cabezas de hogar. Bavaria, también tiene una política de seguridad alimentaria por lo que también prioriza la compra local.

En este sentido, y aunque de manera explícita, no se mencionan empresas de emprendimiento social, estas son iniciativas muy similares a la estructura que plantea este tipo de emprendimiento.

6. Asuntos de consumidores: generar con los productos un impacto positivo a los consumidores habituales de la organización, tanto finales como intermedios si los hubiere y procura fomentar el consumo responsable. No es novedad que las Grandes Empresas tengan políticas claras y un direccionamiento estratégico en asuntos de consumidores la mayoría centradas en brindar la mejor experiencia de compra al consumidor en un ambiente seguro, tranquilo y cómodo y sobre todo con productos de calidad Garantizando la confidencialidad de la información.

Es así como se destacan iniciativas como descuentos especiales para clientes fieles, línea especial para atención al cliente, quejas reclamos

y sugerencias. También se destaca que, en este segmento, las empresas procuran además de satisfacer las necesidades del consumidor, orientarlo hacia el consumo responsable con productos más saludables.

7. Participación activa y desarrollo de la comunidad: hace alusión a la gestión del relacionamiento con los interlocutores que conviven con la organización en sus áreas de influencia y operación, fortaleciendo y abriendo espacios de interrelación. Se destaca que la organización es una parte de la comunidad y tiene intereses comunes con ella. De igual manera las comunidades tienen derecho a tomar decisiones con relación a los recursos y oportunidades de su zona. La organización es capaz de reconocer sus características culturas, religiones y tradiciones.

Es necesario resaltar que en este segmento de participación activa y desarrollo de la comunidad es donde se esperaba encontrar algunas estrategias de emprendimiento social como una estrategia de Responsabilidad Social, dado que como se ha mencionado anteriormente, el emprendimiento social busca satisfacer necesidades colectivas y el mejoramiento y desarrollo de la comunidad, sin embargo, la investigación arroja que las iniciativas presentes para el desarrollo de la comunidad se concentran en programas alimentarios, educación, cultura, deporte y recreación, salud preventiva y donaciones.

La implementación de estas iniciativas sin duda genera un alto cambio social en la comunidad. Se destaca por ejemplo la política de Gen Cero: estrategia gestionada por la Fundación Éxito, cuyo principal objetivo es lograr que ningún niño menor de 5 años sufra de desnutrición crónica en Colombia al año 2030. Esta es una iniciativa similar a la de Almacenes La 14 quien genera donaciones al Banco Arquidiocesano de Alimentos procurando la sostenibilidad alimentaria y que coincide con Colombina, Alfa, Ingenio La Cabaña,

Entre las estrategias de fomento a la educación, la cultura, el deporte y la recreación se destacan las iniciativas del BBVA, quienes anualmente destinan el 1% de sus utilidades para ejecutar el Plan de Responsabilidad Corporativa, que además de desarrollar iniciativas de apoyo a la educación de niñas y niños de escasos recursos, adelanta proyectos en torno a la cultura y el deporte como forma de articular dinámicas que permitan, no solo la formación académica sino también la correcta utilización del tiempo libre. Igualmente, Carvajal internacional está centrada en el mejoramiento de la calidad y en la permanencia educativa en las comunidades más vulnerables a través de la formación de agentes

educativos, la participación en la familia y el desarrollo de proyectos que permiten a niños, jóvenes y adultos tener acceso a nuevas oportunidades alrededor del conocimiento. De igual manera, Celsia, Argos, Colombia Móvil, Colombina, Comcel, Coosalud, Alfa, Haceb, Manuelita, Mayagüez, Ingenio Pichichi, Ingenio La Cabaña, Sura, Surtigas, UNE EPM Telecomunicaciones, también tienen políticas explícitas enfocadas a la educación, cultura, deporte y recreación.

La Fundación Propal ha logrado impactar positivamente en las condiciones de salud de la comunidad gracias a los programas de prevención y promoción, a las actividades de salud extramural en las veredas y proyectos de saneamiento básico desarrollados en alianza con importantes entidades, como Unicef, Usaid, Banco Interamericano de Desarrollo, Presidencia de la República y alcaldías locales, al igual que con empresarios de la región. Se relacionan también con estas iniciativas: Alfa, Hogier Gartner & CIA, Haceb, Manuelita, Mayagüez, Ingenio Pichichi, Ingenio La Cabaña, Sura, quienes están enfocados en programas de salud y prevención.

En donaciones específicas se encuentran donativos a instituciones con alto propósito social como: la Fundación VICM - Fundación de Víctimas de las Minas Antipersonas, centros de investigación y donación en producto.

Por otro lado, se destaca la iniciativa de Biomax y la Fundación Un Techo, quienes realizaron nuevamente una alianza que permitió la intervención de varias comunidades en Colombia, mediante la construcción de viviendas transitorias que buscaban beneficiar a familias que se encontraban en situaciones de alta vulnerabilidad habitacional, al igual que Haceb que procura establecer condiciones dignas para las comunidades; Manuelita enfocado en programas de vivienda propia para sus colaboradores y familias. En general las iniciativas empresariales que no están específicamente direccionadas hacia un objetivo central buscan la reducción de la pobreza y desigualdad y garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y promover el crecimiento económico de la región, un ambiente incluyente y en paz.

Resultados: PYMES y Proveedores

A continuación, se realiza el seguimiento de la información del portal web oficial de las PYMES y proveedores pertenecientes al pacto Global, en procura de identificar las prácticas de Responsabilidad Social enfocadas a la propuesta de la norma ISO-26000.

Para el caso de las PYMES y Proveedores se encontró información de 25 instituciones. Las empresas que no se encontró ningún tipo de información fueron: CI Cobres de Colombia, Cumbre Construye, Gestión Ambiental, Ing. AndCol e Ingeport. Una vez realizado el seguimiento en los portales oficiales de las PYMES y Proveedores pertenecientes a Pacto Global, se detecta escasez de información precisa y contundente respecto a estos 7 enfoques que propone la norma ISO-26000. Tal como se recalcó anteriormente, esto no significa que estas instituciones no practiquen dichas políticas, sin embargo, para efectos de esta investigación es imposible detectarlas.

En el análisis correspondiente a las PYMES y Proveedores, se examinó la información presente en los portales oficiales de 30 empresas obteniendo los siguientes resultados de los 7 aspectos identificados en la Norma ISO-26000:

1. Gobernanza de la Organización: la gobernanza de la Organización en PYMES y proveedores es menos específica que en las Grandes Empresas, es decir, en pocos casos está establecido de manera directa, sin embargo, la información se tomó a partir de sus principios, valores y objetivos empresariales en algunos casos. Como factor común encontramos la eficiencia, eficacia, equidad y preservación del medio ambiente como el eje central para el cumplimiento del objetivo organizacional central. También se destaca el compromiso con la calidad, transparencia y el estricto cumplimiento de la normatividad y leyes vigentes.

2. Derechos Humanos: las Pequeñas, Medianas Empresas y Proveedores que pertenecen a Pacto Global están comprometidos con el cumplimiento de la declaración de derechos Humanos, aunque de manera explícita no se encuentre en sus páginas oficiales. En este sentido, este grupo focaliza su esfuerzo en garantizar niveles de vida dignos en sus colaboradores, el rechazo al trabajo infantil, discriminación laboral por cualquier condición ya sea de raza, sexo, discapacidad física o tendencia sexual, el apoyo a la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

3. Prácticas Laborales: las PYMES y proveedores, al igual que las Grandes Empresas reconocen la importancia de las prácticas laborales justas y eficientes para el normal y próspero desarrollo empresarial. En este sentido, se encuentran prácticas similares como propiciar a los empleados un ambiente

laboral saludable, mediciones periódicas de clima laboral. En general, la mayoría de las PYMES y proveedores objeto de estudio consideran que el activo más valioso que posee la empresa es su gente, dado que sus conocimientos y su experiencia garantizan el cumplimiento de nuestra misión. Algunas estrategias van más allá y proponen soluciones de vivienda, educación, formación para el desarrollo de microempresas, apoyo al grupo familiar en cobertura de salud, contribuir con la formación de los colaboradores.

4. Medio Ambiente: entre múltiples acciones direccionadas al cuidado y conservación del medio ambiente, se encuentran algunas determinadas a través de medidas de manejo de escombros, recolección de residuos, aseo.

En general aquellas direccionadas a mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente, fomentar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental, favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente, disminución de la huella de carbono y la prevención de efectos contaminantes.

5. Prácticas Justas de Operación: en lo referente a prácticas justas de operación se detectó el compromiso de realizar operaciones bajo los principios de honestidad, lealtad, transparencia, justicia y garantizar el cumplimiento de la ley, bajo la premisa de brindar productos y servicios de alta calidad.

6. Asuntos de Consumidores: generalmente estas empresas tienen la claridad sobre el cliente como razón de ser, por lo cual procuran satisfacer las necesidades y expectativas de todos los clientes tanto externos como internos y brindar un servicio de excelente calidad. De igual manera propiciar por un espacio seguro y confiable a través de un servicio integro, responsable y ético.

7. Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad: finalmente se procede a analizar la participación activa y desarrollo de la comunidad dado que es en este rubro en la que se espera encontrar dinámicas orientadas al apoyo y fomento de emprendimientos sociales o en su defecto, políticas o prácticas similares.

En general las PYMES y proveedores reconocen la responsabilidad de propiciar una sociedad más equitativa y justa, algunas lo hacen mediante el fomento de la educación con programas puntuales sobre capacitación o a través

de apoyo económico a instituciones educativas. Igualmente se desarrollan campañas de sensibilización.

El emprendimiento social como estrategia de Responsabilidad Social en organizaciones del Valle del Cauca

Tras la revisión minuciosa de las páginas de las empresas pertenecientes al pacto global para identificar así los 7 aspectos que figuran en la norma ISO-26000: 1. Gobernanza de la Organización; 2. Derechos Humanos; 3. Prácticas Laborales; 4. Medio Ambiente; 5. Prácticas Justas de Operación; 6. Asuntos de Consumidores y 7. Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad se procede a identificar si algunas de estas acciones están relacionadas al fomento de Emprendimiento social o cuáles son las más afines a esta dinámica y en este sentido identificar las empresas que según la naturaleza de sus iniciativas de Responsabilidad Social, podrían estar interesadas en apoyar emprendimientos sociales y contribuir al desarrollo de la comunidad.

Una vez se ha concluido el análisis de la información y al resaltar las políticas y prácticas empresariales que procuran el desarrollo de la comunidad a través de estrategias direccionadas, se encontró que solo EMCALI, tiene el fomento de Emprendimiento social debidamente establecido como una política de Responsabilidad Social, dado que ha establecido que la creación de valor compartido se buscará vía innovación, que impulse el emprendimiento social y el desarrollo de nuevas capacidades en la comunidad local a fin de posibilitar la creación de productos y servicios que satisfagan desde el entorno externo las necesidades de abastecimiento de EMCALI.

Sin embargo, algunas iniciativas empresariales fomentan el emprendimiento como una estrategia de responsabilidad social, estas son:

Carvajal Internacional: tiene una política de generación de ingresos que se focaliza en la identificación de oportunidades y el desarrollo de capacidades para el emprendimiento, el fortalecimiento individual y colectivo de la micro y pequeña empresa.

Industrias Haceb: con su política de ciencia, tecnología e innovación, para lograr el desarrollo de capacidades y/o competencias de instituciones, programas o comunidades que van en pro de la generación de empleo, programas de emprendimiento, ferias de la ciencia entre otros.

Y por último el Ingenio Manuelita quien implementa proyectos de emprendimiento productivo que incrementen los ingresos familiares de los colaboradores.

La política específica sobre fomentar emprendimientos sociales como una estrategia de responsabilidad social en las PYMES y Proveedores, no se detectó en la presente investigación de manera explícita. Tampoco se logró detectar apoyo a emprendimientos.

La única excepción detectada en PYMES y proveedores se presentó con Cecilia Payan – Dulces del Valle quienes tienen su programa “Plan Social”, enfocado a mejorar la calidad de vida de sus trabajadores. Este programa ha sido fructífero y a la fecha se han obtenido beneficios como: soluciones de vivienda, educación y formación para el desarrollo de microempresas. Si bien el término no es exactamente emprendimiento o emprendimiento social, está muy direccionado hacia los mismos objetivos de negocios que se generan en un emprendimiento empresarial.

Conclusiones

Mediante investigaciones académicas realizadas referentes a la Responsabilidad Social Organizacional, se ha procurado explicar la influencia de cada grupo de interés dentro del crecimiento empresarial sostenible, identificando así la intervención social como parte fundamental de este crecimiento, sin desconocer que existen otros aspectos, como el ambiental y el económico en primer lugar. En este sentido la Responsabilidad Social se ha fortalecido y ha sido identificada como un factor que genera diferenciación y reconocimiento en los consumidores y la población, aunque algunos estudios señalen la Responsabilidad Social como acciones filantrópicas, no se desconoce la importancia de estas acciones.

Es indiscutible que dichas actividades han impactado positivamente a las poblaciones intervenidas, sin embargo, es necesario establecer mecanismos y actividades que garanticen la cohesión social y que permitan a las familias romper las trampas de pobreza, generar ingresos sostenidos y contribuir de manera activa con el ciclo económico. La generación de emprendimientos a través de la Responsabilidad Social Organizacional es una buena estrategia dado que genera desarrollo local y permite el empoderamiento de la población en su desarrollo. Sin duda el apalancar estas iniciativas como una estrategia de Responsabilidad Social, genera en las empresas el reconocimiento y aceptación que se busca y

en el largo plazo, el emprendimiento impacta el crecimiento económico de las empresas ya que es considerado un instrumento de crecimiento.

Si bien los emprendimientos se fortalecen y se consolidan como proyectos empresariales de gran envergadura y así garantizan el sostenimiento de familias vulnerables en el largo plazo, el emprendimiento social va más allá, dado que se focaliza en solucionar problemáticas comunitarias, garantizar empleo y sostenibilidad para un grupo mayor de personas. El emprendimiento social no es lo mismo que caridad, de hecho, el emprendimiento social debe ser sostenible, por lo que las empresas que aplican Responsabilidad Social y que opten por el apalancamiento de emprendimientos sociales, solo tendrán que hacerlo una única vez y así las ideas de emprendimiento social se pueden fortalecer e infundir en los grupos excluidos ese espíritu emprendedor que en un futuro garantizará bienestar y una excelente calidad de vida para los mismos.

Se evidencia en este estudio que, de manera explícita no existe un grado de incorporación de emprendimiento social como una estrategia de Responsabilidad Social, sin embargo, si existe la concepción de apoyar el emprendimiento empresarial dado que esto logra la sostenibilidad de largo plazo de los agentes involucrados, de manera que si se presentara una propuesta con elementos de juicio para que apoyen emprendimientos sociales, es probable que consideren su implementación si se tienen suficientes argumentos que respalden esta solicitud.

En Colombia no existe un documento o una entidad que agrupe las empresas que desarrollen Responsabilidad Social Organizacional, sin embargo, el Anuario Corresponsables se considera en esta investigación el informe más completo y accesible para desarrollar investigaciones que comprometen información empresarial, se intuye que las instituciones aún padecen de timidez al divulgar toda su información sobre Responsabilidad Social al percibir que sus acciones pueden ser duramente cuestionadas. En este sentido, la investigación no evalúa qué empresas tienen mejores prácticas de Responsabilidad Social o estima hacia dónde deberían orientarse sus procesos, simplemente se cotejó la información para establecer si algunas instituciones tienen incluido el apoyo a emprendimientos sociales como una de sus estrategias o cuáles según su naturaleza podrían estar interesadas en apoyar emprendimientos sociales para contribuir al desarrollo de su comunidad y así direccionar estrategias futuras en este sentido.

A través de la búsqueda de emprendimiento social como una estrategia de Responsabilidad Social en empresas con presencia en el Valle del Cauca, es evidente que la Gobernanza Organizacional está presente, aunque no siempre de manera explícita, sino a través de sus principios y valores, a su vez las instituciones al ser parte de Pacto Global se comprometen a respetar y hacer cumplir los Derechos Humanos al igual que buenas prácticas laborales. Respecto al cuidado del medio ambiente la mayoría tiene implementados programas que fomentan este cuidado al igual que garantizan prácticas justas de operación y una genuina lucha anticorrupción. Ninguna de las empresas del estudio es ajena a reconocer el papel de los consumidores en su éxito empresarial, por lo cual procuran espacios seguros y confiables para sus clientes. En general, se detectaron iniciativas empresariales que no están específicamente direccionadas hacia un objetivo central, pero se focalizan en la búsqueda de garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y promover el crecimiento económico de la región, un ambiente incluyente y en paz.

Por otro lado, la búsqueda de equidad social y el mejoramiento de la calidad de vida abordada desde la teoría del bienestar, se ha convertido en eje fundamental de diversas instituciones, entre las que se destacan instituciones sin ánimo de lucro, empresariales y de sociedad civil. Se evidencia en ésta investigación que las actividades desarrolladas a través de la Responsabilidad Social por las empresas objeto de este estudio, procuran brindar un acompañamiento a las comunidades de su entorno a través de la participación activa y desarrollo de la comunidad, toda vez que en este segmento se detectan políticas claras y dirigidas hacia el fomento de programas alimentarios, educación, cultura, deporte y recreación, salud preventiva y donaciones, en las zonas de influencia de las instituciones.

Se logra identificar el grado de incorporación del Emprendimiento Social como estrategia de Responsabilidad Social en Empresas del Valle del Cauca, por medio del análisis de su información pública para comprender las dinámicas de RSO en este departamento, al evidenciar que solo EMCALI, tiene el fomento de Emprendimiento social debidamente establecido como una política de Responsabilidad Social, a través de la creación de valor compartido, EMCALI busca innovación que impulse el emprendimiento social y que logre el desarrollo de nuevas capacidades en la comunidad local a fin de posibilitar la creación de productos y servicios que satisfagan desde el entorno externo sus necesidades de abastecimiento. Empresas Municipales de Cali – EMCALI, es una empresa

pública que presta el servicio de energía, agua y alcantarillado, una necesidad evidente en diversas poblaciones que carecen de servicios básicos.

Por otro lado, aunque no es estrictamente emprendimiento social, se resaltan las iniciativas de Carvajal Internacional: con su política de generación de ingresos que se focaliza en la identificación de oportunidades y el desarrollo de capacidades para el emprendimiento, el fortalecimiento individual y colectivo de la micro y pequeña empresa; Industrias Haceb: quien a través de su política de ciencia, tecnología e innovación, procura lograr el desarrollo de capacidades y/o competencias de instituciones, programas o comunidades que van en pro de la generación de empleo y programas de emprendimiento; el ingenio Manuelita quien implementa proyectos de emprendimiento productivo que incrementen los ingresos familiares de los colaboradores y se resalta la estrategia de la empresa Cecilia Payan – Dulces del Valle, una PYME quien tiene un programa denominado “Plan Social”, enfocado a mejorar la calidad de vida de sus trabajadores, a la fecha se han obtenido beneficios como: soluciones de vivienda, educación y formación para el desarrollo de microempresas.

Se logra identificar 4 empresas que apoyan empresas locales como sus proveedores primarios, estas son: Almacenes La 14, Terpel, Bavaria y Almacenes Éxito, quien va más allá dado que su política de sustentabilidad alimentaria ha fortalecido diversas empresas, lideradas en su mayoría por mujeres cabezas de hogar.

El concepto de Emprendimiento como una estrategia de Responsabilidad Social se ha ido incorporado en el lenguaje local y regional paulatinamente, mientras que pensar en el Emprendimiento Social como un mecanismo que se incorpore a las políticas de Responsabilidad Social está aún inexplorado en el sector empresarial, sin embargo, diversas investigaciones afirman que por el lado de emprendimiento se genera crecimiento económico y el emprendimiento social genera crecimiento económico, empodera a las poblaciones, las obliga a mirar objetivamente su situación y encontrar soluciones que sean sostenibles en el tiempo, las saca de esa condición de esperar dádivas y subsidios, las hace parte central del proceso productivo.

Es evidente que una vez se empiezan a evidenciar los resultados del emprendimiento social en el mundo y el propósito que tiene en las comunidades intervenidas, las empresas querrán incorporar con más vehemencia el emprendimiento social en sus estrategias de Responsabilidad Social, dado que la preocupación colectiva por el bienestar social no es una actitud solamente

altruista, es también una opción que garantiza compradores a los productos, dado que entre mayor es el poder adquisitivo de las poblaciones y las regiones, se acrecienta la dinámica económica de cada sector empresarial.

Recomendaciones

Una vez analizados los resultados de esta investigación, es imperativo recomendar la profundización en la dinámica que EMCALI utiliza para impulsar el emprendimiento social, ya que por la naturaleza de esta empresa en la satisfacción de servicios públicos básicos (agua, electricidad, alcantarillado) su estrategia puede ser adaptada e implementada en el futuro por empresas interesadas en la resolución de problemáticas colectivas de la población.

Otros aspectos que se pueden considerar en un futuro para emprender investigaciones similares, sería el estudio profundo de las políticas y actividades que realizan las empresas de esta investigación más allá de sus portales oficiales, iniciando con aquellas dispuestas a apalancar proyectos de emprendimiento, microempresas, las que dan prioridad a proveedores locales y las que impactan a la comunidad.

Bibliografía

Aguado i Hernández, J. A. (2013). La responsabilidad social corporativa y el desarrollo social: una aproximación en tiempos de crisis. *Revista Prisma Social*, 10, 119–156

Aguilera Castro, A., & Puerto Becerra, D. P. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1–26.

Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260–282

Alzate Zuluaga, M. L. (2011). Responsabilidad social: hacia un nuevo relacionamiento entre empresas, Estado y ciudadanos. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 33(0124-5821), 1–21.

Atherton, A., Wu, D., and Zhongmin W. (2018), “Self-exploitation or successful entrepreneurship? The effects of personal capital on variable outcomes from self-employment”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 25 No. 6, pp. 866-885

Chumaceiro Hernández, A., Hernández de Velazco, J., Yori Conill, L., & Ziritt, G. (2013). Responsabilidad Social Empresarial y Políticas Públicas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 309-321.

Córdova, D. (2009). Lecciones de los pobres: empresa privada y progreso social. *Revista de Economía y Derecho*, 6, 23–36.

Corresponsables. (2016). Anuario Corresponsables 2016. Anuario Corresponsables, 3, 1–168.

CREO –Constructores de Ética y Responsabilidad Organizacional. (2006). ¿Cómo alinear los asuntos de la ISO 26000 con la Gestión Empresarial? Retrieved from http://www.creo.org.co/ISO_26000.pdf

Europea, C. (2001). El Libro Verde, Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Retrieved May 1, 2015.

Global Entrepreneurship Monitor - GEM. (2016). GEM, Global Entrepreneurship Monitor: Reporte GEM Colombia 2015/2016. (E. S. Javeriano, Ed.). Cali. Retrieved from <http://gemcolombia.org/wp-content/uploads/GEM-Colombia-20165.compressed3.pdf>

Hjorth, D (ed.) (2012) Handbook on Organisational Entrepreneurship. Cheltenham: Edward Elgar.

Instituto Ethos. (2006). Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. Retrieved from www.ethos.org.br

Jones, C., & Murtola, A.-M. (2012). Entrepreneurship and expropriation. *Organization*, 19(5), 635–655.

<https://doi.org/10.1177/1350508412448694>

Lozano Soler, J. M. (2007). Promoción pública de la responsabilidad social empresarial. *Economiaz*, (65), 108–127.

Luna V, J., & Maigual M., J. (2012). Modelo de responsabilidad social para la empresa privada con ánimo de lucro. *Tendencias: Revista de La Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativas*, 13(1), 116–134.

Macías, A. (2014). Crecimiento, desigualdad y pobreza: estado de la cuestión. *Revista de Economía Institucional*, 16(31), 101–126.

Mercado Salgado, P., & García Hernández, P. (2007). La Responsabilidad Social en Empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio Exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 119-135

Naciones Unidas. (2017). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Retrieved from <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible>

Navarro, F. (2013). *Responsabilidad social corporativa: Teoría y práctica*. México: Alfaomega.

Navarro, J. L., & González, J. M. (2006). Responsabilidad social corporativa y crecimiento económico. *Estudios de Economía Aplicada*, 24–2, 723–749.

OCDE. (1976). LÍNEAS DIRECTRICES DE LA OCDE PARA EMPRESAS MULTINACIONALES. Retrieved from <http://www.oecd.org/investment/mne/16975360.pdf>

Organización Internacional de Normalización. (2014). ISO 26000 Responsabilidad social - Visión general del proyecto. Retrieved from <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Pacto Global. (2018). Pacto Global Red Colombia. Retrieved from <https://www.pactoglobal-colombia.org/>

Pacto Mundial de las Naciones Unidas. (2018). Principios Pacto Mundial. Retrieved from <http://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>

Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social Y Cooperativa*, (75), 129–151.

Sánchez, L. Á., & Pérez, E. (2015). Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. *CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social Y Cooperativa*, 84, 35–62.

Santos, F. J., Barroso, M. de la O., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*, 35, 177-196

Sen, A., & Kliksberg, B. (2007). *Primero la Gente*. (Deusto, Ed.). Barcelona.

Simón Moya, V., Sastre Sánchez, O., & Revuelto Taboada, L. (2015). El emprendedor social: análisis de la alerta social. *Suma de Negocios*, 6(14), 155–165

Tello Castrillón, C. A. (2009). Abordaje de conceptos sobre la organización. Palmira: Universidad Nacional de Colombia.

Tello Castrillón, C. A. (2014). Neoinstitucionalismo, responsabilidad social organizacional y gobernanza. *Cuestiones Públicas*, 30(50), 116–130.

Tello Castrillón, C., & Rodríguez Córdoba, M. del P. (2016). Fundamentos éticos disciplinares de la responsabilidad social organizacional. *Revista Venezolana de Gerencia RVG*, 75(508), 491–508.

Vives, A. (2013). Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de las empresas. *G.C.G: Revista de Globalización, Competitividad & Gobernabilidad*, 7(3), 16–33.

Yunus, M. (2008). *Un mundo sin pobreza*. Madrid: Huertas, industrias gráficas S.A.