

Artículo resultado de investigación derivado del proyecto UT120109 "La empresa industrial de Ibagué frente a la Responsabilidad Social Empresarial". Grupo GIDEUT - Universidad del Tolima.

❖ Recibido: 26-05-2014. Aprobado versión final: 28-08-2015. ❖ JEL M14, M41, A12, D46. ❖ Pp. 59-81

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS INDUSTRIALES DE IBAGUÉ.

The Corporate Social Responsibility in industrial companies of Ibagué.

Mario Enrique Uribe Macías

COLOMBIA

Resumen

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una tendencia incorporada a la estrategia organizacional. Este artículo, analizó las actividades de RSE que realizan las empresas industriales de Ibagué. Su objetivo es caracterizar dichas actividades y prácticas. Se realizó con 29 empresas de Ibagué (16 subsectores) registradas en la Cámara de Comercio, medianas y grandes; se realizó análisis descriptivo y factorial: se extrajeron 6 factores de las 64 variables analizadas. Sus resultados muestran que las actividades realizadas respecto a RSE son incipientes, desarrollan las acciones para cumplir la normatividad o disminuir costos. Las empresas estudiadas cumplen con los requerimientos legales en el nivel primario, de acuerdo con el enfoque teórico de Cadbury y el descriptivo/empírico de Donaldson y Preston.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial; empresas industriales de Ibagué; *stakeholders*.

Abstract

CSR is a tendency that has been incorporating to the strategy of organizations. This article results from a research project that analyzed the activities of CSR that are accomplishing the enterprises of the industrial sector of Ibagué: its objective is characterizing those activities and practices. An analysis of 29 enterprises of Ibagué (16 subsectors) registered in the Chamber Of Commerce and classified like median and big was accomplished; descriptive and factorial analysis were accomplished: were extracted 6 factors of the 64 analyzed variables. Studied companies fulfill the legal requests, in the primary level according to the theoretic focus of Cadbury; and in the descriptive/empiric focus of Donaldson and Preston.

Key words: *Corporate Social Responsibility; industrial enterprises from Ibagué; stakeholders.*



Universidad
del Tolima

Mario Enrique Uribe Macías es PhD. En Gerencia de proyectos por la Universidad EAN, Magister en Administración del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Actualmente es Profesor titular de la Universidad del Tolima.

Contacto: meuribem@gmail.com



A responsabilidade social das empresas no setor industrial de Ibagué

Resumo

RSE é uma tendência que tem sido incorporada à estratégia das organizações. Este artigo é resultado de uma investigação que analisou as atividades de RSE que vem sendo realizado pelas empresas do setor industrial de Ibagué: seu objetivo é caracterizar ditas atividades e práticas. Este estudo realizou-se com 29 empresas de Ibagué (16 subsetores) registradas na Câmara de Comercio, classificadas como medianas e grandes; se realizou análises descritivas e fatoriais: se extraíram 6 fatores das 64 variáveis analisadas. As empresas estudadas cumprem com os requerimentos legais, no nível primário de acordo com o enfoque teórico de Cadbury; e no enfoque descritivo/empírico de Donaldson e Preston.

Palavras chave: Responsabilidade social empresarial; empresas industriais de Ibagué; stakeholders.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha ganado importancia durante los últimos años en cuanto a los aspectos que una organización debe incorporar en su gestión, y ha sido preocupación de muchos estudiosos e investigadores que han venido escudriñando las innumerables facetas de este campo de estudio.

La inquietud y necesidad de establecer las diferentes actividades de responsabilidad social empresarial que son desarrolladas por las empresas del sector industrial de Ibagué llevó a un grupo de profesores de la Universidad del Tolima e integrantes de los grupos de investigación GIDEUT y ECO a indagar sobre este tipo de acciones a por medio de una investigación que presenta una clara justificación desde tres ópticas específicas, pero complementarias entre sí: pertinencia académica, pues permite conocer acerca de la RSE en las empresas de la región (campo no evidenciado); empresarial, debido a que se indaga acerca de las prácticas de RSE en las industrias ibaguereñas; y pública, pues aporta al diseño de la política pública para la promoción de la RSE. (Acuña, Araque, Rosero, Rubio y Uribe, 2014)

Inicialmente se consolidó el inventario de las empresas sujeto de estudio, después se realizó su clasificación por sectores de actividad industrial, y por último se presentó la exposición del impacto que las actividades de RSE han tenido para las organizaciones en estudio (Acuña, Araque, Rosero, Rubio y Uribe, 2014).

La estructura del presente documento se dividió en seis partes: en la primera se enuncia la situación problemática que originó la investigación; en la segunda se expresan los objetivos del proyecto; en la tercera parte se presenta un marco teórico que permite identificar las definiciones existentes

para la RSE, algunos de sus enfoques y la definición del concepto *stakeholder*. La aplicación de la estadística descriptiva y el análisis factorial son la base de la metodología que fue utilizada para el desarrollo de la investigación, aspecto que se expone en cuarto lugar. Se continúa con la presentación de los resultados, para lo cual de manera inicial se relacionan las empresas que fueron objeto de estudio, posteriormente se muestra el análisis descriptivo para cada una de las variables y al final, una síntesis del análisis factorial.

Para finalizar el artículo se dan a conocer las principales conclusiones en dos grandes temas: la concepción de los empresarios y la determinación de las acciones de RSE que adelantan.

1. Situación problemática

Por tratarse de un tema muy sensible desde el punto de vista social, una de las preocupaciones centrales es la relacionada con el desempeño de las empresas industriales de Ibagué, en cuanto a las actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE); es un tema que genera todo tipo de controversias acerca de cuál debe ser su metodología, acciones y alcances en la implementación de esta política en las diferentes organizaciones.

Según Federico Atehortúa (2008):

Esfreciente encontraren las publicaciones de prensa o en los medios masivos de comunicación referencias a la aplicación de la RSE. Sin embargo, pese a la abundancia reciente de tales referencias, es paradójicamente escasa la discusión académica y científica sobre el asunto. Quizás por un desentendimiento de las Universidades respecto del tema (eso es asunto de los empresarios), o porque se supone que no es de especial interés para la investigación. (p.125)

Igualmente, Mauricio Rodríguez (2008) afirma que:

Hay varios hechos preocupantes alrededor de esta noble práctica. En no pocos casos, la denominada responsabilidad social no es más que un esfuerzo marginal, presentado con bombos y platillos, para impactar positivamente la imagen de una empresa. En otras palabras, con el atractivo nombre de responsabilidad social se disfraza una actividad de mercadeo que simple y llanamente pretende mejorar la percepción de una marca ante la opinión pública. (p.1)

Estos son solo algunos elementos conceptuales acerca de las acciones de RSE que se vienen llevando a cabo por las empresas colombianas en forma general. Existen muchas organizaciones que son ejemplo en el tratamiento que le han venido dando a sus trabajos de RSE, los cuales evidencian un



alto sentido de compromiso con las comunidades de las que forman parte y paralelamente con el ecosistema del cual se sirven.

Fue esta la preocupación fundamental que condujo a los realizadores del estudio a hacer una evaluación exhaustiva de todas las actividades que bajo el rótulo de la RSE estén siendo adelantadas por los industriales de Ibagué¹.

2. Objetivos

2.1 General

Realizar un análisis de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial, que vienen desarrollando las empresas del sector industrial de la ciudad de Ibagué.

2.2 Específicos

- Establecer el inventario de las empresas industriales de Ibagué que vienen desplegando labores de RSE.
- Clasificar las acciones específicas que en materia de RSE están ejecutando las empresas de Ibagué.
- Clasificar las actividades de RSE por sectores de industria.

3. Marco teórico

Durante los últimos años, diversas organizaciones han incorporado a su estrategia el compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Corporativa (RSC), según la denominación utilizada por unos u otros autores. Este ítem ilustra las bases teóricas de este enfoque, lo cual permitirá comprender la relevancia que ha adquirido en diversos campos: académico, público y empresarial.

Para ello, se presenta un esquema conceptual con las diversas definiciones existentes acerca de la RSE y los distintos enfoques propuestos. Se pone especial énfasis en los grupos de interés (*stakeholders*) que caracterizan a las empresas. Hacia ellos han de orientarse los esfuerzos de las organizaciones,

1 El sector industrial de Ibagué presenta un desarrollo incipiente; ha tenido vaivenes en los últimos 25 años, inicialmente debido a una ley de exenciones tributarias que le dio un significativo empuje (al menos por los 10 años de vigencia de dichas exenciones), después de lo cual quedó sometido a la competencia nacional e internacional, sin protecciones, que le hizo disminuir su dinámica y ocasionó cierre de algunas empresas; actualmente está en una situación de sobrevivencia en los mercados. Las actividades más representativas son las de confecciones y alimentos procesados. El sector está conformado, en su mayoría, por microempresas (empresas de menos de 10 trabajadores); sin embargo, el estudio se centró en la mediana y gran empresa (más de 50 trabajadores).

con el fin de satisfacer sus necesidades y requerimientos dentro de vías de diálogo y de gestión de relaciones.

3.1. *Ámbito conceptual de la responsabilidad social empresarial*

La RSE ha venido siendo objeto de atención desde hace largo tiempo por parte de los académicos y los directivos de las empresas. Así lo subraya Hoffman (2007:57), quien sitúa el desarrollo de la RSE *moderna* a partir de los años veinte del siglo XX, coincidiendo de este modo con Frederick (1994:151).

La RSE es un concepto elástico y maleable, de modo que la ambigüedad del término se presta a diversas interpretaciones (Rodríguez, 2007:37). Por tanto, es necesario delimitar un marco doctrinal a partir de las perspectivas aportadas por diferentes autores respecto a la RSE.

3.1.1 *Definiciones*

La literatura ha sido prolífica en cuanto a las definiciones de la RSE. El Cuadro 1 presenta una reseña histórica de autores y conceptos al respecto.

Cuadro 1: Definiciones de responsabilidad social empresarial

Autor/Entidad	Definición de responsabilidad social empresarial
Frederick (1960)*	La responsabilidad social significa que los empresarios deben supervisar el funcionamiento del sistema económico para que satisfaga las expectativas del público. Esto implica a su vez que la economía de la organización debe dirigirse de tal manera que la producción y la distribución mejoren el bienestar socio-económico general. La RS implica una posición pública respecto a los recursos humanos y económicos de la sociedad y la voluntad de ver que esos recursos sean utilizados para fines sociales amplios y no solo a favor de los intereses estrechamente limitados de las personas y las empresas privadas.
Carroll (1979)	La responsabilidad social de las empresas comprende atender las expectativas que, en los campos económico, legal, ético y discrecional tiene la sociedad frente a las organizaciones.
Freeman (1984)	La empresa debe atender no solo a los accionistas, sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad conducente al logro de los objetivos de la compañía.
Epstein (1987)*	RSE se refiere principalmente a la consecución de resultados por las decisiones de la organización sobre cuestiones o problemas específicos que, debido a algún criterio normativo, tienen efectos más beneficiosos que perjudiciales para los stakeholders de la empresa. La corrección normativa de los resultados de la acción empresarial ha sido el foco principal de la RSE.

Autor/Entidad	Definición de responsabilidad social empresarial
Comisión de la Unión Europea (2001)	La RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.
Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2004)	<p>La RSE es el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa. Centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés a través de determinadas estrategias, cuyos resultados han de ser medidos, verificados y comunicados adecuadamente.</p> <p>La RSE va más allá del mero cumplimiento de la normativa legal establecida y de la obtención de resultados exclusivamente económicos a corto plazo. Supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta la toma de decisiones y las operaciones de toda la organización, con el fin de crear valor en el largo plazo y contribuir significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.</p>
ISO (2009)	<p>Es la responsabilidad de una organización por los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • contribuya al desarrollo sostenible, la salud y el bienestar de la sociedad; • tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; • cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y • esté integrada en la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones.

*Carroll (1999)

Fuente: Elaboración propia a partir de los autores mencionados

En la lectura del cuadro anterior se encuentra que la empresa debe responder a sus *stakeholders* mediante la realización de un conjunto de actividades y, a su vez, alcanzar unos resultados, a más de los financieros, en las dimensiones sociales y medioambientales.

En tal sentido, Cadbury (2006:12) define tres niveles de responsabilidad social empresarial, a saber:

Nivel primario, en el que la empresa se compromete a cumplir sus responsabilidades básicas de retribuir a sus empleados, pagar a sus proveedores y reembolsar los préstamos recibidos, remunerar a sus accionistas,

etc. El incumplimiento de estas responsabilidades es relativamente fácil de determinar y da lugar a las sanciones previstas en las leyes.

En el nivel secundario, las empresas deben preocuparse por los impactos que produce su actividad en su entorno y evitar el daño medioambiental. No solo se debe cumplir con los mínimos establecidos, sino que debe alcanzarse algo más.

Finalmente, en el nivel terciario, la empresa debe preguntarse acerca de cómo puede influir positivamente en la sociedad en que opera.

Los niveles planteados por Cadbury se ven reflejados en las siguientes variables analizadas en el estudio (parte integral del cuestionario aplicado):

Primario:

Seguridad laboral
Obligaciones fiscales

Secundario:

Óptimo desarrollo del trabajo
Conciliación de la vida laboral y familiar
Igualdad de oportunidades
Aspectos laborales
Sistema de información y comunicación
Actividades con clientes y consumidores
Calidad del producto
Conocimiento de las iniciativas de sostenibilidad del Estado
Participación en programas sociales y medioambientales
Apoyo a emprendedores y estudiantes en práctica
Control ecológico
Compromiso con la disminución de la amenaza ambiental.

Terciario:

Estrategia y estructura de la RSE
Requerimientos escritos para y actividades con proveedores
Participación en iniciativas del Estado
Campañas para consecución de fondos para programas sociales
Convenios con empresas
Política de gestión ambiental



Donaldson y Preston (1995:70-72) presentan los enfoques de la RSE, conforme a lo cual la responsabilidad social empresarial es vista desde varias perspectivas, siendo las más relevantes: descriptiva/empírica, instrumental y normativa.

El primero de ellos considera que la teoría se utiliza para describir y a veces explicar las características y comportamientos de la empresa. Así, dibuja la naturaleza de la empresa, la forma como los gerentes piensan acerca de la administración, el modo como los miembros de la junta directiva tienen en cuenta los intereses de los *stakeholders* y cómo determinadas empresas son gestionadas.

El enfoque instrumental establece que, una vez que se dispone de los datos descriptivos y empíricos, la teoría se utiliza para identificar las conexiones (o su ausencia) entre la gestión de los *stakeholders* y el logro de los objetivos tradicionales, como la rentabilidad y el crecimiento. Los resultados de investigaciones al respecto sugieren que la adopción de principios orientadores para la gestión de los *stakeholders*, u otras prácticas similares, logran que la empresa obtenga un desempeño corporativo tan bueno o mejor que con otros enfoques administrativos.

Finalmente, en el enfoque normativo la teoría se utiliza para interpretar la función de la empresa en la sociedad, incluidas las pautas morales o filosóficas que han de adoptarse para el buen funcionamiento y gestión de las organizaciones de negocio. Este enfoque se relaciona con argumentos éticos de la RSE.

Estos tres enfoques se reflejan en las siguientes variables analizadas en el estudio:

Descriptivo/empírico:

Óptimo desarrollo del trabajo

Conciliación de la vida laboral y familiar

Igualdad de oportunidades

Aspectos laborales

Actividades con clientes y consumidores

Calidad del producto

Requerimientos escritos para proveedores

Obligaciones fiscales

Conocimiento de las iniciativas de sostenibilidad del Estado

Participación en programas sociales y medioambientales

Campañas para consecución de fondos para programas sociales

Apoyo a emprendedores y estudiantes en práctica
Relación con asociaciones ecológicas
Control ecológico

Instrumental:

Estrategia y estructura
Sistema de información y comunicación
Actividades con proveedores
Participación en iniciativas del Estado
Involucramiento de los colaboradores en campañas sociales
Política de gestión ambiental
Sistema de gestión ambiental
Compromiso con la disminución de la amenaza ambiental

Normativo:

Participación de empleados en la gestión, propiedad y beneficios organizacionales

3.1.2 Los stakeholders

El término *stakeholder* se utilizó por primera vez para hacer mención a “esos grupos sin cuyo apoyo una organización dejaría de existir” y se recomendaba a los directivos la tarea de comprender sus necesidades e intereses (Friedman y Miles, 2006:4). Ahora bien, en el ámbito empresarial, ya en los años treinta del siglo XX General Electric identificaba cuatro grupos de personas esenciales para el desarrollo de sus objetivos estratégicos: accionistas, empleados, clientes y público (Perdiguero, 2003: 160), si bien en aquel entonces se hablaba en ese contexto de *constituencies*, en vez de *stakeholders*.

En un examen desde 1963 hasta 2003, Friedman y Miles (2006: 5-8) han evidenciado 55 definiciones al respecto, en 75 textos diferentes, siendo la más popular la que figura en el libro *Strategic Management: A Stakeholders Approach*, de Edward R. Freeman, publicado en 1984, donde se define al *stakeholder* como cualquier individuo o grupo identificable que puede afectar o verse afectado por el logro de los objetivos de una organización. Él mismo precisó esta definición, señalando que, en un sentido más estricto, cabe hablar de unos *stakeholders* primarios, en cuanto individuos o grupos que son vitales para la organización, pues depende de ellos para su supervivencia y éxito (Freeman, 1984).

Esto último conduce al debate en torno a la clasificación de los *stakeholders*. Navarro (2008:75) establece que se pueden distinguir dos grandes grupos de



stakeholders, en función de la cercanía al núcleo de la empresa. Los internos están vinculados directamente a la empresa u organización, en calidad de accionistas, socios, directivos, trabajadores, etc. Los restantes grupos de interés no están vinculados orgánicamente a la empresa, como es el caso de las autoridades, grupos de presión, organizaciones no gubernamentales (ONG), competidores, consumidores, etc. Estos constituyen los *stakeholders* externos.

A su vez, IESE (2002:9) clasifica a los *stakeholders* en tres niveles: consustancial, contractual y contextual. Por *stakeholders* consustanciales se entiende aquellos sin los cuales la propia existencia de la empresa es imposible. Los *stakeholders* contractuales son aquellos con los que la empresa tiene algún tipo de contrato formal. Por último, los *stakeholders* contextuales son aquellos que desempeñan un papel fundamental en la consecución de la necesaria credibilidad de las empresas y, en último término, en la aceptación de sus actividades por el conjunto de la comunidad.

Sea una u otra la clasificación adoptada, los *stakeholders* son protagonistas muy relevantes en el modelo de empresa que sirve de base al desarrollo de la responsabilidad social corporativa. Las empresas cabe entenderlas como nexos o conjuntos de *stakeholders* interconectados, todos los cuales estén “juntos en esto”. De ahí la importancia de que se facilite su participación efectiva en la adopción de decisiones por parte de la organización, al menos en el caso de los principales *stakeholders* (Rodríguez, 2007:40). Siguiendo este modelo, la sociedad puede vivir de una manera en que no se divide el mundo en partes según su vertiente económica, social, política y tecnológica (Freeman y Liedtka, 1991:96).

4. Metodología

Para los efectos del estudio que da origen al artículo, se tomó como población a las empresas medianas y grandes del sector industrial de Ibagué con las cuales se realizó un censo, debido el número pequeño de ellas en la ciudad. Hay que tener en cuenta que la mayoría de las organizaciones ubicadas en la ciudad de Ibagué, no solo de este sector sino de todos los demás, se encuentran clasificadas como micro y pequeñas empresas, pero estas no fueron parte de la población objeto de estudio.

Pese al esfuerzo realizado para contar en el trabajo de investigación con la participación de todas ellas, solo 29 de las 37 empresas seleccionadas del listado oficial, suministrado por la Cámara de Comercio de Ibagué, accedieron a proporcionar la información y, por ende, se les aplicó el instrumento de recolección de datos.

El instrumento de recolección de datos fue elaborado de tal forma que midiera los aspectos significativos y consistentes con la responsabilidad

social empresarial, que a su vez obedecen a los diferentes enfoques que constituyen la estructura teórica que soportó el proyecto de investigación realizado.

En términos generales, en el cuestionario se incluyeron dos grandes categorías (Acuña, Araque, Rosero, Rubio y Uribe, 2014); la primera relacionada con la *estrategia y estructura*, que a su vez comprende elementos concernientes a las estrategias, políticas, indicadores, estructura organizativa, liderazgo y sistemas de información y comunicación en materia de RSE. La segunda categoría se refiere a las *relaciones con los grupos de interés* y la constituyen los trabajadores, los clientes o consumidores, proveedores, autoridades locales, la comunidad, competidores y medioambiente.

En cuanto al componente de los trabajadores se evaluaron el número de empleados, existencia de la seguridad laboral, desarrollo óptimo del trabajo, conciliación de la vida laboral y familiar, promoción de políticas de igualdad de oportunidades, estabilidad laboral, salarios, ascensos, calidad del trabajo, sistemas de información y comunicación organizacional y participación de los empleados en la gestión, propiedad y beneficios organizacionales.

Con referencia a los clientes o consumidores se estudiaron su grado de satisfacción y fidelidad, proceso de comunicación, sensibilización medioambiental y social a través de los productos y servicios, certificaciones de la calidad del producto o productos. En cuanto a los proveedores se cuestionaron la existencia de requerimientos escritos y realización conjunta con los proveedores de actividades diferentes a las comerciales.

Respecto a las autoridades locales se indagó acerca del cumplimiento de las obligaciones fiscales, conocimiento que la empresa posee sobre las iniciativas en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial que lleva a cabo el Estado, así como la participación de las organizaciones en dichas actividades.

De la comunidad interesó conocer la participación de las empresas en programas sociales y medioambientales, el involucramiento de sus colaboradores en estos programas, evaluación del impacto directo e indirecto de esta participación, localización de los proveedores, grado de participación de las compras en la ciudad, en la región, en los ámbitos nacional e internacional, campañas para la consecución de fondos para causas sociales y medioambientales, premios o reconocimientos recibidos por estas empresas por su participación en acciones en beneficio de la comunidad, número de empleos generados en los últimos cinco años, apoyo a emprendedores o estudiantes en práctica y cuántos de ellos vinculó en los últimos cinco años.

En relación con los competidores se analizó la participación de la empresa en jornadas promocionales de RSE, convenios con otras organizaciones del sector para unir esfuerzos y optimizar recursos para brindar mejores programas y servicios de RSE.

En lo relativo con el medioambiente se preguntó a las empresas sobre la existencia de una política de gestión ambiental y además si esta se encuentra certificada, la práctica de normas legales medioambientales que las organizaciones deben tener en cuenta para su funcionamiento, el grado de cumplimiento de estas regulaciones y su relación con asociaciones ecológicas, los trabajos que despliegan en materia de control ecológico y los compromisos que asumen estas empresas, tendientes a disminuir la amenaza ambiental.

En cuanto al tratamiento de la información, se realizó un análisis descriptivo de las variables objeto de estudio para conocer los comportamientos de cada una de ellas, y un análisis factorial con el fin de tener una visión general y amplia al considerar unas variables hipotéticas llamadas factores, que agrupan un conjunto de variables relacionadas, lo cual se presenta en el siguiente capítulo de resultados.

5. Resultados

5.1 Empresas participantes en el estudio

A continuación, previa a la presentación de los resultados del análisis descriptivo y a la síntesis del análisis factorial, se muestra el total de las empresas que fueron objeto de estudio en la investigación realizada, clasificadas por actividad industrial:

Cuadro 2: Actividades industriales de las empresas encuestadas

No.	Actividad Industrial	Nombre de Empresa
1	Elaboración de productos lácteos	Unicrem
		Productos Lácteos del Tolima "Toly Helados"
2	Elaboración de productos de molinería, de almidones y productos derivados del almidón	Molinos Roa S.A.
		Molino Federal
		Casa Arroz Ltda.
		Inversiones Agropecuarias Doima S.A.
3	Elaboración de productos de panadería	Inavigor Ltda.
		Industrias de alimentos Don Jacobo S.A.
		Panificadora Gálvez



No.	Actividad Industrial	Nombre de Empresa
4	Elaboración de productos de café	Industrias Aliadas S.A.
5	Elaboración de bebidas	Coca Cola Industria Nacional de Gaseosa S.A.
		Fábrica de Licores del Tolima
		Ibis S.A.
6	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel	Confecciones de Exportación Cía. Ltda.
		Global Context Ltda.
		Confecciones Cathy Ltda.
7	Fabricación de calzado	Javier Rodríguez Muñoz
8	Actividades de impresión	León Gráficas
9	Fabricación de productos de la refinación del petróleo	Pinturas Ltda.
10	Fabricación de otros productos químicos	Profilácticos
11	Fabricación de productos minerales no metálicos NCP	Cemex - Caracolito
		Concre Tolima S.A.
		Yesos Colombia
12	Fabricación de partes, piezas y accesorios para vehículos	Industrias Ravi
13	Otras industrias manufactureras	Fábrica de Velas San Martín
14	Fabricación de otros productos elaborados de metal y actividades de servicios relacionados con el trabajo de metales	Casa de Moneda
15	Comercio al por mayor de productos alimenticios procesados, excepto café trillado	Huevos Oro Ltda.
		Pollos Gar Ltda.
16	Producción especializada de cereales y oleaginosas	Hacienda la Pilar SAS

Fuente: GIDEUT (2011)

5.2 Análisis descriptivo

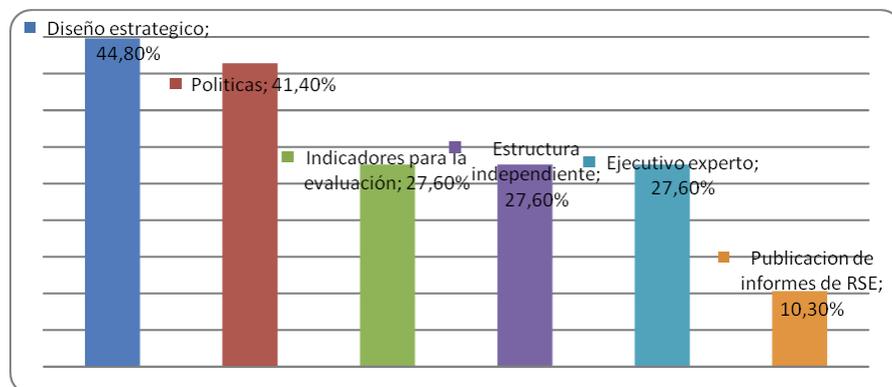
Se presenta de forma descriptiva las acciones que han desarrollado las empresas objeto de estudio en lo que respecta a la responsabilidad social empresarial. Estas acciones se encuentran reseñadas en diversos segmentos como son: la estrategia y estructura, que se refiere a la identificación de la forma cómo la gerencia de la empresa está implementando y desarrollando la RSE en su interior; la relación con los grupos de interés ilustra cuáles son los comportamientos de la empresa frente a sus empleados, clientes, proveedores, comunidad en general y medio ambiente.

A todas las variables estudiadas se le realizó la prueba de independencia chi-cuadrado con un nivel de significancia de 0,05, arrojando como resultado que la mayoría de sus variables son dependientes.

5.2.1 Estrategia y estructura

Este primer segmento permite establecer que la industria de la ciudad de Ibagué no se encuentra plenamente familiarizada con los principios de la RSE, esto se evidencia en el hecho de que en ninguna de las variables observadas existe una participación superior a 50% de las empresas consultadas. En el gráfico 1 se observa qué porcentaje de empresas realiza en su gestión lo consultado.

Gráfico 1. La Estructura y estrategia de la RSE en las industrias de la ciudad de Ibagué

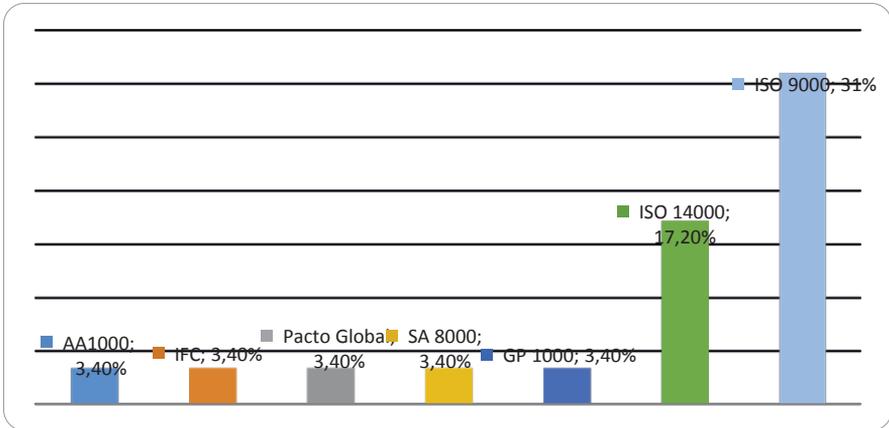


Fuente: GIDEUT

Con base en estos resultados se infiere que no parece existir aún en el sector industrial de la ciudad de Ibagué una preocupación latente en torno a las actividades de RSE desde el punto de vista de la estructura y estrategia organizacional; en este sentido es importante acotar lo planteado por Benjamín y Fincowsky (2009) Páginas al afirmar que la estrategia y la estructura organizacionales son un todo unificado.

Una segunda forma de identificar el nivel de compromiso de la gestión de las organizaciones con los principios de la RSE, es la participación o adhesión a las herramientas o estándares que se soportan en dichos principios. El gráfico 2 presenta el porcentaje de empresas que hace parte de estas iniciativas, que demuestra una participación muy baja para aquellas herramientas relacionadas con los aspectos sociales y una baja y mediana participación en las que se refieren a medio ambiente y calidad respectivamente.

Gráfico 2. Participación de las empresas industriales de Ibagué en las herramientas de promoción de RSE.

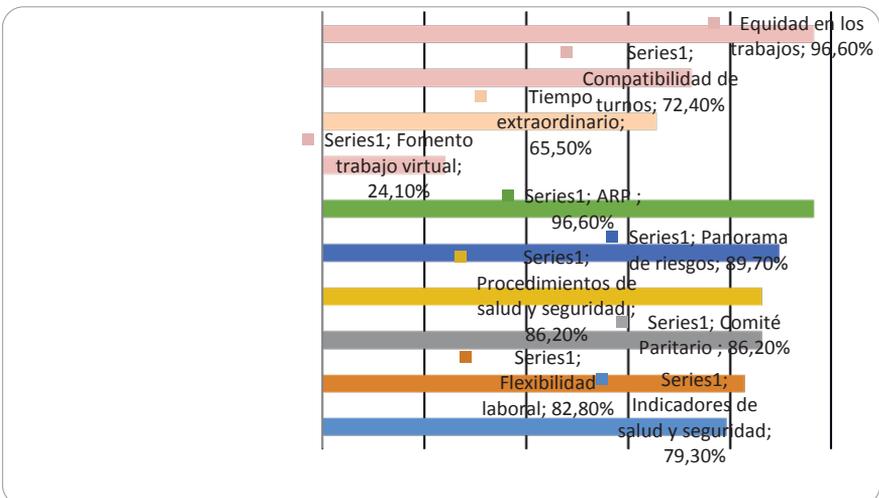


Fuente: GIDEUT

5.2.2 Relaciones con los grupos de interés

Como se presentó en el marco teórico, los grupos de interés o *stakeholders* son aquellos seres o entidades que tienen unos intereses particulares con respecto a la empresa. Como resultado de la investigación se presentan las acciones que tienen las empresas para con sus diversos grupos de interés.

Gráfico 3. Aspectos de RSE relacionados con empleados



Fuente: GIDEUT

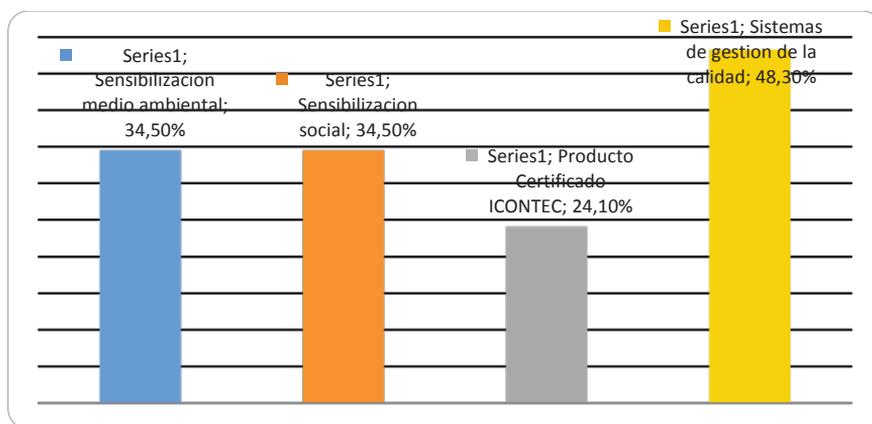
En primer lugar se presentan las acciones desarrolladas para con los empleados o colaboradores de la organización. El gráfico 3 presenta en su primera parte (barras claras) aspectos del comportamiento de la gerencia para con sus empleados y en la segunda parte (barras oscuras), el cumplimiento de los requerimientos legales que involucra a dicho grupo de interés.

Se evidencia que aquellos aspectos de orden legal tienen una mayor aplicación dentro de dichas organizaciones; aunque se esperaría que 100% de dichas empresas lo cumplieran, se puede apreciar que en promedio más de 80% sí lo hace, lo cual es algo positivo para los empleados y organismos de control laboral que existen en el país.

Otro de los grupos de interés importante para la organización son los clientes, ya que ellos son la razón de ser de esta, toda vez que sin su existencia no habría quién demandara los productos que elaboran y comercializan. El gráfico 4 ilustra la forma en que las empresas fortalecen sus relaciones con este grupo de interés, mediante acciones relacionadas con la RSE.

Como se aprecia en el siguiente gráfico, se puede considerar que las empresas industriales no tienen una alta preocupación por fortalecer las relaciones con sus clientes, esto se soporta en que menos de 25% de las empresas consultadas poseen certificado de calidad para sus productos y la sensibilización que realizan tanto social como medioambiental es baja.

Gráfico 4. Relación de las empresas industriales con los clientes

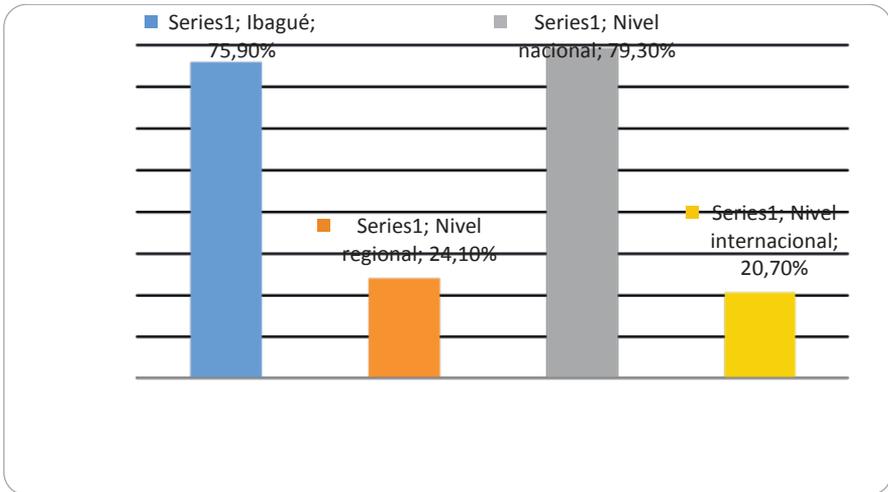


Fuente: GIDEUT

Al igual que los dos grupos de interés anteriores, se busca conocer la relación que las empresas tienen con sus proveedores. En lo que respecta a la pregunta relacionada con la realización con los proveedores de actividades diferentes a las comerciales, solo 11 (37,9%) dijeron estar haciéndolo; con

referencia a si estas empresas poseen por escrito requerimientos especiales para sus proveedores, 20 de ellas (71,4%) dicen tenerlos establecidos. En el gráfico 5 se ilustra el porcentaje de proveedores respecto a su ubicación geográfica.

Gráfico 5. Ubicación de los proveedores de las empresas industriales de Ibagué.



Fuente: GIDEUT

En las relaciones que las empresas tienen con las autoridades locales y la comunidad, se indagó acerca del cumplimiento de las obligaciones fiscales: 26 empresas (89,7%) de las 29 empresas objeto de estudio dijeron cumplir siempre con este compromiso y 3 (10,3%) expresaron hacerlo casi siempre.

En lo relacionado con el conocimiento que las empresas tienen sobre las iniciativas en sostenibilidad y RSE que lleva a cabo el Estado, 15 de las 28 respuestas (51,7%) manifestaron conocerlas y solo de 20 respuestas válidas acerca de su participación en estas iniciativas, 6 de ellas (20,7%) dijeron hacerlo siempre; 7 (24,1%) casi siempre; 1 (3,4%) casi nunca y 6 (20,7%) nunca; 17 empresas de las 28 encuestadas (58,6%) expresaron haber participado en programas sociales y medioambientales en los ámbitos local, regional y nacional; en este mismo sentido 11 de ellas (37,9%) involucran a sus colaboradores en estos programas. En cuanto a la evaluación del impacto de esta participación de 26 respuestas válidas, solo 7 (24,1%) respondieron afirmativamente.

En cuanto a la consecución de fondos para causas sociales y medioambientales, solo 5 de 28 respuestas (17,2%) expresaron estar haciéndolo.

Con referencia a premios o reconocimientos recibidos por la participación en actividades en beneficio de la comunidad, solo 8 (27,5%) los han recibido. Una proporción importante de estas empresas (82,6%) ha apoyado a emprendedores o estudiantes en práctica.

Se evidencian aquí acciones que coinciden con el planteamiento de Cadbury en su enfoque primario, cuando sustenta el cumplimiento con las necesidades básicas de los *stakeholders*, y en el secundario cuando propende por los impactos que produce la actividad empresarial en el entorno con respecto al daño ambiental.

En cuanto a lo expuesto por Donaldson se encuentran coincidencias con el enfoque instrumental, pues expone las conexiones o falta de conexiones entre la gestión de los *stakeholders* y el logro de los objetivos tradicionales.

Con respecto a los competidores y en lo relacionado con las jornadas promocionales lideradas por las empresas sobre RSE, solo 3 de ellas, (10,3%) las llevan a cabo. En lo atinente con la celebración de convenios con otras organizaciones para ofrecer programas de RSE, solamente 4 de ellas (13,8%) respondieron afirmativamente.

Al preguntarse a las empresas seleccionadas si disponían de una política de gestión ambiental, 14 de ellas (48,3%) dijeron tenerla; en este mismo contexto se les indagó si este sistema lo tenían certificado, encontrando que solo 5 (17,2%) contaban con esa distinción. 4 empresas (13,8%) manifiestan poseer relaciones con asociaciones ecológicas.

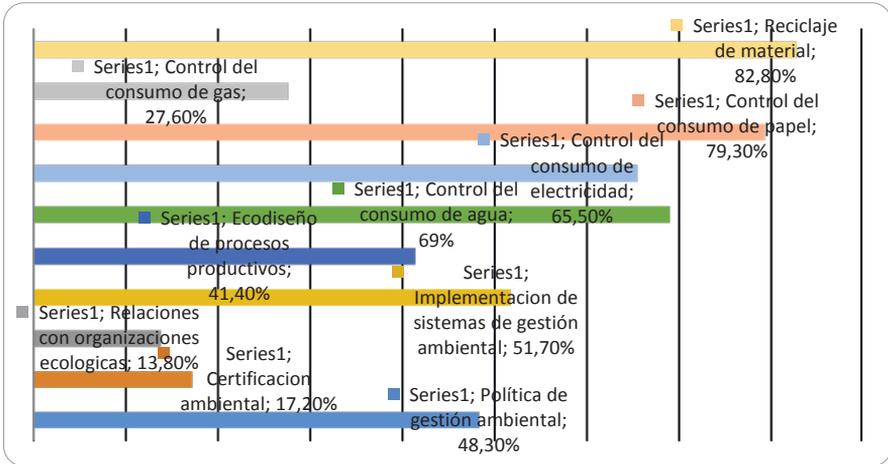
Sobre los compromisos que han asumido para disminuir la amenaza ambiental, sus respuestas se dieron de la siguiente forma: con respecto a los socios comerciales 16 (55,2%) expresaron no hacerlo; mediante los proveedores 15 (51,7%) se manifestaron positivamente; a través de la implantación de sistemas de gestión ambiental 15 con 51,7% dijeron hacerlo; por intermedio del ecodiseño de procesos productivos 12 (41,4%) respondieron favorablemente.

De igual manera se relacionan con estos resultados los modelos de responsabilidad social de Cadbury en sus niveles primario y secundario; así como con Donaldson en sus enfoques descriptivo-empírico e instrumental.

Para terminar esta parte descriptiva se presenta en el gráfico 6 los diferentes comportamientos que tienen las empresas hacia el medioambiente. Se destaca la alta proporción de empresas que realizan reciclaje y controles en el consumo de papel, electricidad y agua, acción que puede obedecer a que con esta reducción de consumos también se reducen sus gastos de operación; caso contrario con aquellas actividades que requieren un

compromiso más relevante para el cuidado del medioambiente como es la certificación ambiental y relaciones con organizaciones ecológicas.

Gráfico 6. Comportamiento de las empresas industriales hacia el medio ambiente



Fuente: GIDEUT

5.3 Análisis factorial

Para efectos del análisis de la información pertinente con la realización de la investigación *La empresa industrial de Ibagué frente a la responsabilidad social empresarial*, se optó por abordar la información mediante factores, atendiendo la técnica estadística del *Análisis Factorial*, mediante el cual se generan unas variables hipotéticas denominadas factores, que incluyen un conjunto extenso de variables observables; es decir, este proceso permite representar una gran cantidad de variables en un espacio de pequeña dimensión denominado espacio factorial, que permita seguir interpretando las relaciones entre ellas.

Estas nuevas variables, llamadas factores, son abstractas; cada una de ellas representa a un conjunto de variables muy relacionadas entre sí y poco relacionadas con el resto. (Martín, Cabero y De Paz, 2008).

En este sentido y siguiendo la metodología de los componentes principales con rotación varimax del análisis factorial de la técnica de análisis multivariado, se asumió como criterio que los autovalores fueran iguales o superiores a uno (1) y cargas o saturaciones mayores que 0,25. En este orden de ideas se consolidaron seis factores que comprenden las 64 variables incluidas en el instrumento de recolección de datos: el de estrategias y estructuras,



relaciones con los grupos de interés, clientes, proveedores y autoridades locales; comunidad, competidores y control ecológico.

El factor de *estrategias y estructura* agrupa 10 variables a saber: estrategias para implementar y desarrollar los principios de la RSE, políticas sobre RSE, indicadores que evalúan el grado de compromiso con la RSE, unidad organizativa de seguimiento a la RSE, representante del máximo órgano ejecutivo, experto en temas de la RSE, la empresa publica un informe de RSE, adherencia de la empresa a AA1000, adherencia a estándares de desempeño IFC, adherencia a ISO 14000 y/o a ISO 9000.

El factor *grupos de interés* está integrado por 13 variables: el COPASO, panorama de riesgos, afiliación al sistema ARP, información acerca de procedimientos de salud y seguridad, indicadores de salud y seguridad, diálogo con empleados, autoevaluación para el buen desempeño laboral, inversiones en el desarrollo del talento humano, flexibilidad de horarios, compatibilidad de turno, equidad en los trabajos, fomento del trabajo virtual y el trabajo en tiempo extraordinario.

El tercer factor *clientes, proveedores y autoridades locales* lo constituyen 10 variables: la sensibilización medioambiental a través de los productos y/o servicios, sensibilización social a través de los productos y/o servicios, productos y/o servicios certificados por ICONTEC, sistema de gestión de la calidad, otro (calidad del producto), la empresa posee por escrito requerimientos especiales para sus proveedores, realiza con los proveedores actividades diferentes a las comerciales, obligaciones fiscales que paga la empresa, conocimiento que tiene la empresa de la sostenibilidad y responsabilidad social y la empresa participa de estas iniciativas.

El factor *comunidad* lo conforman 10 variables a saber: participación de la empresa en programas medioambientales de la comunidad, la empresa involucra a sus colaboradores en estos programas, evaluación del impacto directo e indirecto de esta participación, localización de proveedores en la ciudad, región, a nivel nacional e internacional, fondos para causas sociales o medioambientales de la comunidad, reconocimientos por la participación de acciones de la comunidad y apoyo a emprendedores o estudiantes en práctica.

El factor *competidores* está compuesto por 9 variables a saber: liderazgo de jornadas promocionales de RSE a cargo de la empresa, celebración de convenios con otras empresas para brindar mejores servicios de RSE, políticas de gestión ambiental en la empresa, sistema de gestión ambiental certificado en la empresa, relaciones que tiene la empresa con asociaciones ecológicas, disminución de amenaza ambiental mediante los socios comerciales,

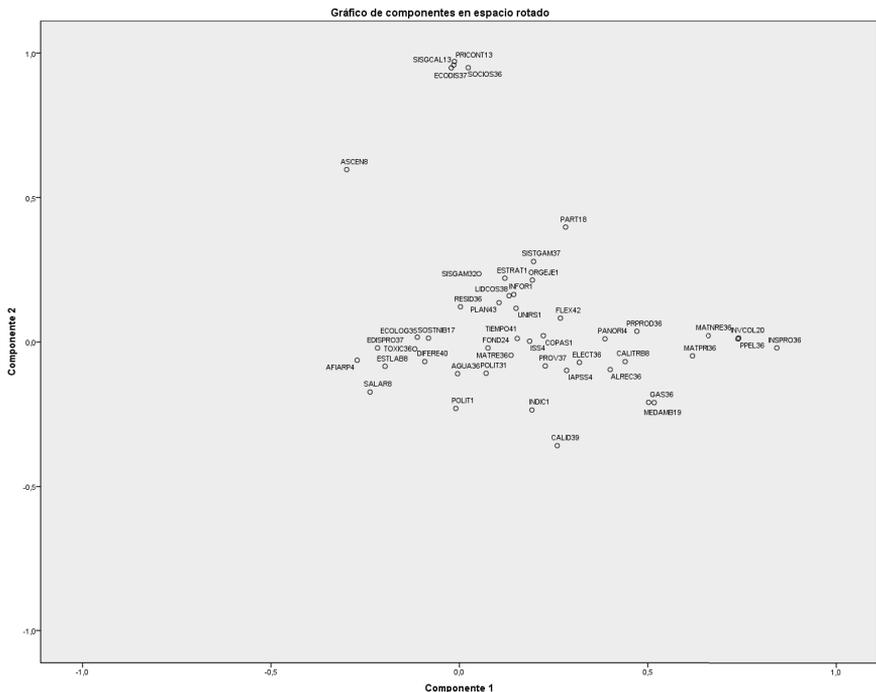
proveedores, implementación de sistemas de gestión ambiental y a través del eco-diseño de los procesos productivos.

En relación con el factor de *control ecológico* se consideran 12 variables; Control ecológico del agua, electricidad, papel, gas, material reciclable, material no reciclable, adquisición de materias primas, adquisición de insumos de producción, almacenamientos de los recursos, proceso de producción, emisiones tóxicas y de residuos generados.

Al analizar la matriz de correlaciones correspondiente a las variables asociadas con cada factor, se encontró que su determinante es muy bajo (0,0001), por lo que podría decirse que sus variables están correlacionadas.

De otra parte, dado que la suma de los cuadrados de las saturaciones de una variable es 1, si la carga sobre un factor es muy grande, sobre los otros tiene que ser muy pequeña. Se emplea para este análisis una rotación tipo varimax (rotación ortogonal de los factores que maximizan la varianza de estos y tienden a minimizar el número de variables que tienen saturaciones altas en un factor), y que permite encontrar una solución más sencilla y fácil de interpretar.

Figura 1: Componentes en espacio rotado.



Fuente: GIDEUT

Ahora, como un complemento del análisis factorial que acaba de realizarse se presenta la figura 1, en la cual pueden observarse las variables control ecológico del material no reciclable, control ecológico en la adquisición de materias primas, control ecológico en la adquisición de los insumos de producción, control ecológico del papel y la empresa involucra a sus colaboradores en los programas medioambientales de la comunidad, que se alejan del origen en sentido horizontal e identifican al primer factor o componente que bien podría denominarse *controles ecológicos*.

6. Conclusiones

En lo relacionado con las estrategias y estructura organizacional no se encontró en el sector industrial de la ciudad de Ibagué el suficiente interés en torno a las actividades de RSE desde el punto de vista de la concepción filosófica, en lo que tiene que ver con la adopción de indicadores de evaluación del compromiso con la RSE, existencia de una unidad organizativa responsable de estas actividades y publicación de informes sobre este mismo tema, entre otros aspectos.

Es de resaltar la importancia que las empresas encuestadas están concediendo al talento humano como parte fundamental de su sistema; entre ellas su promoción, el diálogo con los empleados, la autoevaluación crítica sobre la competencia y recursos de la dirección, para asegurar un buen desempeño laboral y la realización de inversiones en el desarrollo del talento humano.

En cuanto al componente relacionado con clientes, proveedores y autoridades locales, se encontró que prácticamente todas las variables que hacen parte de este factor tienen unas calificaciones muy bajas; es decir, no se tienen programas de sensibilización ambiental con los clientes y los programas de gestión de calidad y todo lo que ello involucra no están presentes en estas organizaciones.

En términos generales las empresas estudiadas cumplen con los requerimientos legales dentro del enfoque teórico de Cadbury, en el nivel primario.

En cuanto al enfoque teórico de Donaldson y Preston, las empresas industriales de Ibagué estudiadas desarrollan acciones que se encuentran principalmente en el enfoque descriptivo/empírico.

Ninguno de los subsectores analizados se destacó por su labor desarrollada en Responsabilidad Social Empresarial, todos intentan realizar acciones, pero no obedecen a una política establecida.

Referencias Bibliográficas

- ACUÑA, Luis, ARAQUE, Jesús, ROSERO, Omar, RUBIO, Germán y URIBE, Mario. (2014). *Responsabilidad social empresarial: una mirada desde la teoría y la praxis empresarial*. Ibagué: Universidad del Tolima.
- ESPAÑA. (2004). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Madrid. AECA
- ATEHORTÚA, Federico. (2008). Responsabilidad social empresarial: Entre la ética discursiva y la racionalidad técnica. En: *Revista EAN* (62). Bogotá: EAN.
- BENJAMÍN, Enrique y FINCOWSKY, Franklin. (2009). *Organización de Empresas*. 3ª edición. México: Mc Graw-Hill.
- CADBURY, Adrian. (2006). Corporate social responsibility. En: *21st. Century Society*, 1(1), Birmingham: Aston Business School.
- CARROLL, Archie. (1999). Corporate social responsibility, evolution of a definitional construct. En: *Business & Society*. 38 (3), Melbourne: IABS
- DONALDSON, T. y PRESTON, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. En: *Academy of management review*, 20 (1), Dallas: University of Texas.
- FREDERICK, William. (1994). *From CSR1 to CSR2*. En: *Business and Society*, 33 (2). Dallas: University of Texas.
- FREEMAN, R. Edward. y LIEDTKA, Jeanne. (1991), *Corporate social responsibility: a critical approach*. En: *Business Horizons*. Cambridge: Cambridge University.
- FRIEDMAN, Andrew y MILES, Samantha. (2006). *Stakeholders*. New York: Oxford.
- IESE. (2002). *Código de gobierno para la empresa sostenible*. Barcelona: Universidad de Navarra.
- ISO (2009): *Draft international standard ISO/DIS 26000*. [Citado el 8 de febrero de 2010]. Disponible en Internet: http://isotc.iso.org/livelink/livelink/fetch/2000/2122/830949/3934883/3935837/ISO_DIS_26000_Guidance_on_Social_Responsibility.pdf?nodeid=8385026&vernum=0. Consultado 16.10.10.
- MARTÍN, Quintín., CABERO, María. y DE PAZ, Yanira. (2008). *Tratamiento estadístico de datos con SPSS prácticas resueltas y comentadas*. Madrid: Thomson.
- NAVARRO, Fernando. (2008). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. Madrid: ESIC.
- PERDIGUERO, Tomás. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Ed. Anagrama.
- RODRÍGUEZ, José Miguel. (2008). Modelo stakeholder y responsabilidad social: el gobierno corporativo global. En: *M@n@gement*, 11 (2). Francia: Asociación Internacional de Gestión Estratégica (AIMS).
- RODRÍGUEZ, José Miguel. (2007). Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría. En: *Revista Ekonomiaz*, 65. Euskadi: Gobierno Vasco.

Para citar este artículo:	Uribe, M. E. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial en las empresas industriales de Ibagué. Teuken Bidikay Vol. 7 N° 8. Pp. 59-81
---------------------------	---

En representación de la enigmática cultura del sur de Méjico, se encuentran las colosales cabezas de piedra, más conocidas como las Cabezas Olmecas, enormes esculturas talladas en piedra de unas 25 toneladas aproximadamente, las cuales datan de hace más de 3000 años y encontradas en el llamado corazón olmeca de la costa del Golfo: Tres Zapotes, La Venta, San Lorenzo y Laguna de los Cerros. Del significado explícito de las cabezas no se tiene conocimiento, ya que unas investigaciones afirman que son cabezas de los gobernantes de los pueblos, otros afirman que son guerreros por los cascos y otros creen que son dioses; lo importante de este descubrimiento es que dio pie para que se reconociera una nueva civilización en Mesoamérica aunque hasta la fecha no se tiene mucho conocimiento de ella.

Johanna Ospina A.

