

APORTES Y DESAFÍOS

DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

EMPRESARIAL

EN COLOMBIA

APORTES Y DESAFÍOS

DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

EMPRESARIAL

EN COLOMBIA¹

ROBERTO GUTIÉRREZ / LUIS FELIPE AVELLA / RODRIGO VILLAR

¹ Este documento fue escrito por Roberto Gutiérrez y Luis Felipe Avella (ambos de la Universidad de los Andes), y Rodrigo Villar (consultor Inter American Foundation). La investigación fue financiada por las siguientes organizaciones: Fundación Carvajal, Fundación Compartir, Fundación Corona, Fundación Ideas para la Paz, Fundación Empresarios por la Educación, Fundación Restrepo Barco, Fundación Mario Santo Domingo, Fundación Social, Fundación Dividendo por Colombia, Fundación Saldarriaga Concha y Suramericana de Inversiones.

**APORTES Y DESAFIOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN COLOMBIA**

©2006. Fundación Carvajal
Fundación Compartir
Fundación Corona
Fundación Dividendo por Colombia
Fundación Empresarios por la Educación
Fundación Ideas para la Paz
Fundación Mario Santo Domingo
Fundación Restrepo Barco
Fundación Saldarriaga Concha
Fundación Social
Suramericana de Inversiones

Se autoriza la reproducción total o parcial de esta obra citando la fuente.

Coordinación Editorial

Jorge Hernán Cárdenas – Carolina Dávila
Fundación Corona
Calle 100 N° 8A-55 Torre C piso 9
Bogotá - Colombia
www.fundacioncorona.org.co

Traducción de Textos:

Carolyn B. Bancroft

Corrección de Estilo:

Susana Nivia

Diseño editorial e impresión

Edisoma Ediciones Especiales Ltda.
edisoma@gmail.com

ISBN 958-33-8024-5
Primera edición

Impreso en Colombia, marzo de 2006
Printed in Colombia

CONTENIDO

PREFACIO.....	7
RESUMEN EJECUTIVO	9
I. APORTES DESTACADOS EN UN MUNDO QUE ESTÁ LEJOS DE SER EJEMPLAR.....	11
II. EVOLUCIÓN DE LOS APORTES DEL EMPRESARIADO DURANTE EL SIGLO XX.....	15
Programas empresariales adoptados como política pública	16
El debate sobre el pago de impuestos.....	18
Otros aportes empresariales particulares del caso colombiano	19
III. DIVERSIDAD EN LAS INTERVENCIONES SOCIALES DEL EMPRESARIADO	23
Diversidad en las poblaciones atendidas.....	24
Diversidad en las necesidades y problemas enfrentados	25
Diversidad e innovación en las formas de intervención social	27
La filantropía estratégica: iniciativas que generan valor social y valor económico a la vez	30
IV. COLOMBIA DENTRO DEL CONTEXTO LATINOAMERICANO	31
V. DESAFÍOS DE LA RSE EN COLOMBIA.....	35
EPÍLOGO	39
BIBLIOGRAFÍA.....	41
ANEXOS	
ANEXO 1. Contexto de abundancia y escasez en Colombia.....	43
ANEXO 2. Expresiones de RSE en Colombia durante el siglo XX.....	45

PREFACIO

Esta monografía es una bienvenida adición al creciente conocimiento colectivo sobre responsabilidad social empresarial (RSE). Será de utilidad para gerentes, formuladores de políticas y académicos interesados en entender y hacer avanzar la RSE no sólo en Colombia sino a lo largo y ancho del hemisferio.

Los lectores encontrarán que este trabajo es de utilidad en varios sentidos. Para captar el futuro debemos entender el pasado. Colombia tiene una larga y rica historia de compromiso empresarial con los temas sociales, que este documento capta de manera sucinta. Una característica destacada y que ha permanecido a lo largo del tiempo ha sido la capacidad empresarial para innovar. Los experimentos sociales pioneros por parte de empresas en diferentes áreas problemáticas han llevado a su posterior adopción como importantes políticas nacionales implantadas en toda Colombia. No hay duda de que el sector empresarial ha sido un importante arquitecto en ayudar a construir la estrategia social de Colombia a la par de su rol tradicional en la esfera económica.

El enfoque del sector empresarial hacia la RSE también ha evolucionado a medida que ha descubierto nuevas formas de relacionar sus actividades sociales con la operación de los negocios. Ese camino hacia una responsabilidad corporativa estratégica

involucra la integración de dimensiones económicas y sociales. Las empresas colombianas, junto con sus homólogos a lo largo y ancho del hemisferio, están comprometidas en un importante proceso de descubrir cómo capturar las sinergias entre crear valor social y económico. Esto implica un cambio fundamental en la forma de pensar, la estrategia y las prácticas. El presente informe no sólo revela esta búsqueda en Colombia, sino que proporciona y aplica un marco conceptual para poder analizarla de forma más sistemática.

Gran parte de la riqueza de este trabajo recae en su documentación de las prácticas reales de empresas individuales y asociaciones empresariales. Existe una considerable diversidad de experiencias, pero la naturaleza y focalización de sus acciones están categorizadas de manera útil, lo que permite revelar aspectos en común.

Consistente con la orientación emprendedora del sector empresarial, la monografía finaliza de forma apropiada con un llamado a la acción y con la sugerencia de un enfoque para hacer un progreso adicional significativo en la agenda inconclusa de la RSE. Este trabajo servirá como un catalizador para acelerar nuestro importante recorrido hacia la construcción de mejores comunidades, países y sociedades.

James E. Austin

Profesor Snider de Administración
Escuela de Negocios de Harvard

RESUMEN EJECUTIVO

En medio de un país con grandes desigualdades y azotado por la violencia, ¿cuál es la contribución de los empresarios para construir una sociedad diferente? Para responder esta pregunta examinamos qué hacen las empresas colombianas con cada uno de sus grupos de interés, desde los cercanos a su operación hasta aquéllos tan amplios que trascienden a las comunidades aledañas. Encontramos una gran diversidad de iniciativas que responden a distintas necesidades, están estructuradas de diferentes maneras, y tienen impacto en trabajadores, proveedores, clientes, competidores, comunidad local y sectores específicos de la sociedad. Dentro de las innovadoras estructuras organizacionales, diseñadas para aportar a la construcción de un desarrollo basado en una perspectiva de derechos fundamentales, son destacadas sus alianzas con organizaciones de la sociedad civil y del sector público. También exploramos cuál es el nivel de sus contribuciones impositivas: el problema es más de recolección porque al tener en cuenta los impuestos locales y parafiscales, las tasas impositivas en Colombia son comparables con las tasas que pagan las empresas en países como Estados Unidos.

A lo largo del último siglo, el tipo de contribuciones evolucionó de esfuerzos caritativos a inversión social y filantropía estratégica. Nuestros hallazgos señalan un camino ya recorrido por las grandes empresas y unos primeros pasos de aquellas de menor

tamaño. Las intervenciones sociales del empresariado colombiano están entre las más antiguas y diversas encontradas en América Latina. Distintas formas de intervención social de las empresas colombianas son ejemplares dentro del contexto latinoamericano por la calidad de su gestión y los resultados alcanzados. Estas características de numerosas organizaciones apoyadas por el empresariado colombiano han permitido el trabajo con entidades financiadoras internacionales durante varias décadas. Las relaciones establecidas han logrado, entre otras, hacer visibles estas experiencias en sus procesos de rendición de cuentas y convertirlas en ejemplos de referencia internacional.

Profundizar el impacto de las iniciativas sociales promovidas por el sector privado requiere de una participación estratégica por parte de los empresarios y de una mayor conciencia de los resultados alcanzados. Los aportes financieros son una mínima parte de las contribuciones posibles; el mayor apalancamiento está en poner a disposición de causas sociales los conocimientos, habilidades y logística empresarial.

I.

APORTES DESTACADOS EN UN MUNDO QUE ESTÁ LEJOS DE SER EJEMPLAR

Colombia es un país de contrastes. Frente a la exhuberancia de nuestras iniciativas está la escasez de nuestras seguridades. El conflicto armado se ha intensificado durante la última década por el influjo de los dineros del narcotráfico. Debido a un problema mundial como el narcotráfico, en Colombia el conflicto ha tomado renovados bríos y cobrado muchas más vidas. A los colombianos nos ha tocado una época extraña: vivimos y trabajamos con una intensidad poco común porque no sabemos si como individuos tendremos un mañana. Ésta es la ventaja que le hemos sacado a nuestra desgracia; una ventaja que contribuye a explicar los esfuerzos del empresariado colombiano en el campo social.

Los aportes del sector privado para la construcción de la sociedad en Colombia no sólo constan de sus intervenciones directas, sino que también incluyen formas muy particulares de financiar programas estatales e inversiones canalizadas a través de las organizaciones sin fines de lucro. Los tres párrafos siguientes dan un panorama de estos tres distintos tipos de aportes.

Primero, el tema de la responsabilidad social es importante para el sector privado colombiano. Las 98 empresas que respondieron a una encuesta sobre el tema, realizada en el 2004 por la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) entre sus 850 afiliadas, consideran necesario asumir responsabilidades frente a la comunidad. La mitad de estas empresas realiza un balance social y un tercio realiza informe de gestión social; tres de cada cuatro hacen aportes a fundaciones y su presupuesto para el 2004 fue de US\$45.868.679. El total de aportes de estas empresas (US\$256.005.660) –en servicios sociales para sus trabajadores y para la comunidad, y en presupuesto para las fundaciones– representó 3,34% de sus ventas totales en el 2003. La autovaloración de sus aportes incluye más rubros que los reportados como donaciones a la Dirección de Impuestos Nacionales; donaciones que sumaron US\$121.533.303 en el 2004. Para tener una perspectiva comparativa es interesante citar una encuesta realizada por la consultora Management & Excellence (M&E)

en América Latina y respondida por 258 compañías: “El 45% de las compañías han estado realizando iniciativas de responsabilidad social seriamente por más de siete años, aunque casi la mitad dijo que gasta menos del 0,5% de los ingresos en dichos esfuerzos. (Según M&E, el máximo mundial entre las corporaciones más grandes es el 3%.)” (Latin Trade 2005).

Segundo, el sector privado creó unos programas voluntarios que luego se convirtieron en ley y logran hoy financiar directamente tanto organizaciones no gubernamentales como entidades estatales. Las Cajas de Compensación Familiar, organizaciones sin fines de lucro con origen y financiación por parte de las empresas, tienen una amplia cobertura: 53 Cajas de Compensación Familiar en 531 municipios del país con 183.676 empresas afiliadas y 3.547.610 trabajadores que junto con sus familias suman 9.846.031 personas beneficiadas (22,2% de la población colombiana) en el 2003. Durante ese año, las empresas aportaron a las Cajas de Compensación US\$526.130.188, al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) US\$394.597.735 y al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) US\$263.065.283. Los 1.184 millones de dólares aportados a estas iniciativas sociales por parte de las empresas representaron 1,39% del PIB nacional.

Tercero, el sector sin fines de lucro colombiano ocupa un lugar destacado en el contexto latinoamericano. Además de vincular a un número de trabajadores equivalente a una tercera parte de los empleados por el sector público y generar 2,4% del empleo total, cifras superiores al promedio de la región, es reconocido internacionalmente por su diversidad y por su contribución a la vida política, económica y social (Villar 2001). Durante la última

década, la mayor cantidad de recursos de la ‘nueva filantropía’ organizada en América Latina ha provenido del mundo empresarial; estudios realizados en Brasil, Chile, Perú, Colombia, Ecuador y México revelan que las empresas y los líderes empresariales son los principales promotores de las nuevas fundaciones en la región. En 1997, María Cristina Rojas identificó 94 fundaciones corporativas en Colombia con activos cercanos a los US\$1.000 millones, monto que equivalía a 1% del PIB y 5% del gasto público total en ese año. Mientras tanto, en Brasil en el 2000 el gasto corporativo en proyectos sociales de diversos tipos se estimó en US\$2.300 millones por parte de 462.000 compañías y representa 0,4% del PIB de ese año (Rojas y Morales 2000).²

El presente documento presenta un panorama de las principales iniciativas sociales del empresariado colombiano durante las últimas décadas y destaca algunos de sus desafíos futuros. Estas iniciativas, crecientes gracias a los esfuerzos de numerosos individuos y empresas, suelen desconocerse cuando sólo se miran las cifras económicas y las alertas por la descomposición social. En un medio con múltiples necesidades (ver anexo 1: Contexto de abundancia y escasez en Colombia), para que nuestro desarrollo sea sostenible necesitamos mayor cooperación, complementariedad y coherencia de todos los actores nacionales e internacionales. En el ámbito nacional, el sector público y el sector privado necesitan trabajar unidos para enfrentar la complejidad de nuestro entorno.

El empresariado en Colombia ha participado y lidera múltiples iniciativas con impacto en la sociedad. Para poder comprender mejor el amplio espectro de estas iniciativas, presentamos una tipología de los distintos aportes empresariales,

² En el 2002, el Instituto de Investigación de Economía Aplicada, IPEA, del Brasil encuestó a 9.140 empresas de un universo de 782 mil y encontró que 59% de las empresas invirtió R\$4,7 billones en acciones sociales (esta suma equivalió ese año al 0,4% del PIB nacional).

desde aquéllos en los cuales la inversión no beneficia directamente a la empresa hasta aquéllos en los cuales hay una vinculación directa con el negocio. La cuantificación de estos aportes y una evaluación de su impacto están más allá del alcance de este estudio.³ El estudio enmarca la responsabilidad social de las empresas (RSE) en Colombia, dentro del contexto latinoamericano y de su evolución desde el siglo pasado, para proponer alternativas que la hagan más estratégica.

La gran diversidad y dispersión de las iniciativas sociales del empresariado colombiano hacen de su inventario una tarea por ahora inacabada. Concentramos nuestra mirada en las iniciativas sociales que han sido promovidas desde el sector privado; es necesario otro estudio para dar cuenta de los aportes de la sociedad civil que no tiene relación con el empresariado. Conseguimos información de 75 organizaciones, 35 empresas y 40 corporaciones,

fundaciones o asociaciones. La información primaria de entrevistas en profundidad ha sido nuestra principal fuente, complementada en algunos casos con información disponible en otros trabajos. Otros aportes no mencionados merecen ser reseñados y agregados al cúmulo de experiencias aquí descritas. Por eso estamos desarrollando un portal electrónico que permitirá conocer el mapa de las iniciativas sociales en las cuales participan las empresas en Colombia.⁴ Mientras tanto, las siguientes páginas dan cuenta de nuestro esfuerzo inicial.

Este texto tiene una dimensión política porque sirve para argumentar cómo algunos sectores empresariales participan en la construcción de un país distinto. Los resultados del estudio hacen visibles estos aportes; de ahí el reporte de los logros. Sin embargo, es importante observar lo mucho que falta para tener una sociedad sana; de ahí la descripción de los desafíos.

3 En la parte final del documento están los lineamientos para la realización de aquellos estudios de un alcance mayor a los tres meses definidos para realizar la presente investigación. Evaluar los aportes del sector privado para la construcción de la sociedad en Colombia es una tarea en la cual no se cuenta con cifras globales. Unos pocos estudios proveen cifras de sectores particulares y sus autores rara vez hacen mención de los sesgos de selección en la información recolectada.

4 En este portal electrónico (www.mapearse.net) también encontrará una versión ampliada del presente informe.

II.

EVOLUCIÓN DE LOS APORTES DEL EMPRESARIADO DURANTE EL SIGLO XX

Es necesaria una perspectiva histórica para comprender la diversidad de los aportes del empresariado colombiano. La experiencia acumulada en sus intervenciones directas o a través de organizaciones gubernamentales o no gubernamentales, permite hoy la construcción de elaboradas propuestas y acuerdos intersectoriales de gran alcance. Las posibilidades actuales son el resultado de múltiples pasos dados en el pasado.

En Colombia, como en Latinoamérica, la Iglesia Católica ha jugado un papel importante en la historia de la filantropía desde la Colonia hasta hoy. El predominio de la Iglesia en el ámbito caritativo se mantuvo, con diversas manifestaciones, a lo largo del siglo XIX y la mayor parte del XX (Sanborn y Portocarrero 2003, p. 7).

En el siglo XX, es necesario entender la formulación e implantación de diversas políticas sociales –por parte de los Estados– en el contexto de los modelos de desarrollo adoptados. Por ejemplo, a través de los esfuerzos de industrialización por sustitución de importaciones ocurridos entre los años 1930 y 1970, los gobiernos latinoamericanos privilegiaron el crecimiento del sector industrial y del mercado interno. Esto incentivó la creación de organizaciones por parte de las clases medias y trabajadoras urbanas que promovían ciertas formas de protección social, servicios en educación y salud, y vivienda.

En nuestro país el desarrollo empresarial ha estado concentrado en las ciudades. Entre 1929 y 1945 el PIB creció apenas a una tasa de 3,3% anual, mientras la industria manufacturera lo hizo a un ritmo anual de 7,4% e incrementó su participación en el PIB total de 8,9% en 1929 a 16,5% en 1945. En 1944, luego de varios intentos fallidos, cristalizó la fundación de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI). Al año siguiente, un grupo de comerciantes y empresarios de todas las regiones del país, residentes en Bogotá,

creó la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco). Luego, en 1951, nació otro de los gremios importantes, la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias de los diferentes sectores productivos (ACOPI), como resultado de la fusión de entidades afines del orden regional que existían en ese momento en cuatro de las más importantes ciudades del país.

En el primer decenio de posguerra (1945-1955), la producción industrial creció al ritmo más alto de los últimos 50 años (9,1% anual) y, hasta 1974, siguió creciendo a tasas anuales por encima del crecimiento global de la economía. Entre las ciudades que tuvieron importantes desarrollos industriales en Colombia se destacan: Bogotá (con cerveza y cemento), Medellín como principal centro fabril (luego de ser el primer renglón de las importaciones colombianas), Barranquilla (textiles y molinos de trigo) y Cali (procesamiento del azúcar). En la mitad del siglo XX, las industrias llegaron a ciudades como Manizales, Bucaramanga, Pereira, Cartagena e Ibagué (ANDI 1994).

En el 2004, a pesar del desarrollo industrial, son pocas las grandes empresas en Colombia y el ingreso promedio anual per cápita (US\$1.810) es inferior al promedio regional (US\$2.976) y lejano del promedio para los países de la OECD (US\$ 25.773). Según los cálculos de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras, en el país hay 431.000 microempresas y 47.000 pequeñas y medianas empresas. Las Mipymes generan 1.700.000 empleos; aportan 38% de la producción industrial (48% del empleo industrial); y realizan entre 56% y 70% de las ventas del sector servicios y comercio con 70% y 75% de la fuerza laboral en estos sectores. Su crecimiento tuvo tasas superiores a 8% durante el 2004 (Mercados PYME, 2004). Aunque los requisitos para la operación de un negocio –apertura, dificultades para contrataciones y despidos de personal, procedimientos para registrar y obtener licencias de operación, acceso a

créditos, protecciones a las inversiones, costos legales y costos para el cierre– son menores en Colombia que el promedio regional, los requisitos y costos son proporcionalmente mayores que los existentes en los países de la OECD (IFC, 2004).

PROGRAMAS EMPRESARIALES ADOPTADOS COMO POLÍTICA PÚBLICA

Preocupados por las alzas en el costo de los artículos básicos, que hacían insuficientes los ingresos familiares de las clases obrera y media, el presidente y la junta directiva de la ANDI propusieron a la XI Asamblea General en 1954, establecer un sistema de subsidio familiar mediante la creación de cajas de compensación autónomas financiadas con aportes patronales liquidados sobre el valor de la nómina de la empresa. La idea del salario familiar, inspirada en la doctrina social católica, estaba encaminada a mejorar el bienestar de los trabajadores y, de paso, a contribuir a la paz del país. El subsidio se distribuiría de acuerdo con las necesidades familiares de cada quien, sin tener en cuenta el tipo de empresa o el rendimiento individual. El 24 de mayo de 1954 se aprobaron los estatutos de la Caja de Compensación Familiar de Antioquia, Comfama, suscritos por 45 compañías con más de veinte mil beneficiarios. La participación de las empresas era voluntaria y la suma de los aportes patronales era independiente del número de trabajadores casados y de los hijos que tuviesen. En agosto de ese año, Comfama pagó los primeros subsidios: 8 pesos por cada hijo menor de 14 años o estudiante menor de 20; el primer año representó mejoras en el ingreso a los trabajadores de hasta 40% del salario. En 1957 el Estado volvió obligatoria esta innovación. Aún hoy, muy pocos países en el mundo tienen algo similar.

Luego ACOPI promovió la constitución de las Cajas de Compensación Familiar para

pequeñas y medianas empresas en ciudades como Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cali e Ibagué. Desde su creación, las Cajas y el Sistema de Subsidio Familiar han mostrado a los empresarios, a los trabajadores, al Estado y a la sociedad que constituyen una alternativa para mejorar la vida de los colombianos (Portafolio 2004, p. 27). Sus servicios llegan a 22,2% de la población colombiana. Hasta abril de 2004 fueron otorgados 34.300 subsidios de vivienda, 60% para beneficiarios que reciben de 0 a 2 salarios mínimos y el resto para quienes reciben de 2 a 4 salarios mínimos. La atención integral a la niñez y la jornada escolar complementaria han beneficiado a 1.600.000 menores con una inversión de \$55.600 millones de pesos (US\$ 21.140.684), y 101.143 estudiantes desde preescolar hasta educación superior han sido apoyados. Su participación, a través del aseguramiento y la prestación de servicios de salud, alcanza a ser 14% del sistema de salud nacional. Por otro lado, las cajas tienen 225 puntos de infraestructura recreativa como centros vacacionales, museos, auditorios y parques.

Otro programa inspirado en modelos que algunas empresas emprendieron fue el programa de atención preescolar del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). En la primera mitad del siglo pasado se atendían, en los predios de ciertas fábricas u oficinas de las empresas, a los hijos pequeños de las madres trabajadoras. El gobierno de Carlos Lleras Restrepo (1966-70) comprendió el beneficio de la iniciativa empresarial y la extendió al resto de empresas con dos modificaciones sustanciales: dejó de ser voluntario y las guarderías no se ubicarían en los predios de las empresas sino en los barrios de las poblaciones de ingresos bajos. Este programa hoy tiene una gama extensa de modalidades y aunque no cubre la totalidad de la población esperada sí ha contribuido a disminuir los altos índices de desnutrición del país y ha permitido la vinculación laboral de las madres sin el abandono de sus hijos.

Un tercer programa estatal en cuya promoción participó el sector privado es el de formación técnica y vocacional del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Este programa también se financia con un impuesto directo proporcional al valor de la nómina de la empresa. Estos impuestos parafiscales son una tasa impuesta con una destinación específica y no están considerados dentro del presupuesto nacional. Son denominados parafiscales porque su finalidad es financiar una actividad específica que afecta directamente a un determinado grupo, su administración está confiada a un ente diferente a la Administración de Impuestos y su monto no es proporcional a la capacidad contributiva del sujeto gravado. En Colombia estos impuestos financian al SENA, al ICBF, las Cajas de Compensación Familiar y los fondos del transporte, cafetero y arrocero. El aporte parafiscal debe ser cancelado por toda empresa pública o privada, sin importar su tamaño, número de empleados o capital. Si la empresa está vinculada a alguna Caja de Compensación Familiar, debe pagar el aporte a través de esa Caja y, en ese caso, liquidará el 9% que se distribuye así: 4% para la Caja de Compensación, 3% para el ICBF y 2% para el SENA. La Caja de Compensación se encarga de hacer el giro correspondiente que, en el caso del ICBF, representa más de 98,5% de sus ingresos totales. La cuantía de los aportes parafiscales para el año 2003 aparece en la tabla 1.

El ejemplo de ciertas empresas particulares ha impulsado al gobierno a legislar para extender –al resto del sector privado– las prácticas más interesantes, como un subsidio familiar o algún cuidado infantil. Esto también aconteció con el pago de “primas” semestrales para los empleados. Algunas empresas comenzaron a pagarlas y luego el gobierno las incluyó dentro de las prestaciones sociales a las cuales tienen derecho todos los trabajadores.

En Colombia la diferencia entre ser trabajador y no tener un empleo en el sector formal es

TABLA 1. APORTES PARAFISCALES 2003

Aportes Parafiscales 2003	Millones de pesos	Millones de Dólares
Cajas de Compensación	1.394.245	526
ICBF	1.045.684	395
SENA	697.123	263
Total	3.137.052	1.184
Porcentaje del PIB 1,39%		

Fuente: ANDI 2004.

mayor por la protección social a la cual tiene derecho el empleado.⁵ Aunque en los últimos años se ha tratado de disminuir esta brecha, la falta de acceso al seguro de desempleo y a pensiones por parte de quienes no tienen un empleo en el sector formal es crítica. En salud, la coexistencia de un régimen contributivo y un régimen subsidiado aminora las diferencias. Un punto porcentual del total pagado a los trabajadores, dinero que constituye un fondo de solidaridad, financia al régimen subsidiado. Mientras tanto, en el régimen contributivo el dinero recaudado corresponde a 12% del total pagado a los trabajadores: la empresa aporta 8% y los trabajadores 4% de los salarios devengados.

por un lado están quienes afirman que es desproporcionado el monto de los impuestos “regresivos” en Colombia y por el otro, quienes sostienen que ha sido enorme el esfuerzo de los contribuyentes en los últimos años. Lo innegable es el problema de evasión existente. Sucede, entonces, que unos cuantos sobrellevan la mayor carga impositiva, mientras otros evaden esta responsabilidad. El círculo vicioso surge cuando el Estado no cuenta con suficientes recursos y, al no tenerlos, recurre a sobrecargar a aquellos sobre los que sí tiene control e influencia. La baja capacidad de recaudo por parte del Estado no es una característica singular de Colombia dentro del contexto latinoamericano.

EL DEBATE SOBRE EL PAGO DE IMPUESTOS

El informe presentado en el 2004 por el Centro de Política Internacional (CIP) ha planteado un debate alrededor de los impuestos en Colombia:

Según un informe reciente de la ANDI, la tasa de recolección de impuestos de carácter nacional ha aumentado considerablemente en los últimos 15 años, al pasar de 9% en 1990 y llegar a 15% en el 2005. Teniendo en cuenta la reforma tributaria de 1,5 billones de pesos, aún no aprobada en el 2004, Colombia tendría una carga tributaria cercana a 19,3% del PIB, porcentaje similar a la carga

⁵ El tamaño del sector informal (o sector no regulado) de la economía colombiana varía de acuerdo con la definición adoptada. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, entre 55% y 60% de la población económicamente activa pertenece al sector informal.

**TABLA 2. PAGO DE IMPUESTOS EN COLOMBIA
COMO PORCENTAJE DEL PIB**

Año	Aporte nacional de impuestos	Otros impuestos (municipales, departamentales y parafiscales)	Total
1987	8,80	3,28	12,06
1990	9,03	3,36	12,39
1995	10,14	3,68	13,82
1999	10,26	4,4	14,66
2000	11,03	4,27	15,30
2001	13,13	4,3	17,43
2004*	14,27	4,31	18,58
2005**	15,00	4,33	19,33

* Incluye impuesto al patrimonio que se cobró una sola vez.

** Estimado con base en el presupuesto presentado al Congreso.

Fuente: ANDI (con base en información de la Misión de Ingresos, DNP, Contraloría General de la República, DIAN, Confis y Superintendencia del Subsidio).

tributaria en Estados Unidos (20%). La diferencia en las cifras de la ANDI y las del CIP tienen que ver con que los industriales incluyen los impuestos municipales, departamentales y parafiscales, los cuales no llegan a las arcas del gobierno nacional y al parecer no son tenidos en cuenta por los informes del Banco Mundial. La tabla 2 muestra el aumento en los impuestos como porcentaje del PIB al sumar los impuestos nacionales y otros impuestos (municipales, departamentales y parafiscales).

OTROS APORTES EMPRESARIALES PARTICULARES DEL CASO COLOMBIANO

El principal gremio empresarial en Colombia –la ANDI– ha contribuido, junto con la partici-

pación directa de los empresarios, a la creación de otras organizaciones emblemáticas en Colombia: por ejemplo, en el área de la educación superior contribuyó a la creación de la Universidad EAFIT de Medellín, la Universidad de los Andes de Bogotá, la Universidad Tecnológica de Pereira, el Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA) de Bogotá y el Instituto Colombiano de Estudios Superiores de Incolda (ICESI) de Cali. La ANDI y ACOPI participan en las juntas directivas de múltiples instituciones nacionales.

Un fenómeno de características singulares en Colombia son las Cámaras de Comercio. Las cámaras son más de 50 organizaciones que apoyan al sector empresarial, colaboran con la regulación de la actividad mercantil y contribuyen a mejorar la calidad de vida de su ciudad y su región. Algunos ejemplos de sus diversas intervenciones con impacto social son los siguientes:

- Cámara de Comercio de Bogotá: protagonista en programas y proyectos relacionados con educación.
- Cámara de Comercio de Medellín: apoyo a microempresas de familias de bajos recursos.
- Cámara de Comercio de Neiva: apoyo a niños con labio leporino.
- Cámara de Comercio de Manizales: capacitación a bachilleres de escasos recursos económicos.
- Cámara de Comercio de Cali: programa “Salvar al Río Cali”.

La Confederación Colombiana de las Cámaras de Comercio (Confecámaras), es una institución autónoma, constituida en el año 1969, para fines de ayuda mutua e interés colectivo entre las cámaras de comercio que funcionan en el país o fuera de él. Como gremio lidera actividades de RSE que tienen impacto nacional y convocan al empresariado en general. El trabajo de Confecámaras ha sido pionero en los temas de la ética en las empresas y de la responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas.

Desde 1960 hasta hoy se da una creciente presencia de las empresas como actores de diversas intervenciones sociales. Por un lado, numerosas organizaciones de origen confesional en Colombia siguen destacándose por el impacto social de sus intervenciones y cuentan con un importante apoyo del sector empresarial. Por otro lado, las distintas iniciativas sociales asumidas directamente por los empresarios tienen diferentes causas. “Las razones para tan amplio surgimiento de organizaciones filantrópicas de origen empresarial a comienzos de la década de 1960 fueron variadas. Algunos mencionan la corriente de pensamiento empresarial gestada a mediados de la década de 1950, preocupada por la responsabilidad social empresarial, y la legislación tributaria favorable a la inversión de recursos en temas filantrópicos. Otros señalan la Guerra Fría y la revolución cubana como motivadores y, en el

caso colombiano, el fin de un conocido periodo de violencia política y el comienzo del llamado Frente Nacional.” (Fundación Corona 2004, p. 18)

Más allá de las razones detrás de su origen, las iniciativas sociales de las empresas colombianas tienen una fuerza especial: algunas de ellas con “características únicas en Latinoamérica”, otras reconocidas y apropiadas por el Estado que les dio vida propia a través de mecanismos como los impuestos parafiscales. En resumen, la responsabilidad social de la empresa (RSE) en Colombia ha tenido un desarrollo ascendente desde los primeros años del siglo XX hasta hoy. Es posible identificar cuatro etapas en su evolución (ver los hitos particulares listados en el anexo 2):

1. **Primera mitad del siglo XX:** en el contexto católico colombiano, la Iglesia es el actor social al cual el empresario aporta para contribuir a la sociedad. Otros actores destacados son los sindicatos y los gremios. A comienzos de siglo nacieron iniciativas innovadoras, como la Fundación Social, que hoy siguen destacándose dentro de la RSE en Colombia. Alrededor de mitad de siglo, surgieron la mayoría de los principales gremios: la Asociación Nacional de Industriales ANDI en 1944, la Federación Nacional de Comerciantes Fenalco en 1945, y la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias ACOPI en 1951.
2. **Década de 1960:** la legislación laboral colombiana contribuyó a la protección de los empleados y la legislación tributaria estimuló la creación de fundaciones al permitir que las donaciones sean objeto de deducción de impuestos. Entre 1960 y 1970 surgieron fundaciones de origen empresarial que hoy se mantienen y sobresalen por la cantidad y calidad de sus intervenciones. A finales de dicha década la responsabilidad social empezó a ser estudiada académicamente al crearse una maestría en la Universidad del Valle (a la cual asistieron importantes empresarios colombianos)

para formar dirigentes con alta calidad técnica y un énfasis en su formación humanista.

3. **Década de 1990:** en 1991 catorce organizaciones gremiales en Colombia se agruparon en el Consejo Gremial Nacional. Desde éste, a través del denominado “Compromiso de Guaymaral” de junio de 1993, decidieron reorganizar y fortalecer la función social de los gremios en el país.⁶ A lo largo de la década el sector privado impulsó la creación de ocho corporaciones en temas estratégicos para el desarrollo como la educación, la salud, la innovación y el desarrollo productivo, la paz, el desarrollo comunitario, la justicia y la transparencia.
4. **Inicios del siglo XXI:** el esfuerzo por aumentar el impacto de la filantropía privada en distintos

sectores ha generado diversas iniciativas de trabajo con el sector público y con organizaciones de la sociedad civil. En recientes investigaciones comparativas realizadas por la Social Enterprise Knowledge Network (www.sekn.org), una red de 11 universidades iberoamericanas coordinadas por la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, se destacaron las características singulares y el impacto social de algunas alianzas entre empresas y organizaciones sin fines de lucro colombianas y de las iniciativas sociales de ambos tipos de organizaciones. Por otro lado, la experiencia de las corporaciones mixtas ha servido para la creación de otro tipo de organizaciones, algunas de ellas con mayor participación del empresariado. Finalmente, el Global Compact ha sido suscrito por 54 empresas en Colombia.

⁶ En el 2004, el Consejo Gremial Nacional estaba integrado por 16 miembros de los distintos sectores de la economía: la Asociación Nacional de Industriales, ANDI; la Asociación Colombiana de Fabricantes de Autopartes, Acolfa; la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias, ACOPI; la Asociación Colombiana de Industrias Plásticas, Acoplásticos; la Asociación Nacional de Comercio Exterior, Analdex; la Asociación Bancaria y de Instituciones Financieras de Colombia, Asobancaria; la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores, Asocolflores; la Asociación Nacional de Cultivadores de Caña de Azúcar, Asocaña; la Cámara Colombiana de la Construcción, Camacol; la Asociación Colombiana de Transportadores de Carga por Carretera, Colfecar; la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras; la Asociación Hotelera de Colombia, Cotelco; la Asociación Colombiana de Aseguradores, Fasecolda; la Federación Nacional de Ganaderos, Fedegan; la Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco y la Sociedad de Agricultores de Colombia, SAC.

III.

DIVERSIDAD EN LAS INTERVENCIONES SOCIALES DEL EMPRESARIADO

En comparación con los otros lugares que visitamos, el caso de Colombia sobresale: en la mayoría de países que observamos, estos contextos de conflicto pueden atraer a empresas con un bajo interés en temas de Responsabilidad Social Empresarial. Estas empresas generalmente no le ponen cuidadosa atención a los derechos humanos, la participación comunitaria o a establecer relaciones positivas con grupos de interés locales. Esto se debe a que muchas veces no tienen que ocuparse de estos temas; las dinámicas del conflicto permiten una relación de poder desigual entre la empresa y los demás grupos de interés. Las empresas básicamente pueden hacer lo que quieran y no se les hace responsables por sus prácticas.... En Colombia, para nuestra sorpresa, la situación parece ser contraria. Durante nuestra visita nos enfrentamos a algunas de las prácticas corporativas más creativas y constructivas que hayamos visto en parte alguna. En lugar de atraer a empresas con bajos estándares de responsabilidad social, parece ser que el contexto colombiano atrae a algunas empresas con los mejores estándares corporativos! Esto queda demostrado aun más con los desafíos que algunas empresas colombianas enfrentan en la actualidad, debido a que no actuaron de manera cuidadosa, transparente e incluyente.

Luc Zandvliet,

Director Proyecto de Compromiso Corporativo

En el contexto colombiano operan compañías, nacionales y multinacionales, con altos estándares en RSE. Estos estándares son ejemplares por su innovadora estructura organizacional, por la calidad de su gestión o por sus resultados. Muchos empresarios consideran que las iniciativas sociales de las empresas deben alejarse de los criterios asistenciales y, más bien, contar con proyectos que integren el crecimiento económico con acciones que generen valor social y contribuyan a hacer sostenible en el tiempo la generación de riqueza (Revista ANDI 2004, p. 12).

Numerosas empresas superan la “frontera de las expectativas sociales” (cumplir con la ley y las normas básicas de la sociedad) con innovaciones sociales, algunas alejadas de su negocio y otras integradas a éste. Las intervenciones sociales del sector privado en Colombia son diversas en tres dimensiones: a quién atienden, en cuáles temas y cómo están estructuradas. La primera parte de esta sección del documento describe la variedad en las intervenciones en relación con su población objetivo y con los temas abordados; la segunda parte ofrece una tipología de las distintas formas adoptadas para alcanzar los fines que persiguen esas intervenciones sociales.

DIVERSIDAD EN LAS POBLACIONES ATENDIDAS

En Colombia, las iniciativas sociales de las empresas están dirigidas a distintos grupos de interés y son desarrolladas en diferentes regiones del país. Estas iniciativas atienden a grupos directamente relacionados con la empresa, a comunidades circundantes y –en ocasiones– a determinadas poblaciones en la sociedad. Es posible encontrar varias experiencias empresariales con cada uno de estos grupos, pero apenas mencionaremos algunas de ellas a manera de ilustración.

Como ejemplo de programas cercanos al giro de los negocios empresariales, la multinacional colombiana Crepes & Waffles presta a sus **empleadas**, sin interés, las cuotas iniciales para su vivienda, ofrece seminarios y charlas para ayudarlas con ser mejores madres, y financia lavadoras para que tengan más tiempo para compartir con sus hijos. El grupo empresarial Bavaria tiene un programa con cultivadores de fruta que incluye capacitación, apalancamiento financiero, acompañamiento técnico y aseguramiento de compra con precios estables. Tres gremios, ACOPI, ANDI y Fenalco, elaboraron el “Acuerdo unificado sobre buenas prácticas industriales, comerciales y defensa del consumidor” para establecer reglas claras de comportamiento entre, por ejemplo, los **proveedores** y el comercio de grandes superficies. Homecenter, una cadena de almacenes de grandes superficies (venta de materiales y equipos) que hacen parte de la Organización Corona, tiene programas para capacitar a sus **clientes** en la utilización de herramientas y artículos ofrecidos, y para capacitar a maestros de obra en su oferta de servicios a los clientes de los almacenes.

Muchas empresas trabajan con sus **comunidades** vecinas. Algunas se han asociado para crear organizaciones que trabajan por el desarrollo de comunidades geográficas particulares. Por ejemplo, empresas localizadas en los municipios aledaños a Bogotá han creado las Corporaciones Pro Desarrollo del Norte de la Sabana, Prodensa, y del Occidente de la Sabana, Prodeocsa; empresas del sector petrolero crearon –entre otras– la Fundación del Alto Magdalena y la Fundación Oleoductos de Colombia. También la **sociedad** en general es objeto del trabajo de algunas organizaciones del sector privado. En su proceso de macroinflujo, la Fundación Social promueve y participa en foros de discusión de políticas públicas.

La inversión social llevada a cabo por organizaciones sin fines de lucro creadas o impulsadas por empresas, atiende a la **población menos**

favorecida de Colombia. Por ello, las poblaciones a las cuales dirigen su atención son mucho mayores que aquellas cercanas a las empresas. Aunque hay programas para grupos de interés cercanos a las empresas, éstos son una minoría frente a la cobertura que tienen las organizaciones sin fines de lucro. La población objetivo de estas organizaciones está en casi todos los rincones del país y, a su vez, la gestión de estas organizaciones es objeto de apoyo por parte de organizaciones creadas por el sector privado. Vale la pena mencionar una organización como Compartamos con Colombia que nace para elevar la capacidad de operación de organizaciones sin fines de lucro. Para hacerlo creó una estructura organizacional que integra los aportes de 19 firmas consultoras y canaliza las orientaciones de sus consultores profesionales voluntarios. En sus primeros cuatro años de operación, Compartamos ha realizado 66 proyectos de asesoría para 1,2 millones de beneficiarios indirectos.

En las iniciativas sociales de las empresas en distintas **regiones** de Colombia, es posible observar diversidad y antigüedad. Un estudio patrocinado por el Comité de Responsabilidad y Desarrollo Social de la Seccional Valle del Cauca de la ANDI, rastreó las contribuciones al desarrollo social del empresariado vallecaucano desde finales del siglo XIX y describió sus características actuales en el caso de 41 empresas y 10 organizaciones sin fines de lucro (Laverde 2005). En la región antioqueña, la Unidad de Conocimiento del Grupo Empresarial Antioqueño (GEA) realiza encuestas de gestión social a más de tres decenas de empresas del grupo desde el 2001 (Unidad de Conocimiento 2003). En la Costa Caribe, un estudio cualitativo de las iniciativas sociales de 21 empresas y 3 organizaciones sin fines de lucro presentó la diversidad de sus características y los obstáculos que enfrentan (Escobar, Jiménez y Gutiérrez 2004). Es común encontrar, en las tres regiones, iniciativas en educación, desarrollo comunitario y programas de bienestar para los empleados. El aumento en los aportes y el voluntariado corpora-

tivo son otras características comunes. En el Valle del Cauca y la Costa Caribe las empresas tienen apoyos especiales para programas de generación de ingresos, mientras en las empresas del GEA el énfasis está en proyectos de conservación ambiental.

DIVERSIDAD EN LAS NECESIDADES Y PROBLEMAS ENFRENTADOS

La diversidad de las iniciativas del empresariado colombiano también es notoria al considerar los distintos frentes sociales en los cuales hay programas establecidos. Los ejemplos descritos a continuación son algunos de los esfuerzos por transformar los campos de la educación, la salud, la nutrición, la protección a la infancia, la vivienda, el desarrollo productivo, la paz, la justicia, la transparencia, el fortalecimiento institucional, el arte y el medio ambiente.

En **educación**, una empresa de alimentos –Meals de Colombia– ha encabezado el aporte en conocimientos en los temas de gestión de la calidad para más de un centenar de directivos empresariales. En el 2002, 189 colegios públicos y privados habían formado grupos de trabajo –en principio parejas– con directivos de 109 empresas. Un resultado de esta interacción es que algunos empresarios fueron llamados a conformar juntas asesoras del Ministerio de Educación Nacional y de varias Secretarías de Educación en el ámbito local.

En 1992, cuatro fundaciones –cada una como brazo social de un grupo económico colombiano y ninguna relacionada con el sector salud–, seis empresas de negocios –todas pertenecientes al sector salud–, siete hospitales, el Fondo Nacional para el Desarrollo (Fonade) y el Instituto de Seguros Sociales (ISS) se comprometieron con un aporte financiero inicial a buscar el desarrollo del sector de la **salud**. Diez años después de su creación, el Centro

de Gestión Hospitalaria ha trabajado, en asesoría y capacitación, con 125 hospitales que tenían, en su momento, 25% del total de camas hospitalarias en Colombia; con 10 empresas promotoras de salud que reunían 35% de los afiliados al sistema de salud y seguridad social; con 5 Secretarías de Salud en cuyo territorio vivía 34% de población colombiana; y con 35 instituciones prestadoras de salud ambulatorias.

Varias cadenas de grandes superficies han apoyado la creación y funcionamiento de los bancos de alimentos del país. Una de ellas, Almacenes Éxito, tiene varios programas en **nutrición** y salud: donaciones por medio de tarjetas, alianzas con comunidades, organizaciones de la sociedad civil y el Estado, y un premio en dinero para la intervención nutricional e investigación orientadas a mejorar las condiciones de alimentación y nutrición de madres gestantes, niños y adolescentes en todo el país. En otro contexto, un programa de voluntariado desde el 2000 –Alpina Somos Todos– facilita la donación de tiempo, dinero y conocimientos de sus empleados a organizaciones sin fines de lucro escogidas por la empresa. Treinta organizaciones en temas de nutrición y educación han sido apoyadas por el programa.

Creada en 1967 por un legado personal, la Fundación Antonio Restrepo Barco está dedicada a promover el desarrollo social y los derechos fundamentales, en especial, de la **niñez** y la juventud. En asocio con el ICBF, Unicef y la FES, el Programa de Autoevaluación, Fortalecimiento y Estándares de Calidad trabajó, desde mediados de los años noventa, con cerca de 400 organizaciones sin fines de lucro dedicadas a la protección de la infancia. Desde 1998 la fundación promueve el trabajo de la Red Nacional de Protección a la Infancia, con 15 redes regionales y 225 organizaciones miembros, para la proyección política, la cualificación de los procesos de atención y formación, y la divulgación de las estrategias de acción social en la atención a la infancia bajo la Convención de los Derechos del Niño.

En el tema de **vivienda** es interesante el trabajo de Compartir. Durante casi tres décadas la empresa y su fundación han desarrollado programas de vivienda y espacio público utilizando la capacidad y experiencia empresarial de la primera, y el conocimiento que la fundación tiene de las comunidades poco privilegiadas.

En el apoyo a la **microempresa**, la Fundación Carvajal lleva 24 años creando y desarrollando modelos de atención microempresarial regional y nacional; con éstos se han beneficiado cerca de 60,000 empresarios de la pequeña y mediana empresa a través de programas de capacitación, adaptación laboral, formación para el trabajo e indicadores de gestión. Por su lado, la Fundación Mario Santo Domingo fue reconocida por sus servicios de desarrollo empresarial y como la entidad no financiera con mayor colocación de créditos en el 2004. Entre otras fundaciones de origen empresarial que apoyan la microempresa en Colombia, la Fundación Corona apoyó –en 1997– la primera aplicación del Sistema de Evaluación de Impacto de los Servicios de Apoyo a las Microempresas en Colombia. Este sistema de evaluaciones y debate sobre el tema contribuyó a mejorar el marco de políticas públicas para el sector de las micro y pequeñas empresas.

El Informe Nacional de Desarrollo Humano del PNUD sobre Colombia destaca “[el] papel de los empresarios en la resolución del conflicto armado y la construcción de una **paz** duradera” (INDH 2003, p. 499). La Fundación Ideas para la Paz surge, en 1999, por la preocupación de un grupo de ciudadanos-empresarios con la grave situación del país y la poca conciencia, escaso conocimiento e información que la sociedad tiene sobre los temas de paz. La fundación ha documentado casos regionales de desarrollo y paz, sistematizado la información sobre el proceso de paz en Colombia, observado procesos internacionales, y se construye un plan para el posconflicto.

En el ámbito nacional, el sector privado ha participado en experiencias como la de la Corporación Excelencia en la Justicia; en el local, algunos empresarios crearon la Corporación Empresarial de Itagüí en 1988. En alianza con el Tribunal Superior de Medellín, los jueces de Itagüí, la Alcaldía Municipal y la Fundación FES crearon el Programa de Modernización y Sistematización de los Juzgados de Itagüí. Las evaluaciones del programa han mostrado tasas significativas de descongestión, aumento de productividad, y mayor confianza y credibilidad de la comunidad en el sistema de **justicia**.

Transparencia por Colombia –integrada por 30 organizaciones, la mayoría de ellas empresas– se constituyó como capítulo de Transparencia Internacional en 1998. Su Programa Empresarios Contra el Soborno incluye, entre otros elementos, “pactos de integridad” o acuerdos voluntarios de **transparencia** en procesos de contratación con recursos públicos. Su Programa Integral de Ética – Pymes Íntegras y Transparentes se concentra en otros sectores empresariales. Una de las empresas que más ha apoyado a Transparencia, la petrolera Hocol, ha buscado por distintos medios fortalecer la capacidad de las organizaciones estatales locales y el control ciudadano de éstas. En alianza con otras organizaciones han creado, entre otras, la Escuela para la Democracia y el Desarrollo Local del Municipio de Neiva y la Escuela Rural de Participación Comunitaria y Ciudadana. En el tema de rendición de cuentas y seguimiento al Estado, la Fundación Corona ha impulsado proyectos como Bogotá Cómo Vamos que están siendo adoptados en otras ciudades del país. Este proyecto hace seguimiento a los cambios en la calidad de vida de los ciudadanos generados por las políticas, programas y proyectos desarrollados por el gobierno de la ciudad respectiva.

Las donaciones para la promoción del **arte** por parte de las empresas son combinadas con otras iniciativas sociales. Por ejemplo, Gas Natural apoya eventos culturales específicos mientras en su

propia operación –al otorgar créditos para la instalación de sus redes de distribución– busca bajar las barreras de acceso a su producto dentro de las poblaciones menos privilegiadas. Una compañía como Suramericana de Seguros sostiene una sala de arte y otorga donaciones a obras sociales para conservación ambiental, desarrollo comunitario, educación y salud a través de su fundación. Como una más de sus inversiones para apoyar la cultura, muchas empresas han patrocinado el Festival Iberoamericano de Teatro de Bogotá durante dos décadas.

Por último, en el tema de **medio ambiente**, empresas como Acesco tienen varios programas para el uso racional y eficiente del agua, disminuir o eliminar los desechos industriales, y para reutilizar las fuentes de calor de los procesos industriales. Cecodes, el capítulo colombiano del World Business Council for Sustainable Development, creado en 1993, está conformado por 25 empresas y 3 gremios que representan más de 4% del PIB con más de 400.000 empleos directos e indirectos y exportaciones de más de 1.600 millones de dólares al año. Sus miembros comparten el compromiso con el medio ambiente y con los principios de crecimiento económico y desarrollo sostenible.

Los anteriores ejemplos dan cuenta de la diversidad de los aportes del sector privado en dos dimensiones: los diversos grupos a los cuales están dirigidas sus iniciativas sociales y los distintos temas en los cuales existen trabajos consolidados. También es diversa la forma en que las empresas estructuran estas iniciativas.

DIVERSIDAD E INNOVACIÓN EN LAS FORMAS DE INTERVENCIÓN SOCIAL

Las tendencias en las inversiones del empresario colombiano son similares a las observadas

en otros países. Luego de una filantropía con iniciativas dispersas y relaciones a distancia, hoy predominan las inversiones sociales enfocadas a grupos externos a las empresas. Esto podría denominarse el paso de la caridad a la inversión social. Hay quienes han dado otro paso al integrar lo social y lo económico. Un pequeño número de empresas sostienen, como en la teoría promulgan Porter y Kramer (2002), que la filantropía ha de ser estratégica para el negocio porque en esa medida, al usar las habilidades y experticia propias de la empresa, se genera el mayor valor económico y social posible. Antes de concentrarnos en la filantropía estratégica de estas empresas, haremos un resumen de las distintas formas de inversión social de las empresas en Colombia.

La inversión social de las empresas, aunque no tiene relación directa con su negocio, puede generarle beneficios indirectos; entre otros, en imagen externa, y en compromiso y sentido de pertenencia de sus empleados. En Colombia hay, por lo menos, cuatro modelos diferentes de inversión de las empresas en la sociedad:

- 1) unas han decidido crear sus propios programas al interior de la empresa;
- 2) otras han decidido crear una organización aparte (una fundación, una corporación o una asociación) o apoyar una organización sin fines de lucro ya existente;
- 3) algunas más participan en programas sociales liderados por su gremio; y
- 4) otras participan en programas del gobierno de turno.

Es fácil identificar el programa propio de una empresa, su participación en programas gu-

bernamentales o las intervenciones de un gremio. Por ejemplo, existe un creciente acercamiento del sector empresarial a planes de desarrollo de las alcaldías de las principales ciudades, como es el caso de Bogotá⁷, y a programas del gobierno como los “Programas Regionales de Desarrollo y Paz” (14 iniciativas regionales que tienen presencia en más de 350 municipios de 23 departamentos del país con los más altos niveles de conflicto).⁸

Es más difícil identificar algunos de los aportes empresariales canalizados a través de organizaciones sin fines de lucro. Son diversas las organizaciones sin fines de lucro creadas o apoyadas por el sector privado y sirven a distintos propósitos:

- Canalizar filantropía empresarial (e.g. fundaciones empresariales);
- Usar utilidades con fin social (e.g. fundaciones con empresas);
- Desarrollar un sector (e.g. corporaciones mixtas en educación, salud o justicia, entre otras);
- Desarrollar una actividad (e.g. corporaciones mixtas que promueven el empresariado o la investigación en un tema específico); y
- Promover un modelo de intervención (e.g. organizaciones con una causa como combatir la corrupción o buscar la paz).

Existen varias diferencias entre las organizaciones sin fines de lucro que cumplen con estos propósitos. Los dos primeros tipos de organizaciones, las fundaciones empresariales y las fundaciones con empresas, tienen una estrecha relación con una empresa particular y, además, su rango de acción es más amplio y menos focalizado. Por el contrario, las organizaciones de los tres últimos tipos convocan

7 “Empresarios le apuestan a Bogotá” El Tiempo, 10 de junio de 2004, p. 1-2.

8 Según Alexandra Guáqueta, “son programas de largo plazo, desarrollados en varios municipios a la vez, que usualmente trabajan en seis áreas temáticas: procesos productivos; manejo ambiental sostenible; fortalecimiento institucional y de organizaciones sociales; vida, justicia y paz; cultura y conocimiento; y educación, salud y vivienda. Dada la envergadura de los programas, éstos usualmente cuentan con múltiples fuentes de financiación, especialmente de origen internacional.” (2004, p. 11)

a un grupo de empresas y son identificadas por el tipo de acción social que realizan y su especialización aumenta la probabilidad de que sus intervenciones tengan mayor impacto.

Existe también una “evolución” en el tipo de organización creada. Los dos primeros tipos llevan décadas; la mayor parte de estas organizaciones surgió durante los años sesenta. Luego, en la década de 1990 fueron creadas cerca de una docena de corporaciones mixtas. En algunos de estos casos, un puñado de fundaciones empresariales trabajó con el Departamento Nacional de Planeación (DNP) para convencer a los empresarios del sector de la bondad de crear corporaciones mixtas. Con el tiempo la participación de los empresarios fue limitándose a ciertos espacios como el de la junta directiva y algunas corporaciones mixtas han comenzado a tener dificultades económicas. En el 2002 surgió una organización, la Fundación Empresarios por la Educación, que aborda de una manera distinta estos dos temas: con un enfoque regional busca la

participación activa de los empresarios en distintos proyectos locales y tiene una mínima estructura operativa (tres profesionales coordinan, dos años después, las actividades en una docena de capítulos regionales). Participación empresarial permanente y bajos costos operacionales son las características de esta nueva propuesta en el campo de la responsabilidad social del empresariado colombiano.

Una de las consecuencias del vuelo propio que han adquirido las organizaciones sin fines de lucro apoyadas por el sector privado es la diversificación en sus fuentes de financiación. Si en sus orígenes estas organizaciones dependían –en buena parte– de los recursos de las empresas, hoy sus ingresos incluyen importantes montos por venta de servicios y recursos de cooperación internacional. La distancia que ha surgido entre las organizaciones sin fines de lucro y las empresas –asociada con menor identificación de las empresas con los programas y menor dependencia de sus recursos financieros– limita la convocatoria, la participación y el

ALGUNAS INTERVENCIONES DEL SECTOR PRIVADO EN EDUCACIÓN

- Apoyados por 98 empresas, 417 colegios implementan un modelo de gestión de calidad.
- Las mejoras en gestión escolar promovidas por una organización patrocinada por el sector privado inciden en la educación de 40.000 niños poco privilegiados.
- Doce grupos empresariales regionales en el país conforman “comités asesores de las Secretarías de Educación” y promueven proyectos en 10 departamentos.
- Cien docentes de 25 colegios en localidades periféricas de Bogotá reciben capacitación en tecnologías de información y comunicaciones.
- En 29 departamentos del territorio colombiano, 150.000 participantes en el sector rural y urbano, son atendidos por un exitoso programa de alfabetización.
- Capacitación en cuidado ambiental e hidrocarburos para comunidades en 21 municipios con 200 veredas en tres departamentos.
- Quinientos líderes comunitarios obtienen un diplomado en democracia y desarrollo local.
- Un premio a la calidad reconoce la excelencia educativa en Bogotá.
- Los aportes en dinero del sector privado colombiano son un porcentaje mayor, dentro del presupuesto de inversión del Ministerio de Educación Nacional (97.623 millones para el 2004), que el 1% que contribuyen las empresas al gasto público para la educación en Estados Unidos.

uso de múltiples competencias empresariales en los variados emprendimientos sociales.

Un apoyo con muchos años de trayectoria es el dado al fortalecimiento de proyectos educativos y al desarrollo de proyectos productivos. Son más recientes los proyectos de salud y nutrición, medio ambiente, vivienda, cultura, transparencia y fortalecimiento institucional, paz y justicia. Por ejemplo, la Fundación Dividendo por Colombia convoca, a la manera de organizaciones como United Way, a más de 70 empresas colombianas y 7.500 empleados. Durante el 2003 Dividendo captó aportes de empresas y empleados y entregó \$1.486 millones para mejorar la calidad de la educación de niños en situación de pobreza. El valor aportado es definido por cada trabajador y se descuenta mensualmente de la nómina. Por lo general, la empresa da una contrapartida mensual equivalente al total de las contribuciones de sus empleados.

En medio de este panorama diverso de inversiones sociales por parte de las empresas, algunas han decidido integrar la estrategia social a sus negocios. Aunque son limitados los temas vinculados con los negocios particulares, las empresas son capaces de profundizar el impacto que allí generan.

LA FILANTROPÍA ESTRATÉGICA: INICIATIVAS QUE GENERAN VALOR SOCIAL Y VALOR ECONÓMICO A LA VEZ

Hay diversos esfuerzos que promueven la filantropía estratégica y examinan cómo aumentar el impacto social a la par de los rendimientos económicos. El tema ocupa un lugar en la agenda empresarial. Durante el 2004, 54 empresas firmaron el Global Compact (Pacto Mundial) en Colombia. Ade-

más, más de 170 empresarios se han reunido para construir agendas comunes en responsabilidad social para su sector y región. Aunque la inversión social es reconocida, la filantropía estratégica tiene un lugar especial en estas construcciones colectivas. El trabajo ha comprendido al sector de las grandes superficies, a los establecimientos de crédito y a las empresas de la región Caribe y la región del Valle del Cauca.

Algunas empresas en Colombia han logrado integrar su estrategia de gestión social con su estrategia de negocio. En estos casos la empresa logra generar valor social y valor económico con sus intervenciones sociales. Esto no sólo aumenta la probabilidad de supervivencia de la intervención, sino que le provee una experiencia y una logística difícil de obtener de otra manera. Una iniciativa social integrada con el negocio tiene características muy distintas a las inversiones sociales alejadas del negocio, y tiene un impacto potencial muy alto por la sinergia posible entre lo económico y lo social (Gutiérrez y Jones 2004).

La diversidad de las intervenciones en el panorama de la RSE en Colombia plantea la pregunta por el potencial de escalar sus impactos al establecer canales de asociación y complementariedad entre las iniciativas. En otras palabras, cómo aprovechar “tantos pasos en distintos caminos”. Una hipótesis es que la RSE en Colombia podrá contribuir mucho más al desarrollo del país cuando los programas que hoy se realizan de manera aislada se apoyen en la cooperación público-privada (comunidad, empresa, gobierno, ONG, universidad, cooperación internacional). Dos programas han estudiado y resaltan el potencial de las alianzas del sector privado con el sector público y con el sector social en Colombia: la Iniciativa en Emprendimientos Sociales de la Universidad de los Andes y el Programa Nacional de Alianzas de la Fundación Corona, el Banco Mundial y ocho universidades regionales.

IV.

COLOMBIA

DENTRO DEL CONTEXTO LATINOAMERICANO

Durante la última década, la mayor cantidad de recursos de la ‘nueva filantropía’ organizada en América Latina proviene del mundo empresarial. Encuestas realizadas en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia muestran que entre 80% y 95% de las grandes corporaciones practican algún tipo de filantropía directa, incluyendo donaciones financieras o en especie, programas de voluntariado entre sus empleados y operación directa de programas sociales (Sanborn 2000). Estudios realizados en Brasil, Chile, Perú, Colombia, Ecuador y México también revelan que las empresas y los líderes empresariales son los principales promotores de las nuevas fundaciones en la región (Teixidó, Chávarri y Riedemann 2001; Portocarrero, Sanborn, Llusera y Quea 2000; Turitz y Winder 2003).

En comparación con otros países latinoamericanos, las empresas en Colombia apoyan o desarrollan una amplia gama de intervenciones con impacto social. Colombia se destaca, en el contexto latinoamericano, por la tradición e importancia de las fundaciones empresariales y por la creciente presencia de acciones empresariales directas. Mientras para la mitad de las empresas en otros países la responsabilidad social es un tema nuevo o sólo se da entre las multinacionales (Latin Trade 2005), en Colombia el más importante gremio industrial ha venido promoviendo los balances sociales desde la década de 1970 y son las empresas nacionales las más destacadas por su innovación e impacto.

Las organizaciones sin fines de lucro apoyadas por las empresas han contado también, durante décadas, con financiación de donantes internacionales. Además del apoyo financiero, las relaciones con estos donantes han tenido dos características: por un lado, los procesos de rendición de cuentas son un componente integral de su gestión y, por otro lado, las organizaciones colombianas han abordado el problema del desarrollo desde una perspectiva integral (más allá de resolver problemas puntuales de educación, salud, vivienda, nutrición, etc.). Esta sofisticación ha llevado a que en Colombia distintas organizaciones sin

fines de lucro influyan en la definición de la política social del Estado en temas como educación, salud, infancia, protección y desarrollo comunitario.

Es importante señalar que no existe una definición única sobre lo que es una ‘fundación’ en América Latina y esto dificulta recoger estadísticas que puedan ser comparadas. Los marcos legales de cada país varían en la definición y regulación de este sector; más aún, anualmente se incorporan cientos de organizaciones con el nombre de fundación que no se diferencian en la práctica de otras asociaciones con o sin fines de lucro, o que son dependientes de empresas, Iglesias o grupos políticos

en sus finanzas y en su toma de decisiones. Una delimitación básica incluye a las fundaciones que reúnen tres características: i) privadas y sin fines de lucro; ii) legalmente autónomas; y, iii) dedicadas a fines sociales a través de la operación de programas específicos y/o la realización de donaciones a terceros. Una recopilación inicial de los datos existentes en siete países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y México) registra 318 fundaciones con estas características, la mayoría creada durante la década de 1990 a partir de recursos empresariales y con una orientación laica (Sanborn y Portocarrero 2003, p. 17). En el tabla 3 se incluyen algunos de los datos revelados por ésta y otras investigaciones.

TABLA 3. CARACTERÍSTICAS COMPARATIVAS DE LA RSE EN LATINOAMÉRICA*

Chile: 42 fundaciones

Acción RSE (www.accionrse.cl) fue creada en mayo del 2000 y es la organización de empresarios conectada oficialmente con el Business for Social Responsibility (BSR). **Prohumana (www.prohumana.cl)** está dedicada a la RSE con capacidad para hacer visible el tema, desarrollar investigación y realizar eventos en alianza con otros actores.

Perú: 60 fundaciones

Perú 2021 (www.peru2021.org) nació en 1994, con participación de 54 empresarios, con el objetivo de desarrollar una visión compartida sobre el futuro del país. A partir de esa visión ha impulsado la RSE por diferentes medios: un premio anual, promover el balance social en las empresas y realizar eventos en diferentes regiones del país.

Argentina: 50 fundaciones

Desde 2002, el **Instituto Argentino de Responsabilidad Empresarial (www.iarse.org)** promueve el concepto y la práctica de la responsabilidad social, e impulsa el desarrollo sostenible de las empresas a través de redes de información y colaboración mutua.

El **Grupo de Fundaciones de Argentina, GDF (www.gdf.org.ar)**, formalizado en 2001, promueve una cultura filantrópica y la responsabilidad social.

Colombia: 111 fundaciones

Son varias las experiencias de trabajo conjunto entre empresas y fundaciones empresariales (por ejemplo, el Programa Nacional de Microempresas, Empresarios por la Educación), pero no existe en el país una organización creada por empresarios dedicada a promover la RSE como sí las hay en países como Brasil, Argentina, Chile y Perú. Existen, sí, iniciativas universitarias que

promueven una mayor complementariedad entre los múltiples actores que trabajan alrededor de la RSE, y organizaciones creadas desde el sector social que promueven y asesoran en el tema, como el **Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, CCRE (www.ccre.org.co)**

México: 74 fundaciones

El **Centro Mexicano para la Filantropía, Cemefi (www.Cemefi.org)** fue el primero en su tipo, creado en 1988 para promover entre individuos, fundaciones y empresas, la cultura filantrópica, la participación cívica y la sostenibilidad del sector no lucrativo. **Aliarse** es otra iniciativa reciente, del año 2000, coordinada por la Corporación Mexicana de Empresarios (Coparmex) y que tiene como objetivo promover la RSE.

Uruguay: (sin datos)

A comienzos del 2000 se constituyó **DERES (www.deres.org.uy)**, cuya visión es desarrollar en el marco de alta gestión gerencial el concepto de RSE y apoyar a las organizaciones empresariales. La iniciativa nació de un grupo de empresas, con el apoyo de la Universidad Católica del Uruguay, que comenzó a explorar la posibilidad de una iniciativa que hiciera un desarrollo orgánico del concepto de RSE en el país.

Brasil: 55 fundaciones

El **Instituto ETHOS (www.ethos.org.br)** es un centro de referencia para la región. Creado en 1998, tiene hoy en día más de 800 afiliados y una oferta diversa de servicios de apoyo a sus empresas y de difusión de prácticas de RSE. El **Grupo de Institutos, Fundaciones y Empresas, GIFE (www.gife.org.br)** nació en 1995. Busca soluciones para la superación de las desigualdades sociales y tiene como objetivo estratégico, influir en las políticas públicas.

* Las cifras de esta tabla son un estimado del número de fundaciones privadas y legalmente autónomas existentes en cada país. En Argentina la estimación utilizó las bases de datos del Grupo de Fundaciones y del Grupo Tercer Sector para el 2003. El dato de Brasil corresponde a las fundaciones e institutos privados y autónomos asociados al GIFE.

Las manifestaciones de cooperación Sur-Sur entre los países latinoamericanos permiten visualizar un proceso regional de mayor complementariedad y coherencia alrededor de la RSE; por ejemplo, en las siguientes dos redes:

- La **Red Interamericana de Fundaciones y Acciones Empresariales para el Desarrollo de Base de América –RedEAmérica-** www.redeamerica.org es una red temática de entidades del sector privado productivo (fundaciones, asociaciones de fundaciones y empresas), impulsada por la Fundación Inter-Americana, orientada

a la promoción y apoyo del desarrollo de base y al financiamiento corresponsable. La Red se formó en septiembre de 2002 y dos años después cuenta con 53 miembros de 12 países, entre los cuales Colombia ha venido aportando un liderazgo visible, tanto en organización como en investigación.

- **Forum Empresa (www.empresa.org)** es una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que trabaja desde el 2000 con el impulso del Business for Social Responsibility, para promover la RSE en un país o región de las Américas.

Uno de sus proyectos, por ejemplo, es liderado por Acción Empresarial de Chile y contará con la participación de Fundemas en El Salvador, Perú 2021 y el Instituto ETHOS en Brasil. Durante 36 meses y con US\$1,1 millones del BID, la OEA y CIDA, el proyecto espera sensibilizar a empresas en RSE, formar consultores en RSE, demostrar los beneficios de implementarla en grupos piloto de pequeñas y medianas empresas, desarrollar redes nacionales y tener un programa de comunicación regional en el tema.

Seis fundaciones empresariales participan en RedEAmérica y una organización de la sociedad civil participa en el Forum Empresa por Colombia. En ninguno de los dos casos hay participación directa de las empresas colombianas. Su participación es canalizada, en el caso de RedEAmérica, a través de sus fundaciones.

Como ya se mencionó, algunas de las intervenciones sociales de las empresas colombianas son ejemplares por su innovadora estructura organizacional, por la calidad de su gestión o por sus resultados. Sin embargo, a pesar de la activa presencia del sector de las fundaciones en la vida nacional y de la importancia de las intervenciones directas de varias empresas, en Colombia son precarios los esfuerzos

por generar una institucionalidad para la coordinación, la promoción, difusión e investigación de la filantropía corporativa y de la responsabilidad social de las empresas. En el país no hay organizaciones que coordinen el trabajo de las fundaciones ni instituciones lideradas por empresarios para la promoción de la RSE como las existentes en Brasil, Argentina, Chile, México, Perú y Guatemala. Quizás esta doble condición de tradición del mundo de las fundaciones y prácticas destacadas de RSE, y de precaria institucionalidad para su promoción, investigación y difusión explique los pocos estudios y publicaciones de cobertura nacional existentes sobre el tema, y la igualmente escasa difusión de herramientas y buenas prácticas que inciten la participación de nuevas empresas. Aunque existen iniciativas universitarias que promueven una mayor complementariedad entre los múltiples actores que trabajan alrededor de la RSE, y organizaciones creadas desde el sector social que promueven y asesoran en el tema, Colombia requiere de organizaciones sombrilla –impulsadas por las empresas– para la promoción de la RSE. Es posible aprovechar los diversos ejemplos de países en Latinoamérica que, aunque tienen menor tradición en RSE que Colombia, han avanzado en los últimos años en la creación de entidades que lideran el aporte social del sector empresarial. La participación directa de los empresarios ha hecho una gran diferencia.

V.

DESAFÍOS DE LA RSE EN COLOMBIA

Una sociedad con las necesidades y la inequidad existente en Colombia no puede desaprovechar los recursos de sus organizaciones. Una evaluación ideal de los aportes del empresariado en Colombia incluye la especificación de cuáles son los productos o servicios que la empresa ofrece (outputs), cuáles son los resultados que sus clientes tienen (outcomes), y cuáles son los impactos sociales generados. La mayoría de los reportes que encontramos se limitan a cuantificar los productos o servicios ofrecidos (por ejemplo, tantos talleres de capacitación para tantos microempresarios). Son muy pocos los reportes de las acciones de los clientes (los microempresarios en el ejemplo dado), cómo modifican sus prácticas luego de la capacitación y qué impacto social generan estos cambios.

Frente a las dimensiones de escasez de nuestro medio, el principal desafío de la RSE es invertir de manera estratégica los recursos para generar el mayor valor social y económico posible. Es fundamental complementar los aportes individuales con las contribuciones colectivas. En la inversión de una empresa, su gente necesita revisar las dimensiones sociales de su operación empresarial para buscar la mayor sinergia y hacer el seguimiento adecuado a los impactos generados. En lo colectivo, es necesario encontrar la coherencia de los esfuerzos individuales y la interacción con el sector público que permita mejorar las condiciones de vida de la población. Por estas razones es importante plantear una agenda. Nuestra investigación revela algunos desafíos por afrontar en una agenda que profundice la RSE en Colombia:

1. DISEÑAR UN CONJUNTO DE INSTITUCIONES Y HERRAMIENTAS APROPIADAS PARA LA INVESTIGACIÓN, DIFUSIÓN Y ASESORÍA EN RSE

- a. Crear y fortalecer la institucionalidad adecuada para la investigación, promoción, coordinación, asesoría y difusión de la RSE en Colombia, de manera que pueda acelerarse la curva de aprendizaje de las empresas

para el desarrollo de programas relevantes en este campo. Diferentes tipos de instituciones pueden trabajar de manera complementaria en estas tareas; entre ellas, las asociaciones de fundaciones empresariales, los centros de promoción de la RSE, las universidades y los medios de comunicación. El liderazgo de empresarios para impulsar esta institucionalidad es fundamental para garantizar su relevancia y acogida en la comunidad empresarial. Como se mencionó en la sección anterior, ya existen ejemplos de organizaciones que promueven de manera efectiva la RSE en América Latina.

- b. Desarrollar un programa conjunto de incentivos:
- **Gobierno:** apoyo al desarrollo de programas en RSE, incentivos tributarios, reconocimiento público (concursos, por ejemplo) y campañas de formación de consumidores responsables.
 - **Medios de comunicación:** visibilidad sin costo para las empresas socialmente responsables y campañas de formación de consumidores responsables.
 - **Organizaciones de la sociedad civil:** posibilidad de formar alianzas con empresas, promover el consumo responsable y apoyar la difusión de la Guía Técnica en RSE cuya elaboración coordina –desde el 2003– el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (Icontec).
 - **Universidades:** cátedras en RSE que profundicen en los casos colombianos, para la formación de estudiantes como actuales consumidores y futuros profesionales socialmente responsables.
- c. Desarrollar una herramienta dinámica en Internet para centralizar la información de las actividades de RSE, de tal forma que pueda presentarse información por parte de las mismas empresas y pueda existir un seguimiento a sus iniciativas sociales. Esta herramienta (www.mapearse.net) es de gran utilidad para la definición

de planes sectoriales y temáticos de las empresas, la definición de criterios para los incentivos y el apoyo a la formación de consumidores responsables.

2. DEFINIR UNOS PLANES Y PROGRAMAS SECTORIALES Y TEMÁTICOS PARA EL AVANCE DE LA RSE

Para poder definir un horizonte de RSE en Colombia es necesario, entre otras, crear líneas de base. La diversidad de acciones en RSE en Colombia es sobresaliente, pero el conocimiento y la visibilidad de estas experiencias es insuficiente. En este contexto es baja la probabilidad de articular y expandir las actuales iniciativas sociales. Además, hay un desperdicio del potencial de estas experiencias como catalizadores para otras iniciativas o para la formación e investigación universitaria en RSE. Es necesario, entre otras, lo siguiente:

- a. Crear una línea de base sectorial; por ejemplo, sector financiero, sector industrial, comercio de grandes superficies, medios de comunicación, hidrocarburos, sector agrícola –palmeros, arroceros–, etc. ¿Qué significa ser socialmente responsable en determinado sector?
- b. Crear una línea de base temática; por ejemplo, educación, nutrición, proyectos productivos, microcréditos, salud, vivienda, paz y transparencia. ¿Qué significa ser socialmente responsable en determinado tema?

Actualmente se vienen realizando unas tertulias sectoriales y regionales en RSE que son el punto de encuentro para generar compromisos entre los más importantes empresarios, con participación de la Primera Dama de la Nación y miembros de los ministerios públicos, con el acompañamiento de

la Universidad de los Andes en labores de investigación y seguimiento. Estos trabajos también pueden ser un insumo del plan de trabajo conjunto alrededor de una megameta de alto impacto social. Por ejemplo, alrededor de un tema como la nutrición, un programa como “Bogotá Sin Hambre” puede catalizar la energía del comercio de grandes superficies, del Banco de Alimentos de la Arquidiócesis de Bogotá y de las organizaciones sin fines de lucro. Un programa en educación tiene una buena probabilidad de éxito ya que los empresarios consideran importante participar en este tema y ya hay un camino recorrido que puede aprovecharse.

El conjunto de estudios sectoriales y temáticos, cuantitativos y cualitativos, incluyen la documentación que permita apreciar los avances y el impacto que genera la RSE en el desarrollo y destacar las prácticas que mayor aprendizaje puedan generar. En los estudios, el plan de trabajo y los programas han de participar las empresas, los gremios, el gobierno, las organizaciones de la sociedad civil, las universidades y las organizaciones internacionales de cooperación al desarrollo. La cooperación público–privada alrededor de programas consensuados es la mejor manera para atraer el necesario apoyo de la cooperación internacional.

EPÍLOGO

Si hubiera un grupo unido por un propósito situado más allá de colectividades partidistas, de grupos empresariales, de confesiones religiosas, de orientaciones ideológicas. Un grupo humano y sólo humano, unido en el valor de ser hombres y mujeres como hoy reclama Colombia, sería posible que brillara en la oscura noche, la centella que nos dejara ver la paz humana. Esa paz frágil y apasionante, pero suprema y angustiosamente anhelada, que podamos tejer entre todos los participantes de una sociedad construida desde los límites, los intereses, las propuestas y los sentimientos de todos aquellos que rechazamos entender a Colombia como patria del dolor y de la desesperanza.

Francisco de Roux, sacerdote jesuita

Este estudio arrancó con la pregunta sobre cuál es la contribución del sector privado a la construcción de una sociedad menos desigual y más pacífica en Colombia. Sin adecuadas condiciones en su entorno, las empresas no pueden operar con eficiencia. “No hay empresas sanas en una sociedad enferma.” Las intervenciones sociales de las empresas, unas veces como estrategias de manejo de riesgos y otras veces para adquirir ventajas competitivas, ayudan a transformar el medio en el que operan. Esto

ha sucedido en Colombia en diferentes sectores y en distintas regiones. Los protagonistas de estas historias son empresas, organizaciones sin fines de lucro, entidades gubernamentales y las comunidades.

Los ejemplos son abundantes sólo concentrándonos en lo que hace el sector privado: empresas que extraen recursos naturales en zonas aisladas, empresas que dirigen sus productos o servicios a las poblaciones menos privilegiadas o empresas que contribuyen con las comunidades con las cuales interactúan y lo hacen a través de programas en los que participan muchos otros. Sin embargo, es mucho lo que falta por hacer. Faltan muchas más alianzas intersectoriales; faltan muchos aportes de otras empresas de gran potencial aunque sean pequeñas; y falta documentar y evaluar el impacto de lo que está en curso. De todo esto depende avanzar en nuestras transformaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDI.** "ANDI 50 años, 1944 - 1954". Medellín: Fundación Antioqueña para los Estudios Sociales (FAES), 1994.
- Arango, Luz Gabriela.** "Mujer, religión e industria: Fabricato 1923-1982". Medellín. Universidad de Antioquia - Universidad Externado de Colombia. 1991.
- Barrera, Ana María.** "La responsabilidad social de la gerencia". Bogotá: Monografías de Administración - Serie Empresa, Economía y Sociedad No. 54, Universidad de los Andes, julio de 2002 (tercera impresión).
- Escobar, Natalia, Jiménez, Alejandra y Gutiérrez, Roberto ,** "Responsabilidad social de las empresas en la Costa Caribe", Barranquilla: presentación, 1 de diciembre de 2004.
- El Tiempo.** "Los grandes costos de la pobreza". Domingo 8 de agosto de 2004, p. 1-8.
- Fundación Corona.** "40 años Fundación Corona". Bogotá, 2004.
- González, Andrés.** "Expresiones de responsabilidad social del sector empresarial colombiano: Una mirada general". Bogotá: documento no publicado como un apoyo que Proantioquia dio a la Fundación Ideas para la Paz para iniciar la documentación de experiencias empresariales en el tema de responsabilidad social, 27 de noviembre de 2003.
- Guáqueta, Alexandra.** "El papel del sector privado en la prevención del conflicto y la construcción de paz en Colombia: lecciones y desafíos". Bogotá: Fundación Ideas para la Paz, 2004.
- Gutiérrez, Roberto y Jones, Audra.** "Corporate Social Responsibility in Latin America: An Overview of Its Characteristics and Effects on Local Communities". En Manuel Contreras (comp.), Corporate Social Responsibility in Latin America and Asia. Washington: Inter-American Development Bank, 2004.
- Guzmán, Juan Darío.** "Responsabilidad social en medianas y pequeñas empresas en Colombia". Bogotá: Cuadernos de Administración N° 21, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Pontificia Universidad Javeriana, 1998.
- INDH (Informe Nacional de Desarrollo Humano para Colombia) 2003.** "El conflicto, callejón con salida". Bogotá: Editorial El Malpensante, 2003.
- IFC (International Finance Corporation),** <http://rru.worldbank.org/doingbusiness/>. Acceso el 18 de noviembre de 2004.
- The Wold Conservation Union (IUCN).** 1996. "The Conservation Atlas of Tropical Forests: the Americas. C.S. Harcourt y J.A. Sayer". (Eds.). Simon & Schuster, Nueva-York. 335 pp. http://www.areas-protegidas.org/colombia_deforestacion.php. Acceso el 3 de junio de 2005.
- Latin Trade,** "Ayudando al prójimo". Disponible en: http://www.latintrade.com/dynamic/index.php?pg=site_es/pastissues/May05/features2.html. Acceso el 27 de mayo de 2005.

- Laverde, María Teresa.** "Inventario de las acciones sociales del empresariado del Valle del Cauca". Cali: presentación, 15 de marzo de 2005.
- Mercados PYME 2004.** "ANIF 30 años". 10 de agosto de 2004.
- Portafolio.** "Especial: Cajas de Compensación". Miércoles 30 de junio de 2004, pp. 25-29.
- Porter, Michael E. y Kramer, Mark R.** "The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy". Harvard Business Review, diciembre, 2002.
- Potes, Luis Fernando.** "Los ricos en megadiversidad". Palmira. Universidad del Valle. 1999.
- Revista ANDI.** "Responsabilidad social del empresariado. Reflexiones de la ANDI". N° 175, marzo-abril, 2002.
- Revista Dinero.** "La responsabilidad social". Bogotá, 24 de enero de 2003.
- Rojas, Cristina y Morales, Gustavo.** "Filantropía y cambio social: El caso de las fundaciones empresariales filantrópicas en Colombia". Informe presentado a la Fundación Ford, CCRP, 1999.
- Rojas, María Cristina.** "Corporate Philanthropy: A Reflection Based on the Colombian Experience". Revista Harvard Review of Latin America, Spring 2002, pp. 27-29.
- Rojas, María Cristina.** "Private Contributions to the Public Sphere: Corporate Foundations in Colombia". Capítulo preparado para el libro *Philanthropy and Social Change in the Americas*, Sanborn, Cynthia, Villar, Rodrigo y Portocarrero, Felipe eds. Boston: Harvard University DRCLAS, 2003.
- Sanborn, Cynthia y Portocarrero, Felipe.** "La filantropía en América Latina: los desafíos de las fundaciones donantes en la construcción de capital humano y justicia social". Lima: Departamento de Ciencias Sociales y Políticas, Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (CIUP), octubre de 2003.
- Toro, Olga Lucía y Rey, Germán.** "Empresa privada y responsabilidad social". Bogotá: Utópica Ediciones, 1996.
- Toro, Olga Lucía.** "Rentabilidad empresarial y responsabilidad social: de la teoría a la práctica". Bogotá: Centro Colombiano de Filantropía, 1997.
- Toro, Olga Lucía y Hoyos, Juan Pablo.** "Liderazgo y responsabilidad social: retos y alternativas en la Colombia de hoy". Bogotá: Centro Colombiano de Filantropía, 1998.
- Unidad de Conocimiento.** "Responsabilidad social empresarial: Grupo Empresarial Antioqueño". Medellín: presentación, 16 de julio de 2003.
- Villar, Rodrigo, List, Regina y Salomon, Lester.** "Colombia: un sector no lucrativo diverso". En "La sociedad civil global, las dimensiones del sector no lucrativo". Baltimore: Johns Hopkins University, 1999.
- Villegas, Luis Carlos.** Presentación ante la LX Asamblea General de Afiliados de la ANDI. Medellín, 13 de agosto de 2004.

ANEXOS

ANEXO 1. CONTEXTO DE ABUNDANCIA Y ESCASEZ EN COLOMBIA

ABUNDANCIA

- 44.299.301 indígenas, negros, blancos, mulatos, mestizos y zambos repartidos en el campo y en 22 ciudades con más de 100.000 habitantes, ocho con más de 500.000 habitantes, en un territorio del tamaño de España, Francia y Portugal juntos.
- El Informe Nacional de Desarrollo Humano (2003) destaca “cinco experiencias de acción colectiva local y regional frente a la violencia” que muestran, entre muchas otras, cómo los actuales “programas de desarrollo y paz” impulsados por el gobierno con el apoyo del empresariado nacional y la cooperación internacional pueden generar paz.
- El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar y cerca de 400 organizaciones sin fines de lucro trabajan con la perspectiva de los derechos de la infancia.
- Es el cuarto país en el mundo por inversión en salud como porcentaje del PIB.
- Una parte considerable de los ingresos del Tercer Sector (15%) son aportes directos de individuos, empresas privadas y fundaciones empresariales. Esta cifra es superior al promedio en América Latina (10,4%), Estados Unidos (12,8%), Europa Occidental (7,2%) y Japón (2,6%) (Villar et al. 1999).

SOCIAL

ESCASEZ

- La inequidad en nuestra sociedad es impresionante: 40% de la población no tiene acceso a servicios de salud, 10% de los niños más pobres no va a la escuela primaria, entre 8 y 12 millones de colombianos son indigentes, sólo 20% de los jóvenes logra un cupo universitario (El Tiempo 2004, pp. 1-8).
- Los municipios afectados anualmente por acciones violentas han pasado del año 1985 al 2002 de 61 a 444 en el caso de las FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia), de 34 a 156 en el caso del ELN (Ejército de Liberación Nacional) y de 74 a 104 en el caso de las autodefensas (INDH 2003, p. 53).
- Ocurrieron 23.096 homicidios en 1998 y 28.780 en 2002 (INDH 2003, p. 105).
- Entre 2000 y 2002 hubo 964.904 personas en situación de desplazamiento, correspondientes a 207.837 hogares (INDH 2003, p. 122).
- En los años 2000, 2001 y 2002 hubo 3.076, 3.041 y 2.988 secuestros respectivamente (INDH 2003, p. 286).
- En los años 1999, 2000, 2001 y 2002 perdieron la vida 59, 115, 164 y 114 sindicalistas respectivamente (INDH 2003, p. 128).

ABUNDANCIA

AMBIENTAL

- En términos biológicos, Colombia es uno de los países más ricos del planeta. Su alto endemismo y concentración de especies son igualados en el mundo entero y su riqueza biológica es sobrepasada únicamente por Brasil, un país siete veces más grande. La variedad de ecosistemas en el territorio colombiano intensifica la riqueza biológica colombiana, la cual se calcula en diez por ciento del total de especies del planeta. (Potes, 1999).
- Desde 1993 Colombia creó el Ministerio del Medio Ambiente y lo ha dotado de sistemas e instrumentos para la conservación ambiental.
- Algunas cadenas de grandes superficies en Colombia están apoyando a comunidades de regiones alejadas en la comercialización de sus productos de sustitución de cultivos ilícitos, aportando de esta manera a la reducción de los múltiples impactos ambientales que involucra su siembra y erradicación química.

ESCASEZ

- Los resultados de la FAO hablan de 366.600 hectáreas/año deforestadas entre 1981 y 1990, una tasa comparable a la establecida por el Inderena para los años 1992 a 1996 (correspondiendo a un ritmo anual de 0,7%) (IUCN 1996).
- Colombia es el principal productor de coca: en el 2002 contaba con 102.000 hectáreas frente a 46.700 hectáreas y 24.400 hectáreas de Perú y Bolivia respectivamente (INDH 2003, p. 311).
- A causa de los atentados de grupos guerrilleros, los derrames de petróleo en Colombia suman cerca de 7,6 veces lo derramado en la peor catástrofe mundial con hidrocarburos, cerca de Alaska, en 1989. Sólo en el 2003 hubo 753 atentados contra la infraestructura petrolera.
- Los escritos coloniales hablan de selvas exuberantes en los hoy desiertos de Villa de Leyva, Candelaria, Tatacoa y Alto Patía.

ECONÓMICO

- Colombia es el segundo país en exportación de productos agrícolas desde Latinoamérica a USA, y es el tercero en promoción de exportaciones entre las 59 economías más desarrolladas del mundo.
- Colombia tiene un récord perfecto de pago de deudas.
- Fundaciones y cooperativas, impulsadas por empresas colombianas, han sido reconocidas internacionalmente por sus programas de generación de empresas en comunidades pobres en áreas rurales y urbanas.
- Teniendo en cuenta la reforma tributaria de 1,5 billones de pesos, aún no aprobada en el 2004, Colombia tendría una carga tributaria cercana al 20% de su PIB (porcentaje similar a la carga tributaria en USA).

- La CEPAL afirma que Colombia es, después de Venezuela, el segundo país con mayor tasa de desocupación: 15% de desempleo (El Tiempo 2004, pp. 1-8).
- Según estudios del Banco Mundial y el BID en 1991 el 10% más rico tenía 52 veces más que el 10% más pobre, en el 2000 los más ricos tenían 78 veces más ingresos (El Tiempo 2004, pp. 1-8).
- El DANE calcula la pobreza en 52% de la población (23 millones) y la Contraloría General de la República en 64% (28 millones).* Colombia continúa con el mismo nivel de pobreza de principios de la década de 1990 (52%) (El Tiempo 2004, pp. 1-8).
- De los cuatro millones de potenciales contribuyentes con poder de pago, sólo 800.000 colombianos declaran renta.

* Para el Banco Mundial es indigente o pobre absoluto alguien con ingresos diarios de un dólar o menos, y es pobre la persona que gana entre un dólar y dos dólares diarios.

ANEXO 2. EXPRESIONES DE RSE EN COLOMBIA DURANTE EL SIGLO XX

PERÍODO	EXPRESIONES DE RSE
1900 – 1960	<ul style="list-style-type: none"> • 1911: la Fundación Social es fundada por el Padre José María Campoamor, sacerdote jesuita español. • 1920: empresas como Fabricato se destacan por el control religioso de trabajadoras en seminternados católicos como lo muestra Luz Gabriela Arango (1991) en su libro “Mujer, religión e industria: Fabricato 1923 -1982”. En otras empresas antioqueñas, no sólo textiles, así como en el resto del país con desigual intensidad, el empresariado de la temprana industrialización intentó aplicar métodos paternalistas que se articulaban con la fe religiosa de los trabajadores. Los casos de Coltejer, de las trilladoras de café o de Coltabaco –para mencionar sólo ejemplos donde la mano de obra femenina fue también predominante en las primeras fases de la industrialización– ilustran la existencia de tácticas patronales similares a las de Fabricato, aunque con un grado diferente de éxito. Ahora bien, estas prácticas empresariales y su correlato laboral no fueron exclusivas de empresas con mayoría de mujeres. Industrias “masculinizadas” desde el principio, como Bavaria, tuvieron también rasgos paternalistas–clericales en sus comienzos.* • 1945: la ANDI apoya la construcción del Pabellón Infantil del Hospital San Vicente de Paúl en Medellín. • 1949: en el campo de la salud el proyecto más ambicioso de la ANDI fue la creación del Hospital ANDI, que sería dotado por la Fundación Hospital Pablo Tobón Uribe, fundación que se haría cargo de la administración del hospital al recibirlo en donación desde 1957. • 1950: la ANDI impulsa la creación del Instituto Colombiano de Especialización Técnica en el Exterior (Icetex), que tuvo como uno de sus más fervientes promotores al ex secretario general de la ANDI, Gabriel Betancur Mejía. • 1952: consciente de la responsabilidad social del empresario para con la comunidad, la Asamblea General de la ANDI establece la “Cuota Social ANDI”, de la cual surgirían fondos de carácter social, primero en Barranquilla y luego en Bogotá, Cali y Medellín (1959). Estas fundaciones privadas de utilidad común, con patrimonio independiente, se encargarían de colaborar en distintas iniciativas de interés social.

* Para mayor ilustración ver www.banrep.gov.co/blaavirtual/boleti5/bol27/mujeres.htm#en

PERÍODO EXPRESIONES DE RSE

PERÍODO	EXPRESIONES DE RSE
1960 – 1970	<ul style="list-style-type: none"> • 1957: el gobierno crea el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), propuesta que venía siendo promovida por la ANDI y ACOPI desde principios de la década. Los empresarios con un número mínimo de 20 empleados y con un capital mínimo determinado en la época, empezaron a aportar 1% del valor de sus nóminas mensuales. También crea el gobierno el Sistema de Subsidio Familiar con otro aporte parafiscal que consigna a las Cajas de Compensación 4% del valor de las nóminas empresariales (ANDI 1994). • La legislación tributaria estimula la creación de fundaciones al permitir que las donaciones sean objeto de deducción de impuestos. Surgen fundaciones de origen empresarial que hoy se mantienen y sobresalen por la cantidad y calidad de sus intervenciones: la Fundación Mario Santo Domingo (1960 en Barranquilla), Fundación Codesarrollo (1960 en Medellín), Fundación Carvajal (1961 en Cali), Fundación Santa Helena –hoy Fundación Corona– (1963 en Medellín), Fundación para la Educación Superior, FES (1964 en Cali), Fundación Antonio Puerto (1964 en Boyacá). • A finales de esta década la responsabilidad social empieza a ser estudiada académicamente al crearse una maestría en la Universidad del Valle (a la cual asistieron importantes empresarios colombianos) para formar dirigentes con alta calidad técnica y énfasis en su formación humanista.
1970 – 1980	<ul style="list-style-type: none"> • 1977: Fabricato y Enka realizan su primer balance social. • 1977: Incolda y FES patrocinan la realización del estudio “Hacia un nuevo compromiso del empresariado en Colombia”. Durante los años siguientes estas dos organizaciones promueven diversos seminarios y estudios sobre el tema. • 1979: la ANDI desarrolla un modelo de balance social en 1979 (tomado del modelo francés) con la colaboración de entidades que ya habían desarrollado su modelo propio como Enka, Fabricato, Comfama y Finsocial (Barrera 1999, p. 52).
1980 – 1990	<ul style="list-style-type: none"> • 1985: la ANDI, junto a la OIT, elabora el Manual de balance social para Colombia.
1990 – 2000	<ul style="list-style-type: none"> • 1991: catorce organizaciones gremiales en Colombia se agrupan en el Consejo Gremial Nacional. Estos mismos gremios, a través del denominado “Compromiso de Guaymaral” de junio de 1993, deciden reorganizar y fortalecer la acción del Consejo con la misión de consolidar la función social de los gremios en el país. A partir de la integración gremial, en agosto de 1993, se reúnen para constituir la Fundación Colombia Empresaria. • 1991: cuando el Ministro de Hacienda, Rudolf Hommes, propone aumentar el IVA al 16%, Fenalco canaliza la protesta de los comerciantes y el IVA queda en el 12%. • 1992: constitución del Centro Colombiano de Filantropía (CCF) por parte de la Fundación Social y la Fundación Inter Americana. Su misión es promover la filantropía en el país a través de proyectos de desarrollo social en que se comprometieran recursos del sector empresarial.

PERÍODO **EXPRESIONES DE RSE**

<p>2000 –2004</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1995: Constanza Jaramillo y Juan Alejandro Ángel encuestaron 131 empresas pertenecientes a la ANDI: de éstas, 59% hacían balance social y 87% incluían en éste políticas más allá de lo exclusivamente relacionado con políticas laborales internas (Toro y Rey 1996, pp. 62-63). • A lo largo de la década el sector privado impulsa la creación de corporaciones que son estratégicas para el desarrollo de algunos sectores y temas: Corporación Calidad, Centro de Gestión Hospitalaria, Corporación Innovar, Corporación Mixta para el Desarrollo de la Educación, Consorcio para el Desarrollo Comunitario, Transparencia por Colombia, Corporación Excelencia en la Justicia y la Fundación Ideas para la Paz. • 2001: creación de Compartamos con Colombia por parte de una docena de firmas de consultoría, para contribuir con el fortalecimiento de organizaciones sin fines de lucro. • 2001: participación de una universidad colombiana en la creación del Social Enterprise Knowledge Network. • 2002: participación de seis fundaciones empresariales colombianas en la creación de RedEAmérica. • 2002: creación de la Fundación Empresarios por la Educación por parte de 76 empresas y 24 empresarios que aprovechan la experiencia de las corporaciones mixtas apoyadas en diversos temas. • 2004: adhesión de 54 empresas al capítulo nacional del Global Compact.
-------------------	---

