

Título: "LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA, UN BUEN NEGOCIO."

Aportado por: Por Tito González S. Consultor organizacional. Capacitador.
Teléfono 680 40 62 Cali –Colombia. E-mail: fertigosa@hotmail.com

Asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido y más), será para el mundo entero la peor catástrofe vivida. Son las organizaciones empresariales, los profesionales, el estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para combatir estos flagelos. Por afectados que estemos, es hora de replantear la responsabilidad social de la empresa en todas sus dimensiones, pues de no hacerlo, para ella misma y para toda la sociedad, será tomar palco para ser testigos de nuestro propio entierro. Son los padres de familia, los maestros de colegios y escuelas, las universidades, los gremios empresariales, los gobiernos territoriales, el estado, la misma iglesia y todas aquellas personas y organizaciones que de alguna forma, inciden hoy en el mañana, los llamados a asumir un liderazgo con una posición ética, moral y de responsabilidad que no permita seguir construyendo un nefasto y fatídico futuro.

La responsabilidad social de la empresa, Un buen Negocio.

Por **Tito González S.** Consultor organizacional.

Introducción.

Aunque mucho hay escrito sobre la responsabilidad social de la empresa, puedo atreverme a afirmar que el tema se ha centrado más en asuntos de tipo ambiental: desarrollo sostenible y producción más limpia, que sin lugar a duda es uno de los frentes de gran atención por la importancia que ello reviste para el planeta y la misma humanidad, pero no debe ser el único. Hay otros tratados que con más atrevimiento presentan la responsabilidad social con componentes de formación positiva en su comunidad laboral y de impacto en las comunidades a través de obras sociales, también reconociendo su importancia, pero todos ellos se quedan en la parte romántica del asunto y descuidan otros aspectos que son vitales para la sana convivencia y para el beneficio de nuestras sociedades.

El tema de la responsabilidad social en las empresas, aún no ha sido asimilado con la suficiente seriedad que merece, pues su filosofía y la forma en que se ha venido tratando, tiende a ir en contradicción con los intereses empresariales, los que son sin discusión alguna, producir ganancias, es decir, que la actividad empresarial sea un

ejercicio rentable.

Es por dicha razón, que interesado en el tema, lo presenté con una serie de componentes que harán de el algo interesante para empresarios y unidades productivas, pues la **“RESPONSABILIDAD SOCIAL, ES UN BUEN NEGOCIO”**, dicho de otra forma, las acciones con responsabilidad social no son un gasto, son una inversión que genera Ganancias y Utilidades, en algunos casos de forma inmediata, y en otros a mediano y largo plazo.

Es poco probable que una empresa asuma una política de responsabilidad social si se le convierte en un gasto que va en contra de sus intereses y estados financieros, pues no podemos desconocer que en el lenguaje empresarial todo se mide en costos de inversión y en la recuperación de la misma.

Cuando se adquiera conciencia de que la Responsabilidad social es una inversión que produce retornos en utilidades, los empresarios y directivos asumirán un liderazgo positivo en el tema, y esto es más que probable, es una realidad hacer de la responsabilidad social una acción de ganancias para la misma empresa.

Alcances de la responsabilidad social.

La responsabilidad social de la empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema.

Orientar los esfuerzos de la empresa solamente a producir resultados basados en las teorías de producir y vender más con el mínimo costo sin importar el impacto social, es a lo largo del tiempo, el peor negocio del sector productivo que busca la rentabilidad. La estrategia actual y sus esperados beneficios, con dicha posición, pueden ser mañana el motivo de su fracaso.

La responsabilidad social de la empresa abarca aspectos internos y externos, los que han sido objeto de manejo por expertos en el tema. Los primeros o internos, orientados a los colaboradores y/o el equipo de trabajo, sus asociados y accionistas; y los segundos, los externos, a clientes, proveedores, familia de los trabajadores, vecindad y el entorno social, entre estos el medio ambiente.

Antes de profundizar más sobre el tema, es preciso recordar que los objetivos empresariales en la actualidad, están enfocados a lograr mayor competitividad y productividad.

La productividad se entiende como la capacidad de producir y vender más, a menor costo y con una excelente calidad, lo que permite a la marca que se promociona mantenerse y crecer en los mercados a los que pertenece, sea nacional o extranjero, haciéndose así mucho más competitivos.

Productividad y competitividad, son entonces, la razones que llevan a que las decisiones gerenciales hagan una valoración del costo beneficio, de la inversión realizada con respecto a las utilidades generadas, pero lastimosamente con una visión a corto plazo, sin medir consecuencias de los efectos nocivos de la inversión en el futuro de la marca o la empresa misma.

La misma dinámica del mercado, con sus tendencias neoliberales y la gran necesidad de mantenerse o sobrevivir en un sistema de relaciones complejas y desiguales, en donde la ética y la moral, el concepto de justicia y otros aspectos relevantes a principios y valores han perdido importancia, hacen que el concepto de responsabilidad social sea desatendido, pues en su afán de crecer y mantenerse, se juega con reglas irregulares en busca de arrebatarse el mercado a su competencia y ser más rentables, haciendo que toda practica comercial sea valida, así se afecte o impacte algo o a alguien.

“El fin justifica los medios”, es la máxima Maquiavélica que prevalece hoy en la dirección empresarial, pues de no ser así, se corre el riesgo de perder el mercado.

Esta forma de pensar valida acciones negativas y nefastas bajo pretextos irresponsables, tales como, “si no lo hago no puedo generar empleo”, “es la única forma de ser rentable y eso aporta beneficios tributarios que sirven a todos”, “el objetivo es sobrevivir a como de lugar”, “ En el ejercicio empresarial actual y de acuerdo a la dinámica del mercado, toda acción es validada, “En el mercadeo todo se vale”, “dicen los expertos”.

Esta forma de pensar y actuar no mide consecuencias del futuro y del impacto que se puede generar en el entorno social, humano y ambiental, anulando todo escrúpulo por encima de los principios éticos, morales, e inclusive, por encima de los principios cívicos, sociales y hasta los espirituales.

Enfocarse a la generación de “Beneficios” (de venta, rentabilidad y otros) a corto plazo, lleva a actuar al empresario de forma fría sin limite en la toma de sus decisiones, carente de toda visión ética y responsable, e inclusive, sin medir las consecuencias negativas para su propia empresa, simplemente por su forma de proceder y esquema para decidir.

Problemas actuales por acciones no responsables socialmente.

Es importante aclarar que los problemas por la inadecuada responsabilidad social no son una causa generada por una sola fuente, es decir, por la empresa, todos los estamentos de un estado son igualmente responsables de sus males: las políticas blandas, imprecisas e irresponsables de los gobiernos; gobernantes permisibles y transigentes; los sistemas de corrupción; la poca preocupación e importancia concedida en el tema por parte de entidades educativas; la ignorancia misma o falta de conocimiento sobre el tema por parte de empresarios y actores del sector productivo y comercial; el bajo escrúpulo de muchos empresarios y personas que conociendo el tema y sus consecuencias, actúan de forma irresponsable.

En palabras sencillas, todos los estamentos que hacen parte del estado, gobierno y sus políticas, colegios y universidades, empresas, empleados, padres de familia, medios informativos y demás que inciden en patrones de comportamiento y de cultura, son igualmente responsables en los daños ocasionados, bien sea por acciones directas o por omisiones.

Con el propósito de hacer un balance de algunos de los problemas causados por un proceder no responsable socialmente, me parece importante definir lo que yo comprendo dentro del término "Medio ambiente".

Cuando se habla de Medio ambiente, se tiende a pensar solo en aspectos relacionados con los recursos naturales y la calidad de los mismos: Tierra, agua y aire, por lo tanto se queda resumido tan solo a prácticas de tipo ecológicas en temas relacionados con "Desarrollo sostenible", "Producción más limpia" y similares, es decir, manejo de basuras y residuos, estableciendo acciones tendientes a reducir el impacto y por ende fomentar el ahorro, reciclar desechos y re-usar en nuevas prácticas productivas lo reciclable.

Este es un excelente paso en cuanto a calidad de ambiente en los temas energéticos, clima, calidad de aire, calidad de suelos, calidad de agua y relacionados, todos prestando un excelente beneficio al ser y demás especies del planeta. Pero no debemos desconocer que en el concepto del "Medio ambiente" también se encuentra el ser como tal, el hombre, que no solamente necesita de un buen aire para respirar, un buen agua para beber y un terreno fértil y variedad de especies de flora y fauna para su alimentación, necesitamos más, algo adicional que hace parte de la calidad de ese medio ambiente.

Por ser un animal racional, conciente de su existencia y pensante, necesitamos de la paz, la tranquilidad, la seguridad, el bienestar mental así como el físico, la armonía entre los seres, la satisfacción por el vivir, la armonía con el resto del medio ambiente, y con esto una serie de elementos que proporcionan motivaciones de vida y sentido de trascendencia.

El animal humano, es decir, el ser que se convirtió en social, requiere de más elementos de calidad y armonía con su medio ambiente que el resto de los animales, pues ellos, los no pensantes o no racionales, carecen de emociones y de conciencia, por lo que su relación con el medio ambiente es meramente física – química, mientras que en el hombre es además de ello, emocional, de ahí el concepto del equilibrio.

Los problemas que tenemos actualmente no son solamente los que ya han sido estudiados y que se precisan con la calidad y el estado de los recursos naturales, y entre ellos por recordar:

- ü El creciente calentamiento global en los últimos 160 años y sus efectos en el planeta: El deshielo y derretimiento de los casquetes polares que para el 2.100 aproximadamente, dicen los expertos, serán la causa de que los mares suban hasta metro y medio, desapareciendo naciones enteras y cambiando el mapa mundial.
- ü El aumento de sustancias productoras de la lluvia ácida y por ende el deterioro de bosques y extinción de especies animales y vegetales vitales para la armonía del ecosistema.
- ü El aumento de la contaminación de aguas y el envenenamiento de especies vegetales y animales, la contaminación para el riego de cultivos productores de alimentos, la proliferación de enfermedades por esta vía y sus demás consecuencias, que generan problemas de salud pública en un alto estado de alerta mundial.
- ü La sequedad de la tierra y la infertilidad de la misma, la deforestación y la reducción de vegetación como única fuente de producción de oxígeno y recuperación del aire.
- ü La Extinción de especies animales y vegetales, con sus consecuencias negativas por el desequilibrio en la cadena alimenticia.
- ü El incremento del efecto invernadero y la alteración de los habitats.
- ü La Reducción de la capa de ozono y los peligros por la exposición directa a los rayos del Sol, tanto para el ser humano como para todas las especies vivas.
- ü Y otros tantos asuntos que en estos momentos son objeto de reglamentaciones y de concientización, como el incremento de basuras y la disposición final de las mismas, la producción de alimentos cargados con contaminantes cancerígenos y posiblemente hasta agentes que estimulan mutaciones en los seres vivos.

Vemos pues que el tema ambiental es altamente alarmante, y que lastimosamente ha sido generado por el bajo interés en el asunto, y por la actuación no responsable del sistema productivo mundial, pero éste no es el único problema que amenaza a la humanidad y a la empresa, hay otros que día a día crecen y que se convierten en la fatalidad para el futuro.

“Hacer empresa hoy en día es muy difícil y arriesgado” dicen algunos empresarios, “La situación se torna más violenta”, “No hay en quien confiar”, y así como esas expresiones son muchas las que reflejan la desconfianza ante la situación social actual, y no es aplicable solo a una región, se convierte casi en sentimiento mundial.

Reina una situación de desconcierto y desorden que hace que la práctica empresarial sea cada vez más compleja por no llamarle difícil, afectando el ejercicio financiero, no solamente por el reforzamiento de sistemas de seguridad personal, industrial o de los bienes, sino también por el crecimiento de ausentismos, por los daños causados en propiedad ajena, por las devoluciones, por los reprocesos, la pérdida de clientes, la inmoralidad de algunos funcionarios del mismo estado y más aspectos que hacen parte de lo que llaman “lo normal en un ejercicio empresarial”, y que pueden ser medibles en los balances financieros de cada empresa.

El panorama actual para la empresa no es nada alentador, de nada favorece sus actividades, atenta contra la estabilidad financiera, afecta el bienestar interno y externo y por ende la productividad repercutiendo en la competitividad.

Entre algunos de los hechos negativos, se destacan:

- ü La creciente violencia y los conflictos sociales que amenazan la tranquilidad ciudadana, al sujeto y sus bienes y los de las empresas, implicando más inversión en seguridad, temor en invertir, y en caso de atentados o daños, la pérdida y la consecuente reposición de los bienes.
- ü La falta de identidad, el poco sentido de pertenencia por la misma región, país y empresa, y el compromiso ausente frente a planes de mejoramiento.
- ü El estrés y los estados depresivos que generan ausentismos, deserciones, conflictos, tensiones y una serie de malestares que atentan con el ambiente organizacional.
- ü Problemas emocionales, neurosis, paranoias sociales y otros estados que contribuyen a la accidentalidad, que desmotivan e influyen en la poca concentración y en bajos resultados.

Los anteriores, entre muchos de los que podemos enumerar, pero igualmente hay otros males que estropean lo personal y desestabilizan a los grupos familiares, con efectos en los grados de atención, la disposición, el aporte y los resultados en la empresa y en general a la sociedad. Estos son algunos:

- ü Las crecientes tendencias a la dependencia por la drogadicción, el alcoholismo y otras sustancias psicoactivas que generan problemas internos y descomponen la sociedad.*
- ü El aumento de la industria del secuestro, las violaciones, el atraco y otros actos violentos que generan temores, zozobras y crean un clima de tensión y miedo.*
- ü El aumento de robos, hurtos, desfalcos y otras practicas deshonestas que reducen la motivación hacia la inversión, implican más costos en protección y que por el mismo estado de prevención, aminora competencias y estados de animo, pues se crecen la*

desconfianza, los estados de recelo y las dudas.

Junto a otros asuntos, lo anterior hace parte del panorama en que se desenvuelven las personas y en el que esta inmerso la empresa. Un escenario muy criticado pero que pareciera inmodificable por la fuerza, que con el tiempo ha adquirido, convirtiéndose en lo normal de la vida cotidiana.

Sobra aclarar que la productividad de las personas se ve seriamente afectada cuando se encuentra estropeada emocionalmente, y por ende los resultados de la empresa, así que, si el ambiente en que se encuentra la sociedad, y por ende la empresa, es sano y favorable, la productividad y la competitividad serán mayor, pero de no ser así, se manifestará en sus resultados de producción, de mercadeo y por ende financieros.

Entre esos factores que afectan los sentimientos y la tranquilidad del grupo laboral, y que

aunque aparentemente no son de responsabilidad directa de la empresa, repercute en los sus resultados, están:

- ü Las bajas relaciones inadecuadas de pareja y el crecimiento de conflictos familiares.*
- ü Incremento en los índices de padecimientos de anorexia y bulimia en adolescentes.*
- ü Prostitución progresiva, inclusive infantil.*
- ü Altas tendencias de homosexualidad.*
 - ü Crecimiento de pandillas juveniles.*
 - ü Practicas satánicas.*
 - ü Alta infidelidad.*
- ü El crecimiento de los índices de suicidio.*
 - ü Otras.*

Esto produce decaimiento emocional y se convierte en razón para el ausentismo, la deserción laboral, la accidentalidad en el ejercicio de las funciones de trabajo, la apatía, el crecimiento de conflictos, la baja motivación por lo que se hace y demás manifestaciones que merman la capacidad de concentración y la disposición hacia la productividad, además

llegan a afectar en aspectos como la perdida total de interés por lo que se hace y por la misma vida, se acaba la ilusión.

A esto le podemos sumar otra cantidad de actitudes, comportamientos, hábitos, costumbres y formas de pensar, que se oponen al buen desempeño del grupo de trabajadores y por ende a la productividad de una compañía, entre ellas:

- ü El negativismo o pesimismo. Reduce la motivación por los propósitos organizacionales.*
- ü La apatía al estudio, al mejoramiento continuo y la tendencia al facilismo.*
- ü La baja disposición al ahorro y por ende los consecuentes problemas que genera el mal manejo de los ingresos, con sus posibles consecuencias negativas para obtener lo que desea. Un problema financiero es potencialmente el cultivo de actos indelicados.*
- ü La baja disposición por aceptar una critica constructiva, lo que conlleva a la generación de posiciones negativas para con la persona*

que la hace.

ü Bajo sentido de identidad y de pertenencia, desencadenando conductas poco participativas, se hacen las cosas tan solo por cumplir sin dar un algo más a favor de los propósitos de la empresa.

ü El conformismo, la marrullería, que reduce la capacidad de aporte, así, como la de auto crecimiento o mejoramiento personal.

ü El facilismo con un bajo sentido de auto mejoramiento y de auto aprendizaje, por ende poca capacidad de aporte para la empresa.

ü Altas tendencias a tomar frívolamente las cosas, con mucha inclinación a lo festivo, concediéndole mayor prioridad a ello que al trabajo mismo.

Definitivamente enumerar la cantidad de aspectos que hacen parte hoy de un gran grueso de nuestra población laboral es una tarea casi interminable, y todo lo anterior repercute en la perdida de la esperanza en las personas, la baja ilusión, la poca disposición por hacer bien las cosas, merma su capacidad productiva y

afecta como lo he indicado la productividad, la que se refleja en los estados financieros de las empresas.

Acciones de solución y responsabilidad social.

Aunque este trabajo presenta crudamente las realidades negativas, no quiere indicar que todo es nocivo, pero para el propósito del tema de la responsabilidad social, es prudente hacer mención de dichas situaciones, las que a primera vista, parecen ser más de la competencia de gobierno, la policía, los padres de familia, de la misma iglesia y no de la empresa, aparentemente.

Lo que queda totalmente claro es que sea quien sea el responsable, estos asuntos afectan al individuo como tal, a los grupos familiares, a la sociedad en general, así como a la empresa y se refleja en los resultados de su ejercicio financiero.

Así que se convierten en prioridades de atención por parte de todos los afectados, y de los que como se decía anteriormente, por acción u omisión, son responsables, y entre ellos, la empresa representada en sus directores.

La responsabilidad de la empresa en los problemas actuales.

Las empresas son partícipes de la responsabilidad en algunos de los efectos mencionados, o en todos, ya sea por sus políticas o por la carencia de las mismas, por sus sistemas de dirección y por una serie de costumbres y vicios empresariales que le alejan de una actuación responsable que mida la consecuencia de sus actos. La responsabilidad o la no responsabilidad, es parte de la cultura de una empresa.

Esta vez no haré mayor precisión en los temas relacionados con la contaminación de los recursos, pues sobre esta materia sobran las fuentes bibliográficas que ayudan a ilustrar más el alcance de la problemática.

Me interesa sobre manera el efecto de la responsabilidad en lo social y en lo cultural.

La falta de ética y moral, es sin lugar a duda, el principal elemento del problema, y como ya lo afirmaba, la búsqueda de las utilidades y el afán de generar resultados a

toda costa sin medir consecuencias, no permite que la empresa (los empresarios y directivos), presten la atención que merece el tema de la responsabilidad social.

La inmoralidad ciudadana, la falta de civismo, el bajo escrúpulo de las personas, la falta de lealtad, la marrullería, la trampa, la poca seriedad, el bajo sentido de pertenencia, la mediocridad misma, las inadecuadas relaciones humanas, así como esos aspectos, son muchos de los asuntos de comportamiento que afectan el desarrollo empresarial y por ende su eficiencia, y podré demostrar que la empresa tiene una alta responsabilidad en ellos.

El deseo de todo empresario es contar con un perfil ideal de colaboradores, los que salen de su comunidad, y éste perfil requiere de:

- ü Personas comprometidas que den lo mejor de sí mismo y que ayuden al crecimiento de la empresa.
- ü Personas que sepan trabajar en equipo y que se enfoquen a los objetivos de la organización, venciendo el egoísmo y evitando el conflicto en pro de la creación de un clima laboral sano.
- ü Personas inteligentes, creativas, proactivas y con agilidad mental que puedan dar soluciones, que decidan y aporten beneficios a los procesos, al sistema en general y por ende al resultado.
- ü Personas honradas, honestas y rectas en los que se pueda confiar.
- ü Personas serviciales orientadas hacia el cliente y hacia la calidad total.
- ü Personas tolerantes, prudentes y pacientes que hagan gala de sus cualidades humanas a favor de la relación interna y externa.
- ü Personas participativas y alegres que pongan amor a lo que hacen.
- ü Personas concentradas y prudentes que eviten la accidentalidad, deterioros, pérdidas, discordias, reprocesos y la pérdida de clientes.
- ü Personas capaces de controlar sus emociones negativas.
- ü Personas con escrúpulo, nada violentas, sin vicios y manías que atenten contra la integridad de sus compañeros, en su vida familiar y social.
- ü Personas disciplinadas y responsables que administren el tiempo, que generen buena imagen y que planifiquen en pro de la eficiencia.
- ü Personas que proyecten una grata impresión, por su apariencia, por sus modales, por el comportamiento y sus hábitos.

En pocas palabras lo que se requiere es gente de calidad, íntegros y eficientes, lo que en la actual situación social parece ser una tarea titánica o una utopía. ¿Será que existen personas con ese perfil? Es la pregunta que sale de dicha descripción.

Lo ideal es probable, y puede que no existan, pero para mí, aunque fuera así, afirmo yo que se pueden hacer. Es decir, parto de la creencia que la persona no nace contaminada, es la sociedad la que lo convierte así, pues su entorno familiar y social es el que crea fijaciones, comportamientos, estimula hábitos, impregna de creencias, desarrolla actitudes y todo lo que de adulto en ellos se reflejará.

La formación del individuo se empieza desde el hogar, en su núcleo familiar, y la educación básica y superior la complementa y válida, pero es en la vida laboral donde el individuo refuerza conductas o creencias, e inclusive donde las replantea.

¿De qué sirve una educación basada en valores y buenos principios éticos, si la persona para mantener su puesto debe hacer cosas que van en contra de sus creencias? Nada se logró con enseñarle a la persona a ser recto, si su jefe le indica que tiene que "Torcer", "Comprar", "Untar" o dicho de otra forma, dar una comisión ilegal a alguien para poder vender o para hacer negocios. Existen muchas empresas que fomentan "los torcidos", es decir, los negocios sin escrúpulo.

De nada sirve enseñarle a no mentir a la persona, si el jefe es el primero que les dice a sus colaboradores que le nieguen, que se inventen una disculpa ante un cliente cuando hace un reclamo.

He sido testigo de personas con una alta capacidad creativa y de innovación, y que por sus mismas capacidades estudian una carrera afín a la creatividad, diseño gráfico o algo similar, y una vez que son contratados, el jefe escudado en la frase "El que manda – manda", le impide a ésta persona hacer aportes, pues su papel es ejecutar las ideas que le presenta el que paga, el que tiene poder, así el empleado tenga mejores que las suyas, "O hace lo que le ordeno o se va", y éste, por cuidar su puesto, termina siendo un interpretador de ideas tontas y nada interesantes, perdiendo así, la capacidad creativa.

Muchas veces los ambientes organizacionales o el sistema de dirección anula las capacidades humanas positivamente desarrolladas.

He visto vendedores altamente cumplidos y eficientes al inicio de su carrera, y tan solo requieren algo más de refuerzo de esta conducta para que se conviertan en vendedores profesionales, pero su jefe con el tiempo les enseña lo contrario, les llega tarde, los deja en una reunión nada productiva el tiempo que a él se le antoja, les queda mal con los compromisos de entrega y en definitiva, les daña lo bueno que ellos tenían, inclusive les enseña a mentir y ha hacer marrullería.

Igualmente he sido testigo de personas recién casadas que con vehemencia desean construir un lindo hogar, por lo tanto trabajan con ahínco, pero a su vez cuidan su relación de pareja, y en el transcurso del tiempo las cosas cambian, pues la empresa no respeta su tiempo personal, se los quita, además de que les fomenta espacios propicios para lo negativo, el licor e inclusive la infidelidad.

Es decir, existen empresas donde no se le concede valor a las competencias personales, a la calidad integral de vida (Personal, familiar y social, no solamente lo laboral), a lo emocional y cultural en general, posibilita la generación de ingresos, más no agrega nada positivo a la calidad de vida.

Fui testigo en una empresa, supertienda, que en el día de las elecciones les obligaron a trabajar, sin concederles a los empleados que deseaban sufragar, el permiso para hacerlo, se les negó un derecho fundamental, y cuando les dije que eso era ilegal y ellos podían hacer valer sus derechos, los mismos me indicaron que era mejor no hacerlo, pues iniciaría una persecución laboral, y debían cuidar sus puestos. La misma empresa fomenta la apatía por los deberes ciudadanos, y atropella los derechos de los mismos. Si lo hace en lo fundamental, ¿Qué no puede hacer en lo aparentemente menos importante?

¿En que beneficia a las personas el conseguir el ingreso necesario para su manutención familiar si el ambiente laboral le afecta emocionalmente? ¿En qué beneficia el puesto laboral si se le quita su puesto familiar? ¿No se había pensado en eso?

Muchas veces las condiciones laborales se desarrollan en estados altos de tensión, lo que genera estrés y hasta estados depresivos, afectando el bienestar y la salud de la persona. No se hace el bien, el escenario no es constructivo, pasa a ser destructivo.

También es corriente ver en algunas empresas abuso de autoridad, humillación respaldada por el poder, afectando la autoestima, generando resentimientos y dolor.

Deja mucho que decir sobre los problemas que vivimos actualmente, lo que denomino la antitesis de lo que somos, pues aunque nuestro país es un estado democrático y eso es lo que deseamos enseñar y mantener, por regla general en el interior de las empresas se vive lo contrario: **VIVIMOS EN UNA DEMOCRACIA, PERO EN LA EMPRESA SE VIVE UNA AUTOCRACIA.** Los jefes son los únicos que tienen derechos, los demás solo deberes.

Todas las personas no responden de igual manera a un estímulo, por lo tanto hay que cuidar la emisión de los mismos, el ambiente, la forma de comunicar, la forma de

mandar y demás que hacen parte de la higiene laboral si se espera crear condiciones favorables para el bienestar de las personas y para el mejoramiento del clima en pro de la productividad.

Pero no solamente aquí vemos actos donde hay responsabilidad de la empresa en las personas, también se encuentran en sus políticas y tradiciones. Fomentar, transigir y "Alcahuetear" los espacios perniciosos en una acción negativa.

Las famosas fiestas de integración, por ejemplo, las que nunca integran por que siempre van los mismos con las mismas, y se prestan para la creación de corrillos cerrados y burleteros, animados por el licor y una serie de estímulos que terminan con personas embriagadas, es una forma de destruir a las personas, ya que son espacios propensos para la accidentalidad, para los pleitos, para que ya motivados por los efectos del licor se prosiga la fiesta y se gasten el dinero que se requería para pagar la escuela de los hijos, o para los servicios o alguna necesidad básica. Inclusive estos eventos fomentan hasta la infidelidad y crean problemas para con las parejas de los colaboradores, y en algunos casos son causa de accidentalidad y muerte.

En cierta empresa, en la fiesta anual, siempre había un muerto, sucediendo este acontecimiento por un accidente debido al licor ingerido durante la fiesta. Los directivos tan solo decían "que mala suerte la de nosotros".

Una inadecuada forma de dirigir a los empleados, políticas de bienestar que desfavorecen las conductas y atropellan las relaciones de pareja o de familia, el atosigamiento por ordenes confusas y la saturación de trabajo sin prestar importancia a la salud y al bienestar del individuo, así como muchos otros factores comunes en algunas empresas, generan problemas en el individuo y afectan a sus familias, por lo que se pueden calificar como acciones no responsables de la empresa.

Pretextos peligrosos. Solo para reflexionar.

En cuanto a este tema de la responsabilidad social, nos encontramos con una serie de pretextos peligrosos que hacen parte de la cultura actual y que finalmente se acomodan a intereses financieros de algunas compañías o empresas, haciéndoles sentir que están actuando bajo normas, bajo derecho o moralmente. Entre estos pretextos de nuestra cultura empresarial y social podemos anotar algunos de ellos:

ü **El derecho al trabajo.** Día a día crece en las ciudades el trabajo informal, con un alto desorden social, escudados en el pretexto del derecho al trabajo, pero no nos hemos puesto a pensar en otros derechos, el derecho al trabajo con dignidad, el

derecho al respeto de la movilización libre y sin obstáculos de peatones y conductores, así como tampoco pensamos en los deberes, como el deber de respeto del espacio público. Sobre este tema vemos inclusive a muchas empresas que han hecho de la venta informal, en semáforos, andenes, autobuses y otros lugares no propicios para la actividad, su principal canal de ventas, sin responsabilidad laboral y social alguna por quienes hacen la venta, evadiendo impuestos ya que de esta forma es difícil controlar ventas reales, como quien dice, explotando a las personas y evadiendo responsabilidades tributarias, pero todo bajo el pretexto de que están generando trabajo, y estimulan a dichos vendedores, para que peleen por el derecho al trabajo.

ü **Espacio para adultos.** Vemos a diario, me refiero a la televisión, que programadoras y anunciantes se lavan las manos poniendo solamente mensajes, antes del programa "Este es un programa para adultos, sugerimos que los menores estén acompañados por padres o personas mayores de edad", y lo más irónico, es que en algunos casos dichos programas están en la franja que se denomina familiar, o en horas de la noche, en una cultura ciudadana donde ya el chico desde los 5 años, se acuesta tarde, debido a que sus padres por el mismo trabajo llegan tarde. Pero finalmente la programadora se curó en salud, advirtió, y así ya no es problema suyo o del patrocinador que el niño deba permanecer solo, o que la madre o el padre estén ocupados. (solo para reflexionar un poco)

ü **Libertad de prensa.** En honor a la libertad de prensa, al derecho de estar informados, programadoras noticiosas, programas de comentario y otros, hacen apología al delito, entrevistan al delincuente y le dan el despliegue necesario, dan la primicia de un ataque, presentan imágenes de alto dolor, el reflejo de la violencia, la tristeza aguda, el drama desgarrador, creando así más paranoia social, más depresión e incitando al suicidio mismo en jóvenes y adultos, y en los niños, enseñándoles que el delito es algo normal.

ü **Ultimo minuto.** Hace algunos años la prensa hablada establecía franjas para el resumen de las noticias del día, hoy, ya no es suficiente la entrada apoteósica acompañada de una fanfarria en la cual se dice ULTIMA HORA, paso a ser ULTIMO MINUTO, para presentar el suceso de dolor, se interrumpe el programa infantil o el que sea, para cumplir con un derecho de información, sin importar el impacto que eso cause.

ü **No es trampa, es la única forma de hacer negocios.** "Si no lo hacemos nosotros lo hace la competencia", "No es un soborno, es una costumbre", "Para sobrevivir y negociar hay que presupuestarlo", refiriéndome al soborno y la comisión para hacer asignar un negocio.

ü **Yo cumplo con pagarles lo que les corresponde por ley, ya es problema de ellos que hacen con su plata.** La posición más irresponsable frente al pago de los salarios, y más de las prestaciones y las liquidaciones. Parece que al que piensa

así no le interesa si la persona se lo malgasta porque no sabe manejar el dinero, y así se afecte una población infantil, se destruya un hogar y se creen las condiciones propicias para el cultivo de las bandas de delincuentes.

ü **Cada persona vive como le da la gana, no debo entrometerme.** Solo somos sensibles si a nosotros nos toca una situación dolorosa, mientras tanto no me importa. Intervenir y prevenir no es prioridad de nadie.

ü **Es mejor quedarse callado, pues el problema no es mío.** Les gana la indiferencia y se vuelven cómplices, se acostumbran a presenciar lo inadecuado y se guarda el silencio de algo que mañana se devuelve contra quien fue testigo mudo del suceso, pero mientras tanto es mejor quedar callado para cuidar la espalda y sus intereses.

Todos estas posiciones y pretextos que son parte de una cultura actual, son muestra del alcance de la irresponsabilidad social, por lo que se invita a que consideremos las consecuencias y por ende asumamos una actitud de cambio, pues de seguir así, ¿Hasta dónde podremos llegar? ¿Por qué quejarnos mañana si hoy patrocinamos una cultura degradante, inescrupulosa y fomentamos el desorden? Recordemos, se cosecha lo que se siembra, y hoy, estamos teniendo la peor... pero la más abundante de las cosechas.

Como los anteriores pretextos hay otra gran cantidad, que tan solo benefician los intereses de quienes los promueven o los pronuncian.

¿Cómo influye la empresa en la Cultura?

Uno de los grandes males que afecta el orden social y las mismas economías de los países, con mayor énfasis en Latinoamérica, es la corrupción, pero este es un mal que no se detiene acabando con los corruptos. Los corruptos son la consecuencia de los corruptores, y muchos empresarios acostumbra esta practica y la fomentan en la empresa como anteriormente lo describía. ¿Por qué juzgar un estado corrupto si la misma empresa es su principal corruptor?

Otro de los grandes problemas sociales es la violencia, y para la empresa es un asunto de gran preocupación. ¿Por qué quejarse de algo que se ha fomentado? Aunque es una pregunta afirmativa muy comprometedora, es una realidad de la que la gran mayoría de las empresas tienen responsabilidad.

Con el afán de lograr el mejor posicionamiento de la marca, las empresas con capacidad de hacer publicidad, buscan los programas que tengan mayor sintonía, o raiting como técnicamente se le llama, y hoy en día estos son los programas televisivos que tengan un contenido violento, tanto en lo psicológico como en lo físico. Muchos de estos programas de alta sintonía están basados en situaciones de engaño, de secuestro, de mentira, de violaciones, de matanzas y otras expresiones violentas, haciendo apología al delito. Bien sabemos que la televisión, sobre todo, es el medio de comunicación de masas que penetra en la mayoría de los hogares. No existe distinción, llega a ricos y pobres es considerado un fuerte medio porque integra imágenes y sonidos. Sin embargo, por poseer esas características y por tener la facilidad de llegar a la mayoría de la población se ha transformado en un arma de doble filo dada la calidad de programación que transmite sin considerar que, en la mayoría de los casos, sus espectadores son niños y jóvenes que no tienen un adulto que los oriente con relación a los temas que allí se desarrollan. Sabemos que los niños y los adolescentes son altamente influenciables, y que en esa edad aún no tienen definida su personalidad, por lo que se convierten en los principales imitadores, pero no necesariamente de lo bueno, sino de lo que más ven y de lo que se le hace más despliegue, y en la actualidad, es el gran guerrero, el más violento.

De esto son conscientes los directores en la industria y el comercio, pero amparados en la postura de que eso no es su responsabilidad sino la de los padres, por mucho tiempo han patrocinado la cultura que mañana les repercutirán negativamente. Patrocinar programas con contenido violento, forma personas violentas, y eso se lleva haciendo por más de 30 años, lo que nos indica, de donde, los que calificamos de delincuentes, aprendieron lo que hacen y que tanto reprobamos.

La empresa es pues responsable en la cultura, pues ella la patrocina y en otras palabras

la conduce, y finalmente ayuda a crear individuos con comportamientos inadecuados que en el mañana a ella misma le afectan.

Actos responsables de la empresa.

Una empresa responsable socialmente establece como principal estandarte en su cultura organizacional: la ética, la moral, los principios cívicos y ciudadanos y todo lo referente a sus valores.

Sigue siendo la planeación estratégica una herramienta de gran importancia en la empresa, pero a esta, deben complementarse otros aspectos, su visión requiere de algo más integral, y entre ello, considerar los beneficios reales en los individuos, en las comunidades y en lo social.

Con frecuencia encuentro visiones de empresa que rezan algo así: “esperamos para el año 2006 ser la principal empresa del sector, abarcando el mercado nacional y extranjero”. Sería importante y no le sobraría, ser la mejor no solo por el alcance en sus acciones de mercadeo, por su estabilidad financiera, por la participación porcentual del mercado, sino porque no atropelló o generó impacto negativo alguno en el medio ambiente, en las persona o en la sociedad.

Una empresa es realmente la mejor cuando además de lograr los objetivos empresariales, aportó beneficios al individuo, a sus colaboradores, a los grupos familiares de los mismos, cuando benefició su entorno y cuando al hacer una retrospectiva vea que ha cumplido cabalmente con los principios cívicos y ciudadanos, con las reglas éticas y morales, con la normatividad legal a la que pertenece, en fin, cuando a conciencia puedan estar seguros de que actuaron siempre en la vía correcta y no causaron daño alguno.

Esto inicia, con asumir una posición congruente frente al tema por parte del empresario y sus directivos; cuando prevalecen aspectos tales como:

- ü Se establece un código de valores y unos principios éticos ante toda su comunidad organizacional (Empleados, proveedores y clientes)
- ü Se capacita a sus directivos en nuevos estilos de gestión apartando la pedantería, el atropello y la arrogancia, evitando así que bajo la figura de poder y mando se cause algún daño, sin que esto signifique ser permisible, tolerante o que no se cumplan las reglas establecidas. No hay que confundir el respeto con la tolerancia.
- ü Establece una cultura basada en la disciplina, la responsabilidad y el

cumplimiento, sin necesidad de estrujar y herir a nadie, pero con línea de orden para beneficio del todo.

- ü Motiva y estimula las buenas conductas, lo moral, lo ético y el civismo.

- ü Capacita a sus empleados, no solo en asuntos técnicos o relacionados con la actividad de desempeño, también lo hace en aspectos que les agreguen mejoramiento personal, familiar y social.

- ü Se preocupa por el bienestar personal y familiar, involucrando en sus procesos de mejoramiento a la familia.

- ü Cada decisión interna y externa es estudiada también bajo consideraciones éticas, ambientales y demás aspectos que han sido objeto de este documento.

- ü Vela por que las condiciones laborales, tanto de ambiente, legales y de relación, sean favorables.

En una empresa responsable se piensa en la salud de las personas y el cuidado del medio ambiente, se piensa en el bienestar de la comunidad a la que se pertenece agregando valor.

Ventajas y beneficios de la responsabilidad social para la empresa.

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

Está demostrado que las inversiones en asuntos de responsabilidad social, en algunos casos, a corto plazo y en otros a mediano plazo recupera la inversión, y totalmente seguro que a largo plazo no solamente será recuperada, sino que a su vez, la empresa genera condiciones favorables para minimizar los impactos negativos que le producen pérdidas.

Actuar con responsabilidad social, es, sin lugar a duda, el mejor negocio para la empresa, sus beneficios se reflejarán de forma casi inmediata favoreciendo la productividad y la eficiencia a través de acciones dirigidas hacia:

[El interior de la empresa.](#)

1. Acciones responsables hacia empleados y ambiente laboral.

- ü Permitir que los colaboradores mantengan un adecuado equilibrio entre tiempo de trabajo y tiempo de vida, de descanso y ante todo el de familia.

- ü Propiciar espacios de formación y aprendizaje permanente, en el crecimiento personal, en el mejoramiento de actitudes, entre ellas autoestima, relaciones

humanas, motivación y otros temas que permitan un desarrollo sano mental y emocional.

- ü Fomentar el trabajo en equipo y empoderar a las personas para que puedan tomar decisiones y estimulen su creatividad.
- ü Evitar espacios de ocio no positivo (Fiestas, bingos y similares) y en su efecto estimular actividades de encuentro familiar, de expresión artística, culturales, ambientales y otras maneras de motivar hacia acciones positivas a los empleados, a la vez que la pasan de forma agradable.
- ü Mantener de forma permanente campañas orientadas hacia el mejoramiento personal, hacia la formación de principios éticos, cívicos, morales y otros aspectos que generen ganancia en lo social y humano, entre ellos rendir honor a nuestros símbolos patrios.
- ü Estimular y propiciar una política interna de fomento al estudio, a la investigación y a la participación democrática, tanto en lo empresarial como en lo ciudadano.
- ü Dar un trato adecuado, respetuoso y amable a las personas.
- ü Respetar creencias religiosas y diferencias culturales.
- ü Bajo ninguna razón abusar de la autoridad y el poder del directivo, del profesional o de los jefes.
- ü Ser justos y aplicar los criterios de igualdad y equidad, según el código moral y los principios éticos.
- ü Aplicar de forma justa y sin vicio alguno los derechos legales del trabajador, acogidos a la legislación, sin aprovecharse de la necesidad del trabajo o de la misma ignorancia de sus trabajadores.
- ü No hacer acomodos legales y crear figuras de ley, que aunque legales, no son las adecuadas en las relaciones laborales.
- ü Velar porque las condiciones de ambiente en el lugar de trabajo sean saludables y agradables, cuidando la distribución de los espacios, la iluminación, temperatura, la ergonomía, limpieza, y entre ellos desde el cuidado de baños, cocinas, pasillos, bodegas y demás.
- ü Dotar de los implementos y las herramientas necesarias y básicas para desempeñar de forma eficiente el trabajo enseñándoles su uso y cuidado.
- ü Hacer constantemente campañas de salud, de prevención a drogadicción y otros vicios y velar por que las personas adquieran mayor responsabilidad por el bienestar físico de ellos mismos.
- ü Motivar los convenios para campañas de vacunación y otras de apoyo a la calidad de vida del empleado y de sus familias.
- ü Estimular el deporte y propiciar actividades del género.
- ü Estimular y fomentar la expresión artística como una forma de uso adecuado del tiempo libre.
- ü Crear sistemas de evaluación y medición del desempeño, no como herramienta

para la descalificación, sino como un sistema de indicación para el apoyo de las condiciones o a la persona misma que evidencia una insuficiencia por conocimiento o algo que puede ser intervenido.

- ü Establecer normas claras y velar por el respeto de las mismas, iniciando por un proceso de educación y creación de conciencia de la importancia de las mismas. Las normas no se imponen, se enseñan y se vigilan.

- ü Evitar la permisibilidad y la transigencia en acciones o actitudes indelicadas o indebidas, pues esto fomenta la mediocridad y refuerza conductas negativas.

- ü Hacer campañas de protección al medio ambiente.

- ü Fomentar el ahorro y preocuparse por la educación en sistemas de control y manejo del presupuesto y de inversiones.

- ü Preocuparse por subir el perfil académico de sus colaboradores, y más, dar apoyo en el estudios a quienes son analfabetas.

- ü No discriminar a nadie. En lo posible contratar a personas de minorías étnicas o personas de mayor edad que estén en capacidad de desempeño.

- ü Pagar igual salarios a hombres y a mujeres, cumplir con dicho compromiso y no fomentar espacios que degraden sus ingresos (Ventas no necesarias al interior de la empresa, crearles compromisos o similares)

- ü No contratar menores, y en el caso de hacerlo, acogerse a las leyes, respetando sus derechos y cumpliendo con los deberes.

- ü Permitir la promoción de sus mismos colaboradores, bajo sistemas de merito, previamente conocidos por ellos para que se establezcan como metas personales.

- ü En cuanto a la salud y seguridad en el lugar de trabajo, se trata en primer lugar de cumplir todas las normas laborales establecidas para el caso de acuerdo al sector.

- ü No permitir espacios que denoten discriminación, como casino para directivos, parqueaderos para profesionales, ascensores para jefes y otros sistemas que reflejan una diferencia generadora de resentimientos.

- ü Mantener al personal informado, no solamente de las pérdidas y de los fracasos, también de las ganancias, de los logros y las felicitaciones.

- ü Dar el debido reconocimiento cuando el empleado se lo merece.

- ü No apropiarse de las ideas y de los logros de otras personas.

- ü Enseñar a las personas más que a hacer las cosas, a saber por qué o para qué se hacen, pues eso agrega sentido.

La repercusión de la acción responsable para con los empleados:

- ü Repercutirá casi de forma inmediata en la reducción de ausentismos lo que representa un alto costo para la empresa, por el valor pagado en la ausencia, así como por el trabajo dejado de hacer por la no presencia.

- ü Se eliminará la posibilidad de conflictos que afectan la comunicación, que alteran

la disposición del trabajo en equipo y que finalmente generan problemas de calidad, mayor probabilidad de error e inclusive de accidentes, conflictos que generalmente perduran por largo tiempo e indisponen las relaciones laborales y se reflejan en los resultados.

ü La motivación permitirá que las personas tengan mayor disposición hacia su que hacer reflejándose en mayor productividad, convirtiendo así el sistema de la empresa en algo eficiente y favorable para la calidad y la competitividad.

ü Se estimula el sentido de pertenencia logrando mayor compromiso por lo que se hace, y por ende menos errores de calidad, menos problemas que afecten el servicio u otras formas que representan perdidas de materia prima, de clientes o que originan los altos costos por reprocesos. Las personas estarán más dispuestas a aportar sin esperar compensación alguna.

ü El clima laboral se mejora y las relaciones se llevan de forma más armónica y amable, permitiendo mayor concentración, mejor disposición y más alegría por lo que se hace, de forma tal que las metas no se conviertan en una presión, sino en un objetivo que genera pasión por todo el equipo.

ü La conciencia sobre lo que se hace, el sentido de pertenencia, el empoderamiento, la delegación y otros asuntos posibilitan una mejor participación y reducen la resistencia en casos de una extensión de horarios sin que generen cargas financieras.

ü El conservar la clientela y satisfacerla, se convierte en un compromiso compartido y grato por todos los miembros del equipo. La empresa es motivo de orgullo.

ü Se intervienen comportamientos, hábitos y conductas negativas en los empleados, evitando que los problemas personales distraigan su atención hacia el trabajo, e igualmente se eliminan probabilidades de comportamientos socialmente no sanos que afecten cumplimiento, modales y relación con clientes, mala imagen, calidad en la manufactura y en los servicios, generando mayor confiabilidad en la clientela, los proveedores y el mercado.

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

ü La creatividad estimulada permite el aporte positivo hacia las políticas de mejoramiento, hacia los planes de ahorro y demás campañas internas y externas de la organización.

ü Se crea la disciplina, la responsabilidad fundamental para el éxito de toda organización y todos se acogen a ella sin objeciones, pues entienden de su importancia y evidencian los resultados.

ü Se eliminan focos de resistencia al cambio, se minimizan prevenciones, se

eliminan los sentimientos negativos y otras actitudes que afectan la relación y el trabajo mismo.

ü Al mejorar los conocimientos y las capacidades, se establecerán mejores métodos para hacer las cosas, se harán más eficientes y competitivos.

ü Se eliminan los factores de presión, de estrés y de malestar, haciendo que el trabajo sea más fluido y alegre.

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

2. Acciones responsables hacia la familia del empleado.

El colaborador o empleado es ante todo un miembro de un grupo familiar, por lo que la empresa debe dirigir acciones hacia ella, tratando de que el grupo familiar proporcione motivaciones favorables que se reflejen en el mismo trabajo, y buscando que dicho grupo se convierta en su principal aliado.

Se observa hoy que las personas por su afán de producir los ingresos necesarios para el sostenimiento de sus compromisos y obligaciones familiares, por la necesidad de conservar su puesto de vital importancia para la manutención de la misma, dedique tiempo adicional, descuidando el de su familia.

Y no solo el hecho anterior, sino otros que también incide en el bienestar de las familias, es el hecho de que las empresas fomenten espacios de recreación y ocio donde no se le participa a los grupos familiares, quitándoles más tiempo aún, además de que estimula una serie de espacios generadores de gastos que repercuten en el presupuesto familiar.

La empresa aunque no busque intencionalmente convertirse en un tropiezo para las relaciones familiares, puede llegar a serlo, por lo que el principal enemigo de la empresa esta algunas veces en el núcleo familiar de sus empleados.

“Claro, como para usted es más importante la empresa y su trabajo que nosotros”, es una reclamación frecuente. “Pues es por ella que los sostengo, así que no puedo hacer nada” es la respuesta a tal afirmación, y aunque ambas posiciones tengan mucho de validez, reflejan una relación no armónica que no conduce a nada bueno.

No se busca con ésta ponencia que los empleados descuiden lo laboral por lo familiar, así como no esperamos que descuiden lo familiar, se trata de buscar un equilibrio, no solo en tiempo, también en pertenencia.

Si la empresa involucra al grupo familiar en diferentes actividades, logrará enamorar al grupo familiar de la firma a la que pertenece el miembro de ella, y entre estas actividades se mencionan algunas:

- ü Participarles de los procesos de formación y capacitación orientados al mejoramiento humano: Autoestima, relaciones de pareja, manejo de conflictos para con los hijos y otros relacionados con la autoayuda y el bienestar humano.
- ü Participarles en eventos culturales, deportivos y actividades recreativas.
- ü Crear un programa de bienestar orientado a la atención de los hijos de los empleados, de sus padres y esposas.
- ü Participarles de los beneficios por convenios de la empresa.
- ü En algunos casos servirse de ellos como proveedores para asuntos menores sin generar compromisos laborales.
- ü Considerar temporadas escolares y otras de importancia en el núcleo familiar, para establecer convenios o acciones de apoyo.
- ü Incluirlos en las campañas de salud.
- ü Crear un sistema que refleje eventos especiales de los núcleos familiares, para ser tenidos en cuenta con pequeños detalles como cartas, flores, artículos que no requieren mayor costo o desgaste alguno: Nacimientos, fallecimientos de familiares, grados de sus hijos, logros académicos y deportivos de los niños, enfermos del grupo familiar, cumpleaños, aniversarios y otros que son importantes para ellos.
- ü Hacerles extensivas las campañas de ahorro del presupuesto familiar, ahorro de energía, y protección del medio ambiente.
- ü Fomentar actividades culturales y deportivas para hijos y miembros del grupo familiar de los empleados.
- ü Involucrarlos en las festividades.
- ü De ser posible patrocinar actividades de apoyo al grupo de la tercera edad, a jóvenes deportistas de nuestros empleados y otras similares. Guarderías, ancianatos, centros de trabajo social, talleres de manualidades y similares.

En otras palabras, tener en cuenta a los miembros del grupo familiar, pareja, hijos y padres como primer grupo.

La repercusión de la acción responsable para con familiares de empleados:

Si el grupo familiar de los empleados es atendido por la empresa, se convierte en el principal aliado de la misma, apoyan la gestión y le conceden la importancia desde los mismos núcleos de familia. El mismo grupo familiar evitará que el empleado haga marrulla, pues su agradecimiento por la atención y por los gestos recibidos hace que se

sienta comprometido y manifiesta lealtad.

Igualmente la capacitación recibida, les permite minimizar los conflictos de relación, evitando así que el empleado acuda a su labor desmotivado y emocionalmente afectado.

El solo hecho de enseñar al grupo familiar métodos del buen manejo del presupuesto familiar apoya la armonía y beneficia los estados de animo.

El mismo empleado fortalece su sentido de gratitud y es más leal y fiel a la empresa, estará más dispuesto a dar lo mejor de sí, a llevársela bien con sus superiores, a acatar las normas y a ponerle mayor amor por lo que hace.

[Al exterior de la empresa.](#)

[Acciones responsables hacia la comunidad y clientes.](#)

Ideal es que la empresa se proyecte hacia la comunidad con acciones inclusive de beneficencia, y de ser posible, en la medida que los estados financieros lo permitan, sus acciones serán bienvenidas.

Apoyar una escuela, patrocinar un parque, regalar utensilios para labores educativas, hacer donaciones, sostener un ancianato, hacer recolectas y otras acciones altruistas nunca van de sobra, pero la realidad es que no toda empresa tiene la capacidad económica para hacerlo y aunque eso de una u otra forma le genera beneficios a largo plazo esa acción depende de la fortaleza financiera de cada empresa.

Pero hay otras acciones hacia la comunidad que en la mayoría de los casos no generan costos, o son mínimos, y que aunque los genere, la inversión repercutirá en beneficios y recuperación.

[Acciones que no generan costo alguno y repercuten en ganancias.](#)

No genera costo alguno:

- ü Tener una política de uso racional de los recursos que evite el derroche, minimiza los problemas de basura e impacto ambiental.
- ü No genera costo crear cultura del reciclaje, merma el impacto ambiental y retorna inversión por la venta de esos desechos para otro sistema productivo.
- ü No genera costo respetar el espacio público, permite apoyo de su vecindario y repercute en que ellos mismos serán sus aliados y vigilantes.
- ü Mantener limpio y lucir con altura el establecimiento o empresa en su fachada y

entorno.

- ü Participar con la junta de vecinos o la acción comunal en los temas y acciones de interés del sector o comunidad a la que se pertenece.

- ü Ser solidario con sus vecinos

- ü Apoyar establecimientos comerciales de su vecindario o empresas del sector creando un vinculo más favorable: Tiendas, papelerías, transporte, banquetes y otros.

- ü Servir a las entidades educativas, policiales y diferentes grupos comunitarios en la medida que sea posible.

- ü No sobornar a nadie, no comprar artículos de fuentes ilegales, no apoyar al reducidor.

- ü Contratar limitados físicos o personas excluidas laboralmente, que en el caso de ciertas empresas puedan desempeñar una función. Ejemplo: discapacitados auditivos para trabajos de manufactura, alguna invalidez que no impida funciones de asiento, personas con ciertas deformaciones y limitaciones pero que estén en capacidad de prestar un servicio en el cual su limitación no sea un impedimento.

- ü No patrocinar eventos y actos públicos o privados que atenten contra la moral, el orden jurídico, lo legal y en últimas que estimulen conductas no sanas para las personas, o que afecten a los grupos familiares y repercutan en el bienestar social.

- ü En el caso de contar con perros guardianes, crear sistemas que no representen amenazas a los vecinos.

- ü Regalar a su comunidad o a ciertos grupos algunos desechos no útiles que van a la basura: Recortes de material y similares. Regalar a la comunidad o grupos utensilios, muebles y equipos de no uso en vez de embodegarlos y ocupar espacios inútilmente.

- ü En la comunicación publicitaria no prometer lo que no se puede cumplir, y no crear falsas expectativas que siembran el desconsuelo.

- ü Cumpliendo normas establecidas de protección a los menores de edad, como es el ingreso y/o la venta de ciertos productos a quienes no cumplen las características.

- ü Otras más.

Se mantiene el costo estimado para el mismo fin, pero se invierte el sentido de forma positiva.

Son muchas las empresas que invierten en publicidad, y para ello destinan un presupuesto, el mismo que se puede mantener, pero la recomendación en cuanto a la responsabilidad radica en:

- ü Velar por que los contenidos de la campaña no induzcan a hábitos negativos, que no confundan a las personas y que no atenten con lo moral, lo ético, lo cívico y

menos que fomenten la violencia o hagan apología del dolor, del desorden moral y social.

- ü Considerar antes de pautar, no patrocinar espacios o programas de contenido violento, o que de alguna forma fomenten o hagan apología de comportamientos negativos.

- ü Hacer las campañas con contenidos que promuevan los valores, lo ético, el orden social y que contribuyan en pensamientos y comportamientos positivos.

- ü Considerar en los contenidos publicitarios no generar la discriminación.

- ü Considerar que la omisión puede ser tan peligrosa como la acción, sobre todo en el manejo de promesas y la presentación de beneficios de los productos.

- ü No inducir a través de la imagen, del texto y del mismo contenido, al afianzamiento de la baja autoestima, del incremento de la anorexia, de la bulimia y de la adicción hacia vicios.

- ü Indicar en sus empaques riesgos de los contenidos, o el manejo de residuos con visión hacia el impacto ambiental.

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

“Solo para mujeres bonitas”, “Sea más sensual”, “La mejor forma de tener éxito”, son frases que producen imágenes y sentimientos, positivos en algunos, en otros negativos, pueden inducir a la anorexia, e inclusive a la desaprobación de sí misma en unas poblaciones.

Los programas basados en el engaño, la mentira, el soborno, la trampa, la violencia, violaciones, aunque casi siempre son presentados como que el bien se impone en el mal, han permitido que una generación desde hace 25 a 30 años, convierta estos hechos en la realidad suya, son parte de una vida cotidiana.

El ver morir, ver matar, violentar, atracar, ya no son imágenes que causan dolor alguno, es lo corriente, de forma tal que se le perdió más que el temor, el respeto al mismo hecho.

[Acciones de costos mínimos y con retorno de utilidades.](#)

- ü Crear sistemas de aislamiento de la contaminación del ruido, de la generación de olores que creen molestia y similares a los vecinos del sector.

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

Acciones de costos con retorno de utilidades.

- ü Crear sistemas de tratamiento de aguas residuales y de otras formas para la protección del medio ambiente por la contaminación de chimeneas u otras que afectan el suelo, el aire y las aguas.
- ü Patrocinar, promover e involucrarse directamente en campañas cívicas, sociales, ambientales, educativas y de beneficio a la comunidad.
- ü Patrocinar eventos comunales, de organismos cívicos, de voluntariados y similares.
- ü Invertir en el patrocinio de deportistas.
- ü Invertir en investigaciones sociales, en la capacitación integral de nuestros empleados (entiéndase integral lo personal, lo social y lo profesional o laboral), empezando por los directivos a quienes les debemos fortalecer mucho en el tema de la Responsabilidad social y los estilos de dirección y mando con ética.
- ü En procesos de retiro o desvinculación, invertir en la preparación del grupo de personas afectadas, para que se adapten al nuevo estilo de vida, ayudando a abrir la visión y enseñando a manejar el poco capital con que cuentan.

Cuantificación de beneficios.

¿Dónde está el negocio por ser responsable socialmente?

En el desarrollo del tema hemos visto como la responsabilidad representa grandes beneficios para la empresa, algunos a corto plazo, otros a mediano y a largo en algunos casos, y estos se logran en diferentes frentes.

Por las acciones hacia los empleados y hacia la familia.

- ü Para no repetir lo ya expuesto, genera en ellos mayor confianza por la empresa a la que pertenecen, la sienten como suya, les elimina probabilidades de conflictos y otros focos de resistencia que afecten la productividad, permitiendo así que

aumenten la disposición hacia el trabajo, es decir, por el mismo valor pagado, ayudado por la condición, se obtiene más y mejor trabajo.

- ü Se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes.

- ü Menos rotación de personal y menos costos de reclutamiento, de entrenamiento y los que origina un proceso inicial de ajuste a un nuevo trabajo.

- ü Hay mayor aporte por lo tanto hay innovación directa por quienes hacen día a día las labores, simplificando procesos, reduciendo desgaste, bajando costos y ayudando a la eficiencia.

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

Por las acciones externas:

- ü Mayor confianza de la misma clientela, del mercado, logrando una imagen más favorable, lo que permite mantener la clientela y facilita el proceso de consecución de nuevos mercados por la imagen que se obtiene.

- ü Mayor apoyo de la misma comunidad, de autoridades locales beneficiando así el flujo de procedimientos y la seguridad misma.

- ü El solo hecho de evitar crear sentimientos negativos, es un ahorro en cuanto a que los daños que pueden producir los actos vandálicos, las huelgas, los paros, las demandas, o cuando los empleados de forma intencional deterioran, retrasan o frenan acciones.

- ü En aspectos de tipo ambiental, los programas de reducir, reciclar y reutilizar, le permiten el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y optimizar los recursos, un buen negocio.

- ü Se minimizan problemas de devoluciones por mala calidad, del no pago oportuno de la cartera, de la negación de deudas y otros asuntos que muchas veces son motivados por calidades defectuosas, servicios mal prestados o porque la imagen de la empresa es negativa o no confiable.

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

Conclusión

En pocas palabras la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con

visión corto-placista, también a futuro.

Si los profesionales, las universidades, las empresas mismas, el estado a través de sus políticas de gobierno y así como los gremios empresariales, los académicos, los inversionistas y demás personas que de alguna forma incidimos de forma directa o indirecta en el mundo empresarial no tomamos este tema con la suficiente seriedad que merece, no deberemos quejarnos mañana, cuando ya... lamentarnos sea tarde.

Por la construcción de un mejor país, por la construcción de empresas eficientes, por el medio ambiente, por nuestros hijos y por muchas razones más, demos la importancia que requieren los asuntos sobre la responsabilidad social.

Tito González S.

Consultor organizacional. Capacitador.

Teléfono 680 40 62 Cali –Colombia

E-mail: fertigosa@hotmail.com

titogoza@tutopia.com

SEMINARIOS Y TALLERES DE FORMACIÓN.

ü Para empresas de la industria, servicio y comercio.

ü Universidades y entidades educativas.

ü Gremios y asociaciones.

ü Sector solidario.

Procesos de formación y mejoramiento humano.

ü Ética empresarial un buen negocio.

ü Responsabilidad social en la organización.

ü Sensibilización a la protección del medio ambiente.

ü Nuevas técnicas de gestión y dirección.

- ü *Visión, misión y valores con compromiso competitivo y humano.*
- ü *Motivación a la excelencia.*
- ü *Calidad y servicio a cliente.*
- ü *Técnicas efectivas de ventas.*
- ü *Sensibilización en procesos de cambio.*
- ü *Otros de mejoramiento organizacional y humano: Trabajo en equipo, Motivación al éxito, Manejo del presupuesto familiar, Manejo eficiente del tiempo, Administración eficiente del recurso humano y más en el campo de la autoayuda, de los procesos de gestión administrativa y en el mercadeo y ventas.*

CONSULTE NUESTROS SERVICIOS

Tito González S.

Consultor organizacional.

Capacitador.

Teléfono 680 40 62 Cali –Colombia

E-mail: fertigosa@hotmail.com

titogoza@tutopia.com

Título: “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA, UN BUEN NEGOCIO.”

Aportado por: Por Tito González S. Consultor organizacional. Capacitador.

Teléfono 680 40 62 Cali –Colombia. E-mail: fertigosa@hotmail.com