

January 2006

La responsabilidad social de las empresas bogotanas y su relación con el empleo y la pobreza

Adriana Patricia López Velázquez
Universidad de La Salle, Bogotá, aplopez@unisalle.edu.co

Angie Quiroga
Universidad de La Salle, Bogotá, aplopez@unisalle.edu.co

Claudia López Zuleta
Universidad de La Salle, Bogotá, aplopez@unisalle.edu.co

Marisol Torres Rodríguez
Universidad de La Salle, Bogotá, aplopez@unisalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/eq>

Citación recomendada

López Velázquez, A. P., A. Quiroga, C. López Zuleta, y M. Torres Rodríguez (2006). La responsabilidad social de las empresas bogotanas y su relación con el empleo y la pobreza. *Equidad y Desarrollo*, (6), 83-110. <https://doi.org/10.19052/ed.337>

This Artículo de Investigación is brought to you for free and open access by the Revistas científicas at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Equidad y Desarrollo* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

La responsabilidad social de las empresas bogotanas y su relación con el empleo y la pobreza¹

Adriana Patricia López Velásquez* / Angie Quiroga** / Claudia López Zuleta** / Marisol Torres Rodríguez**

RESUMEN

Este artículo presenta los principales resultados, conclusiones y recomendaciones obtenidas de dos investigaciones realizadas sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relación con pobreza y empleo, tomando como estudio de caso la ciudad de Bogotá. Los resultados de estas investigaciones fueron obtenidos a partir de un exhaustivo trabajo de campo y de revisión documental sobre RSE, tanto nacional como internacional. De los resultados obtenidos se destacan el que la mayoría de las empresas bogotanas no tienen conocimiento ni interés por el tema de la RSE, para ellas la RSE implica altos costos con poco retorno económico. Del total de empresas sólo el 1,3% han participado en programas de reducción de la pobreza implementados por la administración distrital, donde el punto en común de las inversiones públicas y privadas han sido los programas de educación, nutrición y vivienda. Con respecto a las empresas que incluyen programas de RSE dirigidos hacia sus empleados, estas consideran que ha sido algo positivo ya que el entorno de trabajo mejoró y la productividad de sus empleados aumentó, contribuyendo esto al bienestar de ambas partes.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, pobreza, política pública social, Bogotá, empleado, empresa, productividad, capital humano.

SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE BOGOTA COMPANIES AND THEIR RELATION TO EMPLOYMENT AND POVERTY

ABSTRACT

This article shows the main results, conclusions and recommendations from two researches about Entrepreneurial Social Responsibility (RSE), and its relation to poverty and employment in the specific case of Bogotá. These results were obtained from a field work and literature revision about RSE, both nationally and internationally. It is worth noting that most of the Bogota companies do not know or do not have any interest in RSE, for them RSE implies high costs and little economic revenue. Out of the total of companies, only 1,3% have participated in programs to reduce poverty applied by district administration, where the common points of public and private investment have been education, nutrition and housing programs. The companies that include RSE programs for their workers consider it positive, because the work environment improved and the employees' productivity increased, which contributed for the welfare of both parties.

Key words: Entrepreneurial Social Responsibility, poverty, social public policy, Bogota, employee, company, productivity, human resources.

1 La investigación «Responsabilidad Social Empresarial y su participación en los procesos de superación de la pobreza: el caso del Distrito Capital», fue financiada por la Facultad de Economía y el Departamento de Investigaciones de la Universidad de La Salle.

* Investigadora Principal. Profesora de la Facultad de Economía, Universidad de La Salle. Economista y Especialista en Evaluación Socioeconómica de Proyectos de la Universidad de Antioquia, Estudiante de la maestría en Política Social de la Universidad Javeriana. Correo electrónico: adlopez@jupiter.lasalle.edu.co

** Estudiante Facultad de Economía, pasante de la Investigación y autora de la monografía de grado «Efectos económicos y sociales de la inclusión de acciones de Responsabilidad Social Empresarial dirigidos hacia los empleados: el caso de la empresa privada en Bogotá (1997-2004)».

Fecha de recepción: 28 de abril de 2006.

Fecha de aprobación: 14 de julio de 2006.

INTRODUCCIÓN

La creciente importancia que han adquirido los problemas sociales, explicados en parte por los cambios que la globalización, el desarrollo de la sociedad de la información, los crecientes procesos de concentración empresarial, el progresivo deterioro ambiental, las guerras y confrontaciones armadas, entre otros, han introducido en las economías y en la sociedad; han llevado a que el papel de la empresa como agente económico sea redefinido dentro del contexto social.

Aunque los fenómenos descritos anteriormente han sido considerados en las acciones emprendidas por algunas de las empresas de nuestro país, dado el progresivo proceso de inserción en el mercado mundial, es importante considerar que las empresas en Colombia deben darle una mayor prioridad a la actual situación social del país, caracterizada por un alto nivel de pobreza² y graves problemas de desempleo.³ De esta manera, las acciones de responsabilidad social que realicen, se convertirán en alternativas complementarias a las acciones estatales para el mejoramiento de la calidad del empleo y de vida de la población, contribuyendo al desarrollo del país.

En este orden de ideas, la Responsabilidad Social de las Empresas (RSE) es un tema que ha cobrado un lugar importante en el debate de la política pública. No obstante, hay controversia; primero, en cuanto a la pertinencia y el papel de la reglamentación empresarial y segundo, si los actores no gubernamentales, por ejemplo las empresas privadas, deberían determinar sus propias responsabilidades sociales cuando la sociedad no ha traducido en exigencias legales obligatorias sus expectativas con respecto a dichas empresas (Justice, 2004).

En este sentido hay quienes consideran que la RSE es una alternativa a la reglamentación y donde la aceptación del carácter voluntario de las acciones de la empresa se traduce en actividades voluntarias suficientes y preferibles como medio para corregir las consecuencias sociales de las actividades empresariales (Justice, 2004).

En torno a estas ideas y dado que el 50% de la población de Bogotá es pobre y un monto similar obtiene sus ingresos del empleo informal, surge la pregunta sobre el papel de las empresas privadas en la solución de problemas sociales que no deberían ser responsabilidad exclusiva del Estado, sino del conjunto de agentes que conforman una sociedad.

En el contexto de la RSE es importante preguntarse por la participación del sector privado en la solución de las problemáticas mencionadas, el tipo de acciones que emprenden, cuáles son los criterios que guían su acción y cuál es la finalidad de su inversión (económica, social o política). En otras palabras, es importante indagar cómo o porqué se articulan o no las intervenciones públicas y privadas que se dirigen a mejorar la calidad de vida de los trabajadores y de la población más pobre del Distrito Capital.

Los objetivos de este artículo son: primero, determinar cuáles son los puntos de articulación entre las políticas empresariales y las políticas públicas de la administración Distrital en cuanto a la superación de la pobreza y segundo, identificar los efectos económicos y sociales de la inclusión de acciones de RSE dirigidos hacia los empleados, para el período 1997-2004. Para esto se diseñó una encuesta donde se solicitó información sobre elementos ge-

2 En Colombia para el primer trimestre del año 2005, la cifra de pobreza se encontraba en 49,2% (Montenegro, 2006).

3 El desempleo urbano en Colombia medido en las 13 principales ciudades del país, se situó en 16,1% en enero de 2005 (DANE).

nerales de la empresa, su conocimiento y aplicación de acciones de RSE, las acciones dirigidas hacia los empleados y las acciones de apoyo a comunidades pobres que la empresa ha realizado; así como información sobre los resultados que han obtenido con la implementación de acciones de RSE. Para este fin se encuestaron un total de 377 empresas privadas ubicadas en la ciudad de Bogotá.

Los resultados de ambas investigaciones se constituyen en un insumo para el análisis y reflexión sobre los avances y alcances que la RSE ha tenido en el mejoramiento de las condiciones de vida de los trabajadores y cómo ha contribuido a atacar la pobreza en la ciudad de Bogotá; además brinda elementos para el sector privado, público y la academia sobre los retos que en materia de RSE se tienen hacia el futuro.

A continuación, se hace una presentación de las experiencias de RSE en Europa, Latinoamérica y Colombia; que permitirán la ubicación del tema en el contexto internacional, para luego dar paso a los resultados de las investigaciones citadas.

ANTECEDENTES INTERNACIONALES DE LA RSE

El concepto de RSE es relativamente nuevo, su uso hace referencia a los años noventa y surge, en principio, asociado a la preocupación por el medio ambiente, vinculado a la idea de desarrollo sostenible donde la empresa debe asumir su responsabilidad frente al tema, de tal manera que las «buenas medidas para el medio ambiente también pueden serlo para el rendimiento financiero de una empresa» (Justice, 2004).

También se ha planteado que el concepto de RSE es producto de los efectos de las políticas de liberalización, desregulación y privatización de los últimos

veinte años, los cuales han dado origen a «alianzas público-privadas» y a un incremento de la utilización de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) como proveedoras de servicios sociales que antes eran producidos por el gobierno. Otra fuente del concepto, se encuentra en las nuevas formas de organización empresarial, las cuales se centran en la búsqueda de nuevas prácticas laborales, que cambien aquellas basadas en la explotación y el abuso, por otras que incorporen el respeto por los derechos laborales y el Desarrollo del Recurso Humano (DRH), entendido este último como la retención o formación de la mano de obra. En este sentido las empresas deben asumir que las prácticas dirigidas al DRH son parte de la responsabilidad social hacia sus empleados (Justice, 2004).

La RSE ha cobrado tanta importancia que la Comisión Europea decidió en el 2000 incluir el tema dentro de su agenda política, reconociendo en la RSE un gran potencial para el logro del objetivo estratégico de construir una Europa altamente competitiva y con una mayor cohesión social. La Comisión ha reconocido que el cumplimiento de los objetivos económicos, sociales y ambientales en su continente requiere la participación de un sinnúmero de actores: empresas, gobiernos, políticos, agentes y organizaciones sociales y organismos internacionales (CSR Europe, 2004).

En este sentido la Comisión reconoce que la exclusión social y económica es uno de los mayores retos que afronta en la actualidad la Unión Europea, sus Estados miembros y la ciudadanía europea en general. Por tanto, no basta con el crecimiento económico, sino que es necesario «implantar y desarrollar respuestas específicas y nuevos enfoques políticos basándose en principios de cohesión social, justicia y responsabilidad. Para prevenir y combatir la exclusión social es preciso un compromiso multilateral y la implicación de todos los sectores

sociales, a nivel nacional, regional y local, incluyendo a asociaciones sociales, organizaciones no gubernamentales y confederaciones empresariales» (CSR Europe, 2004).

Este contexto ha exigido la definición de unos compromisos específicos por parte de las empresas que hacen parte de la Campaña Europea sobre Responsabilidad Social de las Empresas. Básicamente sus acciones se dirigen a la obtención de beneficios económicos, desarrollo sostenible y progreso social. En otras palabras, predomina el pensamiento empresarial que la obtención de beneficios económicos no es incompatible con la promoción de la justicia social.⁴ Para garantizar la realización de acciones sociales la Comisión Europea creó el European Multi Stakeholder Forum (CSR EMS Forum) en octubre de 2000, a través del cual se pretende ayudar a las empresas y otros grupos sociales (sindicatos, ONG, inversores y consumidores) a «desarrollar conceptos comunes sobre la responsabilidad social de las empresas y a comentar sus prácticas». Este foro promoverá el intercambio de experiencias y buenas prácticas, ayudará a crear un enfoque común a nivel europeo y a identificar áreas en las que es necesario centrar la acción; además tiene el compromiso de elaborar una guía con los principios básicos y comunes de la Unión Europea para fomentar la transparencia y la integración de las prácticas y herramientas de la responsabilidad social de las empresas (CSR Europe, 2004)⁵.

De otro lado, Justice (2004) señala que la RSE ha introducido una serie de cambios en el ámbito empresarial. Por un lado, es cada vez más frecuente el

tema de la evaluación que diversas agencias internacionales hacen de las acciones sociales realizadas por empresas. En el marco de la RSE las acciones sociales son definidas como la ayuda a colectivos menos favorecidos⁶ de una sociedad, a través del uso de recursos humanos, técnicos o financieros. A continuación se hace una breve presentación de los antecedentes de la RSE en Europa, América Latina y Colombia⁷.

EUROPA

Las primeras manifestaciones de RSE se dieron entre 1950 y 1960, aunque los primeros intentos fueron enfocados hacia la acción social desde el punto de vista de la caridad y entendiendo al empresario como persona, más no como empresa directamente. En 1950 sus orígenes se remiten a mecanismos tributarios que estimularon aportes para este concepto; para 1960 se planteó como tal la idea de Responsabilidad Social para las empresas, de manera que para 1970 este fenómeno adquirió una mayor fuerza consolidándose como una opción de respuesta para las demandas de los distintos sectores de la economía (Acción Empresarial, 2003).

La actual forma de Responsabilidad Social Empresarial surgió en los años noventa como consecuencia de los problemas medioambientales que las empresas debían asumir como directos responsables. Algunos momentos históricos importantes involucrados con su origen serían: la aparición del apartheid, la caída del muro de Berlín, la aparición de nuevas tecnologías y la globalización.⁸ Por otra parte, la Comisión Brundtand a finales de los años

4 La CSR Europea plantea en su informe de avance sobre la RSE en Europa que la exclusión genera una pérdida de recursos humanos y una amenaza para la cohesión social y la estabilidad económica (2004).

5 De esta manera la Comunidad Europea hizo explícito su interés de resolver problemas sociales que afectan principalmente a los desempleados de larga duración y las minorías étnicas en Europa; al igual que a aquellas personas que están excluidas del mercado laboral o en condiciones laborales precarias en países en vía de desarrollo. Es claro que para hacerlo se requiere de la participación de diversos actores políticos, económicos y sociales.

6 En estos colectivos se incluyen los disminuidos, el tercer mundo, ancianos, drogodependientes, jóvenes y mujeres.

7 El texto presentado en los numerales 1.1, 1.2 y 1.3 son tomados textualmente del capítulo 1 del trabajo de pasantía «Efectos Económicos y Sociales de la Inclusión de programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dirigidos hacia los empleados: el caso de la empresa privada en Bogotá (1997-2004). Elaborado por las estudiantes Angie Quiroga, Claudia López y Marisol Torres. Esta pasantía complementa la presente investigación.

8 «En el mundo actual, los empresarios saben que la globalización es más que hacer negocios a una escala global. Para competir con éxito, las compañías deben moverse en un escenario complejo y cambiante que conjuga aspectos económicos, ambientales y sociales».

80 vinculó la idea de desarrollo sostenible en los aspectos social, económico y ambiental a las empresas en la Cumbre de la Tierra de Río en 1992 (Justice, 2004).

En Europa ya para 1995 el concepto de Responsabilidad Social pasó de enfocarse no solamente a cuestiones medioambientales sino que dio paso a la manifestación de estas en contra de la exclusión social; esta manifestación fue iniciada por el Presidente de la Comisión Europea Jacques Delors y produjo la creación de una red Europea de 57 empresas CSR-Europa (*Corporate Social Responsibility-Europe*), las cuales buscaban unificar ideas y aportes en torno a la RSE (Renaut, 2004).

La Comisión Europea publicó en julio de 2001 el Libro Verde con el que buscaba «promover un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas»; dicha entidad estima que la RSE es «la incorporación voluntaria por parte de las empresas, de preocupaciones sociales y medioambientales a sus actividades comerciales y a sus relaciones con las partes implicadas»⁹ (Renaut, 2004).

En Francia, una ley relativa a la nueva reglamentación económica, votada en 2001 obliga a las empresas a rendir cuentas en sus informes anuales de las «consecuencias sociales y medioambientales» de sus actividades.

Un ejemplo claro de RSE en Europa es el introducido por España. Las actividades de Responsabilidad Social que se ejecutan en este país están inmersas en lo que se denomina «Acción Social»; estas actividades se realizan a través de ONG y están enfocadas a ayudar a los grupos más necesitados y discriminados socialmente (Gismera y Vaquero, 2000).

Los programas de Acción Social en España son todavía muy recientes; algunas de las actividades que se realizan son propuestas por los mismos empleados, ejemplo donar los regalos que la empresa les da en navidad para las ONG, donar la totalidad o parte de las horas extraordinarias e incluso donar los regalos o el dinero que la empresa da a los miembros de la junta de accionistas (Gismera y Vaquero, 2000).

LATINOAMÉRICA

En Latinoamérica también se observa que, aunque recientes, existen preocupaciones por aplicar Responsabilidad Social en las empresas, México lo está realizando por medio del Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI). Los objetivos propuestos son: promover la participación del sector privado de forma activa y decidida en proyectos de desarrollo sostenible a través de la RSE, facilitar la ejecución de programas socialmente responsables ofreciendo servicios competitivos para las empresas; conocer el comportamiento y las tendencias del sector empresarial en materia de responsabilidad; vincular empresas y empresarios con organizaciones de la sociedad civil buscando establecer alianzas intersectoriales y relaciones sólidas que generen beneficio mutuo (Cardozo, 2002). Entre sus servicios se encuentra la orientación estratégica e información especializada, reconocimiento público al compromiso social, eventos y publicaciones. Entre sus asociados se encuentran empresas reconocidas como Citibank de México, Coca cola de México, Grupo financiero BBV Bancomer, Hewlet Packard de México, Shell México, Apasco y Nestle México, entre otras.

Las áreas en que las empresas asociadas a CEMEFI han colaborado incluyen: educación, alimentación,

9 Entendiéndose como partes implicadas o *stake-holders* a los sindicatos, las ONG, los accionistas, los clientes, los empleados, los poderes públicos o los proveedores.

ecología, atención a minusválidos, salud y medioambiente. Sin embargo, en México aun existe la necesidad de que el gobierno impulse en forma más efectiva la realización de programas de RSE, ya que solo con el esfuerzo conjunto de gobierno y empresas se podrán lograr los avances sociales que América Latina necesita (Cardozo Brum, 2002).

Otro país latinoamericano que viene realizando múltiples esfuerzos por incluir programas de Responsabilidad Social dentro de sus empresas es Chile. El país austral cuenta con una organización denominada Acción Empresarial, dedicada a convencer a las empresas de las ventajas de introducir el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial (PNUD Prehumana, 2002).

Esta práctica se ha extendido también en países como, Costa Rica, Ecuador y el Salvador, en donde se contribuye al trabajo de fundaciones y se hacen esfuerzos para publicación de documentos sobre RSE. Un estudio importante fue el realizado en el Salvador por el «Programa Empresa Salvadoreña para la Responsabilidad Social 2004» en el cual se analiza la situación actual de la RSE en dicho país.

COLOMBIA

Nuestro país cuenta con el Centro de Responsabilidad Social Empresarial, cuya misión es «procurar el desarrollo humano sostenible en Colombia, fomentando la responsabilidad social en el sector empresarial a través de la promoción de la cooperación intersectorial». Igualmente existe el Instituto de Ética Civil Empresarial, el cual ha impulsado la realización de balances sociales en las más diversas organizaciones, que incluyen desde escuelas universitarias hasta empresas bancarias (Cardozo Brum, 2002).

Algunos estudios existentes al respecto en nuestro país son: el realizado por el Centro Colombiano de Filantropía y la Universidad de los Andes en 1995; proyecto encaminado hacia la investigación a nivel nacional, junto con el apoyo de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI), el cual es uno de los gremios económicos más importantes del país que agrupa a más de 600 organizaciones empresariales. Otro estudio importante fue el realizado por Clara Inés Restrepo Vélez con el apoyo de la Fundación Corona, titulado «Compromiso Social y Liderazgo Empresarial», con los cuales se empieza a tratar formalmente el tema de la Filantropía o la acción social responsable en Colombia (Toro y Rey, 1996).

A continuación se presenta una reseña de algunas de las entidades vinculadas a esta actividad y los programas y/o estudios (conocidos) que han realizado al respecto (Mayorga y Gonzáles, 2001):

Propal, es líder en el establecimiento de un proceso productivo que cumple con los más exigentes parámetros nacionales e internacionales para el control de la contaminación ambiental, manejo de residuos sólidos, afluentes y emisiones aéreas. Asimismo, cuenta un Plan Voluntario de Servicios y Beneficios¹⁰ (Toro y Rey, 1996).

Por otra parte la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) ha impulsado desde hace cuatro décadas la RSE en Colombia, en 1979 elaboró el primer modelo de balance social basado en el modelo Francés; para 1985 junto con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) elaboraron el Manual de Balance Social para Colombia estimulando su presentación junto con el balance financiero al final de cada ejercicio.

10 Permite al trabajador extender su cobertura a la protección de su familia en educación, salud y vivienda.

El Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial en asocio con la oficina anticorrupción de la Vicepresidencia de la República, la Fundación Corona, Confecámaras y Transparencia Internacional Colombia, desarrollaron el proyecto Probidad, con el cual buscaban generar prácticas honestas que consistían en tener actitudes transparentes y éticas en todas las relaciones entre particulares y Estado.

La Fundación Social¹¹ actúa como uno de los catalizadores de la acción social responsable, convocando y trabajando en coordinación con otros sectores de la sociedad para lograr condiciones dignas de vida para los más desfavorecidos. De esta manera desarrolla programas sociales,¹² promueve la creación de pensamiento,¹³ tiene una influencia activa en la opinión pública, la sociedad en general y el grupo empresarial.

Indupalma, por su parte, empezó a construir un modelo social solidario en 1995 cuyo objetivo principal era desarrollar empresarios en la comunidad de San Alberto (Cesar). Igualmente estimuló la creación de cooperativas de trabajo asociado, que al principio prestaban servicios y mano de obra a la empresa.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA COMO OBJETO DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS CIENTÍFICO

Para comprender mejor los resultados de las dos investigaciones es necesario precisar el marco conceptual que guió el análisis y la reflexión. En este ítem se presentan de manera sucinta los principales conceptos y elementos que permiten compren-

der qué es la RSE y cuáles son algunos de los elementos claves para su comprensión.

Por tanto, la empresa en esta dimensión de análisis no es interpretada como aquel agente económico que busca maximizar su beneficio sujeto a unas restricciones, a partir del desarrollo de una o unas actividades productivas específicas. Analizar la empresa en el ámbito de la Responsabilidad Social implica asumirla como un agente que puede propiciar cambios en las condiciones de vida de grupos poblacionales específicos a través de su acción social.

La empresa en su función de maximización de ganancia toma una serie de bienes de la sociedad en la que opera, frente a lo cual se plantea que la empresa asume una responsabilidad con la sociedad. En este sentido se afirma que las empresas no sólo asumen responsabilidades con los accionistas o propietarios sino también con toda la sociedad, lo que significa que su objetivo no es exclusivamente la generación de ganancias económicas sino también un beneficio social.

Ahora bien, ¿a qué hace referencia la Responsabilidad Social de la Empresa? Según Gismera y Vaquero (2000), la RSE no debe ser interpretada como un sinnúmero de obligaciones ajenas a la empresa y corporaciones, deber ser su razón de ser. La RSE no impone un sacrificio del beneficio económico de la empresa para «hacer caridad» o para «buscar el bien» o disminuir los beneficios de los accionistas. La responsabilidad social supone que la finalidad de la empresa es enriquecer a la empresa y enriquecer a aquellos que hacen posible dicho enriquecimiento.

11 Esta fundación considera que las empresas y los empresarios son actores clave de la sociedad civil; la función empresarial va más allá de la órbita del negocio y por ello los empresarios deben actuar en las transformaciones sociales para afectar las condiciones estructurales de la pobreza (Mayorga, 2001).

12 Son trabajos directos en casi todo el país con comunidades pertenecientes a los niveles de mayor pobreza.

13 Son múltiples análisis y diagnósticos sobre la realidad nacional, planteando soluciones y estimulando la Responsabilidad Social a nivel nacional.

CONCEPTO DE RSE

Desde finales de la década de los setenta y principios de los ochenta ha cobrado gran importancia el estudio del rol social de la empresa. Este cambio de perspectiva en el análisis de la empresa, implicó la consideración por parte de ésta de las externalidades y costos sociales de sus acciones, entendiéndose de esta manera que los beneficios económicos no son los únicos indicadores para realizar su evaluación socioeconómica.

Este nuevo enfoque implicó redimensionar la concepción de la empresa desde su perspectiva social, es decir, la empresa en el ejercicio de su actividad toma conciencia de los efectos reales y totales de sus acciones sobre el entorno. En este orden de ideas el surgimiento de la RSE está ligado al análisis sobre ¿cuál es la función de la empresa en la sociedad? La economía y específicamente la teoría microeconómica la define como una unidad de producción que cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. No obstante, la empresa en el desarrollo de su actividad económico-productiva también contribuye al logro de objetivos de la política económica tales como la demanda de trabajo y la generación de ingresos (Castillo, 2005).

En un contexto mundial donde es evidente el gran deterioro de las condiciones de vida de ciertos grupos poblacionales, la concepción de la empresa desde la economía y desde otros campos del saber, como la ciencia política y la administración, presenta un cambio. Ahora la función de la empresa trasciende lo meramente económico y se entiende como otro actor que puede ser participe en la construcción de soluciones a los problemas sociales, esto desde la perspectiva que lo social no es ámbito exclusivo del Estado.

Lo anterior significa una nueva reconsideración de este agente, aceptado que es motor de cambio social y protagonista de la política social. Obviamente para que esto se lleve a cabo es necesaria una relación más estrecha entre las instituciones públicas y las empresas en la solución de los problemas sociales. De esta manera, la revisión del rol social de la empresa trae consigo la construcción de una nueva teoría sobre ella, basada en el principio de que existe una responsabilidad de la empresa hacia la sociedad, por tanto sus objetivos van más allá de maximizar los beneficios económicos y por lo tanto, trata de adaptar sus objetivos y productos a las necesidades de su contexto.

En este orden de ideas Castillo (2005) define la Responsabilidad Social de la Empresa como «la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa». Señala además que la RSE no debe ser entendida como una actividad marginal, esporádica y oportunista de la empresa; todo lo contrario, una empresa que actúa desde la RSE asume una nueva actitud frente a la sociedad y esto parte de involucrar los principios de la RSE a su filosofía y conducta empresarial; un compromiso de gestión social y rendición de cuentas sociales. A su vez la RSE es una obligación de la empresa hacia la sociedad, la cual se materializa a través de compromisos que ésta asume con un conjunto de estamentos y/o grupos sociales. Lo anterior debe llevar a la empresa a promover un mayor bienestar social y mejores condiciones de vida de la sociedad; no debe promover acciones individuales de los miembros de la empresa, debe representar una actitud institucional «donde los valores sociales deben estar impregnados en

la cultura, la filosofía, los objetivos, las estrategias y las políticas empresariales» (Castillo, 2005).

Por otra parte, para Núñez (2003) la RSE además de relacionar la empresa en sus acciones e impactos en la sociedad hace referencia a la forma «¿cómo la sociedad y las expectativas sociales afectan la empresa?». Este autor señala que en la RSE se encuentran dos dimensiones prácticas: una interna y otra externa. La primera está relacionada con las inversiones y acciones que realiza la empresa para mejorar las condiciones de los trabajadores y del medio ambiente; hace referencia a las inversiones en recursos humanos, seguridad social, capacitación para el trabajo, manejo y gestión de los recursos naturales, entre otros. Por su parte, la dimensión externa de la RSE cubre un grupo más amplio de interlocutores y se caracteriza por las acciones realizadas por la empresa, de manera directa o indirecta, que recaen sobre la comunidad, los consumidores, los trabajadores, accionistas, proveedores, grupos que en general se han denominado *stakeholders*.

Bajo este concepto de RSE se identifica una base normativa y una base descriptiva. La base normativa hace alusión al cumplimiento de normas, leyes, compromisos y patrones de conducta previamente establecidos en el contexto donde funciona la empresa; mientras que la base descriptiva se refiere a los resultados obtenidos a partir de las acciones sociales de la empresa, la identificación y medición del impacto en los beneficiarios y la presentación de balances sociales a los *stakeholders*¹⁴ (Núñez, 2003).

En este orden de ideas, es importante señalar que no hay un concepto único de RSE, de hecho Justice

(2004) propone cuatro definiciones para este término. En la primera plantea que la RSE puede dar cuenta del papel que asume la empresa en la sociedad como productora, fuente de empleo, vendedora, cliente y miembro de la ciudadanía, donde su interés es realizar acciones basadas en el principio de voluntariedad, buscando repercutir de manera positiva, responsable y sostenible en las sociedades donde desarrolla sus actividades. En la segunda, señala que la RSE no se debe entender como acciones que se realizan para «hacer el bien», se refiere al reconocimiento de la responsabilidad de la empresa hacia todos los grupos a los que concierne su acción y actuar en consecuencia con esos intereses. Tercero, hablar de la RSE implica establecer una relación entre la empresa y todas las partes involucradas en sus actividades, lo cual abarca clientes, empleados, comunidades, propietarios o accionistas, inversores, gobiernos, competidores y proveedores. De esta manera, se espera que la empresa logre un equilibrio entre los imperativos económicos, medioambientales y sociales, lo que significa responder a las expectativas de los diferentes interesados. Y el último concepto de RSE tiene que ver con el carácter voluntario por el cual las empresas incorporan cuestiones sociales y medioambientales en sus acciones y en su interacción con las diferentes partes implicadas.

Por su parte, Solarte define la Responsabilidad Social como «la respuesta que da un agente moral, ya se trate de una persona o de una institución, a los efectos e implicaciones de sus acciones. Estos efectos e implicaciones son complejos y múltiples. Las empresas operan en el marco de sistemas socioeconómicos, de modo que están constituidas por interacciones internas y externas, ante las cua-

14 «El modelo «*stakeholder*», también llamado teoría del stakeholder, propuesto por Freeman (1984) ha pasado a ser la base de una gran cantidad de literatura sobre empresa, sociedad y gestión estratégica. La teoría presenta a las empresas un sistema relacionado con la sociedad, no de un modo abstracto sino a través de grupos de stakeholders representativos en una relación de doble sentido. Los stakeholders pueden tener un impacto directo o indirecto en la empresa, de la misma manera en que ellos reciben la influencia de la empresa» (Núñez, 2003). Los stakeholders son «cualquier individuo o grupo que puede afectar o es afectado por el logro de los objetivos de la empresa».

les ellas son responsables. Las organizaciones tienen una responsabilidad social, pues sus acciones tienen incidencias en el conjunto de la sociedad. La Responsabilidad Social es la toma de decisiones excelentes, es decir, guiada por el equilibrio de sus efectos benéficos a favor de las personas implicadas: no sólo generar riqueza, sino distribuirla con justicia, no sólo crear un buen clima organizacional y el contexto interno de una comunidad justa, sino responder por los efectos negativos de las iniciativas institucionales y beneficiar a la sociedad con acciones de solidaridad» (2004).

Finalmente como síntesis de lo anterior podría plantearse que la RSE se basa en el principio de que las empresas no deben concentrarse únicamente en la maximización del beneficio económico, sino que deberían interesarse por el beneficio de los *stakeholders*.¹⁵ En otras palabras, las empresas deben redimensionar su quehacer, ir más allá de la producción de un bien o servicio que será transado en el mercado e incorporar acciones que promuevan fines sociales, como por ejemplo crear empleo, disminuir la contaminación ambiental, ejecutar proyectos de investigación y desarrollo, entre otras. En el trasfondo de todos los conceptos de RSE se encuentra la importancia del carácter voluntario de las acciones de las empresas, la repercusión de la gestión social de sus acciones; así como la idea de que las empresas deben tener en cuenta los intereses de las partes implicadas en su funcionamiento.

MATERIALES Y MÉTODOS

Una vez presentados los elementos conceptuales, es necesario presentar la metodología utilizada para la realización de las dos investigaciones, esto con el propósito de que pueda ser replica, complementa-

da o modificada, en futuros trabajos relacionados con el tema.

Dado que el número de empresas privadas bogotanas es bastante grande fue necesario establecer una muestra representativa de las empresas que permitiera obtener conclusiones significativas sobre el tema de la RSE. Para establecer la muestra se utilizó el método de muestreo aleatorio estratificado de afijación proporcional. Este procedimiento implica una división de la población en grupos, los cuales se denominan estratos; por lo tanto, cada elemento del universo presenta una característica tan definida que le permite estar sólo en uno de ellos. Este tipo de método requiere de un listado detallado de las unidades o elementos que constituyen la población, de tal manera que se puedan definir los estratos o sub poblaciones.¹⁶

Es necesario precisar que los estratos pueden o no estar conformados por el mismo número de elementos, por tal razón la fracción (f) de muestreo puede variar de un estrato a otro. A pesar de lo dispendioso que resulta este método la ventaja radica en que los elementos de la población quedan bien representados en la muestra, lo que permite una reducción del error por agrupación de aquellos elementos que se parecen más a la característica de agrupación que por pertenecer a la población. Para los estadísticos este método resulta más eficiente que el muestreo aleatorio simple porque al formar grupos más o menos homogéneos, las muestras resultantes son más pequeñas y representativas (Martínez, 1997).

En la muestra, los tamaños de cada estrato tienen un número de unidades proporcionales a las de los estratos poblacionales, las cuales fueron elegidas a

15 El término *stakeholders* hace referencia a aquellos colectivos que tienen algún tipo de interés en la empresa, por ejemplo los accionistas, los empleados, los proveedores y los clientes.

16 Martínez, C. *Estadística y Muestreo*. Bogotá: Ecoe, 1997.

partir del procedimiento de números aleatorios. La aplicación de este método permitió elegir una muestra de 377 empresas distribuidas sectorialmente según la clasificación CIU.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y PRUEBA PILOTO

Teniendo en cuenta los objetivos de la investigación se construyó una encuesta que permitiera obtener información para identificar los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y de Pobreza que manejan las empresas privadas; así como, las acciones de RSE han realizado para sus empleados y para comunidades pobres del Distrito Capital durante el período 1997 a 2004.

La encuesta diseñada está compuesta por cinco partes. En la primera parte, se pide información general sobre la persona que diligencia el formato con el fin de tener un contacto en caso de presentarse inconsistencias con la información o dificultades para su comprensión. En la segunda parte se solicita información sobre la empresa. La tercera es específicamente sobre el tema de Responsabilidad Social Empresarial, qué entiende la empresa por RSE, porque decidió incluirla en sus procesos y cuáles han sido los resultados de esta decisión. En el cuarto apartado se pregunta sobre la relación entre las condiciones de trabajo y empleo de la empresa y las acciones de RSE, para determinar la dimensión de RSE que la empresa aplica. En el último ítem se pregunta sobre el apoyo que la empresa hace a la comunidad a través de la RSE y su participación en programas de apoyo a la comunidad. Finalmente, se deja un ítem de observaciones, donde las empresas pueden hacer aclaraciones, ampliación de respuestas o recomendaciones.

RESULTADOS

El trabajo de campo realizado permitió la obtención de información valiosa, la cual se utilizó para hacer una caracterización de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para las empresas ubicadas en el Distrito Capital durante el período 1997-2004. A continuación se presentan los principales resultados obtenidos.

La Responsabilidad Social Empresarial en las empresas bogotanas

En cuanto a la caracterización de las empresas encuestadas el 99,2% son privadas, el 0,5% son fundaciones y el 0,3% son empresas solidarias. La mayor parte de las empresas pertenecen a los sectores de Industria y manufactura (24%), Actividades inmobiliarias empresariales (22,5%), el comercio al por mayor y al por menor (21,5%) y la agricultura, ganadería y silvicultura (12%).¹⁷

Cuando se indagó a las empresas sobre la inclusión de programas de RSE en sus actividades, el 31,6% no respondió, el 54,6% indicó que este tipo de acciones no son de su interés, el 7,2% de las empresas no los incluyen ahora pero tiene interés de hacerlo y solo el 6,6% de las empresas realizan actualmente acciones relacionadas con la RSE. En cuanto a las empresas que incluyen programas de RSE están se encuentran ubicadas principalmente en los sectores de comercio al por mayor y al por menor; intermediación financiera y en la industria manufacturera, aunque las empresas de este último sector se caracterizan por ser las menos interesadas en incluir programas de RSE en sus actividades.

17 Es importante señalar que la muestra de empresas está conformada en un 62% por empresas pequeñas, el 29% por empresas medianas y en un 9% por empresas grandes.

Los resultados evidencian que las empresas definen de manera disímil la RSE. El 86,5% de las empresas no respondieron, en parte por el desconocimiento que tienen sobre el tema o porque no están interesadas en la RSE. Los conceptos entregados por las empresas se presentan en la Tabla 1. Dentro de estos, se destacan el concepto 1 en el cual la RSE se define como la responsabilidad y compromiso que tiene la empresa con la sociedad, sus colaboradores, el entorno y el medio ambiente; este concepto es el más cercano al utilizado en esta investiga-

ción. También se destaca el concepto 4 donde las empresas más que definir la RSE la relacionan con la necesidad de involucrar en la empresa un componente social tanto al interior como al exterior de la misma. Por el contrario, otro grupo de empresas consideran que la RSE es el cumplimiento de las obligaciones fiscales, a través de las cuales se apoya a la sociedad en general, concepto que no corresponde al significado de la RSE. Los restantes conceptos se acercan de manera parcial a la definición de RSE.

TABLA 1. CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

No	Concepto	Porcentaje
	No responden	86,5
1	Responsabilidad y compromiso que tiene la empresa con la sociedad, sus colaboradores, el entorno y el medio ambiente	1,9
2	Compromiso que el empresario tiene para el retorno social de su beneficio.	0,8
3	Compromiso que tienen las empresas publicas y privadas de participar en la disminución de la distancia entre ricos y pobres.	0,5
4	Involucrar no solo los aspectos clásicos de una empresa como los administrativos, técnicos y financieros, sino también el componente social tanto en términos de sociedad como al interior de la empresa.	1,9
5	El cumplimiento con las obligaciones fiscales que apoyan a la sociedad en general, generando recursos para los demás.	1,9
6	Obligaciones que tiene el empleador de velar por el bienestar social de sus empleados.	1,6
7	Impacto que se tiene como fundación ante la sociedad.	0,3
8	La forma como se involucra con los diferentes actores para la creación de capital social.	0,5
9	Apropiación por parte de las empresas de las necesidades de su entorno.	1,1
10	Participar en la solución de necesidades básicas de la población vulnerable	1,1
11	No conoce el concepto de RSE.	2,1
	Total	100,0

Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

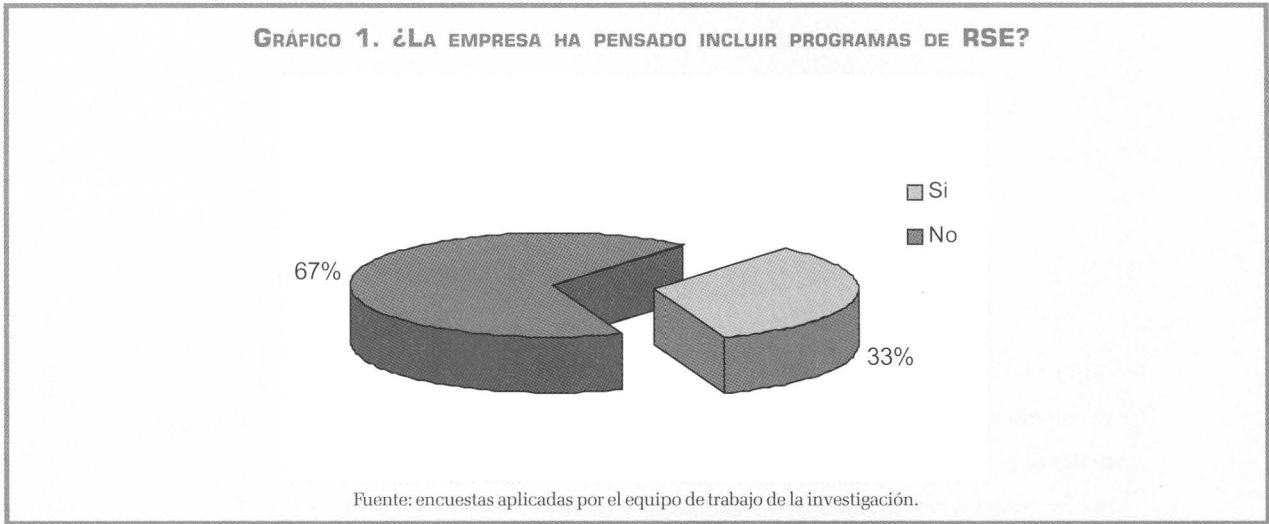
Los conceptos 1 y 4 predominan en las empresas de los sectores intermediación financiera y de actividades inmobiliarias; mientras que el concepto 5 predomina en el sector comercio al por mayor y al

por menor. Las empresas que respondieron no conocer el concepto de la RSE están ubicadas en los sectores de agricultura, ganadería y silvicultura; las empresas del sector hotelero y de turismo; las del

sector del suministro de electricidad, gas y agua; transporte, almacenamiento y comunicaciones y algunas del sector de intermediación financiera.

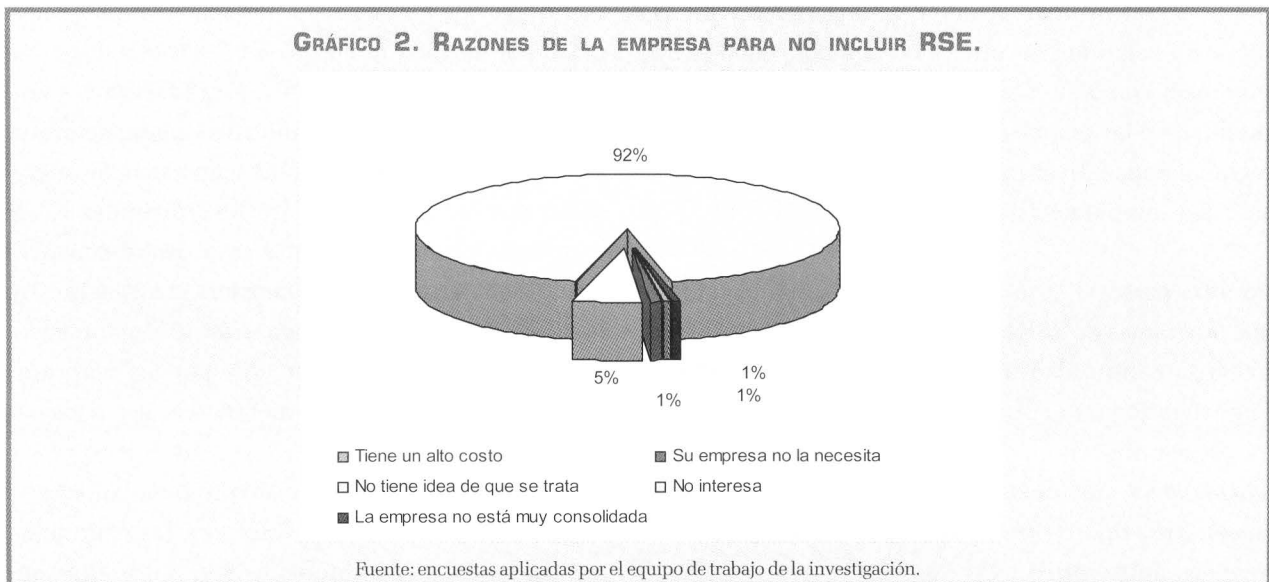
Dado que la RSE es considerado un tema relativamente nuevo en América Latina y en Colombia, se indagó a las empresas que no incluyen programas de RSE y aquellas que respondieron no estar inte-

resadas, si han pensado incluir en un futuro programas de RSE. El 33% de ellas expresaron su deseo de hacerlo, dentro de este grupo se destacan las empresas del sector de actividades inmobiliarias empresariales y las del sector comercio; mientras que el 67% restante respondió que no lo ha pensado (véase Gráfico 1).



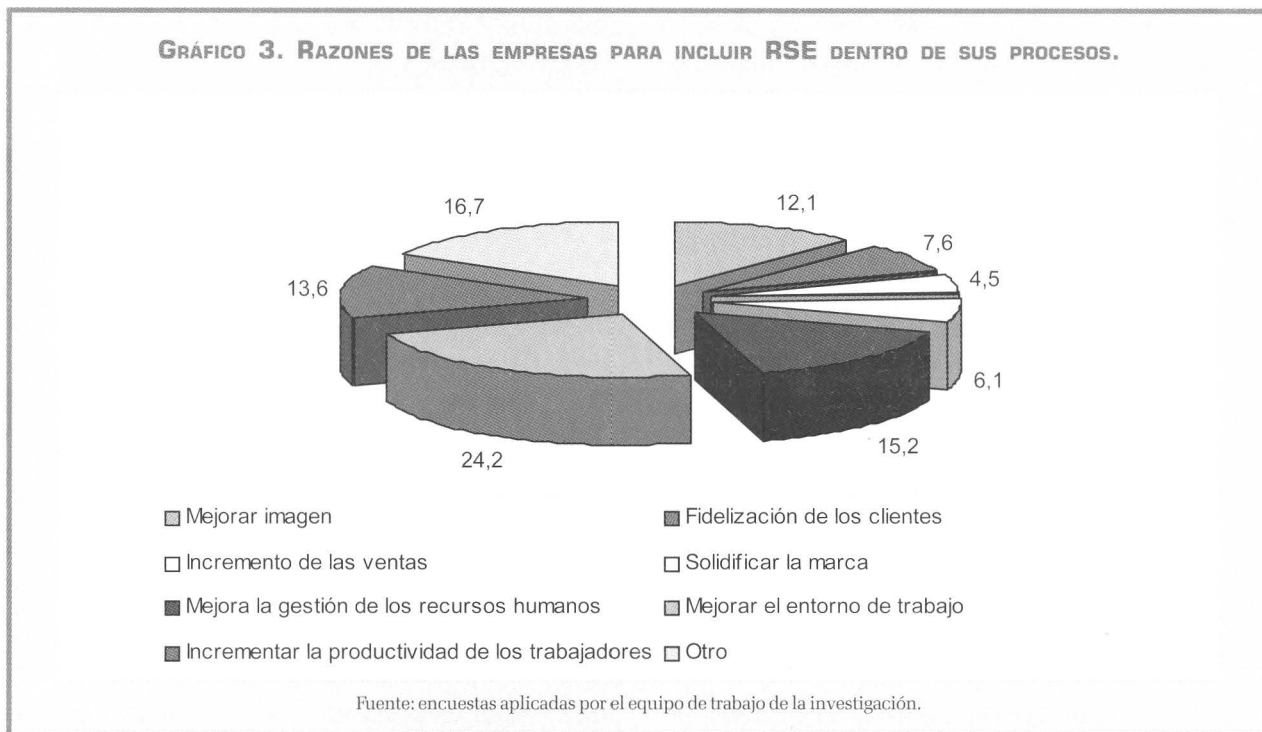
El grupo de empresas que no están interesadas en incluir la RSE consideran que la RSE son actividades que tienen un alto costo (5%), la empresa no necesita de la RSE (1%), no tiene idea de que se

trata (1%) o simplemente la empresa no está consolidada (1%) y por lo tanto no ha considerado incluir la RSE (Gráfico 2). Pero la explicación de mayor peso (92%) es simplemente que no les interesa hacerlo.



En el Gráfico 3 se presentan las diferentes razones suministradas por las empresas que incluyen programas de RSE y aquellas que piensan incluirlos dentro de sus actividades futuras. Las razones que

sobresalen son el mejorar el entorno de trabajo (24,2%), mejorar la gestión de los recursos humanos (15%), y mejorar la imagen de la empresa (12,1%), entre otras razones (16,7%).



Dentro del grupo de otras razones para incluir programas de RSE se destacan el compromiso social (27,3%) y el brindar ayuda a los más necesitados (36,4%), seguidos de otras razones con igual importancia como el cumplimiento de la esencia corporativa de las empresas, participar en el desarrollo regional e incentivar los valores dentro de la empresa o por simple decisión de la empresa.

Por otra parte, el 29% de las empresas han dirigido sus programas de RSE hacia sus empleados, el 27,9% hacia la comunidad, el 11,5% hacia sus clientes. Esto significa que aproximadamente el 69% de las empresas dirigen sus acciones de RSE hacia sus *stakeholders*; mientras que el 31% de las empresas tienen otro tipo de población beneficiaria (ONG y jóvenes, entre otros).

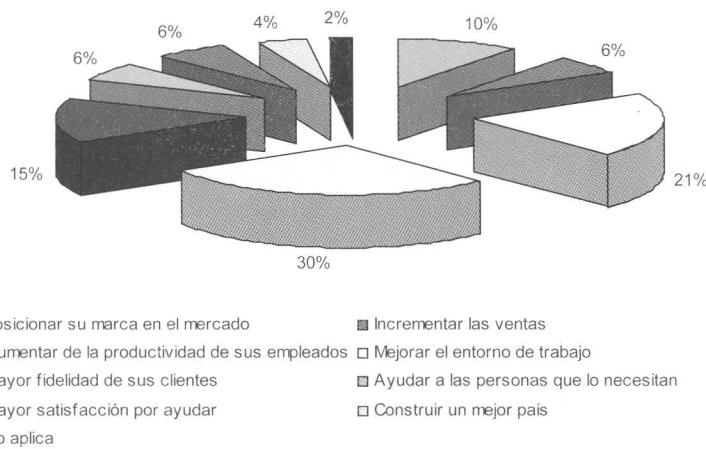
Los programas de RSE dirigidos a clientes han sido desarrollados durante los últimos 8 años principalmente por las empresas de los sectores del comercio al por mayor y al por menor (28,6%) y de actividades inmobiliarias (28,6%), seguidas de las empresas de los sectores de industria manufactureras y de educación. Dentro de las empresas que sobresalen por las actividades de RSE dirigidas a sus empleados están las ubicadas en el sector comercio (22,2%) e intermediación financiera (22,2%). De otro lado, el 50% de los programas de RSE para accionistas han sido implementados por las empresas del sector de actividades inmobiliarias, seguidas por las empresas de los sectores de industria e intermediación financiera. Y aproximadamente el 70% de los programas de RSE para las comunidades más pobres y vulnerables son ejecutados por

empresas ubicadas en los sectores de intermediación financiera, otras actividades de servicios comunitarios y de comercio al por mayor y al por menor.

El 50% de las empresas que han incluido la RSE dentro de sus actividades, consideran que ésta ha sido algo positivo porque les ha permitido mejorar el entorno de trabajo (29,2%), aumentar la produc-

tividad de sus empleados (20,8%), lograr una mayor fidelidad de sus clientes (14,6%); además de poder incrementar sus ventas (6,3%), ayudar a las personas que lo necesitan (6,3%) y tener una mayor satisfacción por ayudar a otros (6,3%), además sienten que contribuyen a construir un mejor país (4,2%), entre otros aspectos (Gráfico 4).

GRÁFICO 4. LA RSE HA SIDO ALGO POSITIVO PARA LAS EMPRESAS PORQUE LES HA PERMITIDO MEJORAR.



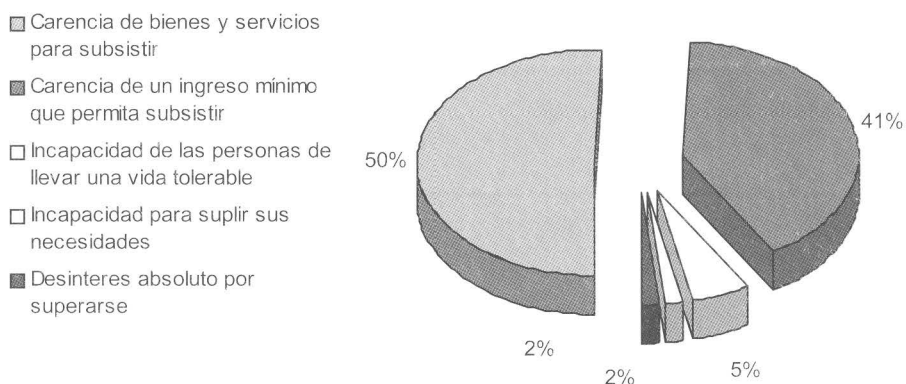
Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

APOYO A GRUPOS O COMUNIDADES POBRES

Un elemento importante para dar respuesta a los objetivos de la investigación fue identificar los conceptos de pobreza que manejan las empresas; así como establecer cuántas han participado en actividades que conducen a la reducción de la pobreza en Bogotá y cómo lo han hecho durante los últimos ocho años. A continuación se presentan los resultados obtenidos en el trabajo campo.

En el Gráfico 5 se presentan los conceptos de pobreza dados por las empresas encuestadas. El 50% de las empresas definen la pobreza como carencia de bienes y servicios para subsistir, el 45% consideran que la pobreza es un problema de carencia de un ingreso mínimo que permita subsistir, un 5% de las empresas la definieron como la incapacidad de las personas de llevar una vida tolerable; mientras que el 4% señalaron que la pobreza está relacionada con la incapacidad de las personas para suplir sus necesidades o con el desinterés absoluto por superarse.

GRAFICO 5. CONCEPTOS DE POBREZA.



Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

Los conceptos de mínimo consumo y mínimo ingreso predominan en las empresas ubicadas en los sectores de comercio al por menor y por mayor,

intermediación financiera, actividades inmobiliarias y otros servicios comunitarios (ver Tabla 2).

TABLA 2. CONCEPTOS QUE PREDOMINAN SEGÚN EMPRESA.

Sector	Mínimo de bienes	Mínimo de ingreso
Agricultura, ganadería y silvicultura	3,33	4,17
Explotación de minas y canteras	0,00	0,00
Industrias manufactureras	13,33	8,33
Suministro de electricidad, gas y agua	3,33	0,00
Construcción	0,00	4,17
Comercio	23,33	20,83
Hoteles y restaurantes	0,00	4,17
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	3,33	4,17
Intermediación financiera	33,33	12,50
Actividades inmobiliarias empresariales	10,00	16,67
Administración pública y defensa; seguridad social	0,00	4,17
Servicios sociales y de salud	0,00	0,00
Otras actividades de servicios comunitarios	10,00	12,50
Educación	0,00	8,33
Total general	100,00	100,00

Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

Ahora bien del total de empresas que realizan actividades de RSE el 49% de ellas realizan actividades de apoyo a comunidades pobres, mientras que el 51% no lo hacen. Dentro de las que realizan este tipo de actividades se destacan nuevamente las empresas de los sectores de comercio, intermediación financiera y otras actividades de servicios comunitarios. Le siguen en menor orden de importancia las empresas de los sectores de educación (4%), industrias manufactureras (4%), agricultura (2%) y construcción (2%). Las empresas que no realizan actividades de apoyo para comunidades pobres argumentan en un 29,2% que este tipo de actividades representan un alto costo, un 20,8% plantean que estas actividades no son de interés de la empresa; mientras que otras consideran que estas actividades no son de su responsabilidad. Otras razones que destacan para no hacerlo es que estas

acciones no son el objetivo de las empresas, las estrategias que actualmente están desarrollando están direccionadas a la consolidación de las empresas porque algunas son nuevas; otras señalan que no tienen recursos para este tipo de actividades.

No obstante las empresas que realizan actividades de apoyo a comunidades pobres, concentran aproximadamente el 50% de sus acciones en el área de educación, principalmente en programas de capacitación técnica empresarial, dotación y construcción de escuelas y becas escolares para jóvenes. Las demás actividades están dispersas en programas de salud, apoyo a famiempresas y programas de cultura, entre otros (véase Tabla 3). La mayoría de estas actividades (67%) no tienen relación con la actividad productiva de las empresas.

TABLA 3. TIPO DE ACTIVIDADES DE APOYO A LAS COMUNIDADES POBRES QUE HAN REALIZADO LAS EMPRESAS.

Actividad	Porcentaje
Mejoramiento de vivienda	1,4
Mejoramiento de infraestructura escolar	8,7
Apoyo a cooperativas	4,3
Capacitación técnica-empresarial	14,5
Apoyo a microempresas	5,8
Construcción de escuelas	5,8
Dotación de escuelas	13,0
Programas de salud	4,3
Programas de cultura	5,8
Donaciones y apoyo tecnológico	5,8
Creación de famiempresas	2,9
Becas universitarias	5,8
Programas nutricionales	7,2
Ciencia y tecnología	4,3
Otro ^{1b}	10,1
Total	100,0

Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

El 60% de estas actividades han sido realizadas por las empresas en diferentes localidades de Bogotá, en un 30% en municipios de Bogotá y en un 10% en ciudades donde las empresas tienen sucursales. Ahora bien, las empresas que han realizando este tipo de actividades señalaron que la principal razón para hacerlo es mejorar las condiciones de vida

de las personas más pobres y vulnerables (57,5%), tener un mayor reconocimiento por parte de sus clientes (17,5%), posicionar su marca en el mercado (7,5%) y complementar las políticas de reducción de la pobreza del distrito (7,5%), entre otras (Tabla 4).

TABLA 4. ¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE LAS ACTIVIDADES DE APOYO A LA COMUNIDAD QUE REALIZA LA EMPRESA?

Objetivo	Porcentaje
Posicionar su marca en el mercado	7,5
Mayor reconocimiento de la empresa por parte de sus clientes	17,5
Mejorar las condiciones de vida de personas pobres y vulnerables	57,5
Complementar las políticas públicas de reducción de la pobreza	7,5
Mayor fidelidad de sus clientes	2,5
Apoyo a la comunidad	2,5
Generación de cultura emprendedora y cultura hacia la innovación	2,5
Se realiza por voluntad y colaboración	2,5
Total general	100,0

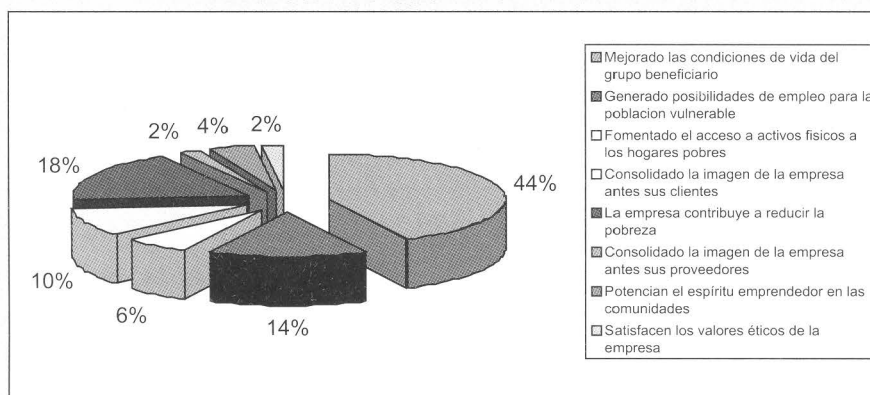
Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

Dentro de la población beneficiaria se destacan los niños en edad escolar (44,7%), mujeres cabeza de familia (12,8%) y adultos mayores (12,8%), jóvenes (10,6%) y discapacitados (10,6%).

La ejecución de las actividades antes mencionadas y la atención a la población beneficiaria la realizan básicamente a través de Fundaciones (45,7%), de manera directa (20%), con empresas privadas (14,3%), a través de ONG (11,4%) y en menor proporción con entidades públicas (8,6%). El 100% de

las empresas consideran que los resultados obtenidos de la ejecución directa o indirecta de estos programas de apoyo a las comunidades pobres han sido positivos; básicamente porque se ha contribuido a mejorar las condiciones de vida de los grupos beneficiarios, porque las empresas contribuyen a reducir la pobreza no sólo en Bogotá sino en varios lugares del país, porque han generado posibilidades de empleo para la población vulnerable y porque han consolidado la imagen de la empresa ante sus clientes (Gráfico 6).

GRÁFICO 6. RAZONES POR LAS CUALES LOS PROGRAMAS DE APOYO SON POSITIVOS PARA LAS EMPRESAS.



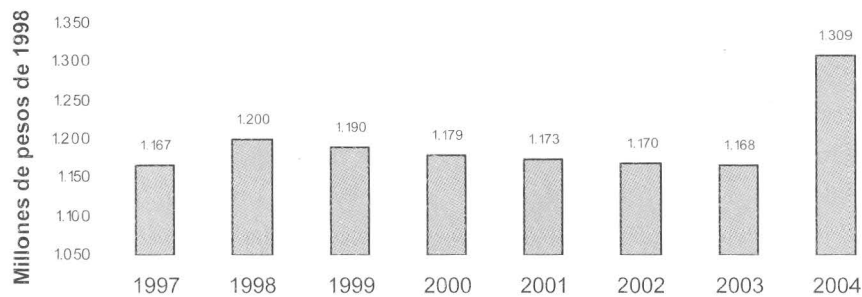
Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

18 Dentro de esta alternativa se encuentran la asistencia legal gratuita, donaciones de dinero, refuerzo escolar, mercado, ropa y juguetes, ancianos y comunidades religiosas y apoyo para la educación de jóvenes.

Dado que la ejecución de estos programas requiere de dinero o recursos físicos, se consultó a las empresas si prevén en el presupuesto de cada año un monto para este tipo de actividades, ante lo cual el 56% respondieron que no lo hacen y que sus asignaciones corresponden a las demandas de las distintas instituciones y sólo el 44% de las empresas destinan anualmente una partida para actividades sociales. En el Gráfico 7 se presenta la evolución de

los recursos anualmente destinados para programas dirigidos a comunidades pobres. Durante 1996 al 2003 se presentó un decrecimiento de los recursos asignados, algunas de las empresas argumentaron que esto se produjo por la crisis de la economía nacional desde 1996, la cual afectó los ingresos de las empresas durante este período reflejándose en una menor capacidad asignativa para programas sociales. Esta tendencia cambió a partir del 2004.

GRÁFICO 7. MONTOS ANUALES DESTINADOS POR LAS EMPRESAS PARA PROGRAMAS PARA COMUNIDADES POBRES.



Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

No obstante las empresas que realizan este tipo de programas se diferencian no sólo por el tipo de actividades que realizan y la población beneficiaria que tienen sino también por el tiempo que llevan realizando estos programas. Algunas de ellas han venido realizándolos desde hace aproximadamente 44 años, mientras que otras sólo lo han hecho durante el último año, es decir, durante el 2004. Vale la pena señalar que las empresas del sector de Intermediación Financiera son las que contribuyen con más del 98% de los recursos mencionados; mientras que el restante 2% es proporcionado por las empresas de los sectores de servicios comunitarios, educación, actividades inmobiliarias empresariales e industria manufacturera.

Otro elemento interesante de resaltar es que sólo el 1,3% del total de empresas encuestadas han participado en la ejecución de programas de reducción de la pobreza dirigidos por la Administración Distrital de Bogotá. Estas pocas empresas lo han hecho a través de donaciones de dinero (27,3%), participación de sus funcionarios (27%) y donaciones en especie (18,2%), entre otras. Por su parte, las empresas que no han participado de estos programas aducen no conocer los programas distritales de reducción de la pobreza (46,3%), no haber recibido una invitación o comunicación de la administración distrital donde se les motive a participar (18,5%), otras consideran que estos programas no son de interés de la empresa (16,7) o sim-

plemente no saben como vincularse a su ejecución (14,8%) y en una menor proporción porque no manejan estos programas (1,9%) o no tienen recursos para este fin (1,9%).

Con respecto a lo anterior se consultó a las empresas si están interesadas en participar en programas o proyectos de superación de la pobreza impulsados por la administración distrital, ante esta pregunta el 64,3% de las empresas que realizan acciones de RSE expresaron su interés de hacerlo (esto corresponde a un 7% aproximado del total de empresas encuestadas), frente a un 36% que manifestó no estar interesado.

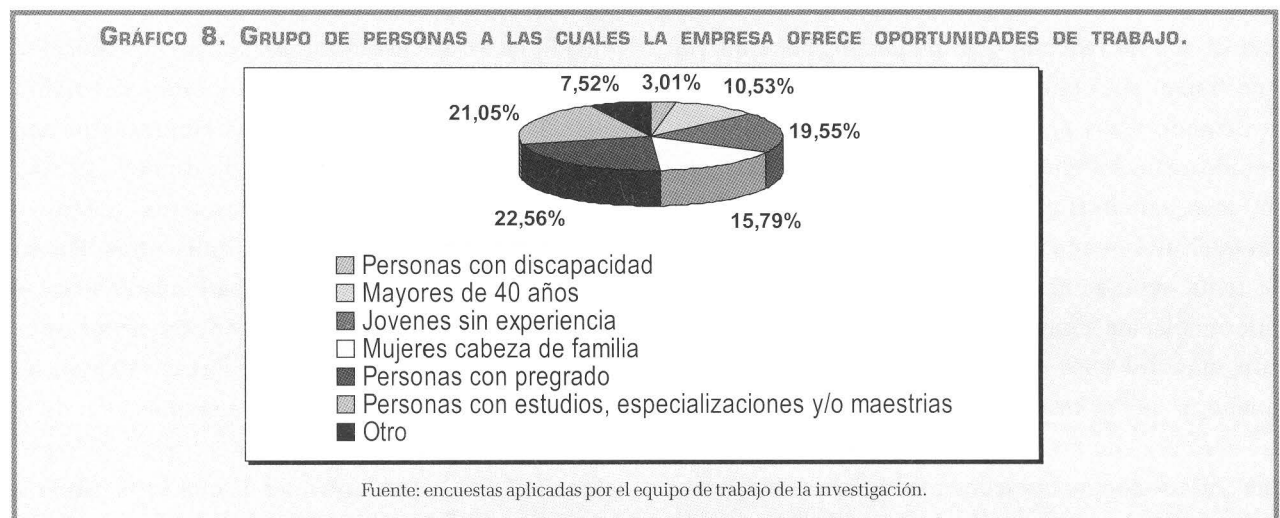
A nivel sectorial las empresas que tienen mayor interés de vincularse son las de los sectores de industrias manufactureras, comercio al por mayor y por menor, intermediación financiera, actividades inmobiliarias empresariales y otras actividades de servicios comunitarios, entre otras. Además plantean que podrían hacerlo a través de donaciones en dinero (24,1%), donaciones en especie (37,9%) y/o participación de sus funcionarios (24,1%). No obstante consideran importante que la administración distrital tenga una mejor comunicación con las empresas,

ya que sólo el 1,55 de las empresas afirma que la actual administración distrital ha tenido algún acercamiento con ellas para presentarle el plan de desarrollo e invitarlo a participar en programas sociales.

ACCIONES DE RSE DIRIGIDAS A LOS EMPLEADOS

El trabajo de campo realizado permitió obtener información útil para hacer una caracterización de la RSE para las empresas privadas de Bogotá y los efectos socioeconómicos de la inclusión de acciones de RSE dirigidos hacia los empleados. Los resultados más relevantes muestran como asumen las empresas la Responsabilidad Social y el impacto que tienen específicamente hacia sus empleados.

A continuación se presentan los grupos de personas hacia quienes las empresas están interesadas en ofrecer oportunidades laborales, encontrando como resultado que la mayoría se inclina por personas con pregrado (22,56%) y estudios de postgrado (21,05%); siendo el sector de Intermediación Financiera el que presenta un mayor interés por personas con pregrado (Gráfico 8).



No obstante, las empresas consideran otro grupo de personas a la hora de ofrecer oportunidades de trabajo, con una representatividad del 7,52% del total son: personas calificadas, emprendedores, bachilleres con experiencia, técnicos y personas con problemas de alcoholismo y drogadicción.

De otro lado, con respecto a los programas de RSE realizados por las empresas hacia los empleados, se

encontró, que los que mas se aplican son los programas de capacitación técnica (18%), seguido muy de cerca por las bonificaciones por productividad (17%). Los sectores que más aplican estos programas son: El sector de Intermediación financiera y el sector de Comercio. También se encontró que uno de los más bajos porcentajes corresponde al de participación en las utilidades de las empresas (3%) (Gráfico 9).



Adicionalmente a los programas de RSE que se plantearon en la encuesta, las empresas propusieron los siguientes con una representación del 3%: vacunación masiva, exámenes periódicos integrales subsidiados, jornadas de prevención y promoción en convenio con instituciones especializadas, fondos empresariales, pago de alimentación y bonos por calamidad domestica.

Además, se evidenció que el 51% de las empresas encuestadas prevén en el presupuesto anual un monto destinado para programas de RSE hacia sus

empleados, siendo el sector comercio el que más representatividad tiene con un 35%. Para el período analizado (1997-2004), se encontró que el 45% de las empresas que prevén un monto para programas de RSE hacia sus empleados brindaron información sobre dichos montos y las restantes no lo hicieron, lo cual demuestra que aunque la mayoría de empresas si prevé un monto anual, estas son reacias a proporcionar este tipo de datos. Específicamente se encontraron montos que van desde \$1.500.000 hasta \$500.000.000 (pesos corrientes) anuales. El sector que mayores recursos

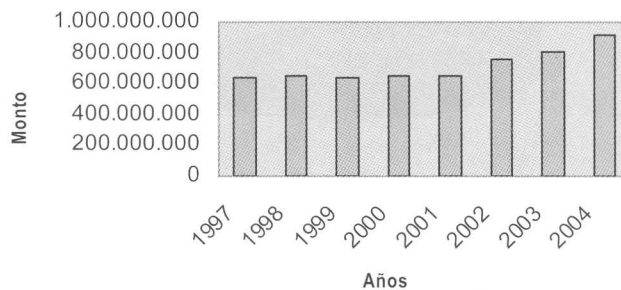
prevé es el sector de intermediación financiera, se encontró que en este sector especialmente los montos han venido aumentando a lo largo del periodo analizado.

Por otro lado, es importante señalar que la pequeña y mediana empresa también destinan recursos para estas actividades, aunque resultan ser no tan cuantiosos considerando que estas los brindan de acuerdo con su capacidad económica. Es importante anotar que este tipo de empresas, a partir del año 1999,

presenta una disminución en recursos brindados para programas de RSE debido la recesión económica presentada en el país en dicha época que solo les permitió sobrellevar la carga de su actividad productiva.

En general como se aprecia en el Gráfico 10 el capital que dedican las empresas a programas de RSE ha aumentado, observándose que desde el 2001 las empresas han destinado mayor cantidad de recursos para este propósito.

GRÁFICO 10. RECURSOS DESTINADOS POR LAS EMPRESAS PARA PROGRAMAS DE RSE PARA SUS EMPLEADOS (PESOS CORRIENTES).



Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

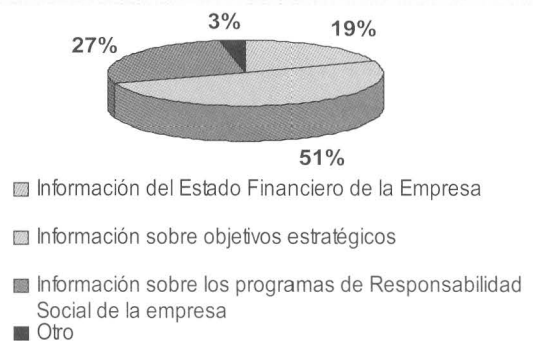
Otro ítem importante para la investigación era determinar que tipo de información brindaba la empresa a sus empleados, encontrándose que la mayoría de información que suministran las empresas tiene que ver con sus objetivos estratégicos (51%); siendo el sector de intermediación financiera el que mas informa sobre este tópico (Gráfico 11).

Aunque la información que se brinda sobre programas de RSE no tiene una representatividad muy alta (27%), es importante señalar que esta se está dando a conocer a los empleados. Adicionalmente se brinda información sobre servicios y beneficios de la empresa (3%).

Finalmente, en cuanto a los efectos que tienen los programas de RSE sobre los empleados, el 62% de

las empresas encuestadas expresaron que la eficiencia de sus empleados ha aumentado desde que se están aplicando programas de RSE dentro de ella

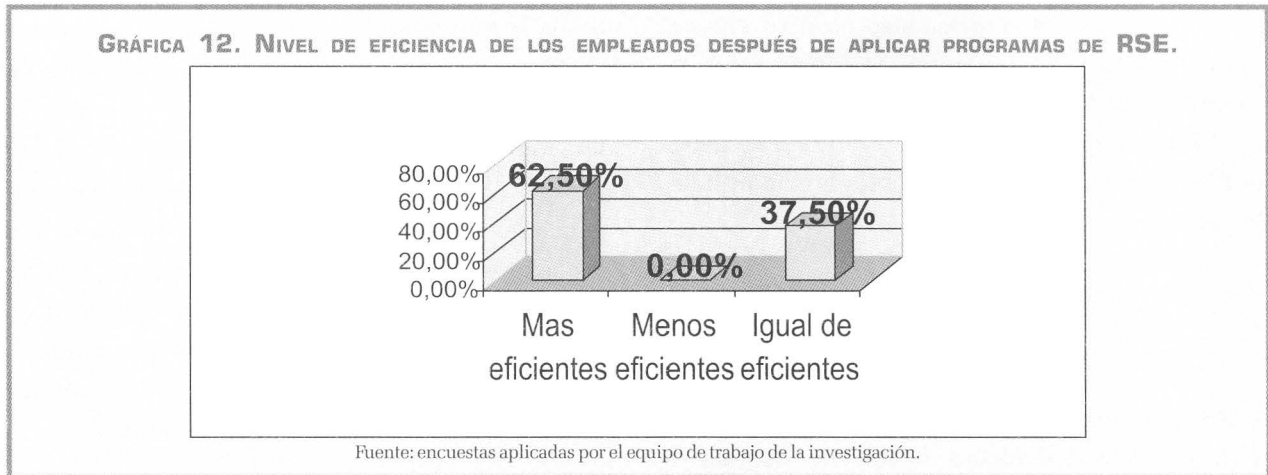
GRÁFICO 11. INFORMACIÓN QUE BRINDA LA EMPRESA A LOS TRABAJADORES.



Fuente: encuestas aplicadas por el equipo de trabajo de la investigación.

(Gráfico 12). El sector que más evidenció esta situación fue el sector de comercio. Por otra parte ninguna empresa considera que sus empleados hayan sido

menos eficientes desde que se aplican programas de RSE.



De igual manera el 91% de empresas considera que desde que se aplica la RSE sus empleados tienen mayor sentido de pertenencia hacia ésta; esta situación se presentó principalmente en comercio.

Un indicador importante para los empresarios por medio del cual es posible analizar el ambiente laboral, son las evaluaciones que se realizan a los empleados. En la encuesta se indagó acerca de tres tipos, a saber: evaluaciones de percepción, de desempeño y de satisfacción. Acerca de dichas evaluaciones, se halló que el 64% de empresas no realiza evaluaciones de percepción de la misma por parte de sus trabajadores, siendo el sector comercio (29%) el que menos desarrolla este tipo de valoraciones.

Aunque las evaluaciones de desempeño más comunes son las que realizan los directivos para medir la productividad de sus empleados, a través de la medición del tiempo utilizado en determinadas actividades, así como la cantidad y calidad del trabajo realizado, entre otros; esta investigación quiso que tanto le preocupa a la empresa la percepción que los empleados tienen sobre el desempeño de sus superiores. De acuerdo a lo anterior se aprecia que

el 79% de empresas no realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por los subordinados; el sector que menos realiza estas valoraciones es el sector Comercio con una representatividad del 30%. Por el contrario se encontró que el 68% de empresas si realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores, siendo el sector intermediación financiera el que más interés expresa (32%).

RESULTADOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

En este apartado se presentan las actividades que realizan las empresas para dar cuenta de los resultados de la RSE para su empresa y su entorno. Un elemento importante para analizar los efectos positivos o negativos de la RSE tanto en el ámbito interno como externo es la realización de balances sociales o informes sobre RSE, por lo cual se indagó al respecto a las empresas encuestadas.

Del total de empresas que hacen RSE sólo el 20% de ellas realiza balances sociales u otro tipo de informes para monitorear los resultados de la RSE.

No obstante los informes no se centran en el cálculo y elaboración de indicadores de RSE o en algún tipo de cuantificación de resultados. Básicamente los informes les han permitido determinar que la RSE ha sido para la empresa algo positivo a pesar de que el 79,2% de las empresas consideran que sus utilidades han permanecido constantes, contra un 20% que afirma que por el contrario las acciones de RSE han generado un aumento de sus utilidades anuales.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La RSE no puede seguir siendo entendida por las empresas como actividades de carácter marginal y esporádica. Se debe hacer énfasis en que las empresas que actúan desde la RSE asumen una nueva actitud frente a la sociedad y los diferentes actores que la conforman.

Es necesaria una relación más estrecha entre el sector público y las empresas, de tal manera que se pueda consensuar el nuevo rol social de las empresas en la solución de problemas sociales de la ciudad. Esto como un primer paso hacia un debate de carácter nacional sobre una agenda social participativa.

Las instituciones gubernamentales deben aprender y conocer con más detalle todo lo concerniente a la RSE y debe promover la RSE dentro de las empresas bogotanas; principalmente la dimensión externa, dado que en este nivel las acciones de RSE cubren a un grupo más amplio de actores, dado que las acciones recaen de manera directa o indirecta sobre la comunidad, los consumidores, accionistas y proveedores.

Es fundamental resaltar el carácter voluntario de la RSE, la repercusión de la gestión social de sus acciones; así como la idea de que las empresas deben

tener en cuenta los intereses de las partes implicadas en su funcionamiento.

Tal como lo evidenciaron los resultados el contenido de la RSE es contingente y transitorio y depende del contexto donde será aplicada. Las acciones de RSE depende de las características de cada una de las empresas, su tamaño, el sector productivo al que pertenece, el reconocimiento y capacidad de incidencia en el medio. No obstante es necesario que las empresas comprendan que las acciones de RSE tendrán los resultados esperados en la medida en que la empresa defina metodologías que permitan establecer los *outputs* y los *inputs* que definirán las áreas de Responsabilidad Social de la Empresa.

En el caso de las empresas bogotanas encuestadas predomina el desinterés frente a la RSE y es muy baja la receptiva de esta propuesta de acción social. Se requiere una mayor difusión del tema. En este sentido sería ideal construir un equipo de trabajo conformado por representantes del gobierno, el sector privado, la academia y organismos de la sociedad civil, para proponer una agenda de trabajo para Colombia sobre RSE.

Las acciones de las empresas bogotanas hacia el entorno (comunidad) no están asociadas o impregnadas de un valor simbólico. Es decir, desde la óptica de Roitter (1999), la relación empresa y comunidad debe expresarse como «un conjunto de dimensiones que trascienden largamente las acciones filantrópicas, sobre si éstas son entendidas como acciones meramente caritativas». La empresa debe entenderse no sólo como una parte productiva sino como miembro de una comunidad política, social y territorial determinada. De esta manera la empresa no es sólo un agente que dona recursos sino un actor social con capacidad de transformar favorablemente su entorno.

De otro lado, las razones más importantes para las empresas a la hora de incluir actividades de RSE fueron mejorar el entorno de trabajo e incrementar la productividad de sus trabajadores; esto demuestra que el empleado juega un papel fundamental en el mantenimiento y mejor funcionamiento de la empresa. Es relevante mencionar que un buen entorno de trabajo favorece las condiciones para que aumente la motivación del trabajador y para que sus habilidades se fortalezcan, lo que al mismo tiempo se manifestará en una mayor productividad y eficiencia.

En síntesis, se encontró que la inclusión de actividades de RSE hacia los trabajadores por parte de las empresas privadas de Bogotá en el periodo (1997-2004) ha traído efectos económicos y sociales positivos, tanto para ellos como para las empresas. Se evidenció una mejoría en el entorno de trabajo luego de aplicar programas de RSE situación que mejoró la calidad del empleo y que fortaleció el sentido de pertenencia del trabajador hacia la empresa, lo cual condujo efectivamente a que la eficiencia de los trabajadores aumentara desde que se aplican dichos programas, lo cual podría influir de manera positiva en los resultados económicos de la empresa. Las capacitaciones, bonificaciones y participación en actividades sociales que las empresas brindan a sus trabajadores representan una contribución importante para el bienestar del empleado, no solo por el efecto que tiene sobre sus ingresos, sino sobre su formación personal, mejorando así mismo su calidad de vida. Respecto a las utilidades de las empresas se observó que estas han presentado el mismo comportamiento desde que se aplican programas de RSE, sin embargo este resultado puede ser explicado en parte porque los empresarios no saben cuantificar los efectos de la RSE, por lo que no se sabría con certeza cual ha sido el real comportamiento de las utilidades.

Es importante que las empresas establezcan parámetros uniformes que permitan a las empresas publicar la información social para los trabajadores y en general para los demás *stakeholders*, sobre la gestión socialmente responsable que llevan a cabo y que se obtiene mediante el balance social u otros mecanismos; ya que esta información permite planear, evaluar y perfeccionar sus actividades, generando transparencia y creando un canal de dialogo entre las partes.

De otro lado, es necesario que la RSE se inculque desde las aulas universitarias, ya que así los empresarios del futuro tendrán mayor visión ética y social, al momento de tomar decisiones, su gestión será más integral y de esta forma, podrán dar un mejor aporte al desarrollo del país. Este tipo de formación se debería dar en carreras como: Dirección y Administración de Empresas, Marketing, Economía, Sociología, Ciencias del Trabajo, Relaciones Laborales, Psicología Social, Ciencias Políticas, Derecho, entre otras, considerando que son áreas cuyo ejercicio se relaciona con la empresa y la sociedad.

Considerando que en el país el sector de industrias manufactureras es uno de los mas representativos en la economía y uno de los que mas involucra mano de obra no calificada dentro de sus procesos; es recomendable que este sector se preocupe mas por la situación social de sus empleados y de su entorno, ya que en la investigación dicho sector no demuestra mucho interés y conocimiento acerca de la RSE.

Las empresas deberían desarrollar más acciones de RSE dentro de sus actividades, ya que quedó demostrado, que las organizaciones que efectivamente las realizan han obtenido respuestas positivas en el comportamiento laboral de sus empleados, permitiendo un beneficio mutuo.

También puede concluirse que las empresas bogotanas no han integrado la acción social al funcionamiento global de la empresa, no cuentan con criterios claros para definir las áreas o grupos de interés de la empresa, no cuentan con criterios de seguimiento y evaluación. Responden básicamente a demandas externas y su actuación, por lo general, es aislada de otras organizaciones y se reduce en muchos casos a donaciones de dinero. En este sentido para que las acciones sociales o de RSE de la empresa tengan un mayor impacto deberían estar conectadas con los valores sociales e institucionales de la organización, con su cultura, filosofía, estrategias y actividad productiva. Los responsables de la RSE dentro de la empresa deben ser personas especializadas en el tema; también se deben definir criterios de selección, seguimiento y evaluación de las acciones, esto con el propósito de mejorar los re-

sultados de la intervención para los grupos seleccionados.

Finalmente la empresa debe ser más proactiva, no sólo esperar a ser invitada a participar en programas. Puede establecer alianzas estratégicas y puede ampliar la base de recursos aportados. Los beneficios de esto, según la experiencia internacional, son un mejoramiento de la imagen corporativa, incremento del sentido de pertenencia de los empleados y fortalecimiento de los lazos con sus clientes. Para que esto se de es necesario que el gobierno cree mecanismo de reconocimiento social, un ejemplo es la comunidad europea, que permitan que las acciones de RSE realizadas por las empresas sean conocidas y valoradas por toda la sociedad. Este tipo de mecanismos se constituyen en incentivos adicionales para las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- Accion Empresarial. *El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en Chile y en el Mundo*. Santiago de Chile, 2003.
- Argandoña, A. «Ética y participación del trabajo en la cultura de la empresa». *Ética y empresa: una visión multidisciplinar*. Madrid: Fundación Argentaria, Visor (1997).
- Agurre, A. *et al. Administración de organizaciones. Fundamentos y Aplicaciones*. Madrid, 1999. (Publicación en línea). Disponible en Internet en: <http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/pdf2/098-ACA_Ana-Maria-Castillo-Clavero_Spain_011227_es.pdf> [06-04-2005].
- Carey-Bélanger, E. «¿Qué porvenir para la política social?» *Revista de Servicio Social* 12 Disponible en Internet en: <<http://www2.udec.cl/~ssrevi/numero2/articulos/ideas.htm>> [31/07/2003].
- Carroll, A. «A three-dimensional conceptual model of corporate social performance». *Academy of Management Review* 4 (1979): 497-505.
- Castillo, A. *Convergencia entre la gestión pública y la privada: una tendencia en el horizonte futuro*. Universidad de Málaga, España. (año desconocido). (Publicación en línea). Disponible en Internet: <http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/pdf2/098-ACA_Ana-Maria-Castillo-Clavero_Spain_011227_es.pdf> [26-04-2005]
- - -. *El resurgir de la Responsabilidad Social de la Empresa en los umbrales del siglo XXI*. Disponible desde Internet en: <http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/pdf2/098-ACA_Ana-Maria-Castillo-Clavero_Spain_011227_es.pdf> [26-04-2005].

- Centro Colombiano de Responsabilidad Social, CCRE. Presentación en el Foro de Consultores de RSE. Cámara de Comercio de Bogotá, 2005.
- Davis, K. y R. W. Blomstrom. *Business and Society: Environment and Responsibility*. New York: McGraw Hill, 1975.
- Davis, K. *The case for and against business assumption of social responsibilities*. *Academy of Management Journal* 16 (1973): 312-322.
- Ethos. Página principal. Acceso a Internet en: <http://www.ethos.org.br/docs/institucional/oq_ethos.shtml> [07-2005].
- Etkhin, J. *La doble moral de las organizaciones. Los sistemas perversos y la corrupción institucionalizada*. Madrid: McGraw Hill, 1993.
- Fernández, J. *Deontología del Empresario. Madrid. Publicado en Ética y empresa: Una visión Multidisciplinar*. Madrid: Fundación Argentaria, Visor, 1997.
- Gil, M. y Delgado, L. *De camino a una ética empresarial*. Buenos Aires: Biblos, 1996.
- Gismera, L. y Vaquero, M. «La responsabilidad social de la empresa en España: la acción social». *Papeles de Ética, Economía y Dirección* 5. <<http://www.eticaed.org/actividades4.htm>> [04-2004].
- Justice, D. «El concepto de responsabilidad social de las empresas desafíos y oportunidades para los sindicatos». <<http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/actrav/publ/130/1.pdf>> [04-2004].
- Lafuente, A. *et al* Responsabilidad Social Corporativa y Políticas Públicas. Documento de trabajo. <http://www.ecodes.org/documentosecores/ecodes_fa_RSC_politicas_publicas.pdf> [2003].
- Mayorga, P. y González, V. *Responsabilidad Social de la Empresa. Elementos teóricos y experiencias*. Fundación Corona; Bogotá, 2001. Publicación en línea. Disponible en Internet: <http://www.fundacioncorona.org.co/descargas/PDF_publicaciones/Responsabilidad/RSEMayorga.pdf> [7-07-2005].
- Montagut, T. *Política Social. Una Introducción*. Barcelona: Ariel, 2000.
- Núñez, N. *Responsabilidad Social de la Empresa. Tendencias teóricas y prácticas*. Publicación en Línea. Documento disponible en: <<http://www.vincular.org>> [2003].
- ONU. *Objetivos del Milenio*. Documento en Línea. Disponible en Internet en: <<http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/>> [07-2005].
- Pérez, M. Y De Cueto, C. *Análisis de Política Social*. España: Universidad de Granada.
- PNUD, Prohumana. *Los Chilenos opinan: Responsabilidad social de las Empresas*. Santiago de Chile. <http://www.pnud.cl/pdf/libro_RS.pdf> [02-2005].
- Renaut, A. La Responsabilidad Social de las Empresas en Europa. <<http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/actrav/publ/130/6.pdf>> [02-2005].
- Roitter, M. *La noción de Buen Vecino y la construcción de ciudadanía Empresaria: Convergencia y divergencia con tendencias internacionales*. Santiago de Chile, 1999.
- Roth, A. *Políticas Públicas. Formulación, implementación y evaluación*. Bogotá: Aurora, 2003.

Solarte, M. *De la Filantropía a la Responsabilidad Social El caso del Centro Colombiano de Respnsabilidad Social*. Publicación en línea. Disponible en Internet en: <<http://www.redceres.org/articulos/RSE,%20su%20definicion.pdf>> [09-2004].

Toro, O. y Rey, G. *Empresa Privada y Responsabilidad Social*. Bogotá: Utópica, 1996.