

La necesidad de desarrollar acciones desde la responsabilidad empresarial como una estrategia de sostenibilidad en las organizaciones

Camilo Andrés Martínez D.¹

Leydy Johana Alape Y.²

Artículo de investigación



Fecha de recepción: 23 de octubre del 2022 ▪ **Fecha de aceptación:** 15 de diciembre del 2022

Martínez, C. A. y Alape, L. Y. (2022). La necesidad de desarrollar acciones desde la responsabilidad empresarial como una estrategia de sostenibilidad en las organizaciones. *Revista de Investigaciones Uniagraria*, 10(1), 91-98.

Resumen

Se entiende como responsabilidad social empresarial (RSE) a la responsabilidad que tienen las empresas con los impactos de cara a la sociedad, en donde reconocen su responsabilidad social y la asumen como parte de su identidad frente a los trabajadores y las partes interesadas. En cuanto a la sostenibilidad, esta hace referencia al impacto que se da de cara a la economía, el medioambiente y el bienestar social, buscando siempre el equilibrio y el crecimiento de estas.

De acuerdo con lo anterior, el presente artículo tiene como finalidad presentar la importancia que tiene la RSE como un instrumento para fortalecer el desarrollo de la sostenibilidad en las empresas y para ello se realiza una investigación con un enfoque cualitativo y un alcance descriptivo basada en un rastreo documental.

Dentro de los principales resultados, es posible referir que las acciones por las empresas identificadas desde la RSE, efectivamente aportan al desarrollo de la sostenibilidad desde el ámbito económico, social y ambiental a través de la generación de valor compartido.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, estrategias de sostenibilidad.

Clasificación JLE: Q01, Q56, Q59.

¹ Economista, candidato a magister en Innovación con Enfoque Empresarial, doctorando en Administración y Desarrollo y docente de Administración Financiera y de Sistemas en la Fundación Universitaria Agraria de Colombia

² Estudiante del programa de Administración Financiera y de Sistemas de la Fundación Universitaria Agraria de Colombia.

The need to develop actions based on corporate responsibility as a sustainability strategy in organizations

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) is understood as the responsibility that companies have for their impacts on society, where they recognize their social responsibility and assume it as part of their identity towards workers and interested parties, in Regarding sustainability, it refers to the impact that occurs in the face of the economy, the environment and social well-being, always seeking the balance and growth of these.

In accordance with the above, the purpose of this article is to present the importance of corporate social responsibility as an instrument to strengthen the development of sustainability in companies. For this, an investigation is carried out with a qualitative approach and a descriptive scope based on documentary tracking.

Within the main results it is possible to refer that the actions by the companies identified from the corporate social responsibility effectively contribute to the development of sustainability from the economic, social, and environmental spheres through the generation of shared value.

Keywords: Corporate social responsibility, sustainability, sustainability strategies.

JLE classification: Q01, Q56, Q59.

Introducción

Tanto la RSE como la sostenibilidad hoy en día juegan un papel importante en la sociedad a nivel mundial, por lo que se requiere identificar cuándo se adoptó la sostenibilidad como un entorno empresarial a nivel mundial y tomó mayor fuerza, es por esto que hacia el año 2012 la onu realiza millones de encuestas a nivel mundial, con el fin de entender o determinar cuáles eran las necesidades que como sociedad a nivel global se tienen que solventar, es así como surge, mediante el Acuerdo de París en el 2015, los objetivos de desarrollo sostenible (ODS).

El Acuerdo de París fue adoptado por 196 partes en la COP21 en París, el 12 de diciembre del 2015 y entró en vigor el 4 de noviembre del 2016, su objetivo es limitar el calentamiento mundial a muy por debajo de 2 °C, preferiblemente a 1,5 °C, en comparación con los niveles preindustriales. El Acuerdo de París es un hito en el proceso multilateral del cambio climático porque, por primera vez, un acuerdo vinculante hace que todos los países se unan en una causa común para emprender esfuerzos ambiciosos para combatir el cambio climático y adaptarse a sus efectos (United Nations Climate Change, 2021).

Para lograr este proceso ambicioso, generado en el Acuerdo de París, se adopta la *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible* con 17 ODS, aquí lo que se busca es realmente cerrar las brechas que se encuentran en la sociedad y, por eso, la sostenibilidad desde las organizaciones parte del hecho de una necesidad de respuesta al desarrollo de las operaciones como organizaciones mediante una agenda en común de las ODS.

“Los ODS constituyen un elemento integrador de todas las agendas que actualmente adelanta el país en materia de desarrollo, así como un marco que permite alinear de manera coherente acciones tanto públicas como privadas alrededor de un objetivo común” (Departamento

Nacional de Planeación, 2018), esto quiere decir que los ODS buscan que de aquí al 2030 se hayan desarrollado retos importantes a nivel global y nacional en sus tres dimensiones: sociales, económicas y ambientales, pero estos objetivos solo se puede lograr con la contribución de las partes interesadas: trabajadores, accionistas, inversores, consumidores, autoridades públicas, sociedad, entre otros, por lo que surge la inquietud de cuáles estrategias se pueden desarrollar para lograr generar interés en todas las partes interesadas y que pueda llevar al desarrollo de modelos de sostenibilidad de manera satisfactoria.

Metodología

El presente estudio se enmarcó en el enfoque cualitativo de investigación bajo el paradigma científico naturalista, el cual, tal como evidencia Barrantes (2014), también es denominado naturalista-humanista o interpretativo, y cuyo interés “se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social”. Asimismo, esta investigación asume una realidad subjetiva, dinámica y compuesta por multiplicidad de contextos, privilegiando el análisis profundo y reflexivo de los significados subjetivos e intersubjetivos que forman parte de las realidades a estudiar (Hernández Sampieri, Fernández y Baptista, 2010).

El alcance realizado se enmarca hacia un enfoque descriptivo, en el cual se utilizó como técnica de análisis el rastreo documental de fuentes primarias y secundarias, con la finalidad de recopilar en primera instancia la definición de sostenibilidad para luego referir acciones relevantes en materia de responsabilidad social empresarial, empleadas por dos empresas referentes colombianas como su principal estrategia de sostenibilidad, además de analizar el impacto de la iso 26000 y finalmente analizar la relación entre sostenibilidad y acciones llevadas a cabo en materia de responsabilidad social empresarial.

Resultados y discusión

El término de desarrollo sostenible recobra un papel global en el *Informe Brundtland*, el cual lo define como un desarrollo que admite “satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones” (Brundtland, 1987). La interpretación de este concepto implica un cambio constante para el hombre y las organizaciones, principalmente con relación a su entorno ecosistémico.

El tema ambiental cada vez va tomando más fuerza en las agendas, no solo gubernamentales, sino también organizacionales, considerándose como un objetivo clave para afrontar dichas problemáticas ambientales de manera más responsable y generando un beneficio en el marco de la estrategia organizacional, es por ello que la sostenibilidad se convierte en un tema relevante dentro de las organizaciones, convirtiéndose en una necesidad, una oportunidad y una apuesta para promover un modelo sostenible que le permita a la empresa generar negocios cada vez más competitivos.

Esta necesidad surge desde el entender y el aportar a la agenda común que se plantea como sociedad, empresa y estado, donde es aquí que se requiere hablar de tres aspectos importantes del desarrollo sostenible hoy en día: el primero y ya antes mencionado es el *Informe Brundtland* en 1987, siendo un escenario donde se retoma el término de desarrollo sostenible y que fue denominado como un futuro común, en resumen lo que busca es que se logre establecer un alto en el camino y se tome conciencia de todo lo logrado en cuanto al desarrollo como sociedad y como desarrollo económico, pero eso genera un decrecimiento en el marco de lo ambiental, aumentando aún más la desigualdad entre los Estados, las personas y los demás, por lo que se indica que es necesario poner la lupa al desarrollo sostenible; el segundo aspecto importante en la sostenibilidad hace referencia a los objetivos de desarrollo del milenio: “Los objetivos de desarrollo del Milenio constituyen el marco

más general, más centrado y más ampliamente compartido por la comunidad internacional para luchar contra la pobreza” (Migiro, 2007)., aquí se habla de ocho objetivos específicos a lo que los Estados se estaban comprometiendo a trabajar conjuntamente para minimizar estas brechas con una periodicidad de 15 años, donde se tomó como gran progreso por el simple hecho de comprometer a los Estados a entender cómo se podían mejorar las condiciones del sistema internacional, aunque es importante aclarar que aunque se habla del compromiso por parte de los Estados que son los que establecen las políticas públicas, también las empresas y las sociedad juegan un papel importante para que se logren cumplir los diferentes objetivos de desarrollo sostenible y aquí es donde se empiezan a replantear los objetivos del milenio, entonces, hacia el 2015, surgen los ODS, que serán el tercer aspecto importante a tener en cuenta en la sostenibilidad.

[Los ODS] constituyen un conjunto de acciones orientadas a mejorar la calidad de vida de la población desde un enfoque integral que contemplan todas las dimensiones del desarrollo, representadas en 17 objetivos y 169 metas. Esta agenda se construye sobre los odm y la experiencia ganada por los países en su implementación (Departamento Nacional de Planeación, 2018).

En otras palabras, lo que se busca es crear una nueva visión en la que se integren las tres dimensiones: desarrollo ambiental, social y económico, garantizando acciones orientadas a mejorar la calidad de vida de la población.

Si lo hablamos desde la oportunidad, la sostenibilidad es la oportunidad de entender los impactos tanto positivos como negativos de los grupos de interés en el desempeño como compañía y cómo esta impacta un entorno en el cual interactúa todos los días (que serían los grupos de interés o *stakeholders*), entendiendo que estos son “aquellos grupos o individuos que pueden influir sobre la consecución de los

objetivos de una organización o verse afectados por ella”. (Freeman, 2011).

Así, la sostenibilidad termina siendo un mecanismo para fortalecer el relacionamiento con los grupos de interés, tenerlos más cerca, poder identificarlos, priorizarlos, entender cuáles son esas demandas y necesidades y, a partir de ahí, ser conscientes de los impactos que se generan como compañía, tanto positivos, que son los que se buscan potenciar, como negativos, que son los que se buscan mitigar; es aquí donde la RSE también juega un papel clave, ya que hoy en día se requiere de un modelo de gestión empresarial que tome en consideración, por un lado, las tres dimensiones mencionadas y, por el otro, que tenga en cuenta los intereses de los stakeholders, debido a que las empresas no son solamente responsables hacia los accionistas, sino también hacia empleados, proveedores, consumidores, autoridades regulatorias y hasta ONG.

En Colombia, se conocen algunas empresas que aplican el concepto de RSE y lo hacen con empeño, con el fin de que sus clientes y la comunidad en general las reconozcan. Dentro de estas organizaciones es posible referir el caso de Alpina, quienes refieren:

Hemos llevado tecnología al campo al tener el 68 % de nuestras fincas con internet de las cosas, que a través de una aplicación nos permite monitorear la recolección de leche. La información obtenida en la finca sobre la leche acopiada viaja directamente a nuestros laboratorios de análisis para hacer mucho más eficiente nuestros procesos de producción y de información oportuna al ganadero (Alpina, 2018).

Para este caso es posible evidenciar cómo se implementa una RSE específicamente en la cadena de valor, al buscar la forma de realizar un seguimiento exhaustivo a todo el proceso; otro caso de RSE es posible analizarlo en la empresa Bavaria, la cual manifiesta: “En Bavaria, la sostenibilidad no es parte de nuestro negocio, es nuestro negocio (...) queremos ser el mejor sitio

para trabajar y tenemos tres grandes apuestas: nuestra gente, el crecimiento de nuestra compañía y el impacto en nuestras comunidades” (Bavaria, 2018). Para esta empresa, también llama la atención el programa de voluntariado #meuno, donde movilizan a más de 5400 voluntarios con la iniciativa “ensúciate para limpiar el agua de nuestro país” y que gracias a ello se logran extraer más de 90 toneladas de residuos en varios lugares de Colombia, es en este caso donde se refleja cómo los empleados participan de forma activa en una iniciativa para el mejoramiento de la calidad de vida de un entorno o una comunidad que lo requiere y, de los dos casos antes expuestos, es posible ver cómo las empresas se pueden adaptar a esas señales del entorno que son cambiantes y esto también es lo que permite la sostenibilidad.

Finalmente, la sostenibilidad es una apuesta, ya que se debe buscar la forma de generar cada vez negocios más competitivos, principalmente desde el crecimiento, y al momento de fortalecer los procesos de innovación frente a un mercado que día a día evoluciona y cambia, esto potencia el valor reputacional de la empresa, el cual también es importante para llegar a los consumidores, es aquí donde nuevamente vemos cómo la RSE puede llegar a influir de manera positiva en la competitividad de las empresas al identificar objetivos, evaluar metas y establecer actividades para el cumplimiento de estas, apostándole a mejorar aspectos como productos o procesos de producción, motivación y fidelidad de los trabajadores, los cuales se ven retribuidos en mayor creatividad e innovación por parte de los mismos.

Así, mejorar la imagen pública permitirá un mejor posicionamiento en el mercado, facilitando acceder a las ayudas públicas por la buena imagen de la empresa, si así lo requiere; en pocas palabras, la RSE es una forma válida de hacer negocios, ya que busca apostarle a todos: sus empleados, sus clientes, sus proveedores, la comunidad y el medioambiente, pues se considera que una empresa solo puede ser buena siempre y cuando sea buena para todos sus *stakeholders*.

Para este punto, es indispensable hablar de las normas iso: “conjunto de estándares con reconocimiento internacional que fueron creados con el objetivo de ayudar a las empresas a establecer unos niveles de homogeneidad en relación con la gestión, prestación de servicios y desarrollo de productos en la industria” (Global Suite Solutions, 2020). Hay normas iso que son certificables, verificables o guías, para este caso nos centraremos en la iso 26000, la cual “nace para ayudar a organizaciones de todo tipo a ser más responsables socialmente. Esta norma internacional tiene como objetivo asesorar a las organizaciones y fomentar el desarrollo sostenible” (Fernández, 2018); la iso 26000 es una guía que no es obligatoria, debido a que la capacidad de adaptación de las empresas hoy en día es muy baja o nula y terminan dando este paso más desde la voluntad que desde la obligatoriedad, esta norma se basa en siete principios que abarcan el marco ambiental, social y legal, con la finalidad de impulsar las acciones de RSE en cualquier tipo de organización.

hay que tener en cuenta la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política, organizacional y económica, además de actuar de forma coherente e integrar la responsabilidad social dentro de sus políticas y estrategias de acción, así como revisar cada cierto tiempo el correcto cumplimiento de los principios (Fernández, 2018).

Uno de los beneficios más determinantes al aplicar la norma iso 26000 es lograr que la empresa sea más competitiva a nivel social y, por ende, que mejore su reputación e imagen frente a sus grupos de interés, así que apostarle a la sostenibilidad a nivel empresarial es importante, ya que el 60 % del valor comercial de la empresa se le atribuye a su reputación, mediante el fortalecimiento de procesos de innovación, potenciando el valor reputacional de la empresa.

Ahora bien, ya queda claro que las empresas que progresan en las políticas de RSE obtienen más productividad, lo que se ve reflejado en los

resultados y es así como contribuye también de manera directa al desarrollo sostenible, por lo que es válido interpretar que hoy en día, a pesar de que hay un reconocimiento de la RSE por parte de las empresas, hay muchas de ellas que aún no la adoptan, y el por qué solo lo saben las empresas mismas, pero es importante que se empiece a considerar la necesidad de desarrollar acciones desde la RSE, ya que esta es la apuesta estratégica más grande, importante y que genera mayor impacto dentro de la sostenibilidad.

Es necesario entender también que la sostenibilidad no debe verse como parte del negocio, sino como el negocio en sí, así como lo expresa Bavaria en su implementación de RSE, pero para que se puedan generar acciones desde la RSE como estrategias, es importante que el gobierno corporativo o la alta dirección estén comprometidos y lo transmitan a sus empleados, hay cosas que, desde el día a día, las personas pueden empezar a evidenciar, generando compromisos individuales y que son fundamentales para llegar a que la gente se comprometa a algo que realmente se visualiza en el día a día de la organización.

Por otra parte, no generar reprocesos es también algo fundamental, las empresas deben buscar la manera de crear un solo sistema de gestión donde los indicadores de sostenibilidad se adopten como los mismos indicadores de la empresa, aquí es donde se pueden llegar a tener más argumentos para que las personas quieran implementar este tipo de modelos dentro de las organizaciones y así generar estrategias de sostenibilidad que permitan a las empresas tener mejores prácticas en sostenibilidad, asociado ello a la inversión y a su aporte a la sociedad.

Conclusiones

Cuando se habla de RSE se debe hablar también del desarrollo sostenible, por ser considerado esto como herramientas útiles que les permiten a las empresas mejorar e innovar en sus procesos productivos y ser más competitivas;

se logra evidenciar también que, aunque es un tema que viene tomando fuerza en los últimos 15 años, realmente se eleva desde el año 1987, pero que hasta hace poco se le da la debida importancia.

De igual manera, es significativo referir que las empresas que implementan una RSE son compañías que han logrado ventajas importantes y que benefician, significativamente, no solo a otras empresas, sino también a la sociedad y al medioambiente, como los dos ejemplos que se evidenciaron: Alpina y Bavaria, dos empresas colombianas que le han apostado a la sostenibilidad y que han logrado ser innovadoras, con un mayor reconocimiento en sus entornos o comunidades y mejorando su imagen, convirtiéndose esta en su mayor fortaleza competitiva y sostenible.

Con base en lo anterior, es importante analizar que las empresas que buscan adoptar la RSE deben considerar los factores internos y externos, lo que implica identificar a sus *stakeholders*, que sin considerarlo juegan un papel clave dentro de los retos que plantean las empresas al buscar objetivos comunes entre todos los grupos de interés que son impactados por la empresa.

Finalmente, se concluye que vincularse a desarrollar acciones en las empresas desde RSE, aunque no es fácil, vale la pena para estas, porque les permite mantenerse en constante innovación, entender la importancia de ser empresas socialmente responsables, identificar objetivos y generar metas que aporten, no solo a nivel social y ambiental, sino que le permite a su recurso humano ser parte de un cambio social y ambiental responsable.

Referencias

- Alpina. (2018.). *Informe de sostenibilidad*. Recuperado de <https://alpina.com/contenidos/category/sostenibilidad>
- Bavaria. (2018.). *Informe de sostenibilidad*. Recuperado de <https://www.bavaria.co/sites/g/files/phfypu1316/f/201905/InformeSostenibilidad2018.pdf>
- Bom-Camargo, Y.I. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(2). <https://www.redalyc.org/journal/280/28066593008/html/>
- Brundtland, G. H. (1987). *Informe Brundtland*. Noruega: Oxford University Press.
- Cardona, D. (2016). *La responsabilidad social empresarial*. Recuperado de <https://www.unilibre.edu.co/bogota/pdfs/2016/1sin/25.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación. (2018). *Estrategia para la implementación de ODS en Colombia*. Bogotá: Conpes. Recuperado de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/Adenda%203918.pdf>
- Fernández, V. (2018). *ISO 26000, ¿en qué consiste esta norma?* GEOINNOVA. Recuperado de https://geoinnova.org/blog-territorio/medioambiente-iso-26000/?gclid=Cj0KCQiApb2bBhDYARIsAChHC9tPwI5A9Z88uPWD4RvtIQlw-I0p_jBxJvdwKlAcYQsgXip30kxG-YQaAnhDEALw_wcB
- Freeman, R. (2011). *La gestión empresarial basada en los stakeholders y la reputación*. Recuperado de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-gestion-empresarial-basada-en-los-stakeholders-y-la-reputacion/>
- Global Suite Solutions. (2020). *¿Qué son las normas ISO?* Recuperado de <https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-son-normas-iso/#:~:text=Las%20normas%20ISO%20son%20un,de%20productos%20en%20la%20industria>

- González, M. (2019). *Informe integrado de sostenibilidad responsable 2018-2019*. Recuperado de <https://shelf.bhybrid.com/publication/6de5cb1d/mobile/?prc=7120221113>
- Migiro, A. R. (2007). *La importancia de los objetivos de desarrollo del Milenio: El liderazgo de las Naciones Unidas en el desarrollo*. Naciones Unidas. Recuperado de <https://www.un.org/es/chronicle/article/la-importancia-de-los-objetivos-de-desarrollo-del-milenio-el-liderazgo-de-las-naciones-unidas-en-el#>
- Miranda, T., Suset, A., Cruz, A., Machado, H. y Campos, M. (2007). El Desarrollo sostenible. Perspectivas y enfoques en una nueva época. *Pastos y Forrajes*, 30(2). Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03942007000200001
- Restrepo Tamayo, J. F., Hurtado, S. y Vásquez, L. (2021). El medio ambiente sano como derecho fundamental en Colombia. *Revista de Bioética y Derecho*, 52, 287-301. doi: [10.1344/rbd2021.52.31986](https://doi.org/10.1344/rbd2021.52.31986)
- United Nations. (2015). *Report of the United Nations Environment Programme (UNEP)*. Recuperado de <https://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/2015/agencies-info/UNEP.pdf>
- United Nations Climate Change. (2021). *El Acuerdo de París*. Recuperado de <https://unfccc.int/es/acerca-de-las-ndc/el-acuerdo-de-paris>