

**PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE
FENALCO ATLANTICO**

Angulo De La Hoz Mayeli*
Sanjuan Donado Karelys**
Lechuga Cardozo Jorge Isaac***

RECIBIDO: marzo 4 de 2014

ACEPTADO: agosto 15 de 2014

RESUMEN

El presente artículo, tuvo por objetivo conocer las prácticas de responsabilidad social en la Federación Nacional de Comerciantes Fenalco Atlántico, luego de revisar los principales autores en materia de responsabilidad social, se concluye que como estudiantes se debe reflexionar acerca de la responsabilidad social, que ya no es solamente del estado para con sus ciudadanos sino que es responsabilidad de todos, incluyendo la empresa privada quien es clave para el fortalecimiento y ejecución de este tipo de programas.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial, Fenalco, grupos de interés, sostenibilidad.

De La Hoz, A., Donado, S., & Lechuga, I(2014). Prácticas de responsabilidad social empresarial de Fenalco Atlántico, en *Liderazgo Estratégico*, Revista de los Programas de Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Simón Bolívar 1 (2), 85-92.

* Estudiante del programa de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad Simón Bolívar.

** Estudiante del programa de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad Simón Bolívar

*** Docente del programa de Comercio y Negocios Internacionales de la Universidad Simón Bolívar

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES OF FENALCO-ATLANTICO

ABSTRACT

This article was to identify the practices of social responsibility at the National Retail Federation Fenalco Atlántico, after reviewing the main authors in the field of social responsibility, we conclude that such students should reflect on social responsibility, which already It is not only the state to its citizens but is everybody's responsibility, including private enterprise who is key to strengthening and implementing such programs.

Key words: Corporate social responsibility, Fenalco, stakeholders, sustainability.

INTRODUCCIÓN

En una economía de mercado que exige cada vez más empresas competitivas e innovadoras, que produzcan bienes y servicios adaptados a las necesidades del entorno, se hace necesario que las organizaciones cuenten con un marco ético. Ahora bien ¿a que atañe un marco ético dentro de la empresa? Sin lugar a dudas a la ejecución de prácticas socialmente responsables, pues todas las organizaciones, públicas o privadas tienen la obligación moral a la responsabilidad social. A continuación se realizará una revisión conceptual de los conceptos de responsabilidad social aplicados a la federación nacional de comerciantes FENALCO.

Ahora bien la Federación fue creada en el año de 1945 por un grupo de

comerciantes durante la presidencia del Doctor Alfonso López Pumarejo. FENALCO coadyuvó en la creación de entidades como: Funde comercio y Cetco.

Es así como a lo largo de su permanencia en el conglomerado gremial la razón de ser de FENALCO ha sido dar a los comerciantes las herramientas y realizar las gestiones necesarias para que puedan ejercer en un ambiente favorable su profesión, buscando que este ejercicio resulte en un mayor bienestar económico y social para el país y sus gentes.

ARGUMENTACION

A partir de una revisión teórica del concepto de Responsabilidad social empresarial se debe definir qué se entiende por organizaciones ciudadanas, estas no son más que organizaciones

constituidas por la sociedad civil, es decir, asegura González (2011):

Ciudadanos que de manera colectiva se unen para tomar decisiones que busquen proteger los derechos individuales, públicos y políticos de los ciudadanos a partir de la libre asociación, así como también ejercer la capacidad de intervención en el mercado para ayudar a suplir demandas sociales por medio de la veeduría con el fin de evitar externalidades negativas en el mercado. (p. 22).

Su función es “proteger a las personas de los abusos que puedan derivarse de la gestión pública y del sector privado” (González, 2011, p.18), dentro de estas se pueden mencionar: las ONG’s, los sindicatos, las ligas de consumidores, partidos políticos, los clubes deportivos, y los grupos interés.

Por otro lado a nivel internacional la RS¹ es vista desde dos corrientes de pensamiento: por un lado como una forma de legitimar las actividades empresariales. En esta visión se encuentran enmarcados diferentes estados de RS como filantropía empresarial, responsabilidad social empresarial y ciudadanía corporativa. Por otro lado, una segunda corriente de pensamiento ve la RS como una herramienta estratégica generadora de valor para la organización.

Uno de los principales problemas con respecto a la RS es que en realidad no hay definiciones estandarizadas para las organizaciones ni mucho menos visiones compartidas por sectores, todo lo contrario, la cantidad abundante de concepciones sobre responsabilidad social tiñe de gris un área de conocimiento de mucha relevancia para la empresas, especialmente en la coyuntura internacional actual, donde el

¹ Responsabilidad social.

impacto social de la administración es extremadamente importante para buscar soluciones de fondo a las críticos niveles de pobreza, desigualdad, deterioro medioambiental, etc.

Algunos exponentes importantes han hecho su aporte del concepto de RSE². Así, de acuerdo con Porter:

La filantropía puede ser a menudo el medio más rentable, y en ocasiones el único, para mejorar el contexto competitivo. Permite que las empresas utilicen no sólo sus propios recursos, sino también las iniciativas y las infraestructuras existentes de organizaciones no lucrativas y otras instituciones. (Mejía, 2008, p.109).

Para el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial la RSE es “la

² Responsabilidad social empresarial.

capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés)” (Mejía, 2008, p.109).

Oliva reconoce el carácter estratégico de la Responsabilidad Social Empresarial afirmando que “la RSE vista como una herramienta de gestión empresarial, constituye una actitud estratégica, que tal como señaló en 1999, Enterprise Knowledge Network (SEKN), mejora la competitividad de la empresa y genera indudables beneficios para la comunidad” (Mejía, 2008, p. 111).

Gutiérrez define RSE como:

La responsabilidad social es la forma inteligente como una organización se prepara, a través de un pensamiento estratégico, para integrar y articular su crecimiento y productividad a un entorno social complejo, dinámico y cambiante, buscando asegurar su

permanencia en el largo plazo. (Mejía, 2008, p.111).

Ahora bien más allá de los premios a la 'buena conducta', la verdad es que un comportamiento adecuado en términos de RSE será pronto un requisito para que una empresa pueda moverse en los mercados internacionales. Hoy ya es evidente que los precios de una acción caen fácilmente en las bolsas de valores ante la denuncia de cualquier violación de los derechos humanos o de prácticas como el trabajo infantil. No importa si estas acciones ocurren lejos geográficamente, en países alejados de los centros de consumo; o remotamente en la cadena de valor, al ser realizadas por algún proveedor. De ahí que las transnacionales, que reciben fuertes presiones de sus países de origen, sean las más desarrolladas en los temas de responsabilidad social empresarial.

En este sentido las organizaciones hoy deben responder sus actuaciones ante

un público cada vez más exigente, informado y con capacidad de influencia en el mercado. Ya que las organizaciones ciudadanas han empezado a establecer sanciones sociales para aquellas compañías que no tienen una conducta ética, exigiendo que se cumplan normas regulatorias como ISAE 30001, AA1000, la guía GRI, SA 80002, SGE 21 y los indicadores del instituto ETHOS de Brasil. Para establecer políticas que cumplan las expectativas e intereses de sus grupos de interés; empleados, accionistas, clientes, comunidad y medio ambiente.

CONCLUSION

En este ensayo fundamentado en la responsabilidad social de la organización Fenalco, se entiende por RSE al compromiso con los individuos impactados directos o indirectamente con las actividades de la compañía.

Al hablar de RSE se debe hablar de una acción en la que participan tanto la sociedad civil como las organizaciones tanto públicas como privadas, estimulando el comportamiento sostenible económico, ambiental y social.

Fenalco en el transcurso del tiempo ha venido realizando una labor social admirable, encaminada al impulso de la creación y fortalecimiento de empresas o unidades productivas con población vulnerable o de escasos recursos.

En síntesis se puede concluir que las organizaciones ciudadanas demandan de las empresas colombianas como Fenalco comportamientos éticos, pues cada vez se vuelve más fuerte su poder de influenciar el mercado (Enron, Worldcom, Parmalat, Chiquita Brands, Nike), en medio de una economía globalizada la conciencia de los ciudadanos del mundo en materia ambiental y social se agudiza, por

ende las empresas colombianas deben trabajar en establecer políticas éticas en su marco de actuación respondiendo a su grupos de interés, para que de esta manera utilicen la RS como una herramienta estratégica, que les permita ser competitivas, sin embargo cabe preguntarse ¿Qué están haciendo los comerciantes colombianos en materia de responsabilidad social? ¿Cuál es su comportamiento frente a las organizaciones ciudadanas?

REFERENCIAS

Botero, G. (s.f.). *Responsabilidad Social, una estrategia de impacto global*. Recuperado de: <http://www.fenalco.com.co/contenido/2993/Responsabilidad%20Social,%20una%20estrategia%20de%20impacto%20global%20>

Corporación Fenalco Solidario (2012). *Informe de gestión 2012*. Recuperado de: <http://www.fenalcosolidario.com/apoyos/2012.pdf> <http://www.slideshare.net/atlantisplantillas/responsabilidad-social-en-la-organización>

Mejía, C. (2008). Estudios de casos como alternativa para la enseñanza de ética y responsabilidad social en administración. *Revista Internacional de Investigación y Aplicación del Método de Casos*, vol. (20), pp. 107 – 117.

Vida y Educación (s.f.). *Principios de la Responsabilidad Social de las Organizaciones*. Recuperado de: <http://vidaeducacion.org/transparencia/principios-de-la-responsabilidad-social-de-las-organizaciones/>

Vergara, O. (2010). Responsabilidad social en las organizaciones. Recuperado de: