

Pacto Global en las Empresas Locales de Pereira y Dosquebradas

Yesica M. Ramírez Gaviria

Violeta K. Serna Salazar

Universidad Católica de Pereira

Facultad Ciencias Económicas y Administrativas.

Programa de Administración de Empresas

Pereira – Risaralda.

2014

Pacto Global en las Empresas Locales de Pereira y Dosquebradas

Yesica M. Ramírez Gaviria

Violeta Katherine Serna Salazar

Trabajo presentado a la tutora de grado

Gloria Stella Salazar Yepes

MSC en Administración

Universidad Católica de Pereira

Facultad Ciencias Económicas y Administrativas.

Programa de Administración de Empresas

Pereira – Risaralda.

2014

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	4
Abstract.....	4
Introducción.....	5
1. Área Problemática.....	5
Descripción del Problema.....	5
2. Planteamiento del Problema.....	8
3. Formulación de la Pregunta.....	9
4. Objetivos.....	9
4.1 Objetivo General.....	9
4.2 Objetivos Específico.....	9
5. Justificación.....	10
6. Glosario.....	11
7. Marco Conceptual.....	11
7.1 Marco Teórico.....	11
7.2 Marco Contextual.....	22
8. Diseño metodológico.....	25
9. Resultados.....	26
10. Conclusiones.....	30
11. Recomendaciones.....	32
12. Lista de Referencia.....	33
13. Anexos.....	36

Resumen

El presente trabajo de grado describe el conocimiento que tienen las empresas de las ciudades de Pereira y Dosquebradas que se encuentran adheridas al Pacto Global con el fin de evidenciar de manera general los canales de comunicación que emplea la Red del Pacto en Colombia para dar a conocer esta iniciativa de Naciones Unidas la cual trabaja bajo 4 categorías específicas (derechos humanos, medio ambiente, anticorrupción y relaciones laborales). Esto con el fin de conocer los procesos de difusión y a partir de ello proponer estrategias de mejoramiento en los procesos de comunicación, entre esta Red y los empresarios locales adheridos.

Palabras claves: Red Pacto Global Colombia, Pacto Global, Naciones Unidas, Responsabilidad social empresarial.

Abstract

This degree work describes the degree of awareness of businesses in the cities of Pereira and Dosquebradas that are attached to the Global Compact in order to demonstrate comprehensively communication channels employing the Covenant Network in Colombia to raise awareness UN initiative which works under four specific categories (human rights, environment, anti-corruption and labor relations). This in order to understand the processes of diffusion and from this propose strategies for improvement in communication processes between this network and local entrepreneurs attached

Keywords: Colombia pact Global Network, Global Compact, United Nations, Corporate Social Responsibility.

INTRODUCCIÓN

El trabajo presentado a continuación aborda el escenario de Responsabilidad Social Empresarial de la ciudad de Pereira así como los lineamientos y principios de compromiso con la sociedad que plantea Naciones Unidas mediante el Pacto Global; esto con el fin de determinar el conocimiento que tienen las empresas de Pereira que se encuentran adscritas a él, sobre las políticas y directrices que definen y soportan esta iniciativa.

Para ello se describe el proceso de difusión empleado por la Red del Pacto Global. Así mismo se pretende identificar las ventajas que este Pacto genera en las empresas locales adscritas a él.

Así pues, este grupo de trabajo realiza esta indagación con el propósito de sugerir estrategias que propenden por mejorar los sistemas y canales de comunicación entre el Pacto Global y las empresas adscritas a él y de este modo servir de apoyo como fuente de información acerca de esta propuesta y aportar los componentes necesarios para la futura creación de un observatorio de RSE en la ciudad.

Además dicha investigación promueve el desarrollo de las habilidades de los estudiantes que hacen parte del proceso y culminar su etapa de formación profesional.

1. ÁREA PROBLÉMICA

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En los últimos años se ha generado un concepto de Responsabilidad Social, que ha difundido una nueva forma de pensar y ha reorganizado la manera de actuar y proceder de las empresas y de sus dirigentes. De este modo hoy es posible observar un paralelo entre el comportamiento responsable de las compañías, el cual permite evidenciar los beneficios que éstas obtienen a partir de las buenas

prácticas que presenten y su compromiso con temas como la Responsabilidad Social.

Cada vez se constata más como un hecho probado que las actividades de comportamiento corporativo responsable circulan paralelas al rendimiento positivo de los negocios. Cada vez con mayor frecuencia las compañías reconocen que deben responder ante más personas e instituciones vinculadas con sus actividades –inversores, empleados, organizaciones no gubernamentales y comunidades–. (Oficina del Pacto Global en Argentina, 2004, p.10).

Los consumidores, clientes y usuarios de hoy cuentan con mayor información para tomar sus decisiones de compra o inversión, motivo por el cual las organizaciones deben estar más atentas a temas como el medio ambiente, el respeto por la dignidad de las personas, la transparencia en la información, y el ser responsables no solo con lo que hacen sino también con el cómo y con quién lo hacen.

El Pacto Global es una iniciativa de Naciones Unidas con un perfil netamente voluntario, que promueve el desarrollo sostenible para la buena ciudadanía corporativa, en éste, las empresas se comprometen a trabajar bajo los principios que establece dicho Pacto, los cuales están englobados por cuatro áreas específicas: (Derechos Humanos, Normas laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la corrupción).

El Pacto Mundial se propone aprovechar la fuerza de la acción colectiva para fomentar la responsabilidad cívica de las empresas de modo que éstas puedan contribuir a la solución de los retos que plantea la globalización. De esta forma, el sector privado —en colaboración con otras entidades de la sociedad— puede ayudar a hacer realidad la visión del Secretario General: una economía mundial más sostenible e inclusiva. (Ángel, 2006, p.5)

En la actualidad organizaciones de diversas partes del mundo se han adherido a este Pacto, alineando sus estrategias y operaciones con los principios expuestos en esta iniciativa, y que a pesar de no ser un instrumento normativo, pueda considerarse como una excelente alternativa para ejecutar acciones responsables que contribuyan al desarrollo de mercados sustentables.

La participación en el Pacto Global o Pacto Mundial representa no solo un compromiso en la aplicación de los diez principios sobre los que se basa, es posible también, considerarle una ventaja competitiva si se tiene en cuenta el panorama en el que se deben desenvolver las organizaciones actuales, pues hoy por hoy el mercado, las instituciones y la sociedad en general, presentan mayores exigencias en cuanto a los bienes y servicios que se ofrecen.

De acuerdo con González (2011) estos principios fueron escogidos tanto por tener importancia estratégica y operativa para el sector privado, como por haber sido desarrollado a través de acuerdos internacionales y por su importancia crucial dada la apertura de los mercados internacionales y un sistema multilateral de apoyo social.

En Colombia este acuerdo es reconocido en el año 2004 gracias al apoyo de fondos canadienses y el programa para el desarrollo de Naciones Unidas, pero fue a través del liderazgo y compromiso empresarial de las organizaciones colombianas firmantes, que se constituyó en 2009 la Corporación Red Local de Pacto Global en Colombia. (Red Pacto Global Colombia, s.f, párr. 2. <http://www.pactoglobal-colombia.org/red.html>).

De acuerdo con Ordovás et al (2001) la Red Colombiana de Pacto Global ha expresado un notable interés por incorporar a las empresas nacionales en este movimiento, por ello ha realizado diversos eventos relacionados con la Responsabilidad Social y Ambiental, con una participación activa de más de 400 personas.

También se han realizado programas de diplomado en Responsabilidad Social y Derechos Humanos en la Empresa en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali y Valledupar. Adicionalmente La Red, ha participado activamente en más de una veintena de seminarios y foros con ponencias relacionadas con los diez principios del Pacto Global.

En el año 2011 el Pacto Global en Colombia contaba con 272 empresas participantes, sin embargo para septiembre del año en curso (Jiménez, 2013) cifra

fue compuesta por 410 firmas de las cuales 18 pertenecen al departamento de Risaralda, lo que muestra un avance significativo en este tema, sin embargo aún falta mucho por hacer, pues más allá de la suscripción de las organizaciones, es necesario la comprensión, claridad y perfecto conocimiento acerca de las ventajas que éste implica, un valor agregado que puede generar y todos los beneficios que se producirán tanto en el ámbito empresarial como en el social y académico.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El departamento de Risaralda se ha destacado por contar con numerosas ventajas comparativas que han proporcionado durante mucho tiempo las condiciones idóneas para el desarrollo empresarial, sin embargo en los últimos años dichas ventajas han perdido influencia a la hora de generar nuevas y mejores empresas.

Del mismo modo es de amplio conocimiento que el tema de Responsabilidad Social cada día adquiere mayor interés entre las organizaciones debido a la conciencia y necesidad por mantener un proceder responsable socialmente. De ahí que la RSE se haya convertido en una estrategia corporativa que los empresarios han adoptado, pues éste es también un puente para garantizar rentabilidad en las empresas dentro de una sociedad deteriorada.

Ante este acontecimiento el departamento de Risaralda no se ha quedado atrás, pues organismos como Cámara de Comercio de Pereira, la ANDI, o la Fundación de Empresarios por la Educación vienen impulsando, difundiendo y apoyando esta corriente entre las compañías y empresarios locales.

En Risaralda, una encuesta de la Asociación Nacional de Empresarios Andi, Comfamiliar Risaralda y la Universidad Tecnológica de Pereira, el 61 % de las empresas cuenta con estrategias y políticas en RSE pero el 39 % restante, no. Según explicó Santiago Ángel Jaramillo, gerente seccional de la Andi Risaralda-Quindío, aún falta por dar un paso de la vocación filantrópico a proyectos realmente sostenibles en esa materia; aunque destaca que hay empresas que adelantan proceso bastante estructurados. (Méndez, 2013, párr. 3)

Así mismo es claro que el Pacto Global es el sistema de responsabilidad social y ambiental más grande del mundo el cual articula actores como empresas,

academia, gobierno, sociedad civil encaminándolas hacia acciones socialmente responsables y siguiendo datos de Naciones Unidas Colombia cuenta hoy con 410 organizaciones adheridas, de las cuales 18 de ellas pertenecen al departamento de Risaralda.

No obstante se cuenta con poca información acerca de dichas compañías y su participación en este acuerdo, situación que no avala del todo la transparencia y formalidades que se exigen para ser integrante de éste.

Sumado a ello resulta interesante realizar un acercamiento sobre el conocimiento real que se tiene sobre el Pacto Mundial en el contexto local, su interiorización y alineación, ya que a partir de ahí se puede entender los motivos por los cuales las firmas pereiranas y de Dosquebradas adheridas, tomaron la decisión de participar.

3. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA

¿Qué conocimiento tienen las Empresas locales de Pereira y Dosquebradas que al 2014 se encuentran adheridas al Pacto Global de Naciones Unidas, sobre los lineamientos en los cuales se soporta esta iniciativa?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Caracterizar el conocimiento que tienen las Empresas de Pereira y Dosquebradas que al 2014 se encuentran adheridas al Pacto Global de Naciones Unidas, con el fin de proponer estrategias de mejoramiento en los procesos de difusión entre la Red del Pacto Global y los empresarios locales. Esto se logrará a través de una investigación descriptiva.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICO

- Identificar los lineamientos que soportan la red del pacto global.
- Determinar cómo es el proceso de difusión empleado por la Red del Pacto Global, entre las empresas de los municipios de Pereira y Dosquebradas.

- Establecer cuál es el nivel de conocimiento por parte de las empresas de Pereira que están adheridas a la red pacto global, sobre los lineamientos que lo sustentan.
- Contrastar el conocimiento que poseen actualmente las empresas de Pereira que pertenecen al pacto, con los lineamientos que lo sustentan
- Proponer estrategias de mejoramiento en los procesos de comunicación, entre la Red del Pacto global y los empresarios locales adheridos.

5. JUSTIFICACIÓN

El presente documento es un trabajo investigativo que busca determinar cuál es el conocimiento que tienen las empresas locales adheridas al Pacto Global de Naciones Unidas, sobre los lineamientos bajo los cuales está soportado, con el fin de generar estrategias de mejoramiento en los procesos de difusión entre la Red del Pacto Global y los empresarios locales.

Este trabajo es importante para la población empresarial de la ciudad debido a que permite conocer las razones por las cuales las empresas de Pereira y Dosquebradas que ya están adheridas, decidieron ingresar a este compromiso voluntario; posibilitando la creación de espacios, estrategias y mejoramiento en la comunicación entre la Red del Pacto y el sector empresarial local.

En cuanto a la Universidad Católica de Pereira, esta investigación tiene trascendencia ya que aporta elementos significativos para la futura creación del observatorio de RSE que pretende conformarse en la institución además de servir como apoyo para la difusión adecuada de los parámetros y lineamientos que sustentan este compromiso social, teniendo en cuenta que se trata de una propuesta que busca alinear los objetivos organizacionales con los intereses sociales y medioambientales.

Adicionalmente es importante revisar las ventajas que proporciona esta alianza basada en la responsabilidad pública, la transparencia, la sana defensa de los propios intereses de las empresas, las organizaciones laborales y la sociedad civil en las empresas, para así contribuir al desarrollo de la industria y comunidad.

Igualmente es un tema que en la región no se ha estudiado a fondo por ello se considera que la investigación es novedosa y que puede ser la impulsora a que el gremio empresarial local se motive y concientice sobre el trabajo que algunas empresas han logrado con la participación voluntaria dentro de esta Red.

6. GLOSARIO

- **COP:** Comunicaciones de Progreso para el Pacto Global
- **RSE:** Responsabilidad Social Empresaria
- **RSC:** Responsabilidad Social Corporativa
- **UCP:** Universidad Católica de Pereira

7. MARCO CONCEPTUAL

7.1 MARCO TEÓRICO

Actualmente en el entorno se evidencian una serie de transformaciones y cambios que permiten a la organización bien sea dirigirla hacia el éxito o permanecer en un punto estático, esos cambios llevan a que se torne un ambiente cada vez más competitivo para lograr la sostenibilidad a través del tiempo, permitiendo que las organizaciones se encaminen bajo las tendencias actuales que se presentan, es por ello que se necesitan líderes eficaces que focalicen las organizaciones hacia los cambios estratégicos, siendo éste un factor clave para el logro de los objetivos de la organización.

De este modo se observa cómo dichas transformaciones traen consigo cambios administrativos que han contribuido a la evolución de las empresas y de su entorno, proporcionando nuevos esquemas de trabajo que buscan la manera de ser sostenible y sustentable al mismo tiempo.

Por esta razón es que día a día las empresas han procurado por invertir más tiempo y recursos en el desarrollo de estrategias y proyectos que permitan para alcanzar dichas transformaciones; de ahí que numerosas firmas cada día más

opten por adoptar medidas que encaminen a sus compañías a ejecutar acciones que logren entender que la labor dentro de una sociedad va más allá de esto de generar utilidades para los accionistas, y de tal forma convertir en prioridad la idea de que el eje central de las organizaciones sea la responsabilidad en la manera de hacer negocios, el compromiso con el ambiente, con los trabajadores y con la misma sociedad en la que se desenvuelve, garantizando condiciones saludables y calidad de vida laboral, respeto estricto con el ambiente interno y externo. Demostrando una conducta ética en todas sus acciones e ir más allá del cumplimiento de las metas, es por esto que el Banco Mundial establece que la RSE.

Es el compromiso de las empresas para comportarse éticamente y para contribuir al desarrollo económico sustentable trabajando con todos los stakeholders relevantes para mejorar sus vidas en maneras que sean buenas para la empresa, la agenda del desarrollo sustentable y la sociedad en general. (Abreu & Badii, 2007, p. 60)

Los compromisos que se adquieran y se demuestren ayudan o aportan al desarrollo, encaminado hacia el rol que deben cumplir las empresas en la sociedad entendiendo que éstas deben renunciar a varias medidas de ganancia para alcanzar fines no lucrativos, contribuyendo a la protección y mejora de la sociedad en general.

Sin embargo a través del tiempo se evidencia que el concepto como tal no estaba entendido como una medida que las empresas adoptaran para lograr el cumplimiento de las metas y la retribución por el entorno propio, puesto que RSE inicialmente se relacionaba con filantropía. (Abreu & Badii, 2007)

En otras palabras se refiere a las donaciones que los empresarios realizan a una comunidad o grupo en particular sin necesidad de recibir algo a cambio por lo que se realiza con fines no lucrativos, dicho esto se encuentra una clara confusión por parte de muchas organizaciones debido a que entiende que ser socialmente responsable es “cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se

benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno”. (Abreu & Badii, 2007, p. 63)

Pero dadas las confusiones que comúnmente se dan entre filantropía y RSE, los agentes directamente relacionados no tienen claridad sobre estos dos conceptos; separarlos significa establecer que la responsabilidad social es una estrategia que busca la interrelación de los actores que hacen parte de ella, sin embargo la filantropía ha sido parte del proceso evolutivo para llegar a RSE dejando en claro que la responsabilidad social va más allá de las acciones filantrópicas que se puedan llevar a cabo (Abreu & Badii, 2007).

Este tema se ha considerado desde los inicios un fenómeno que crea necesidades y soluciones por parte de la empresa en donde la asignación de responsabilidades dentro de los procesos se reflejan en la visión hacia el cumplimiento de los objetivos produciendo un ambiente de compromiso con los grupos de interés, sin dejar de la lado que “La RSC encuentra su origen en la realización de acciones filantrópicas por parte de las empresas, que, en numerosas ocasiones, anticiparon políticas sociales que luego se convertirían en normas de obligado cumplimiento” (CEPYME 2011, p 10).

Por tanto la evolución de dicho fenómeno ha pasado de una no relación con la empresa a una relación con la misma atravesando etapas que dejan una coherencia clara dentro del mismo proceso, a medida que sucede esto el entorno permite integrar la Responsabilidad Social Empresarial como base para la estrategia dentro de las operaciones de la organización, si bien la integración de cada elemento puede incidir a la contribución que se hace a cada uno de los grupos de interés. (CEPYME, 2011)

Por tanto las empresas que buscan dicha integración tienen en cuenta que para el logro de un eficiente y efectivo programa de RSE deben adoptar unas medidas de formación para cualificar y desarrollar las competencias que se necesitan ya que el compromiso que adquieren con las prácticas que realizarán deben de garantizar la transparencia y el respeto del comportamiento social.

A medida que el compromiso crece, las organizaciones para ser socialmente responsables invierten en estructurar el código de conducta, es decir los valores, la misión y la visión demostrando en estos que sus objetivos deben ir en busca principalmente del respeto por cada uno de los grupos de interés permitiendo así tomar decisiones que se reflejen en la estrategia garantizando competitividad dentro del entorno cambiante.

A medida que la responsabilidad social va formando parte de la planificación estratégica de las empresas y de sus operaciones cotidianas, los directivos y los trabajadores deben adoptar sus decisiones empresariales basándose en criterios que se añaden a los que aprendían tradicionalmente a tener en cuenta. Los modelos tradicionales de comportamiento empresarial, gestión estratégica o, incluso, ética empresarial, no siempre proporcionan una formación suficiente para administrar las empresas en este nuevo entorno. (La Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p.17)

Igualmente la visión de responsabilidad social debe tener cada vez un convencimiento mayor dentro de la organización siendo ésta una inversión estratégica dentro del núcleo de sus actividades y no considerándose como un gasto que se incurre, puesto que la competitividad se ve reflejada en el cumplimiento de los objetivos sociales y medioambientales y en el desarrollo estratégico en el proceso de gestión.

Las ventajas que se pueden evidenciar siendo socialmente responsables son de carácter impactante para todas las áreas con las que cuenta la empresa, hoy en día se han definido claramente debido a la evolución que ha tenido este fenómeno y a los resultados que han mostrado las organizaciones con el fin de promover e impulsar un cambio hacia estrategias cada vez más competitivas, algunas de ellas como la buena imagen corporativa que dejan dentro del contexto, el mejoramiento de la relación con los grupos de interés (stakeholders), entre otros.

En este sentido, se refiere a la atracción y la idealización por parte de inversionistas, proveedores, clientes entre otros, además la motivación y retención del talento humano siendo este el activo más importante de las organizaciones, en

ese orden de ideas se demuestra que las organizaciones con las prácticas y programas de Responsabilidad Social Empresarial que implementan, arrojen resultados que le aportan gran valor a sus empresas como al entorno.

Lo anterior obedece a que dicho fenómeno ataca a los sectores y a las culturas de manera diferente asumiendo que independientemente sean pequeñas o medianas empresas todas en su gran mayoría deben aportar al bienestar común ya que contribuyen al desarrollo económico de un país.

Aunque muchas PYME ya han asumido su responsabilidad social, sobre todo a través de su participación a nivel local, una mayor sensibilización y un apoyo más importante a la difusión de las buenas prácticas podría contribuir a fomentar la responsabilidad social entre este tipo de empresas.(Comisión de las comunidades Europeas, 2001 p.7)

Si se fomenta la iniciativa en organizaciones que no están en la onda de la transformación, el impacto que se generaría sería aun mayor, ya que se identificaría la coherencia hacia el rol que debe cumplir una organización en la sociedad, alineando los objetivos hacia la estrategia.

Ahora bien las empresas deben optar por estar en interrelación con el ambiente con la alineación de sus objetivos y demás áreas funcionales de las organizaciones, además de vigilar hacia dónde se dirige, pues es allí en donde la competitividad toma un rol importante dentro del esquema de responsabilidad social, es decir con todas las acciones y buenas prácticas que integra esta misma se puede llevar a encontrar que la responsabilidad deriva y se relaciona con competitividad.

Definiendo la competitividad como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, lucrativa o no, de obtener y mantener ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. (Eumed, 2013.)

En este orden de ideas se logra determinar que la competitividad es un factor clave de éxito para el desarrollo de las empresas, la sostenibilidad y además la sustentabilidad a través del tiempo.

Las organizaciones crean sus propias relaciones que causan efectos directos dentro de las áreas que la componen, por lo cual deben aprovechar por todos los medios las ventajas que tengan frente a las demás organizaciones. Las ventajas competitivas influyen en las decisiones estratégicas que se tomen y es uno de los motores dentro del proceso productivo, determinante a la hora de que los resultados sean eficientes y eficaces.

La gestión empresarial con sus valores hacia la sociedad ha sido desarrollada para cumplir un rol específico dentro de la sociedad global que constantemente está transformándose para que la manera de hacer negocio mejore y sean más efectivas constituyéndose bajo el marco de mayor competitividad dentro del mercado, refiriéndose a la articulación de todas las unidades de negocio comprendiendo una articulación estratégica a largo plazo. (Meza, 2007).

Existen diferencias entre organizaciones debido al sector al que pertenecen, a la estructura y otros factores utilizando diferentes herramientas que le permitan ya sea crecer y sostenerse dentro del mercado o quedar atrás de lo que el mundo está demandando, por lo tanto el mismo entorno define las reglas de juego a las cuales la gestión empresarial debe responder, puesto que la RSE es el marco bajo el cual las organizaciones deciden voluntariamente adoptar prácticas que generen oportunidades en el entorno.

De acuerdo con Condo & Flores (s.f) estas nuevas condiciones para competir en el mercado, además de incidir en la estructura de las industrias, pueden generar oportunidades de “first mover advantages” para aquellas empresas que muestren compromisos e iniciativas concretas en el terreno de RS’’

Ante las oportunidades que se reflejan con la evolución y la adaptación que ha tenido esta herramienta es posible llegar a la hipótesis que responsabilidad social empresarial deriva competitividad, generando a través del tiempo supervivencia y garantías frente a las expectativas de los stakeholders.

Además se debe tener en cuenta que las empresas en su mayoría se encuentran enfocadas a lograr mayor competitividad y productividad pues estos, son puntos decisorios a nivel

gerencial para la valoración del costo beneficio, y la inversión realizada con respecto a las utilidades generadas. (Meza, 2007 p. 50)

Esta herramienta competitiva hace que muchos factores le den un uso más productivo y beneficiosos a la empresa relacionando los objetivos con el desarrollo sostenible a largo plazo que genera para la gestión empresarial, adoptar este tipo de medidas que abren las puertas a oportunidades no solo de crecimiento sino de sostenibilidad haciendo de cada actividad un acto de respeto, de compromiso y de resultados frente a la sociedad.

La realidad es clara cuando se trata de obtener beneficios, por ende para los empresarios las decisiones que toman siempre van en busca de retribuciones económicas, sin embargo desde que el mundo ha puesto en marcha escenarios cambiantes la mentalidad para aquellos se amplió, proporcionando la creación de estrategias que tuvieran beneficios además de los económicos, beneficios humanos, desarrollando aquellas ventajas competitivas, que proporcionan éxito a la organización.

Dentro del escenario actual se identifica y se establece por que la responsabilidad social es una herramienta de competitividad para las organizaciones, generando valor más allá de los beneficios económicos, resultados que se enfocan cada vez más en el desarrollo de ventajas competitivas, poniendo en marcha todos aquellos factores que inciden directamente.

La RSC fomenta a la innovación, facilita la gestión y genera rentabilidad, aporta valor y confianza y todo ello redundando en una mejora de la reputación corporativa y contribuye a aumentar la legitimidad estos factores, a su vez, inciden positivamente en la competitividad empresarial. (CEPYME 2011, p.32)

A partir de lo que se acaba de exponer se puede entender que la visión estratégica de las empresas cambian de manera constante y teniendo en cuenta un enfoque no solo económico sino también medioambiental y social, lo que posibilita la generación de una cadena de resultados cada vez más coherente con lo que el mundo está necesitando y satisfaciendo las expectativas por parte de los grupos de interés.

Desde los cambios que presenta el mundo en cuanto a los sistemas, se evidencia que el proceso de globalización es el principal influyente durante estas iniciativas que presenta las organizaciones al tener una labor de coherencia y responsabilidad sobre los grupos de interés, lo que evidencia los beneficios y el impacto que éste genera ante la sociedad.

Dichos beneficios son el diferenciador de aquellas empresas que no se encuentran en el proceso de unión global, de una u otra manera estas se están negando a la posibilidad de contribuir socialmente puesto que la mejor recompensa para los interesados en el crecimiento y sostenibilidad es hacer parte de una sociedad con responsabilidad hacia las principales dimensiones que caben desarrollar. Por ello Según la comisión mundial sobre la dimensión social de la globalización.

Las empresas son la fuente principal de creación de empleo e ingresos y sus valores, prácticas y comportamientos tienen una repercusión importante en la consecución de los objetivos sociales. (2004, p 135)

Por lo tanto durante el proceso global existe el intercambio de ideas que aportan o le quitan a la sociedad la confianza, debido a la expectativa tanto de hombres como de mujeres por el respeto a la dignidad humana y el mejoramiento en la calidad de vida, el cambio significaría desarrollo, beneficios siempre y cuando no vayan en contra de los ideales; por lo tanto la globalización ha permitido que se cree una serie de preguntas que solo se pueden ir respondiendo a través de los resultados que demuestran las empresas que le apuntan al desarrollo y la responsabilidad que adquieren para demostrar que unidos por el cambio las expectativas si se pueden hacer realidad. (Comisión mundial sobre la dimensión social de la globalización, 2004).

Así pues, teniendo en cuenta lo mencionado y la evidente importancia adquirida por todo lo relacionado con RSE, resulta interesante revisar la propuesta que hace Naciones Unidas sobre este escenario, esto es, El Pacto Global.

Este pacto es un instrumento de las Naciones Unidas en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados. Fue propuesto por primera vez por El Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan 1999 en un discurso pronunciado ante el Foro Económico Mundial.

En él se invitó a los dirigentes empresariales a sumarse a una iniciativa internacional donde las empresas colaborarían con los organismos de las Naciones Unidas, las organizaciones laborales y la sociedad civil para promover principios sociales y ambientales de carácter universal.

También puede definirse como una iniciativa voluntaria de civismo empresarial que pretende lograr que sus principios formen parte de la estrategia y de las operaciones de las empresas. (United Nations, 2007, párr.2. <http://www.un.org/es/globalcompact/context.shtml>).

Esta red es compuesta por una oficina principal (Oficina del Pacto Mundial) y cuatro organismos de las Naciones Unidas: la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la Organización Internacional del Trabajo y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Se basa en la responsabilidad pública, la transparencia, la sana defensa de los propios intereses de las empresas, las organizaciones laborales y la sociedad civil. (United Nations, 2007, párr.2. <http://www.un.org/es/globalcompact/context.shtml>).

Su estructura está concentrada en cuatro áreas: Derechos Humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción pues en muchas circunstancias las empresas están ligadas a serios dilemas, como la explotación, la corrupción, la inequidad y otras barreras que frenan la innovación y el espíritu empresarial.

En él participan todos los sectores pertinentes de la sociedad los gobiernos, las empresas, organizaciones laborales, organizaciones de la sociedad civil,

Naciones Unidas como el único foro político. Asimismo es importante exponer los 10 principios sobre los que se basa esta propuesta, donde cada uno de ellos responde a una categoría específica: Derechos Humanos, Relaciones Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la corrupción. A continuación se enuncian los principios que direccionan la actuación de las organización adscritas al Pacto Global, ellos son: (KPMG Global Sustainability Services, 2005).

Derechos Humanos

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales internacionalmente reconocidos dentro de su ámbito de influencia; y
2. deben asegurarse de no ser cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Relaciones laborales

3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;
4. apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción;
5. apoyar la erradicación del trabajo infantil; y
6. la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

Medio ambiente

7. Las empresas deben mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental;
8. adoptar iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; y
9. favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción

10. Las empresas deben luchar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

De acuerdo con la Oficina del Pacto Mundial de NNUU (2001), para participar en el pacto es necesario enviar una carta de su Director General al Secretario General de la ONU, expresando su apoyo y compromiso para adoptar las siguientes medidas:

- Informar a los empleados, los accionistas, los clientes y los proveedores sobre el tema.

- Integrar el pacto mundial y sus principios en el programa de desarrollo y formación de la empresa;

- Incorporar los principios del pacto mundial en la declaración sobre la misión de la empresa;

- Reflejar la adhesión al pacto mundial en el informe anual de la empresa y otros documentos públicos;

- Hacer comunicados de prensa para dar a conocer el compromiso.

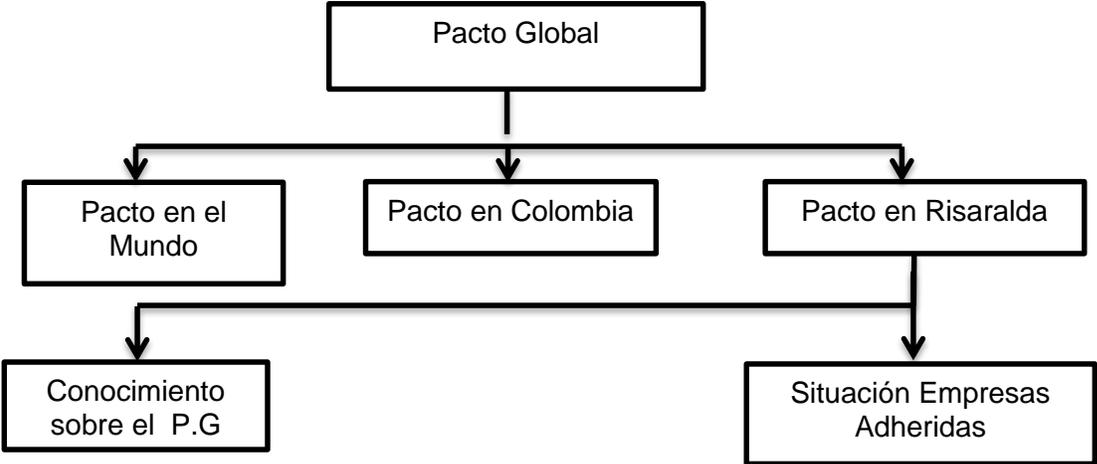
Así pues es importante introducir cambios en las operaciones de manera que los Principios del Pacto Mundial formen parte de la estrategia, cultura y operaciones de la compañía, siendo ejecutados a partir de la estrategia del negocio.

La publicación anual de la experiencia sobre la implementación de las buenas prácticas debe hacerse a través de la COP o cualquier otro informe de sustentabilidad. La COP es un documento en el que las entidades adheridas informan sus avances, retos y aprendizajes en la implementación de los Principios. Asimismo es deseable comunicar el apoyo al Pacto Mundial y sus Principios públicamente mediante comunicados de prensa, discursos, intercambio con sus trabajadores, proveedores y organizaciones sociales, entre otros.

Se requiera a las empresas participantes la entrega de su primera Comunicación de Progreso, dentro de los dos primeros años de adhesión al Pacto Mundial. Si una empresa no cumple con esta entrega inicial, será considerada como no comunicador en la base de datos de la página web del Pacto Mundial.

Posteriormente todas las entregas deben de ser comunicadas de manera anual después del primer comunicado. Si una empresa no cumple este límite de entrega será eliminada de la base de datos de empresas activas y se considerará su participación inactiva.

7.2 MARCO CONTEXTUAL



Fuente: Anteproyecto de Grado: Pacto Global en las Empresas Locales de Pereira y Dosquebradas.

La Responsabilidad Social Empresarial o también llamada Responsabilidad Social Corporativa es uno de los temas que ha adquirido más presencia e importancia en el panorama organizacional en los últimos años, ya sea como una estrategia de competitividad o por una responsabilidad real con los grupos y comunidades de interés de las empresas de hoy.

Colombia no ha sido ajena a esta dinámica, de acuerdo con la ANDI (s.f) numerosas empresas tienen experiencia en este campo y presentan reportes continuos en relación a tales prácticas (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia,

<http://www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/resultados.aspx?frase=empresas%20con%20responsabilidad%20social>). No obstante es importante reconocer que aún queda un arduo camino por recorrer en asuntos de este tipo; pese a ello es innegable el creciente interés por las actividades de RSE que lideran las empresas del país.

Como prueba de esto se encuentra que la Cámara de Comercio Colombo Británica también es testigo de esta dinámica en ascenso y por ello lleva a cabo el premio LAZOS, el cual reconoce a empresas nacionales y multinacionales que realizan labores socialmente responsables.

En el 2013, además de la entrega del premio a las compañías con mejores prácticas medioambientales y programas de apoyo a comunidades, publicamos un libro que reconoce los mejores 30 programas de Responsabilidad Social en Colombia, ganadores del premio LAZOS en sus ediciones anteriores, además de algunas empresas no ganadoras que merecen un reconocimiento especial por el alto impacto de sus programas. El libro incluye entrevistas a los presidentes de las empresas galardonadas además de un resumen detallado de los programas. (Cámara de Comercio Colombo Británica, <http://www.colombobritanica.com/programa-de-responsabilidad-social/libro-qlos-top-30-de-la-rse-en-colombiaq/284-los-top-30-de-la-responsabilidad-social-en-colombia.html>) .

Alrededor de dinámicas como esta se puede ver reflejado del sector empresarial en pro de la sostenibilidad desde perspectivas tan diversas como el medio ambiente, derechos humanos, entre otros, de ahí que diferentes organismos presenten alternativas y guías para lograrlo.

La ONU es uno de los organismos que ha desarrollado proyectos y planes de trabajo para mitigar las problemáticas sociales y de sostenibilidad existentes en el mundo. Una de sus estrategias como se mencionó párrafos atrás es el Pacto Global.

En Colombia quien se encarga directamente de transmitir y emitir la información sobre esta propuesta es la Red Local del Pacto Global en Colombia, la cual nace en 2004 pero se constituye oficialmente en 2009 como una entidad sin ánimo de lucro debidamente registrada como CORPORACIÓN RED LOCAL DEL PACTO GLOBAL EN COLOMBIA, con personería jurídica y organismos de dirección autónomos. (Red Pacto Global Colombia, <http://www.pactoglobal-colombia.org/index.php/sobre-pacto-global/p-g-en-colombia/quienes-somos>).

La Red busca esencialmente, generar interrelaciones, que faciliten desarrollar acciones comunes y coordinadas, para el diseño, puesta en marcha, seguimiento

y evaluación de planes y proyectos. El siguiente diagrama explica conceptualmente el trabajo en red:

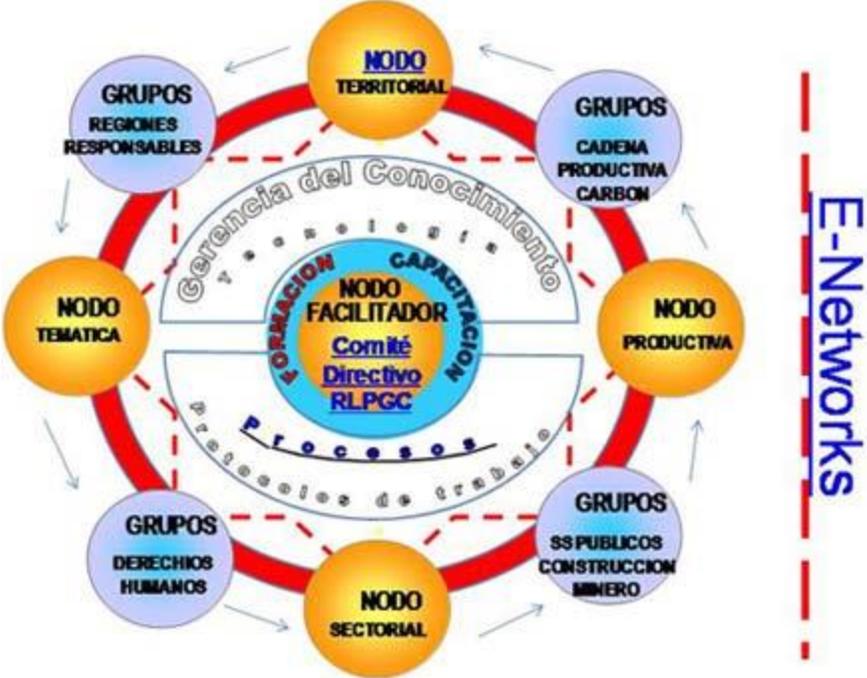


Gráfico 1. Trabajo en red. Fuente: Pacto Global Colombia

Hoy en día son más de 400 empresas las que son participantes de esta iniciativa. De acuerdo con Bedoya (2013) en Risaralda 18 empresas se benefician de este convenio, entre las cuales se escuchan nombres tan conocidos como Frisby S.A, Ingenio Risaralda, Constructora Asul, Clínica los Rosales, Papeles Nacionales, entre otras.

Siguiendo a Bedoya (2013) es importante destacar que existen dos maneras diferentes de ser parte del Pacto, la primera es como miembro y la otra como adherido.

Para la primera se encuentran 4 clases de miembros: fundadores, contribuyentes, regulares y benefactores en los que esencialmente se diferencian de los adheridos por el aporte económico que deben presentar frente a la ONU.

Así pues, se entiende que cuando se habla de adheridos se trata de aquellas entidades que hacen parte del Pacto y envían a éste un informe o reporte en el

que muestran sus avances respecto a sus principios, de forma que garantizan su permanencia dentro de éste y estructuran sus programas de RSE sobre una base sólida.

8. DISEÑO METODOLÓGICO

El presente trabajo investigativo es de cohorte descriptivo ya que se pretende seleccionar las características principales de la situación, describiendo de manera detallada cada una de las variables que hacen parte del proceso y que llegarán a responder la pregunta de investigación. (Bernal, 2000), así mismo es realizado a partir del paradigma de las ciencias sociales, en el que, de acuerdo a la tipología de las investigaciones, se describen los sucesos en la indagación desde el ámbito interno y externo.

El método empleado es deductivo pues se aborda una problemática en general para llegar a una información particular como el análisis de las variables que la componen, además tiene como punto de partida, los elementos teóricos para así entender la realidad que constituye a la unidad de análisis, lo cual se evidenciará en el presente trabajo al tomar conceptos teóricos relevantes para contrastarlos con la población a analizar.

La naturaleza de la información es de carácter cualitativa ya que como su nombre lo indica, a través de diferentes autores y fuentes se identifican las cualidades del fenómeno estudiado, caracterizado a partir de métodos no cuantificables desde los que se pretende comprender la realidad social circundante.

Otro de los componentes de esta investigación es la población la cual estará compuesta por las empresas del municipio de Pereira participantes del Pacto Mundial.

Del mismo modo se incluye el nivel de conocimiento que será de tipo descriptivo puesto que se intentará narrar de manera concreta la situación y características de la problemática estudiada.

Para este trabajo de investigación se emplea como principal fuente de información las bases de datos y documentación emitida por Naciones Unidas a través de su web oficial y de su portal sobre El Pacto Mundial (www.unglobalcompact.org), así como los comunicados y noticias publicadas por la Red del Pacto Global Colombia. Del mismo modo este grupo de investigación se apoya en referentes como La Red del Pacto Global en Colombia, revistas especializadas, entre otros.

Para la correcta evolución de este estudio, este grupo de trabajo emplea técnicas de tipo cuanti-cualitativo que tendrá como instrumento principal la entrevista semi estructurada (apoyada en un cuestionario) que se aplicará a la población objetivo.

9. RESULTADOS

En primera instancia se halla que de acuerdo a los parámetros y lineamientos del Pacto Global, las empresas Risaraldenses que participan de éste lo hacen bajo la postura de adheridos y no de miembros, es decir que son organizaciones que únicamente cumplen con enviar el informe o reporte de sostenibilidad (COP) que solicita Naciones Unidas.

Para dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados al inicio de la investigación se establece comunicación vía telefónica con las empresas locales adheridas al Pacto Mundial para ello se solicitó previamente la autorización del programa de Administración de Empresas de la UCP la cual fue dada desde la dirección del mismo.

Se contactó a cada una de las empresas participantes en Risaralda, en el que se obtuvo respuesta en 10 de las organizaciones contactadas. De esta forma se inició el proceso de trabajo de campo. Con la disposición de esas 10 empresas se pudo obtener información pertinente para dar respuesta a la pregunta formulada. Así las organizaciones que atendieron este llamado fueron:

- Empresa de Aseo de Pereira
- Universidad Tecnológica de Pereira

- Ingenio Risaralda
- Frisby S.A
- Hotel Movich
- Frigorífico de Pereira S.A
- Kosta Azul
- Asul S.A
- Megabús
- Cámara de Comercio de Pereira

Una vez realizadas cada una de las entrevistas se observó que, en términos generales, el conocimiento que tienen las empresas locales en relación al Pacto Mundial es escaso, pues siendo conscientes que la mayoría cuentan con prácticas y programas de Responsabilidad Social Empresarial favorable y provechosos para sus grupos de interés, muchas de ellas no son participes de los eventos, mesas de trabajo y demás actividades realizadas por la Red del Pacto Global Colombia (representante del Pacto Global en Colombia) sumado a que casi ninguno presenta la COP o también conocida comunicado de progreso, exigida para seguir siendo parte de este compromiso; postura dada no por falta de recursos o tiempo, sino por el desconocimiento de sus directivos.

Éste fue el caso de organizaciones tales como la empresa de Aseo de Pereira, Kosta Azul, Megabús y el Hotel Movich, que en sus entrevistas afirmaban tener información sobre el Pacto Global, más que todo por el voz a voz y cultura general, pero no por estar enterados de su participación y considerarla como una guía de la que sus compañías podrían beneficiarse. Asimismo estas firmas sostuvieron que sus programas de RSE están muy bien diseñados y en completa vigencia, razón por la cual mostraban mayor interés en el tema pues en realidad poseen todas las políticas y criterios para ser participantes idóneos de este compromiso.

Empero los mismo directivos manifestaron que su ignorancia respecto al asunto se debía en gran medida a que habían sido administraciones previas a ellos

quienes habían manejado este tema en el pasado, y que no se percataron de informar a sus reemplazos para darle continuidad. Un caso muy específico es el de la Empresa de Aseo de Pereira, quien explicó que al ser una entidad del sector público le resulta más complejo hacer seguimiento a proyectos como éste y más aun siendo de carácter voluntario, debido al constante cambio de funcionarios. Para el resto de organizaciones fue posiblemente descuido de la alta gerencia o en su defecto de los propietarios que en su momento se adhirieron solo por un actuar colectivo o moda.

Por estas razones estas compañías solicitaron ser informadas sobre el progreso de la investigación y así tener más datos sobre el tema y contar con mayor cantidad de instrumentos bajo las cuales instruirse.

De acuerdo con la entrevista realizada a Paula Quintana de la empresa Frisby S.A, esta repetitiva situación de desconocimiento entre los empresarios puede deberse a que en las primeras convocatorias en las que se dio a conocer la iniciativa, (allá por el 2006) el organismo encargado de hacerlo, se limitó a dar a conocer la propuesta a través de la exposición de sus lineamientos teóricos e intencionalidad, hecho que logró captar el interés de todos los convocados y la adhesión de éstos.

Pero que lamentablemente no profundizó en los procedimientos que debían ejecutarse para garantizar la permanencia dentro del acuerdo, añadido a que no se le hizo el seguimiento o acompañamiento pertinente para asegurar la continuidad de estas organizaciones en esta iniciativa, el cumplimiento de sus objetivos o éxito de los mismos.

No obstante en el caso concreto de Frisby S.A se supo que desde el área encargada de RSE se enteraron de su participación en este proyecto y basados en su misión institucional decidieron ponerse al día y al tanto con todo lo referente al Pacto Mundial, lo que ha hecho que hoy por hoy sea una de las empresas locales más comprometidas con ello a nivel nacional.

Otras de las organizaciones que evidencian un alto grado de compromiso son el Ingenio Risaralda y la Universidad Tecnológica de Pereira, ambas respondieron de manera favorable ante este equipo de trabajo. La primera, es decir el Ingenio se encuentra al día con toda la normatividad y exigencias de la ONU, mostrándose así como un excelente gestor de esta propuesta; asimismo expresó un elevado interés porque se cree un punto local de la Red del Pacto en la región para así tener mejor acceso a las actividades y boletines elaborados por dicho organismo, por lo cual se ofreció para servir como fuente de apoyo para la creación del mismo, en caso de que la Universidad Católica de Pereira lo quisiera, pues al ver que no es el primer trabajo desarrollado sobre el tema por esta institución y al contar con todos los contactos que el Ingenio tiene con la Red, la UCP podría ser un lugar apto para la creación del ya mencionado punto.

Pese a esa intención se encontró que la creación de ese punto ya está siendo constituido por la Universidad Tecnológica de Pereira, quienes en su entrevista revelaron que vienen trabajando en ello, informando que desde el año 2010 se creó la primera vicerrectoría de responsabilidad social y bienestar universitario, a raíz de esta creación se fortaleció el tema de direccionamiento estratégico de la universidad enfocado bajo los 10 principios del pacto global, por ello la vicerrectora de responsabilidad social Diana Patricia Gómez fue la persona que movilizó todo un proceso institucional, orientado por parte del delegado para Colombia en su momento de las Naciones Unidas, para que la universidad incluyeran en su quehacer, la responsabilidad social.

Es por esto que en esta organización se evidencia un alto compromiso y participación activa, demostrado a partir de que todas sus actividades son trabajadas desde las 4 categorías y lineamientos, al igual que la participación en las mesas de trabajo a nivel nacional, asistiendo a las capacitaciones y realizando los informes que son requisito indispensable para continuar dentro de esta iniciativa.

Por lo tanto la UTP fue seleccionada por el Pacto Global Colombia para ser la líder de esta red en el nodo Eje Cafetero; evidentemente por el trabajo que la

institución ha logrado desde el momento de su compromiso hasta la fecha, el lanzamiento oficial de la oficina se realizará a partir del próximo año, con el fin de hacer el llamado a más organizaciones de la región a que se vinculen en pro del desarrollo sostenible.

Otras de las de empresas entrevistadas fueron la constructora Asul S.A y la Cámara de Comercio de Pereira las cuales no tienen nociones acerca de la existencia del Pacto y no contaban con la información pertinente para formar parte de éste, situación que condujo a los entrevistados hacia una reflexión sobre los principios bajo los cuales el Pacto Global trabaja, asimismo las organizaciones mostraron gran interés sobre el tema RSE, comunicando en el momento de la entrevista que lo consideraban de enorme importancia para sí mismas, sin embargo dejando claro que dentro de sus actividades pueden existir una relación con alguna de las 4 categorías de las que se compone esta iniciativa.

Finalizando la lista de las empresas que fueron visitadas se encuentra Frigorífico de Pereira ahora FRIGOPER quien informó sobre el desconocimiento total del tema y de la existencia de una organización que trabajara especialmente con las Naciones Unidas a nivel nacional, al igual que informaron el no tener ninguna práctica de responsabilidad social para su empresa.

En este sentido se pudo evidenciar que los lineamientos bajo los cuales se sustenta este acuerdo son poco conocidos entre los empresarios locales, pero que según las entrevistas realizadas algunos empresarios conocen rasgos generales y de manera teórica. Pero que solo un número muy reducido de empresas cumplen con las medidas requeridas y adecuadas. Adicionalmente es importante tener en cuenta que solo el 50 % aproximadamente de las empresas en Pereira participantes respondieron ante este grupo de trabajo.

10. CONCLUSIONES

- El conocimiento de las empresas adheridas al Pacto en Risaralda es muy reducido, solo tienen información general respecto a las categorías sobre las cuales trabaja este acuerdo.

- Muchas de las empresas entrevistadas cuentan con las herramientas necesarias y suficientes para elaborar un reporte de sostenibilidad completo.
- La gran mayoría de las empresas entrevistadas centran sus actividades de RSE únicamente en las categorías de medio ambiente y estándares laborales.
- Entre las empresas con las cuales se indagó, se constató que existe escasa divulgación y difusión por parte de la Red lo que podría generar que algunas empresas no lleguen a enterarse de la existencia de este compromiso.
- El acompañamiento a aquellas empresas que si cumplen con los estándares exigidos por la ONU para el Pacto Global es muy pobre, situación que puede desanimar al limitado número de organizaciones que ejecutan favorablemente los principios.
- Los empresarios en general no asisten a las capacitaciones, mesas de trabajo ni a los congresos que la red programa ya que estos eventos son realizados en la ciudad de Bogotá, lo que desanima a los empresarios tener que desplazarse a otra ciudad.
- Es importante que además de las empresas, la población común también sepa de este tipo de iniciativas pues permite que la ciudad cuente con consumidores, usuarios o clientes más exigentes en términos de RSE.
- Es trascendental que la Cámara de Comercio de Pereira se ponga al día en este tema para que pueda ser una guía adecuada en la adhesión del Pacto, teniendo en cuenta que esta entidad cuenta con un elevado grado de confianza en el Eje Cafetero.
- El Pacto Global es una herramienta muy apropiada para aquellas empresas que hoy en día, todavía carecen de programas de RSE fortalecidos y/o en funcionamiento.

11.RECOMENDACIONES.

- De acuerdo a la información obtenida en las entrevistas, se observa las falencias que tiene la difusión, orientación y seguimiento de la Red Pacto Global en Colombia, al igual los empresarios que en su momento firmaron un compromiso con la Red y que no respondieron a los acuerdos establecidos; es por ello la importancia de proponer las siguientes estrategias de mejoramiento en los procesos de comunicación, entre la Red del Pacto global y los empresarios locales.
- Inicialmente la Red debe considerar la descentralización de las oficinas y promover la creación de sucursales a lo largo de las diferentes regiones del país, logrando que esta labor obtenga un mayor empoderamiento y compromiso por parte de empresas adheridas y las mismas oficinas de apoyo, cabe aclarar cómo se mencionó anteriormente, en la ciudad de Pereira la Universidad Tecnológica ya lleva un gran avance con dicha descentralización siendo estos los líderes para el eje cafetero esperando que en el año 2015 se realice el lanzamiento de esta nueva oficina.
- Igualmente se considera pertinente que la difusión local esté, además, liderada principalmente por la Cámara de Comercio de la ciudad de Pereira, siendo ésta la entidad que logra una mayor acogida y generación de confianza para los empresarios de la ciudad.
- Dentro del proceso de difusión es de gran importancia que dicha iniciativa se encuentre publicitada en los principales lugares, utilizando medios como revistas, periódicos, universidades, bibliotecas y teatros de la ciudad, donde sea posible captar la atención de empresarios y la población, generando con ello reconocimiento e interés para aquellas empresas que desconozcan totalmente la propuesta del Pacto Global.

- La realización de congresos y mesas de trabajo dentro de la ciudad, es una de las ideas claves tanto para la difusión como para lograr la credibilidad del tema para aquellos empresarios que en su momento estuvieron adheridos a la Red, y que con el apoyo de la Cámara de Comercio, la Alcaldía y las universidades de la ciudad interesadas en participar dentro de esta labor; generen la confianza y esfuerzo necesario para lograr alianzas estratégicas con todas aquellas empresas privadas y entidades públicas no solo de la ciudad sino también del Eje Cafetero.
- Considerando además importante que las empresas participen de esta propuesta con el fin de generar sentido de pertenencia con la misma organización, y con todos sus grupos de interés, es decir que participen activamente de todas las capacitaciones, foros, congresos y mesas de trabajo que la Red realice, al igual que el cumplimiento de los informes que se deben de publicar en la plataforma.

12. LISTA DE REFERENCIA

Abreu, J. L. & M. Badii (2007). *Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial.* Daena: International Journal of GoodConscience.

Ángel, G. J (2006). *Foro Regional: Ética y Responsabilidad Social en Saneamiento Básico. ¿Cuál es el Camino hacia los Objetivos de Desarrollo del Milenio?*. <http://www.bvsde.ops-oms.org/bvsacd/cd60/etica/tema2Angel.pdf>

Arias, P., A. (2013). *Clase Anteproyecto de Grado.* Pereira: Universidad Católica de Pereira.

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (s,f). *Empresas con responsabilidad social. Experiencias encontradas.*

<http://www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/resultados.aspx?frase=empresas%20con%20responsabilidad%20social>

Bedoya, W. (2013). *Contrastar la relación que existe entre las prácticas y programas de responsabilidad social de las empresas que forman parte del pacto mundial en Pereira.* Universidad Católica de Pereira.

Bernal, T. C. (2000) *Metodología de la investigación, para administración y economía.* Bogotá D.C Colombia, Pearson LTDA.

Calderon, G. (2005) *Aprender a investigar investigando.* Manizalez, Zapata.

Cámara de Comercio Colombo Británica (2014). *Los Top 30 de la Responsabilidad Social en Colombia.* <http://www.colombobritanica.com/programa-de-responsabilidad-social/libro-glos-top-30-de-la-rse-en-colombiaq/284-los-top-30-de-la-responsabilidad-social-en-colombia.html>

CEPYME (2011) *Responsabilidad social corporativa.* Universidad de Cantabria. España.

Comisión de las Comunidades Europeas (2001) *libro verde, fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.* Bruselas

Condo, A & Florez, J, (s.f) *Competitividad y Responsabilidad. Del desempeño empresarial al desempeño de países.*

Departamento de Información Pública de las Naciones Unidas, (2012). *El Pacto Mundial.* <http://www.un.org/es/globalcompact/context.shtml>.

González, P., M.A. (2011). *El Pacto Global, una oportunidad para Colombia.*

Jaramillo, L. J. (s.f. de 1999). *Ciencia, Tecnología, Sociedad y Desarrollo. Serie Aprender a Investigar .* Bogotá D.C., Colombia: ICFES

KPMG Global Sustainability Services (2005). *Implementando el Pacto Mundial. Un folleto para inspirarse.* Copenhague: Royal Danish Ministry of Foreign Affairs Business Cooperation and Technical Assistance AsiaticPlads 2.

Jiménez, C., Y. (2013). *Pacto Global Colombia entre las diez primeras redes locales del mundo*. Bogotá: Pacto Global Colombia Boletín No 28.

Luna C. J. 2013. *Competitividad e innovación*. <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/competitividad.html>.

Méndez, R., D. (2013). *En Risaralda las empresas inician el camino en la RSE*. <http://www.latarde.com/noticias/economica/120995-en-risaralda-las-empresas-inician-el-camino-en-la-rse>

Meza, E. A (2007) *La Responsabilidad Social Empresarial como factor de competitividad*. Bogotá D.C. Colombia.

Revista Dinero. <http://www.dinero.com/opinion/opinion-on-line/articulo/el-pacto-global-oportunidad-para-colombia/117077>.

Oficina del Pacto Global en Argentina (2004). *Guía del Pacto Global Una forma práctica para implementar los nueve principios en la gestión empresarial*. Buenos Aires: Sistema de Naciones Unidas en Argentina.

Oficina del Pacto Mundial Naciones Unidas (2001). *El Pacto Mundial. Liderazgo empresarial en la economía mundial*.

Ordovás, J., Calvo, R., Tena, P., Carrizo, V., Valladares, A. (2011). *Pacto Global En Colombia: Una de las Redes más Consolidadas de América Latina*. Madrid: Agencia de prensa SamariCommunications S.L.

Red Pacto Global Colombia. (s.f) <http://www.pactoglobal-colombia.org/red.html>

United Nations. (2007). *El Pacto Global* <http://www.un.org/es/globalcompact/context.shtml>.

13. ANEXOS

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Trabajo de Grado: Pacto Global en las Empresas Locales del Municipio de Pereira y Dosquebradas.

Objetivos: Caracterizar el conocimiento que tienen las Empresas de Pereira que al 2014 se encuentran adheridas al Pacto Global de Naciones Unidas, con el fin de proponer estrategias de mejoramiento en los procesos de difusión entre la Red del Pacto Global y los empresarios locales, por medio de una investigación de tipo descriptiva.

Nombre Empresa: _____

Nombre del entrevistado: _____

Cargo del entrevistado: _____

Teléfono de la empresa: _____

1. Señale con una X los medios a través de los cuales se enteró de la existencia de Pacto Global de las Naciones Unidas?

- 1.1. ___ Referidos
- 1.2. ___ Seminarios
- 1.3. ___ Congresos
- 1.4. ___ Oficinas Locales
- 1.5. ___ Internet
- 1.6. ___ Red de Pacto Global Colombia
- 1.7. ___ Otras, cuál? _____

2. Señale cuál de los siguientes enunciados identifica con mayor claridad en qué consiste el Pacto Global de las Naciones Unidas:

- 2.1** ___ Iniciativa voluntaria, en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción.

2.2___ Iniciativa de ciudadanía corporativa que trabaja bajo un marco de acción encaminado a la construcción de la legitimación social de los negocios y los mercados.

2.3___ Organismo regulatorio y de relaciones públicas que trabaja como mecanismo para monitorear o juzgar el comportamiento de las empresas adheridas. Supervisa y apoyar el cumplimiento de los principios y su integración.

3. El Pacto Global de las Naciones Unidas, trabaja alrededor de cuatro categorías básicas, señale cuáles de ellas conoce:

3.1. ___ Derechos humanos

3.2. ___ Estándares laborales

3.3. ___ Medio ambiente

3.4. ___ Anticorrupción

3.5. ___ Todas las anteriores

3.6. ___ Ninguna de ellas

4. La empresa realiza prácticas de responsabilidad social:

4.1. SI ___ (Continuar con la 5)

4.2. NO ___ (Continuar con la 6)

5. En cuál de las siguientes categorías, se ubican las prácticas de responsabilidad social que desarrolla la empresa?

5.1 ___ Derechos humanos

5.2 ___ Estándares laborales

5.3 ___ Medio ambiente

5.4 ___ Anticorrupción

5.5 ___ Otra. Cuál

6. Considera que el personal que hace parte de la organización, conoce sobre la participación de la empresa en el Pacto Global de la Unidas?

- 6.1. ___ Totalmente
- 6.2. ___ En gran medida
- 6.3. ___ No conocen

7. De qué manera la empresa responde a la normatividad y/u objetivos que constituyen al Pacto?

- 7.1. Presentando los boletines. _____
- 7.2. Asistiendo a las invitaciones de los eventos y actividades programadas por la Red del Pacto Global. _____
- 7.3. Participando de las mesas de trabajo organizadas por la Red. _____
- 7.4. Otra, cuál? _____

8. Qué estrategias de difusión considera debería aplicar la Red Del Pacto Global de las Naciones Unidas, para lograr mayor nivel de conocimiento y participación por parte de los empresarios?

- 9. Gracias por la información brindada.