

¿Qué hace diferente a las empresas que tienen una buena Responsabilidad Social Empresarial?

Carlos Arturo Téllez Bedoya

Profesor Asociado Escuela de Administración
Coordinador de Prácticas del programa de Mercadeo
Universidad Jorge Tadeo Lozano

Las empresas que llevan a cabo prácticas de responsabilidad social y que las comunican apropiadamente al tejido en el que interactúan tienen beneficios internos como: mejor clima organizacional, menor rotación y ausentismo de los colaboradores, los trabajadores están más motivados, son más propositivos y ello produce a su vez innovación en los procesos.

De igual forma, en el ámbito externo las organizaciones tienen la posibilidad de llegar a nuevos segmentos de mercado, sus clientes están más seguros del producto o servicio que adquieren y, por lo tanto, es más probable que las refieran a otros consumidores. Adicionalmente, existen menores riesgos de problemáticas con la comunidad aledaña, le da mayor confianza a los proveedores e incluso pueden verse beneficiadas al participar en licitaciones públicas, tener reducción de impuestos y adquirir nuevas inversiones a través de accionistas que estén interesados en la sostenibilidad a largo plazo. En conclusión, no sólo las empresas se ven beneficiadas económicamente, sino que al mismo tiempo aportan a la sociedad y al medio ambiente, produciendo en últimas una mejor calidad de vida para todos.



Yuri Antonio Proaño Ortiz

Country manager
Primax Colombia

Lo que las hace diferentes es su compromiso con la sociedad y el entorno en el que operan. Responsabilidad Social es parte de nuestros procesos de Sostenibilidad y significa trabajar por construir y aportar al desarrollo económico y social de nuestra sociedad. En nuestra apuesta por Colombia, las acciones de Responsabilidad Social que adelantamos constituyen una muestra tangible de nuestro compromiso con el desarrollo social, económico y ambiental del país.

Felipe Bayón

**Presidente
Ecopetrol**

En Ecopetrol, la Responsabilidad Corporativa está orientada a que ésta se consolide como un componente transversal de la estrategia empresarial, y sirva como habilitador de nuestro propósito superior. A través de la Responsabilidad Corporativa o Social, las empresas tienen la oportunidad de generar valor, porque crea las bases de confianza entre sus diferentes grupos de interés lo cual, a su vez, redundará en el largo plazo en un crecimiento sostenible de sus actividades en beneficio de toda la sociedad.



Cristina de la Vega

**Directora Ejecutiva
Alpina**

En Alpina lo primero ha sido entender que la sostenibilidad es transversal a todas las áreas de la empresa y que hace parte de todas las decisiones que tomamos a diario. Por esto, nos hemos propuesto 18 metas claras y retadoras en distintos frentes que impactan todo nuestro entorno y cadena de valor. Y para generar impacto, es fundamental entender que esto no es algo que podamos hacer solos: tenemos que trabajar conjuntamente con otros para construir un mejor país.



Ximena León González

**Gerente de Asuntos Corporativos
Compensar**

Hoy en día la puesta en marcha de acciones de responsabilidad social corporativa no es opcional. Todas las organizaciones debemos tener un propósito; esa razón de ser profunda que hace significativa nuestra existencia en la sociedad. Por ello, sin importar el tamaño o el sector estamos llamadas a contribuir para generar bienestar integral y sostenible (económico, social y ambiental) en diferentes entornos como las familias, las empresas, las ciudades y las comunidades y, para lograrlo, es necesario la suma de muchos esfuerzos, pues tal y como quedó demostrado a lo largo del retador panorama del año pasado, el progreso social solo es viable si es colectivo, es decir, si nos involucra y beneficia a todos. Por nuestra esencia, en Compensar todo lo que hacemos es responsabilidad social. Por eso estamos convencidos de que las organizaciones somos entes vivos que debemos contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y a transformar la sociedad. Si una marca no hace eso, no es relevante, y hoy en día lo que no es relevante, desaparece. Así que en conclusión, diría que la principal diferencia entre una empresa que desarrolla acciones de responsabilidad social y una que no es precisamente esa, la relevancia que tiene dentro de la sociedad.

