



Cuadernos de Administración

ISSN: 0120-4645

cuadernosadm@correounivalle.edu.co

Universidad del Valle

Colombia

Rincón Vélez, Alexander
Responsabilidad Social - Empresarial "SIDOC S.A acciones Para la reflexión"
Cuadernos de Administración, núm. 38, julio-diciembre, 2007, pp. 63-72
Universidad del Valle
Cali, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225020358004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Responsabilidad Social – Empresarial “SIDOC S.A acciones para la reflexión”

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY “SIDOC S.A ACTIONS FOR REFLECTION”

Alexander Rincón Vélez*

RESUMEN

El documento pretende realizar una reflexión sobre la experiencia y la apuesta de la siderúrgica de occidente de convertirse en una empresa socialmente responsable.

Se realiza una pequeña descripción de la siderúrgica de occidente, posteriormente se retoman las perspectivas de Milton Friedman (1966) y Manuel Bestratén Belloví (2006), quienes tienen profundas diferencias en la manera de abordar el tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Retomar estos autores permite evidenciar dos lugares antagónicos de lo que puede entenderse por RSE, identificando dos lugares presentes también en la manera de asumir la RSE.

Determinar si una empresa es socialmente responsable es algo complicado, la reflexión pasa por la interpretación de las prácticas en RSE, y como Friedman (1966) y Bestratén (2006), las acciones que se realizan desde las empresas también difieren en su alcance y las reflexiones éticas sobre su importancia.

Posteriormente se retoman los conceptos de moral y ética planteadas por Foucault y retomados por Schavarsstein (2003), y las estrategias que según

ABSTRACT

The document seeks to make a reflection on the experience and challenge of the western steel company to become a socially responsible company.

There is a short description of the western steel company, Subsequently resume the perspectives of Milton Friedman y Manuel Bestratén Belloví, who have deep differences on how to approach the topic of Corporate Social Responsibility (CSR).

Retake these authors allows to evidence two antagonistic places of What can be understood by CSR, also identifying two places in the way of taking CSR.

Determining whether a company is socially responsible is complicated, the reflection involves the interpretation of the practices in CSR, and as Friedman and Bestratén, the actions taken from the companies also differ in their scope and the ethical reflections on its importance.

Subsequently retake the concepts of morality and ethics raised by Foucault and reproduced by Schavarsstein, and according to the second author the CSR strategies that are implemented in organizations, finally raise the Provider - borrower relationship in the construction of socially responsible actors.

* Trabajador social con énfasis en desarrollo comunitario enfocado a la asesoría, capacitación y seguimiento de iniciativas económicas y/o proyectos de inversión, de la Universidad del Valle. Actualmente Trabajador social de la fundación siderúrgica de occidente, Cali, Colombia.

Correo Electrónico: alexrin1@yahoo.com.

Artículo Tipo 2: de Reflexión. Según Clasificación de Colciencias.

Fecha de Recepción: 31 de mayo de 2007 Fecha de Aprobación: 11 de diciembre de 2007

el segundo se implementan en las organizaciones en RSE, finalmente se plantea la relación prestador – prestatario en la construcción de actores socialmente responsables.

Luego se retoman las acciones de SIDOC S.A en RSE desde Schavarstein (2003), este ejercicio permite reflexionar una acción social empresarial ética y política, que genere procesos de desarrollo responsables con su entorno ambiental, social, económico y cultural.

Palabras Claves: Responsabilidad Social Empresarial, y Experiencia

Then we retake the CSR actions of SIDOC S.A from Schavarstein, this exercise allows to reflect a corporate ethic and politic social action, that generates development processes responsible with its environmental, social, economic and cultural environments.

Keywords: Corporate Social Responsibility and Experiences

INTRODUCCIÓN

El objetivo de la siguiente ponencia, es la de realizar un ejercicio de reflexión sobre las acciones en responsabilidad social empresarial que desde SIDOC S.A. se vienen desarrollando en los dos últimos años en su compromiso de convertirse en una empresa socialmente responsable.

SIDOC S.A es una compañía siderúrgica cien por ciento colombiana, situación bastante complicada si se tiene en cuenta la fuerte arremetida de compañías extranjeras al mercado nacional, tal es el poder de dichas compañías que hoy en el País solo existen tres siderúrgicas con capital Colombiano, para el caso SIDOC S.A la única en la región; Después de veinte años de arduo trabajo y como producto de un serio ejercicio de reflexión en relación al compromiso de la compañía con la región, se reformula su quehacer social y se aventura en el ejercicio de formular y consolidar acciones en el ámbito de la responsabilidad social empresarial.

1. EN DICHO EJERCICIO SURGE LA PREGUNTA ¿Y QUE ES SER SOCIALMENTE RESPONSABLE?

Para algunos autores y en este caso Milton Friedman (1966) como principal exponente del modelo neoliberal, simpatizante de reducir el tamaño y el papel del Estado y el gobierno, como estrategia para servir mejor al “interés general”; Sostiene que los gerentes de las compañías se convierten en los agentes del propietario, donde su principal responsabilidad es la de aumentar las

utilidades de los accionistas “la responsabilidad social de la empresa no es otra que aumentar sus beneficios” Solarte (2005)

De otro lado Manuel Bestatén Belloví (2006) en su texto “responsabilidad social de las empresas”, al retomar los antecedentes de la RS que se remontan a los orígenes del capital y el trabajo como estrategia para la generación de riqueza, recoge la experiencia de Robert Owen en el siglo XIX (New Lanark empresa de textiles hoy declarada patrimonio de la humanidad) quien contrario a la lógica de Friedman y casi un siglo antes de su perspectiva de la RS, asume la construcción de empresa socialmente responsable, introduciendo medidas de carácter voluntario que comprendían sanidad pública, educación, destierro del trabajo infantil etc, donde los propietarios “Estaban convencidos de que el “carácter” del hombre le es “formado” por su ambiente y si se cambiaba su entorno, sus “vicios” serían suprimidos y sus conductas se modificarían favorablemente”. Se evidencia desde esta óptica el reconocimiento del trabajador como un actor social que responde a los impulsos que le direccionan el contexto que le rodea, la transformación del individuo responde entonces a la transformación de su entorno.

Todas las empresas entonces son socialmente responsables, lo que cambia es el enfoque desde el cual se entiende y asume la RSE en la gestión económica y social de la compañía.

La reflexión pasa por aquello que para la empresa representa ser socialmente responsable y el alcance social que se quieren desde la acción, para ello es de gran importancia retomar los

avances conceptuales que en la actualidad se realizan en diversos sectores académicos y gremiales, pues desafortunadamente existen vacíos conceptuales que generan confusiones en el tema, no permitiendo diferenciar entre lo obligatorio y lo voluntario, la asistencia y el proceso, la RS interna y externa, el mercadeo social y la responsabilidad social.

Como el interés de la ponencia más que hacer un ejercicio teórico respecto a la construcción del concepto de RS, se limitará la reflexión conceptual a los aportes realizados por Leonardo Schvarstein en su texto “la inteligencia social de las organizaciones”, quien realiza un ejercicio significativo sobre la cuestión social en las organizaciones, y como esta es llevada a la gestión empresarial de las mismas, para finalmente identificar las características de los programas que materialicen la intención de ser empresas socialmente responsables.

Para iniciar el tema de la cuestión social en las organizaciones Schvarstein retoma a Castels, donde la pobreza y las precarias condiciones de vida hacen que cada vez menos la comunidad pueden acceder a una vivienda y alimentación digna, a la salud, a la educación, a la justicia, la protección del medio ambiente y sus derechos de ciudadano. Cada vez más el orden político y democrático se ve amenazado, “Es necesario recuperar, desde la política, el balance entre lo económico y lo social, entre el interés individual y el bienestar común. Solo que esto ya no puede hacerse solo desde el estado ni de las organizaciones políticas y sindicales tradicionales, pues su influencia ha disminuido en la misma medida en que han crecido nuevas instancias institucionales en la sociedad civil. Me refiero a las organizaciones empresariales, grandes y pequeñas, y al revitalizado mundo de las organizaciones del tercer sector. Es allí donde es preciso encarar una acción social que de respuesta a las necesidades básicas crecientemente insatisfechas de sus propios integrantes y de los miembros de las comunidades en las que están insertas” Schvarstein (2003).

Desde esta perspectiva, el compromiso social de las organizaciones empresariales es la de promover desarrollo para sus diversos grupos de interés, donde el objetivo no es remplazar al estado, es complementar su labor y aportar a la construcción de política pública.

Si bien el objetivo de una organización empresarial es la generación de riqueza, debe existir un compromiso social de la empresa con su entorno involucrando a los grupos de interés en la toma de decisiones y en el desarrollo de programas que aporten a la búsqueda de soluciones a las necesidades de dichos grupos.

Para el caso SIDOC S.A. fue necesario hacer un profundo ejercicio de reflexión desde sus accionistas y la alta gerencia sobre la cuestión social en la organización, lo cual generó la transformación de su visión y su misión, incorporando la RS como un elemento transversal en la concepción de los fines de la organización.

No es suficiente con incorporar dichos temas a la gestión de la organización en RS, es necesario identificar los alcances de las acciones de RS, que para Schvarstein se remiten al carácter obligatorio y voluntario de las prácticas que se realizan, para ello retoma a Michael Foucault (1948), quien establece la diferencia entre lo moral y lo ético, entendiendo lo moral como aquellas acciones encaminadas al cumplimiento de las normas obligatorias en tanto se remite a la ley, por ende al cumplir con dichas normas, la organización es socialmente responsable respecto al cumplimiento de la ley, con la condición de ser sancionado al no cumplir con dichos requerimientos legales.

La voluntad de ir más allá de lo estricto, configura lo que se denomina una conducta ética, pues las prácticas desarrolladas no son producto de la coacción externa, y supone la libre elección del sujeto, en este caso de la organización. Cabe entonces la pregunta ¿El compromiso de una organización socialmente responsable debe ir más allá de lo legal?

El compromiso social de la organización no se agota en el carácter obligatorio o voluntario de sus acciones el lugar que asumen los prestadores y los prestatarios de la acción social es de gran importancia, ya que es en la necesidad de recibir, la de intercambiar y la de dar(se) (Fauver & Stefani, 1983) como se construyen las relaciones entre el prestador y el prestatario de la acción social.

Esto nos lleva a reflexionar la percepción que se tiene de los otros, señalando que en las modalidades asistenciales de beneficencia existe un prestador guiado por su necesidad de dar y un prestatario por

su necesidad de recibir y resolver sus necesidades básicas insatisfechas, el deseo de intercambiar y dar (se) involucra orientar las acciones a la promoción y el desarrollo social, exigiendo al prestatario ir más allá de la donación y asumir un rol de actor social en busca del bien común.

La organización entonces al identificar el alcance de obligatoriedad - voluntariedad y la representación de los actores involucrados (prestadores y prestatarios) en las prácticas desarrolladas, puede determinar lo que se quiere de la RS tanto en su gestión empresarial como en la dimensión de la gestión social de la organización, la intencionalidad determina la utilización de lo que para Schavarrstein son las estrategias de la acción social de las organizaciones.

1.1. ESTRATEGIA DE ASISTENCIA.

Son las acciones mínimas para el cumplimiento de la responsabilidad social, antepone el deseo por lograr la eficiencia de la organización a la consideración del bienestar colectivo, la idea es cumplir con lo mínimo, por que así lo imponen los requerimientos legales.

1.2. ESTRATEGIA DE PARITARISMO.

El objetivo de esta estrategia es la de superar los requerimientos legales mínimos, sin buscar modificar las condiciones del contexto social, económico, ambiental, cultural y político del entorno.

1.3. ESTRATEGIA DE PROYECTO COMUNITARIO.

Esta estrategia pretende extender el campo del análisis y el efecto de las prácticas desarrolladas en la organización, el objetivo es de promover en los sujetos la capacidad de satisfacer sus propias necesidades sociales y propender por la satisfacción de las necesidades de los otros, contribuyendo al desarrollo de las condiciones del entorno.

La implementación de una u otra estrategia no excluyen las otras, por ejemplo, una organización podrá adoptar una estrategia paritaria para todos sus empleados y otra asistencial para los niños de su comunidad cercana.

Las estrategias cambian entonces acorde al alcance que se quiere de las acciones en

responsabilidad social y la percepción que se tiene de y se desea de l prestatario estas, lo interesante de la identificación de las estrategias es la posibilidad de determinar hasta donde puede quiere llegar la organización en la búsqueda de la satisfacción de las necesidades de sus grupos de interés.

2. ACCIONES PROGRAMÁTICAS DE SIDOC S.A A LA LUZ DE LAS ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN SOCIAL DE SCHAVARRSTEIN

La siderúrgica de occidente, posterior a la reflexión y reformulación de si visión y misión, avanza en la identificación de las áreas de intervención, de los grupos de interés, la priorización de sus necesidades y las acciones que en ese momento se estaban desarrollado, para ello se realiza un inventario de las acciones y se plantean momentos en la implementación de nuevas prácticas de su gestión social.

Se parte de identificar las siguientes áreas de intervención:

- A. Calidad de Vida Laboral
- B. Medio Ambiente
- C. Compromiso con la Comunidad y la Región.

Se priorizan los programas relacionados con la calidad de vida laboral de los empleados colaboradores y familias, para identificar sus necesidades se realiza 300 encuestas a estos identificando las siguientes alternativas:

- Acceso a viviendas dignas.
- Nivelación escolar en primaria y bachillerato.
- Generación de nuevos ingresos para las familias.
- Mejoramiento del clima laboral.
- Disminución de accidentes laborales.

Como estrategia pedagógica para el desarrollo de las acciones se retoman las siguientes principios, desde los cuales se busca potenciar en el prestador la construcción de actores sociales capaces de reconocer y transformar sus realidades:

- Concebir a los grupos de interés como actores sociales capaces de determina su propio desarrollo.
- Reconocer el intercambio de saberes como punto de partida y de llegada para la construcción de nuevos conocimientos.
- Hacer para el actor: se busca como ejercicio de aprendizaje, desarrollar un acompañamiento

donde en una primera etapa se demuestra que es posible realizar transformaciones en el contexto, se sensibiliza al actor de que es posible hacer.

- **Hacer con el actor:** se realiza un acompañamiento en la formulación y puesta en práctica de algunas acciones, buscando un empoderamiento del prestatario donde se adquieren herramientas y habilidades para el reflexionar y el hacer.
- **El actor hace solo:** Posterior a la construcción de confianzas el prestatario asume la realización de acciones en busca del mejoramiento de su calidad de vida, el acompañamiento se hace entonces menos constante y se busca más el desarrollo de la autonomía y la construcción de actores sociales.

A partir de los puntos anotados anteriormente se implementan o fortalecen los siguientes programas:

A. CALIDAD DE VIDA LABORAL:

- **Programa de nivelación escolar:** Con el interés de ir mas allá de la norma, en relación a la calidad de vida de los empleados, se crea el programa ALPEINCO con el apoyo de COMFANDI, en el cual el empleado en su lugar de trabajo y sin sacrificar sus horas libres, asiste a clases en un espacio que se adecua al interior de la compañía, esto involucra la flexibilización en las jornadas laborales, en busca del crecimiento personal de los empleados; si bien podría parecer un programa en el cual el empleado es solo beneficiario de la acción, el compromiso de este por tener buenas notas determina el subsidio económico que SIDOC S.A facilita para la continuidad de los estudios, lo enfrenta a nuevos compromisos con su calidad de vida, además de promover el compromiso de los otros empleados con niveles de formación superiores, para la realización de monitorias y refuerzos, lo cual es un interesante avance en la construcción de empleados social mente responsables con sus compañeros de trabajo. De esa manera un estrategia de corte asistencial se convierte en una de carácter paritario, que en algunos casos avanza en la construcción de comunidad al formular y ejecutar proyectos de carácter social como condiciones para el grado de bachiller,

proyectos apoyados por SIDOC S.A; uno de los más interesantes es el de la implementación de una huerta comunitaria en uno de los colegios de COMFANDI. En la actualidad casi 70 empleados participan en los programas de nivelación escolar, lo cual ha permitido disminuir el porcentaje de empleados y colaboradores que no han superado sus estudios primarios y secundarios.

- **Becas Universitarias para empleados e hijos para educación superior:** Debido al éxito del programa de nivelación escolar y respondiendo a las necesidades planteadas por aquellos que habían culminado sus estudios de bachiller se crea el programa de becas, el cual beneficia a empleados y familias, buscando el crecimiento formativo del empleado y sus familias, brindando la posibilidad de ascenso laboral. hoy este programa esta beneficiando a aproximadamente 30 empleados o hijos de los mismos.
- **Programa de vivienda:** Se busca que los empleados y los colaboradores puedan tener acceso a una vivienda digna, mediante la creación de una línea de crédito, que ve en el ahorro una condición para el acceso al programa, se hace notorio entonces la intención de comprometer a los empleados con su futuro, pues no es suficiente para la compañía el acceso a viviendas dignas, también lo es generar una cultura del ahorro y del futuro, un ejercicio difícil, pues para muchos de los empleados no solo de SIDOC S.A, también de otras compañías, el hoy es lo más importante.
- **Entorno familiar:** La familia como elemento importante del desarrollo del individuo, se convierte en un dimensión de gran interés para SIDOC S.A , por ello el acompañamiento constante de parte de un equipo de profesionales, busca mejorar las condiciones del ambiente familiar mediante la realización de periódicas visitas familiares y de encuentros familiares donde se trabajan temas como la comunicación, la resolución de conflictos y el proyecto de vida familiar, estas actividades han generado un acercamiento desde la compañía hacia los empleados y desde los mismos a su entorno, pues las

familias adquieren herramientas fáciles de socializar y aplicar en su contexto. La familia entonces se convierte para la compañía en un actor más para el desarrollo de la empresa, el empleado y la sociedad.

- *Programa Fami empresas:* Como una estrategia para vincular a la familia en la generación de nuevos ingresos y su desarrollo económico, SIDOC S.A apoya desde la asesoría la creación o fortalecimiento de pequeñas unidades de negocio, además de realizar una serie de alianzas que permiten el fácil acceso a micro crédito y alianzas para la comercialización de sus productos, muchos de ellos comparados por la compañía, entre ellas la producción de uniformes para los empleados. Desde esta perspectiva se desea avanzar en la construcción de una propuesta de mercado justo, apoyando pequeños productores, desde SIDOC se han logrado crear y fortalecer 25 fami empresas.
- *Programa de ahorro y distribución de utilidades de la compañía:* La promoción de una cultura del ahorro permite en los empleados asumir un compromiso con su futuro, por ello SIDOC S.A realiza una agresiva campaña de ahorro la cual ofrece como principal incentivo una bonificación por ahorro, la cual consiste en duplicar el ahorro que el empleado ha realizado en ciclos trimensuales, para ello se fijan topes mínimos y máximos para el ahorro, el individuo con esta condición pasa de ser un beneficiario a ser un actor con un compromiso social y económico respecto a su bienestar.

B. MEDIO AMBIENTE.

- *Recuperación de espacios públicos:* este programa busca la recuperación social y física de parques cercanos a la planta, gracias a esta modalidad se ha logrado recuperar dos parques del sector norte de la ciudad, donde la participación activa de la comunidad en el proceso y pensarse el parque que se quiere permite acercar las relaciones entre SIDOC S.A. la comunidad y la municipalidad, a través de los comités ambientales de los CALIS.

C. COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y LA REGIÓN

Posteriormente y gracias a los resultados obtenidos se plantea dar el paso siguiente en el proceso, el cual tiene que ver con las acciones

donde se involucran los grupos de interés externos. ellos se han delimitado en proveedores de material ferroso, comunidad cercana y entorno local.

Para el caso de los proveedores de material ferroso, se implementan los siguientes programas.

- *Comedor comunitario para proveedores de material ferroso en Mojica:* Teniendo en cuenta que en el distrito de Agua Blanca se encuentran la gran mayoría de los proveedores de material de SIDOC S.A se crea un comedor comunitario para recicladores de la zona. en un primer momento la idea es bastante asistencialista pues lo que se busca es ofrecer al reciclador un auxilio alimentario posterior a sus jornadas de recolección de materiales reciclables, con esta experiencia se logro beneficiar 60 recicladores durante 8 meses. Esta experiencia arroja significativos resultados, pues de un lado permite construir fidelización con los proveedores y del otro reconocer sus principales necesidades en relación a la compañía, esto se logra a partir del intercambio de expectativas con el equipo de profesionales a cargo de la propuesta, en la actualidad el programa esta en un periodo de reformulación pues se identifico que el principal problema era el de la intermediación y los débiles procesos organizativos de dicha población, esto dio paso al segundo programa, el cual se describe a continuación.
- *Fortalecimiento organizativo a proveedores de material ferroso:* El programa consiste en el acompañamiento a los bodegueros en los procesos de legalización de sus iniciativas económicas y posteriormente la creación o fortalecimiento de asociaciones de chatarreros agrupando casi 150 de ellos, desde estas organizaciones se busca generar espacios de negociación con la compañía en relación a precios, transporte y formulación de otros programas que busque mejorar las calidad de vida de bodegueros y recicladores, en ese sentido se logran apoyar dos asociaciones y un cooperativa que en la actualidad venden a SIDOC S.A un promedio de 100 toneladas mensuales de material, lo cual representa para ellos un incremento en la utilidad por kilo y la facilidad en el transporte. Es también de gran importancia promover el empoderamiento de dicho sector como

interlocutores ante el sector público y privado lo cual ha permitido la gestión de recursos a nivel local e internacional de la mano con las asociaciones para el desarrollo de programas encaminados al mejoramiento de la calidad de vida de los bodegueros y los recicladores.

- *Programa Siloé Visible:* Como apuesta para el desarrollo de la ciudad, se construye de mano de la comunidad la propuesta siloé visible, la cual a partir de la transformación del entorno urbano pretende la construcción de nuevas formas de ver y vivir el territorio. El embellecimiento en este caso de fachadas y culatas al ser pintadas de blanco (color concertado por la comunidad por la representación que tiene para ellos de paz y convivencia) es la excusa para avanzar en la construcción de desarrollo para un territorio, pues a la par de lo que para SIDOC S.A se han denominado las pintatones (migas por cuadras donde se planean las jornadas y las cuales son acompañadas de actividades comunitarias), se realiza un ejercicio de creación o fortalecimiento de organizaciones barriales y comunitarias con quines se trabajan los siguientes ejes:
 - *Recuperación física y social de espacios urbanos en Siloé:* teniendo como objetivo la recuperación urbanística de siloé se avanza en el ejercicio de soñar la siloé que se quiere en lo social y lo físico, respecto a lo físico se identifican sectores generadores de conflicto para ser recuperados desde el embellecimiento, ya sea con la construcción de un parque, la realización de murales, el mejoramiento de las calles, para ellos se realizan mingas comunitarias los días domingos, la comunidad también se involucra de manera activa en el diseño de lo que se quiere, la ejecución y el seguimiento de las obras. En la actualidad se han embellecido 1500 fachadas y culatas, además de avanzar en el diseño e inicio de obras para la construcción de un parque en el sector la Mina y el Embellecimiento de la reconocida Estrella de Siloé.
 - *Generación de ingresos:* A partir del proceso de recuperación urbana se logran generar empleos ya sea desde la contratación de personas del sector

(cuando las jornadas de minga no son suficientes) o la creación de nuevas iniciativas de negocio en las zonas. Para ello se establecen alianzas con otras entidades, que hasta el momento veían a Siloé como un sector impenetrable. Como se anota en la descripción del programa, la recuperación de los espacios urbanos, desencadenan otra serie de procesos, uno de ellos es el de la creación de microempresas productoras de pintura, la cual es utilizada en el embellecimiento de las fachadas y las culatas, de esta manera se están apoyando cuatro familias en las cuales se emplean aproximadamente 10 personas, desde las jornadas de pintura realizadas se han empleado 20 jóvenes quienes pintan los muros más complicados, con ellos se ha avanzado en al consolidación de una propuesta de prestación de servicios para las empresas de construcción de la ciudad.

- *Construcción del tejido comunitario:* En cada uno de los espacios a intervenir se empieza a realizar un ejercicio de recuperación de la memoria histórica y se identifican los cambios que se desean y que se están dando gracias al proceso. estas acciones se realizan de la mano de dos organizaciones sociales de la comunidad (Fundación Nueva Luz y Centro Cultural la Red) con quienes se realizan una serie de actividades de carácter cultural encaminadas a la recuperación social de los espacios, como el cine callejero, Baile en la calle, las mingas de recuperación, lo cual ha permitido generar espacios de encuentro entre sectores que hasta hace algunos tenían conflictos, de igual manera los recorridos de la ruta turística al interior de Siloé, ha permitido por un lado que los niños puedan recorrer sectores que para ellos era impenetrables y para la ciudad habitar y reconocer espacios hasta el momento macartizados, para llevar a cabo dichas actividades se involucran los jóvenes, algunos de pandillas, los adultos y los niños.
- *Fortalecimiento de organizaciones comunitarias:* Desde la recuperación de los espacios, el fortalecimiento de iniciativas

económicas y la recuperación del tejido comunitario. se inicia un proceso de consolidación de comités de trabajo por zona, quienes se encargan de convocar a la comunidad a las actividades que se realizan, también hacen seguimiento a las obras físicas, dichos comités empiezan a ser visibles en el territorio para posteriormente participar en los espacios de toma de decisión en la comuna. Gracias al ejercicio realizado, se han logrado fortalecer dos comités cívicos, los cuales participan de manera activa en la realización de las actividades y el diseño de las propuestas, estos comités tuvieron la posibilidad de reconocer la experiencia de recuperación de espacios públicos en Medellín, experiencia que permitió dar nuevas miradas al proceso.

3. PROGRAMAS DE APOYO A LA REGIÓN.

Apoyo al mejoramiento de la infraestructura Urbana vía donación producto SIDOC: La compañía en promueve y apoya el crecimiento de la infraestructura educativa, social y urbana de entidades que desde su objeto social, promueven el desarrollo de la región entre las donaciones realizadas se encuentran:

1. Donación de la varilla utilizada en la construcción del Centro de Convenciones Valle del Pacífico: este centro se constituye en uno de los proyectos de mayor desarrollo de la región, SIDOC S.A es el tercer donante para el proyecto.
2. Donación en varilla para la ampliación de aulas de la Universidad ICESI: SIDOC, se involucra al proceso de expansión de la Universidad con el deseo de continuar aportando al desarrollo de la región.
3. Donación en varilla para la construcción de la Manzana del Saber: La compañía se comprometió a realizar dicha donación, con la seguridad que desde La Manzana se brindará la posibilidad a los y las habitantes de la ciudad de acceder a un espacio promotor de cultura e identidad para la región.
4. Apoyo a procesos culturales: A lo largo de los veinte años de la siderúrgica se ha apoyado actividades de carácter cultural como la semana del arte y la realización de corto metrajes en la ciudad.
5. Apoyo a instituciones educativas con poblaciones en alto riesgo: Desde SIDOC S.A

con el apoyo de otras empresas se están apoyando instituciones educativas que atiende mujeres menores de la calle como lo es la institución Hogar Infantil Madre de Dios.

6. Investigación Regional: Desde la siderúrgica se apoyan procesos investigativos encaminados a la generación de conocimientos para el reconocimiento y transformación de la realidad regional en lo referente al desarrollo entre, las más destacadas se encuentra la investigación de capital social, adelantado por el informe de desarrollo humano del Valle del Cauca, Coordinado por el Doctor Gustavo de Roux.

Teniendo en cuenta los programas anotados y acorde a lo planteado por Schavartstein, podemos decir que tanto para los ámbitos internos y externos, la asistencia puede existir en un primer momento ya sea para dar paso a una estrategia de paritarismo, de proyecto comunitario, la asistencia como estrategia también se hace presente como alternativa de para las donaciones destinadas a la producción de los corto metrajes, la estrategia responde entonces al tipo de acción y el impacto que se busca generar con ella, por ejemplo:

Para el caso de los programas de vivienda y de nivelación escolar se pretende ir mas allá de las obligaciones de ley, es más las obligaciones de la compañía, se pueden limitar al pago de parafiscales, sin embargo el sentido ético de la acción involucra hacer parte y fortalecer los esfuerzos que realizan las cajas de compensación, brindando la posibilidad de flexibilidad de las jornadas laborales y el subsidio escolar, también se pueden retomar el apoyo de los otros empleados de la compañía en las asesorías, la posibilidad de tiempo para el trabajo con algunas comunidades como los proyectos de grado de carácter comunitario y las mingas que se realizan en Siloé y acciones puntuales en el apoyo a los recicladores (donación de regalos para los hijos de los recicladores que venden a SIDOC S.A) y la identificación de material reciclable peligroso en las bodegas

A nivel externo, es muy importante reconocer el fuerte componente de proyecto comunitario, la intervención busca elevar la cuestión social de la organización al ámbito comunitario en pro de la construcción de desarrollo regional en las dimensiones económica, ambiental, cultural, social y educativa. A la par de estas inversiones cuando se promueve la participación de la comunidad desde la identificación de

problemáticas, la búsqueda de soluciones y la materialización de las mismas, se avanza en la generación de espacios donde se reconfiguran las relaciones que se establecen entre el estado y el desarrollo de las comunidades.

Como lo plantea Schavarrstein “una organización es socialmente responsable cuando instituye un conjunto de prácticas obligatorias y voluntarias orientadas a promover la satisfacción de las necesidades sociales de sus integrantes y la de los miembros de su comunidad”. Desde esta perspectiva las políticas y las acciones que se desarrollan desde SIDOC S.A se busca avanzar en la construcción de una propuesta ética de acción social, pues para la organización no es suficiente con satisfacer los requerimientos de ley, lo cual se ve reflejado en cada uno de los programas que desarrolla, el nivel de intervención va mas allá de la esfera de lo legal y se instaura en el lugar del compromiso social y del desarrollo de sus grupos de interés. La reflexión pasa entonces por asumir la compañía como una organización objetos y sujeto, capaz de asumir elecciones en relación a situaciones por la cual se siente responsable más allá de su proceso de producción y comercialización, la racionalidad económica y social converge en una apuesta ética en relación al desarrollo de una región.

Ir más allá de las acciones obligatorias encarna un deseo de aportar en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés desde los mismos, los prestadores y los prestatarios se conciben como actores de su propio desarrollo. El prestatario para SIDOC S.A asume la posición de objeto y sujeto, independientemente si las acciones van mas allá de lo legal, el carácter de la acción social pasa por la construcción de actores socialmente responsables con su entorno y su desarrollo. La institucionalización de practicas como la exigencia del ahorro para acceder a los diferentes programas, hacen que los prestatarios deban asumir un compromiso con la compañía, se traslada entonces el compromiso social al escenario de la transformación de las prácticas de los prestatarios a través de la construcción de acuerdos y compromisos.

Actividades como la monitoria voluntaria a los estudiantes de nivelación al interior de la compañía, promueve la construcción de actores socialmente responsables con sus pares, de igual manera cuando se involucra a la familia en su desarrollo socio económico.

Las donaciones realizadas en varilla se basan en el carácter social de las construcciones, es decir solo se realizan donaciones en producción siempre y cuando con la edificación de estas, se aporte al desarrollo regional en las esferas educativas, económicas y culturales es innegable entonces para la región la construcción del Centro de Convenciones del Valle, la Manzana del Saber y la ampliación de aulas de la Universidad ICESI,

Para complementar esta reflexión, Duxbury y Anderson, (2000) en su texto sobre inteligencia emocional, plantean que en relación a la competencia personal y social el individuo construye su manera de percibir al mundo a través de:

Consciencia de si: Como el conocimiento de los estados internos, las emociones, debilidades y confianzas.

Autorregulación: Se entiende como el manejo de los estados internos, impulsos, deseos, donde la autorregulación y la adaptación al cambio se convierten en elementos a fortalecer.

Motivación: Es la movilización que el individuo hace en relación al logro de los objetivos individuales y grupales.

Empatia: Es el reconocimiento que se realiza de los sentimientos, necesidades y preocupaciones de los otros.

Habilidades sociales: Hace referencia a las capacidades de liderazgos, de transformación y manejo de los conflictos promoviendo la cooperación y la capacidad para crear sinergias con otros, ya sean individuos, grupos u organizaciones.

Las acciones entonces involucran toda una intención de transformación del individuo, y como se anotó al inicio, los principios pedagógicos que direccionan la intervención de las acciones en RS de SIDOC S.A. buscan en el individuo la construcción de una conciencia en si y para si, con la posibilidad de reconocer las necesidades del otro y asumir su desarrollo individual y colectivo. A sí y más importante que el tamaño de las acciones, lo interesante es retomar la intención del empresario Robert Owen en el siglo XIX quien desde su compañía “Estaban convencidos de que el “carácter” del hombre le es “formado” por su ambiente y si se cambiaba su entorno, sus “vicios” serian suprimidos y sus conductas se modificarían favorablemente” (Solarte, 2005).

El reto de las compañías que desean implementar acciones socialmente responsables, deben involucrar más que un deseo por ayudar, el deseo de convertirse en una organización que aportar al desarrollo de entorno, el carácter ético de la acción debe pasar por la necesidad de hacer de las prácticas que se realizan en RS algo estratégico, tanto para el bienestar de la compañía en términos de construcción de identidad del empleado, los colaboradores, el incremento de los niveles de productividad,

aumento de las ventas, fidelización de clientes, proveedores y la apuesta por construir una sociedad más justa.

Hoy, continuar en la aventura de ser una empresa socialmente responsables, requiere hacer una revisión y una alineación de las acciones en RS con las organizaciones de carácter público y privado a nivel local, regional e internacional que permitan construir sinergias en busca de la mitigación de las causas generadoras de pobreza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cárdenas, H.S. (2003). *Responsabilidad Social del empresario: de dónde venimos, para Dónde vamos?*, Medellín: Fundación Corona.
- Castel, R. (1997). Las metamorfosis de la cuestión social. *Revista Foro*, No.18.
- Equipo Rethos de la Pontificia Universidad Javeriana (2004). *Retos desde la complejidad y la búsqueda de no exclusión*. Bogotá D.C.: Universidad Javeriana.
- Lozano, J.M. (1999). *Ética y Empresa*. España: Trotta.
- Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (2005) *Manual para organizaciones sociales*. CENDA.
- Schvarstein, L. (2003). *La Inteligencia Social de las Organizaciones*. Buenos Aires: Paidós.
- Solarte, Roberto (2005). *Responsabilidad Social en Colombia*. Recuperado en el año 2007, de: www.avanza.org.co/archivos/676ff593dcb3454fd4de6c02316ed440/responsabilidadesocial.pdf
- Vallejo, V.H. (1999). *El Modelo Neoliberal como alternativa de desarrollo*. Colombia: Fundación para Actividades de Investigación y Desarrollo.
- Friedman, M. (1966). *Capitalismo y libertad*. Ediciones Rialp.
- Bestratén Belloví, M. (2006). *Responsabilidad social de las empresas (II): tipos de responsabilidades y plan de actuación*. España: Centro Nacional de Concisiones de Trabajo. Recuperado en el año 2006, de: http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp_644.htm