

Capacidades y competencias
para la vida

Responsabilidad social

UNA PROPUESTA DE FORMACIÓN HUMANA
PARA ENFRENTAR LOS RETOS DE LA VIDA



FE Y ALEGRÍA COLOMBIA

P. Hernando M. Gálvez Arango S.J.
Director Nacional

Víctor Murillo Urraca
Director Ejecutivo Nacional

Jaime Benjumea Pamplona
Coordinador General del Proyecto

Diego Hernán Arias Gómez
Elizabeth Torres Puentes
Autores

María Fernanda Vinuesa
Diseño gráfico

Corcas Editores S.A.S.
Impresión

Módulo de Responsabilidad social
ISBN: 978-958-8365-40-4

Fe y Alegría autoriza la reproducción parcial de los textos que aquí se publican con fines pedagógicos, trabajos sociales y/o comunitarios, siempre y cuando reconozcan créditos a Fe y Alegría sobre los mismos. La reproducción comercial con ánimo de lucro, está prohibida parcial y totalmente, de conformidad con las normas legales vigentes.

© Fe y Alegría Colombia

Carrera 5 No. 34-39
Teléfono 3209360
Fax 2458416
Página web: www.feyalegria.org/colombia
E-mail: dimal@feyalegria.org.co

Primera edición (2009)
Realizado con el apoyo de Alboan y
la Diputación Foral de Bizcaia

Impreso en Bogotá, Colombia. Enero 2013.

Contenido

PRESENTACIÓN8

INSTRUCTIVO METODOLÓGICO 13

NUESTRO PUNTO DE PARTIDA17

1. ¿Qué sabemos y cómo lo aplicamos?17
2. ¿Cómo estamos?18
3. Nuestro compromiso con el aprendizaje19

UNIDAD 1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL:
UN COMPROMISO COLECTIVO 23

1. Presentación 25
2. Conocemos, practicamos y aprendemos26
3. Glosario52
4. Aprendamos más53

UNIDAD 2. TUS DECISIONES SON NUESTRAS DECISIONES..... 57

1. Presentación 59
2. Conocemos, practicamos y aprendemos59
3. Glosario88
4. Aprendamos más89

UNIDAD 3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL:
UN VÍNCULO ENTRE NUESTROS DERECHOS Y RESPONSABILIDADES 91

1. Presentación 93
2. Conocemos, practicamos y aprendemos 93
3. Glosario120
4. Aprendamos más121

AUTODIAGNÓSTICO DE SALIDA 123

Contenido

PARA UNA BUENA EMPRESA
LA RESPONSABILIDAD PESA

Para una buena empresa la responsabilidad pesa

Unidad dos

**Capacidades y
Competencias
para la Vida**

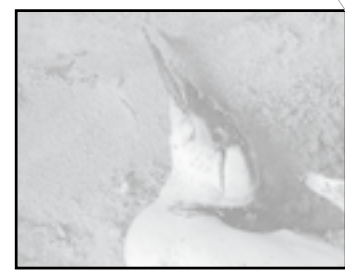
Actividad 1/ Pág.61



Actividad 2/ Pág.69



Actividad 3/ Pág.79



Fotografía: Marlon Paul Bruin

Soluciones favorables

Como lo mencionamos anteriormente, la “Responsabilidad social” implica reconocer y reparar los problemas que desencadenan nuestras decisiones y acciones, además de garantizar que las últimas no vuelvan a ocurrir. Adicionalmente, está relacionada con asumir una posición crítica y de exigencia frente a quienes nos han vulnerado y no nos han reparado el daño causado de manera satisfactoria.

La reparación no es una acción unilateral; es una acción de justicia y de equilibrio de las relaciones que permiten que tengamos una vida digna y de convivencia armónica.

Sin embargo, en la reparación justa de los daños y perjuicios no cabe cualquier solución; es necesario que sea proporcional al problema causado y que satisfaga a las personas afectadas. Por ejemplo, si un compañero nos daña un cuaderno de 100 hojas no es justo que nos dé uno de 50.

No obstante, existen situaciones más complejas que trascienden lo material, como aquellas en las que existen daños físicos y morales. Pensemos en la siguiente situación: Ricardo es un estudiante de 8° grado que ha tenido problemas para integrarse al grupo porque usa gafas y sufre de sobrepeso. Estas características no son del todo aceptadas por sus compañeros, quienes son distantes y ofensivos con él. ¿Cuál sería la mejor manera de reparar los insultos de los compañeros de Ricardo? ¿Cuáles son las soluciones más favorables para Ricardo y para sus compañeros?

Por otro lado, reflexionemos sobre los daños causados a la naturaleza, los cuales, en muchos casos, son irreparables. Algunos son la contaminación del agua, la quema de bosques, la caza de animales en vía extinción.

Las soluciones favorables deben tener dos características fundamentales: garantizar que la balanza de las relaciones vuelva a su equilibrio y ser viables (posibles).

Recordemos que debemos hacernos responsables de los problemas causados con nuestras acciones y que además de ga-

rantizar que la situación no se volverá a repetir, debemos encontrar soluciones viables a dichos problemas.

Objetivo de la actividad

- Identificar soluciones favorables a problemas que involucran a una empresa.

Evidencia de aprendizaje

- Relatorías con las respuestas a las preguntas sobre los casos expuestos.

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

- 40 minutos para la lectura, discusión y solución a las preguntas de las situaciones de manera grupal.
- 20 minutos para la elaboración de relatorías.
- 60 minutos para la presentación de conclusiones de cada grupo a nivel plenaria.

Recursos didácticos necesarios

- Cartilla.
- Hojas blancas.

Instrucciones de la actividad

Para llevar a cabo esta actividad:

- Nos reunimos en grupos de cinco personas. Nombramos un relator y un moderador para representar al equipo en la plenaria del curso. Después leemos los siguientes casos.



Fotografía: Agata Urbaniak

El Ford Pinto

“Este es un caso muy conocido en el que la compañía Ford había realizado un estudio de mercado que daba por resultado la información oportuna sobre un amplio sector del mercado norteamericano que andaba en busca de un auto mediano y económico. Se trataba de un tipo de modelo que no tenía la Ford en ese tiempo, pues sólo producía autos grandes.

La compañía Ford sabía que si no se apresuraba en el desarrollo de un automóvil con tales características para el mercado norteamericano, su principal competidor automotriz le ganaría el mercado y así la posibilidad de una fuerte cantidad de ingresos.

Finalmente, el diseño del auto estuvo terminado y se le nombró Ford Pinto, un auto pequeño y con características tales que reducía sus espacios en todo lo que fuera posible. Se anunció y se empezó a vender con gran fluidez.

Al poco tiempo se advirtió un error en el diseño del automóvil, pues el tanque de gasolina estaba ubicado en la parte trasera, junto a la defensa del auto y si éste era impactado por la parte trasera, el contacto electrónico de la luz direccional producía una chispa que detonaba una explosión en el tanque de gasolina, sin dar oportunidad a los ocupantes del Ford Pinto para ponerse a salvo.

Los accidentes empezaron a ocurrir y las graves consecuencias condujeron al hospital a diversas personas que protagonizaron tales sucesos, con repercusiones a su salud, muchas veces de modo permanente, además de afecciones de tipo económico y laborales.

La compañía Ford hizo un análisis de la situación y observó que era un error en el diseño y que la compañía tenía responsabilidad al respecto. Realizó un cálculo para identificar el monto a pagar que implicaría el llamar a todos los usuarios para reemplazar el dispositivo de las luces direccionales, y por otra parte calculó el monto que pagaría por atender las demandas de los accidentados en los próximos años. Resultó que esperar los accidentes y demandas de los afectados era mucho más barato que llamar a los usuarios para corregir el error del diseño, pues esta última opción costaba el triple que la otra alternativa.

Así, Ford decidió asumir la responsabilidad ante cualquier demanda que pudiera surgir al respecto”.

● Fuente: El caso Ford Pinto de Héctor Maldonado Willman. [Documento en línea]. Disponible en Internet en: http://www.itesm.mx/va/FEV/etica/caso_responsabilidad_01.htm. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2008.

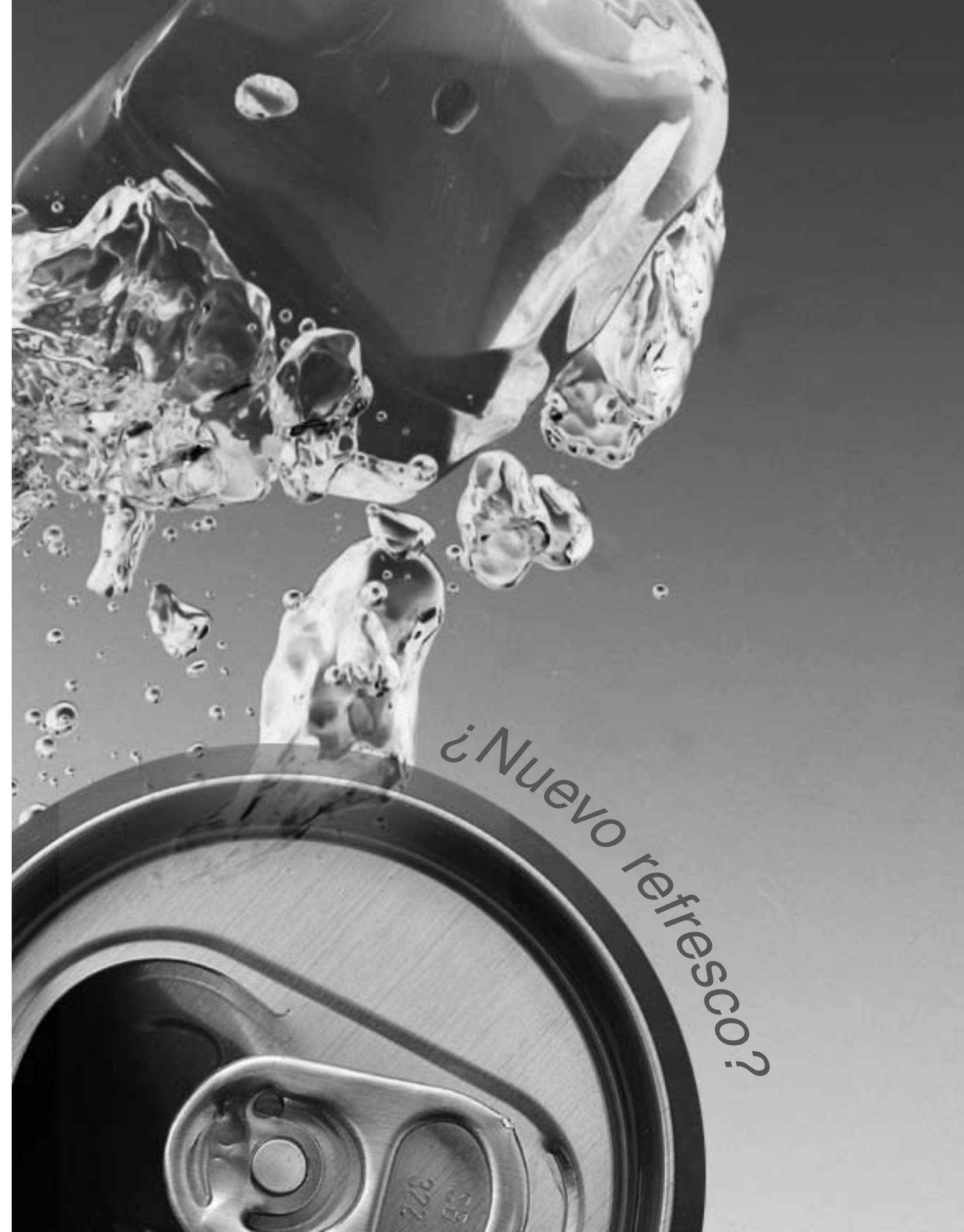
Empresa de refrescos

“La empresa X es líder en la producción, distribución y comercialización del refresco Y, sus productos tienen aceptación en los mercados mundiales, hecho que le ha redituado a lo largo de muchos años de producción del producto cuantiosas sumas monetarias, mismas que le han dado oportunidad de acumular un gran capital. En los últimos dos años ha surgido una nueva empresa refresquera que ha dado pasos significativos en el mercado, y que de manera inteligente y creativa ha ganado un sector mínimo pero valioso de consumidores del producto. En consecuencia las ganancias previstas de la empresa líder bajaron dos dígitos.





Ya en el proceso de fabricación de su producto, el supervisor de área de producción se ha dado cuenta que una de las máquinas programadas para realizar una etapa X estuvo funcionando fuera de los indicadores necesarios, con lo que determina que es seguro que la producción no tiene el control de calidad requerido para su venta en el mercado, cuestión que inmediatamente ha hecho saber al director general.

En junta de directivos, analizan el problema y deciden sacar al mercado el producto ya que las consecuencias en los consumidores son mínimas si es que las hay: posibles diarreas, mareos o algunas erupciones en la piel. Han previsto, en caso de demandas, que el costo de las mismas no excederá a los costos y pérdidas cuantiosas que hubieran sufrido si no hubieran sacado el producto al mercado”.

○ Fuente: Empresa refresquera de Silvia Elena Vega Pereyra. [Documento en línea]. Disponible en Internet en: http://www.itesm.mx/va/FEV/etica/caso_responsabilidad_01.htm. Fecha de consulta: 30 de noviembre de 2008.



Responsabilidad social

-  En grupo, discutimos y respondemos las siguientes preguntas. Escribimos las respuestas en una hoja.
 - ¿Cuáles son las consecuencias de los actos de la compañía Ford en el caso relatado?
 - ¿Cuáles son los deberes de la compañía Ford una vez detectado el error en el diseño del automóvil?
 - Si tuviéramos capacidad de decisión en la compañía Ford, ¿cómo resolveríamos este caso?
 - ¿Cuáles son las consecuencias de los actos de la empresa de refrescos en el caso relatado?
 - ¿Cuáles son los deberes de la empresa de refrescos una vez detectado el error en el proceso de producción?
 - Si perteneciéramos la junta directiva de la empresa de refrescos, ¿cómo resolveríamos este caso?
-  Hacemos una plenaria con todos los compañeros del curso en la que los relatores de cada grupo exponen nuestras respuestas a las preguntas sobre ambos casos.
-  Posteriormente, hacemos un debate en el que argumentamos nuestras posiciones sobre las preguntas.
-  Al finalizar, entregamos al profesor las relatorías con las respuestas a las preguntas sobre los casos revisados.

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Las actividades que hemos desarrollado hasta ahora se han centrado en la toma de decisiones, en las consecuencias que éstas tienen y en la necesidad de responder cuando éstas generan problemas o daños para los demás o el medio ambiente.

En el cierre de esta unidad debemos reflexionar sobre el papel de las empresas en nuestros contextos cotidianos, teniendo en cuenta que sus productos y servicios nos pueden beneficiar o perjudicar. Además, debemos pensar en la necesidad de buscar soluciones favorables para los otros cuando nuestras decisiones han causado daños o problemas.

Ahora centrémonos en los dos casos expuestos y debatidos. En el primero, las consecuencias de la decisión de la compañía Ford son la desconfianza de los consumidores ante el producto que ofrece la empresa, los daños materiales y psicológicos de quienes sufrieron accidentes, etc.

Cuando los creadores del auto se dieron cuenta de que había un error en el diseño no buscaron reparar los daños; se dedicaron a calcular los gastos de la compañía en caso de demandas o de reparación de las falencias del diseño. Sin embargo, no tuvieron en cuenta que la seguridad y

Responsabilidad social

la vida de las personas estaban en juego. En otras palabras, no les interesó buscar soluciones favorables a otros, aun cuando la empresa era la causante de los problemas de los consumidores.

En el segundo caso, debemos tener en cuenta que: “la ‘responsabilidad social’ o ‘función social’ de la empresa es fundamentalmente cumplir la ley, respetar los contratos con terceros, pagar los impuestos, respetar las reglas del mercado (en especial, las de la competencia) sin engaños ni fraudes, dar cuenta puntual de su gestión ante sus dueños y cumplir las regulaciones administrativas y laborales que garantizan la defensa de los intereses públicos (seguridad, salubridad, medioambiente, etc.)”⁷.

En últimas, la “Responsabilidad social” de una empresa es crear riqueza y ganar de manera honesta y justa el dinero para sostener a sus accionistas, empleados y trabajadores, sin perjudicar a terceros o al medio ambiente.

La empresa de refrescos no reparó en los daños a la salud que podría causar el consumo de sus bebidas, aunque sabía de antemano que había un problema en la producción. Al igual que la compañía Ford, no es responsable socialmente, pues no busca solucionar los problemas causados a sus consumidores.

Teniendo en cuenta los dos casos estudiados y en el marco de la “Responsabilidad social” de una empresa, que debe buscar soluciones favorables a sus consumidores cuando les causan problemas, se puede concluir que, además de su balance económico, las compañías deben hacer un balance social que refleje otras dimensiones de la organización que trascienden lo material o lo económico y que están relacionadas con aspectos ambientales, sanitarios, educativos y culturales.

En ese orden de ideas vale la pena preguntarnos:

- ¿Con qué acciones ejercidas por las empresas no estamos de acuerdo?
- ¿Cuántas veces hemos pensado en la “Responsabilidad social” de las empresas que producen lo que consumimos?
- ¿Cuál puede ser nuestro compromiso para exigir acciones de “Responsabilidad social” a las empresas que producen lo que consumimos?
- ¿Qué herramientas, recursos, capacidades/habilidades y vías legales y sociales tenemos las(os) ciudadanas(os) para hacer que las empresas cumplan con su responsabilidad social?

7. LAFUENTE, A. Responsabilidad social y políticas públicas. Barcelona: Fundación Alternativa, 2003. p. 5.