

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA **“Perspectiva de Nuestro Modelo”**

Por: Gustavo Aristizábal
Gerente
Gran Estación, Centro Comercial

Así sea un tema que tiene largo kilometraje, en los últimos cinco (5) años hablar de RESPONSABILIDAD SOCIAL en las organizaciones empresariales, se convirtió en un tema de la política integral de las empresas, con mayor razón en un país como nuestra COLOMBIA, carente de miles de oportunidades para muchos de nuestros compatriotas y con millones de personas exigiéndolas. Entender la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), también llamada Responsabilidad Social Empresarial (RSE): *como la contribución voluntaria de una empresa al mejoramiento social, económico y ambiental de su entorno, bien sea en lo interno o en lo externo*, las hace hoy aliadas activas del desarrollo social y económico del país, siendo esa integración activa entre los intereses públicos y privados que se vieron en algunos de los conocidos países como “Tigres Asiáticos” en los años 80’s donde terminaron fortaleciendo la ruta que los llevó a ser hoy destacados actores del comercio, la industria y la economía global. Modelos como el de ROC Taiwán, (Gran Tesoro: El Recurso Humano) nos hacen pensar y reconocer que ser socialmente responsable, no significa solamente ser exitosos en lo comercial y cumplir cabalmente con las obligaciones jurídico-tributarias, sino también ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones, a quienes mejorando su calidad de vida, serán mañana nuestros mejores clientes.

Si bien es cierto que los antecedentes de la **RESPONSABILIDAD SOCIAL** se remontan al siglo XIX al interior del movimiento del COOPERATIVISMO en Alemania y en Inglaterra, buscando equilibrar el resultado económico exitoso de las empresas con un modelo democrático de autoayuda y apoyo mutuo entre la comunidad que resultara en una preconcebida justicia distributiva, este nuevo concepto de **management**, busca establecer una balanza entre lo que se hace y lo que se debería hacer sin que lleguemos a sustituir el papel del Estado, precario en muchos casos, pero logrando complementarlo en el marco de alianzas estratégicas entre las empresas privadas y las entidades públicas responsables de suplir esta cobertura insatisfecha.

Bajo los principios de la Responsabilidad Social; **Convicción, Compromiso, Respeto, Responsabilidad, Autorregulación, Participación, Solidaridad y Desarrollo**, buscamos una mano de razones para trabajar como elementos sustanciales de nuestro programa; **CONVICCION, IMPACTO SOCIAL, SOSTENIBILIDAD, REPLICABILIDAD, y EXPANDIBLE.**

Lo anterior implica entonces, que la debemos (RSC) desarrollar como un capítulo más de nuestra FILOSOFÍA CORPORATIVA, base fundamental para nuestras buenas relaciones con el entorno como **elemento** sustancial y **DIFERENCIADOR**, respaldando el desarrollo social, generando oportunidades, comprometiendo a la comunidad, empoderando a la sociedad con el producto o servicio de nuestra empresa, y finalmente; resultando exitosos en lo social y en lo económico.

Compromiso de la Organización en la Responsabilidad Social

Existen muchas falencias en los aspectos sociales en nuestra patria, empezando desde la cobertura en servicios públicos, salud, educación, lo laboral y hasta en la protección de lo cultural, pero si cada empresa de este país se concentrara en ayudar en algún o varios aspectos, podríamos hacer cada día una mejor Colombia sin sustituir al Estado con sus políticas públicas, óigase bien, no de gobiernos, **POLÍTICAS PÚBLICAS**. Pues bien, bajo este escenario, GRAN ESTACIÓN, CENTRO COMERCIAL, concebida como una empresa, no como un escenario comercial simplemente, se metió en el cuento bajo premisas fundamentales que nos permitieran desde nuestra limitada capacidad económica, establecer un programa **SOSTENIBLE**, generando **IMPACTO SOCIAL** directo, buscando **EXPANSIÓN** y **REPLICABILIDAD**, pensando que nuestras prácticas de buen gobierno como la democracia corporativa; el espíritu de cooperación del Centro Comercial con nuestros clientes, proveedores, y competidores, harán que en el mediano plazo, mejoremos la calidad de vida de nuestros funcionarios o equipo de trabajo.

De esta manera, en materia de **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**, nos comprometimos en el **MUNDO LABORAL INTERNO**, seleccionando dos (2) grupos en lo INTERNO, primero; trabajadores en **SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD**, segundo; trabajadoras **MADRES CABEZA DE FAMILIA** abandonadas por sus esposos o compañeros, y en lo posible, con una especial característica; trabajadores **MAYORES DE 40 AÑOS**, teniendo clara para nosotros la diferencia entre “trabajadores” y “empleados”, entendiendo que un trabajador es el más eficiente de todos los empleados.

Nuestra Colombia tiene un registro de discapacidad de Cuatro Millones Seiscientos mil personas (4´600.000) con algún tipo de discapacidad representando el 11% de la población, sin embargo esta se encuentra dividida en dos grupos, TRANSITORIAS y PERMANENTES, por lo tanto el **4.8%** (1´960.000) se registran con **discapacidades transitorias** y el **6.4%** (2´640.000) tienen **discapacidades permanentes**.

Tipo de Discapacidad Permanente en Colombia

1. Discapacidades Sensoriales		
-Baja Visión	25%	660.000 Personas
-Ciegos	15%	396.000 Personas
-Sordos	12%	317.000 Personas
2. Discapacidades Cognitivas	29%	766.000 Personas
3. Discapacidades Físicas	11%	290.000 Personas
4. Multi discapacidad	4%	211.000 Personas
		TOTAL 2´640.000 Personas

La **condición económica** de las **personas con discapacidad** es una variable que se debe tener en cuenta al estudiar una condición que afecta la población de manera tan determinante, teniendo en cuenta que actualmente el 70% de la población discapacitada de nuestro país está desempleada. Por esta razón Gran Estación se comprometió en su Modelo de Responsabilidad Corporativa ó Empresarial de forma directa en el Mundo Laboral Interno.

Situación Económica de la Discapacidad Permanente en Colombia

1. Condición de pobreza	Estratos (0-1)	63%	1´663.200 Personas
2. Condición bajos Recursos	Estratos (2-3)	26%	686.400 Personas
3. Personas con Recursos	Estratos (4-5)	7%	184.800 Personas
4. Condición de Pobreza Absoluta	Estrato Menor a 0	4%	105.600 Personas

Si lo anteriormente expuesto en cuanto a la discapacidad lo encontramos en una situación muy difícil, cuando nos adentramos en el tema de **MADRES CABEZA DE FAMILIA**, conocimos un escenario crítico, toda vez que se entiende que el hogar o la familia es la fuente de la buena salud mental, del ejemplo de la sociedad, de la formación educativa, del comportamiento ético, conclusión, la paz nace en los hogares. Encontrarse con que en Colombia existen 43 millones (42´110.302) de habitantes, y de ellos el **48.8%** (20´668.157) son **hombres** y el **51.2%** (21´442.345) son **mujeres**, los cuales conforman 11 millones (**10´731.044**) de **hogares** que viven en **10´537.735 viviendas**, indicando que hay una diferencia de **193.309 hogares** compartiendo una misma vivienda, siendo dos o más hogares. Importante resaltar de esta cifra, se encontró que el **93%** de estas viviendas compartidas por varios hogares, son jefes de hogar, **madres cabeza de familia**.

Cuando nos ubicamos en el escenario de JEFES ó CABEZA DE HOGAR, se conoce que en Colombia existen cerca de 11 millones (10.984.730) Jefes de Hogar, y de estos, el 30% son Mujeres Cabeza de Familia, es decir 3.286.619, quienes sostienen a 12 millones de colombianos (12.633.091), cifras que realmente son alarmantes en cuanto a su capacidad de ingreso, su poder adquisitivo, la responsabilidad de los padres de estos niños, la educación, la salud y la misma paz de Colombia.

Edad de embarazo de las Madres Cabeza de Familia

1. De 20 a 24 años	30% de las mujeres en edad reproductiva
2. De 25 a 29 años	23% de las mujeres en edad reproductiva
3. De 14 a 19 años	22% de las mujeres en edad reproductiva
4. De 30 a 40 años	20% de las mujeres en edad reproductiva
5. Menores de 14 y mayores de 44 años	3% de las mujeres en edad reproductiva
6. De 40 a 44 años	2% de las mujeres en edad reproductiva

Causas por las cuales son Madres Cabeza de Familia

1. Abandono y/o doble hogar de la pareja	33.1%
2. Separación ó Divorcio	26.2%
3. Madres Solteras	21.3%
4. Viudez	16.3%
5. Otras Causas	3.1%

Toda esta anterior problemática, nos comprometió en Gran Estación, a darnos a la tarea, en plena apertura de un centro comercial con 162 mil metros cuadrados de área, de INVESTIGAR, ENTENDER, establecer un DIAGNÓSTICO, PRESELECCIONAR, SELECCIONAR, CONTRATAR Y CAPACITAR a cerca de 200 personas directas y en outsourcing con las anteriores características, para lo cual, suscribimos una alianza con la **Fundación Arcángeles** y con la **Fundación Promover por Colombia**, en procura de hacer las cosas lo mejor posible. Hoy, el **26 %** de nuestros empleados directos o indirectos, hacen parte del programa de Responsabilidad Social Corporativa, contando hoy con **59 Madres Cabeza de Familia** y **26 Personas en Situación de Discapacidad**. Nos sentimos orgullosos de esta gran labor, recibimos todos los días reconocimientos, entrevistas y felicitaciones por esta gestión, sin embargo, entendimos que el proceso es más complejo de lo que pensamos, porque *“reinsertar”* laboralmente a personas relativamente abandonadas o ignoradas por nuestra misma sociedad, requiere no sólo de mucha mayor preparación, sino que además debe ser siempre bajo un modelo muy parecido enmarcado en una estrategia con el recurso humano. Por esta razón, la Fundación Arcángeles, diseñó un MANUAL denominado **PILA** (Programa de Integración Laboral para Personas con Algún Tipo de Discapacidad – Arcángeles) con el propósito de lograr que esta idea tenga replicabilidad, la cual empezaremos impulsando con nuestros propios comerciantes en el centro comercial, pero que también con ayuda del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) logremos que esta política sea atractiva para el resto de empresarios colombianos.

El resultado a la fecha ha sido “Impresionante” tal como nuestro slogan, por varias razones: la primera de ellas; en las mediciones de productividad laboral, estos tres grupos resultaron ser las más productivas para la empresa, pero fundamentalmente, han sido más productivos para si mismos, para sus familias y ejemplo para la sociedad. Segundo, porque sin haberlo calculado, entre los clientes de Gran Estación, nos visitan muchas personas con algún tipo de discapacidad, como por ejemplo; padres de niños con algún tipo de discapacidad, que por recreación, compras y por TERAPIA, nos visitan y nos adoptan como su escenario preferido. El caso de una señora que literalmente en una camilla, nos visita todos los sábados con su familia. Tercero, por que el público visitante, reconoce permanentemente la labor realizada con estas personas, los apoyan y entienden que Gran Estación, es incluyente, por lo que se genera un compromiso en el entorno e incluso soporta y apoya el programa de fidelización. Y finalmente, porque a partir del FREE PRESS generado, entendimos que el espíritu de apoyo y trabajo por la comunidad mediante una política corporativa de responsabilidad social, no es un gasto, es una gran inversión y negocio, puesto que invertimos en la gente, esta nos retribuye con buen trabajo y entrega, ayudamos al país, subsanamos algunos vacíos, fortalecemos la justicia social, de alguna manera nos convertimos en ejemplo y por último, la opinión pública nos lo reconoce como clientes y ante los medios de comunicación, lo que se traduce en posicionamiento de marca asociada con una muy buena labor en el top of mind del consumidor, maximizamos el recurso en publicidad, lo que finalmente se traduce en una ventaja y gancho muy importante, para nuestro primer cliente, EL COMERCIANTE.

MUCHAS GRACIAS por interesarse en nuestra política corporativa de responsabilidad social.