

**CULTURA, EDUCACION, ECONOMIA Y SOCIEDAD.....UNA ALIANZA VITAL  
HACIA UNA VERDADERA APLICACIÓN DE LA RSE**

**LUZ ELENA CASTAÑO RENDON**

**FUNDACION UNIVERSITARIA LUIS AMIGO**

**ESCUELA DE POSGRADOS**

**ESPECIALIZACION EN LA GESTION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**

**EMPRESARIAL**

**MANIZALES**

**2015**

**CULTURA, EDUCACION, ECONOMIA Y SOCIEDAD.....UNA ALIANZA VITAL  
HACIA UNA VERDADERA APLICACIÓN DE LA RSE**

**LUZ ELENA CASTAÑO RENDON**

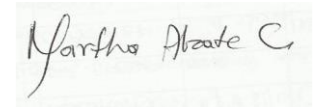
Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Gestión de la Responsabilidad Social  
Empresarial.

Docente asesor: Mag. Martha del Socorro Álzate Cárdenas

**FUNDACION UNIVERSITARIA LUIS AMIGO  
ESCUELA DE POSGRADOS  
ESPECIALIZACION EN LA GESTION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL  
EMPRESARIAL  
MANIZALES  
2015**

## NOTA DE ACEPTACIÓN

El Trabajo de grado contiene una propuesta escritural que puede enviarse a la Voz del Semillero. Es una reflexión crítica sobre la articulación de cultura, educación, economía y sociedad como alianza vital hacia una verdadera aplicación de la RSE. Hay claridad escritural que puede mirarse desde la coherencia, redacción y construcción de ideas.

A handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature reads "Martha Abate C." in a cursive script.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>8</b>
<b>2 GLOSARIO</b> .....	<b>10</b>
<b>3 RESUMEN PROYECTO</b> .....	<b>13</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>13</b>
<b>4 PROBLEMA</b> .....	<b>14</b>
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	14
4.2 PREGUNTAS ORIENTADORAS DEL PROBLEMA .....	15
<b>5 OBJETIVOS</b> .....	<b>16</b>
5.1 OBJETIVO GENERAL .....	16
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
<b>6 JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>17</b>
<b>7 MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>19</b>
7.1 REVISIÓN DE ANTECEDENTES.....	19
7.2 MARCO TEÓRICO .....	<b>21</b>
7.1.1 ¿Cuáles son las funciones de la Responsabilidad Social? .....	24
7.2.2 Gestión de Responsabilidad Social Empresarial:.....	25
7.2.3 ¿Cuál es el enfoque de la Responsabilidad Social en las empresas?.....	26
<b>7.3 MARCO LEGAL</b> .....	<b>28</b>
7.3.1 Estándares Internacionales .....	28
7.3.3 Normas Iso .....	29
7.3.4 Pacto Global .....	29
7.1.5 Normas sobre RSE .....	30
<b>8 MARCO CONTEXTUAL</b> .....	<b>31</b>
<b>9 DISEÑO METODOLÓGICO</b> .....	<b>35</b>
<b>10 RECURSOS PARA EL TRABAJO DE GRADO</b> .....	<b>36</b>
10.1 HUMANOS.....	36
10.2 INSTITUCIONALES .....	36
10.3 FINANCIEROS.....	36
<b>11 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b> .....	<b>37</b>
<b>12 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS PRIMERA FASE (ANTEPROYECTO)</b> .....	<b>38</b>
<b>PROPUESTA DE ARTÍCULO PARA PRESENTAR A PUBLICACIÓN EN REVISTA DE DIVULGACIÓN ACADÉMICA</b> .....	<b>41</b>

<b>13CULTURA, EDUCACION, ECONOMIA Y SOCIEDAD.....UNA ALIANZA VITAL HACIA UNA VERDADERA APLICACIÓN DE LA RSE .....</b>	<b>41</b>
<b>13.1 INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>41</b>
<b>13.2 CONTENIDO .....</b>	<b>43</b>
<b>13.3 CONCLUSIONES.....</b>	<b>49</b>
<b>13.4 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS SEGUNDA FASE (INFORME FINAL) .....</b>	<b>51</b>

## 1 INTRODUCCIÓN

Esta propuesta de artículo para publicación en revista de divulgación abordó el tema de la de la Responsabilidad Social Empresarial aliada, implementada y aplicada al sector cultura reconociendo dicho sector como un impulsor del desarrollo económico y como una posibilidad de mayor proyección; también consideró como impactar a la sociedad, las comunidades, empresas y a todos aquellos que de alguna forma tengan que ver con la cultura a través del fortalecimiento que otorga la RSE.

La metodología empleada se basó en la búsqueda y recopilación de varias fuentes de información primarias y secundarias expuestas a lo largo de esta propuesta de artículo para publicación en revista de divulgación y del análisis de las mismas.

El presente trabajo parte de la reflexión que, como profesionales, se realiza sobre la actualidad que vive la sociedad colombiana. En lo particular, y debido a estar en constante interacción con el sector cultural, es atractivo explorar el desarrollo que pueda tener el campo si se beneficia de la implementación de la RSE no solo por parte del mismo sector, sino de aquellas entidades, públicas y privadas que reconozcan en la cultura un negocio que lidera y desarrolla proyectos sociales y educativos enfocados en la participación y promoción de las diferentes comunidades en torno a prácticas culturales, ya que este tipo de negocio, el cultural, es un excelente medio para obtener utilidades a través del ejercicio, un muy buen generador de ingresos a diferentes sectores productivos y/o comerciales y una excelente manera de generar impacto positivo en la población colombiana que cada día requiere de actividades con propósitos educativos y de formación social que transmitan cosas positivas con responsabilidad social.

La RSE se enfoca en diferentes áreas, economía, salud, educación, medio ambiente, deporte, arte y cultura. En cuanto al apoyo en el área del arte y la cultura, como lo manifiesta el Dr, Vesna et al (2011), las empresas brindan ayuda a la gestión cultural por medio de patrocinios o realización de eventos. Esta área de apoyo no es muy común en la RSE de muchas empresas ya que el beneficio que obtiene no es tan tangible, sin embargo representa una inversión fuerte para las empresas y es una buena área para valorar, determinar si vale la pena para las empresas invertir en el arte y la cultura y cuál sería el beneficio obtenido empresarialmente hablando y cual beneficio le brinda a la sociedad.

Finalmente conocer cuál es el impacto que genera la RSE aplicada a las empresas culturales es una manera de romper los esquemas de los modelos tradicionales de trabajo, por lo que este tipo de actividad puede generar no solo una estabilidad económica para los empresarios de una manera más acelerada que otros tipos de negocios sino darle la oportunidad de vincularse socialmente con personas de diferentes entornos sociales.

## 2 GLOSARIO

*Acción Social:* Es aquel comportamiento humano que se refiere de un modo específico a otro. Esta referencia debe darse de un modo integrante, es decir, que es necesario para que una acción sea social que el móvil decisivo de la misma sea una referencia a alguien distinto de mí.

*Beneficio:* Es la renta obtenida por cualquier clase de empresa (toda actividad o negocio), incluyendo la actividad profesional independiente.

*Calidad de Vida:* Es el bienestar, felicidad y satisfacción de un individuo que le otorga a éste cierta capacidad de actuación, funcionamiento o sensación positiva de su vida.

*Capacitación:* Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

*Construcción:* Se refiere a las diversas formas y combinaciones de cómo hacer o crear varios tipos de estructura.

*Creación de Valor:* Es el objetivo de toda buena gerencia y se mide considerando no solamente el beneficio sino también el coste que ha supuesto generar ese beneficio.

*Cultura:* Desarrollo de la sociedad y su entorno medio ambiental pero también desde el punto de vista de la relación corporal y espiritual del ser humano, conceptualizando la relación responsabilidad social- cultura, identificando el pluralismo social respetando la diversidad cultural.

*Diagnóstico Empresarial:* Es aquel que constituye una herramienta sencilla y de gran utilidad a los fines de conocer la situación actual de una organización y los problemas que impiden su crecimiento, sobrevivencia o desarrollo.

*Dirección Estratégica:* Es un proceso que se encamina hacia la consecución y mantenimiento de una ventaja competitiva que permita a la empresa continuar en el mercado.

*Directivo:* Es el encargado de dirigir una determinada actividad a través del direccionamiento de un grupo de trabajo a su cargo.

*Empleado:* Es una persona que con la edad legal suficiente, y de forma voluntaria presta sus servicios retribuidos.

*Empresa:* Es la unidad económico-social, con fines de lucro, en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales.

*Empresa Socialmente Responsable:* Es aquella que cumple con sus responsabilidades éticas que surgen por la sola existencia de la empresa. Su responsabilidad ética organizacional, emana las relaciones con todos los que se ven directa o indirectamente afectados por su actividad.

*Ética:* Proviene del griego ethos cuyo significado es costumbre y tiene como objeto de estudio la moral y la acción humana. Su estudio se remonta a los orígenes de la filosofía moral en la Grecia clásica y su desarrollo histórico ha sido diverso.

*Ética Empresarial:* Es una rama de la ética aplicada. Se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios, la gestión empresarial, la organización de una corporación, las conductas en el mercado y las decisiones comerciales.

*Filantropía:* Es el amor al género humano y todo lo que a la humanidad respecta, particularmente, en su forma positiva y constructiva, expresado en la ayuda a los demás sin que necesariamente se requiera de un intercambio o interés alguno en una respuesta.

*Inversión Social:* Es aquella que busca incrementar los niveles de capital productivo humano, social y ambiental.

*Medio Ambiente:* Es el entorno que afecta y condiciona especialmente las circunstancias de vida de las personas o la sociedad en su conjunto. Comprende el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras.

*Modelo de Gestión:* Es aquel modelo que debe presentar una visión globalizada y orienta al cliente tanto interno como externo donde sea posible hacer toda una gestión por procesos que asegure su cumplimiento y eficacia dentro de la organización.

*Responsabilidad Social Empresarial:* Se cataloga como la nueva estrategia empresarial, que lleva a la organización a garantizar su competitividad global, su sostenibilidad y rentabili-

dad en el largo plazo de acuerdo al buen impacto y el beneficio reciproco que genere la interacción con sus Stakeholders.

*.Ventaja Competitiva:* Es la ventaja que una compañía tiene respecto a otras compañías competidoras. Para ser realmente efectiva, esta debe ser: difícil de igualar, única, posible de mantener, netamente superior a la competencia y aplicable a variadas situaciones.

### 3 RESUMEN PROYECTO

Esta propuesta de artículo para publicación en revista de divulgación determina las tendencias en el fomento de la inversión pública y privada en el sector cultural en Colombia. Se basa en datos empíricos a través de la búsqueda y recopilación de varias fuentes de información primarias y secundarias expuestas a lo largo de esta propuesta y del análisis de las mismas.

Es un análisis a los beneficios que trae a las empresas públicas y privadas la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial y como el sector de la cultura se fortalece a través de dicha inversión.

El presente artículo ratifica porque en la actualidad la cultura, la educación y la economía deben ser aliados estratégicos para aplicar una verdadera Responsabilidad Social Empresarial.

**Palabras claves:** Cultura, Desarrollo Humano, Carencias Económicas, Administración, Sociedad, Responsabilidad Social, Economía, Educación.

#### ABSTRACT

This proposed article for publication in magazine of disclosure determines trends in the promotion of public and private investment in the cultural sector in Colombia. It is based on empirical data through the search and collection of various sources of primary and secondary information exposed along this proposal and the analysis thereof.

It is an analysis of the benefits it brings to public and private companies application corporate social responsibility and how the culture sector is strengthened through such investment.

This article confirms that in today's culture, education and the economy must be strategic partners to implement a genuine CSR.

**Keywords:** Culture, Human Development, Economic Gaps, Administration, Society, Social Responsibility, Economics, Education.

## 4 PROBLEMA

### 4.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es aplicada por muchas empresas pues se ha demostrado que para ellas son socialmente rentables. Anteriormente la RSE era vista como un gasto para las empresas, sin embargo se ha convertido en una buena estrategia que brinda muchas ventajas en cuanto a rentabilidad, respeto y aumento de clientes, igualmente el consumidor de hoy se siente atraído por productos o servicios producidos por empresas socialmente responsables.

La Responsabilidad Social es muy importante para las empresas, especialmente las grandes pues aumentan el bienestar social y cultural de las comunidades donde operan, y así mejorar su imagen corporativa. La forma de llegar a las comunidades, reflejando ética y transparencia es involucrar en sus procesos la RSE. Muchas veces las empresas ejecutan su RSE a través de sus propias fundaciones que emplean la misma marca. Ahora bien, ¿quién aplica la RSE, la empresa o la fundación que la representa?

Estas fundaciones son las que se encargan de reportar la RSE de la empresa y declaran los montos invertidos en esta actividad.

Los informes que las grandes empresas reportan son muy útiles pues evidencian un gran impacto por las acciones que realizan, declaran los montos invertidos y el área en que se hizo la inversión, midiendo el impacto esperado de cada acción social en donde analizan los resultados obtenidos con lo esperado de acuerdo al monto invertido, utilidades y beneficio en cuanto a la imagen.

Un beneficio muy importante que obtienen las empresas que aplican la RSE son los aportes fiscales que ganan pues la inversión que realiza en lo social es deducible de los impuestos. ¿Cuál es el propósito de en inversión? ¿Ganar imagen, pagar menos impuestos y crear una buena imagen corporativa?

La RSE se enfoca en diferentes áreas, salud, educación, medio ambiente, deporte, arte y cultura. En cuanto al apoyo en el área del arte y la cultura, como lo manifiesta el Dr, Vesna et al

(2011), las empresas brindan ayuda a la gestión cultural por medio de patrocinios o realización de eventos. Esta área de apoyo no es muy común en la RSE de muchas empresas ya que el beneficio que obtiene no es tan tangible, sin embargo representa una inversión fuerte para las empresas y es una buena área para valorar, determinar si vale la pena para las empresas invertir en el arte y la cultura y cuál sería el beneficio obtenido empresarialmente hablando y cual beneficio le brinda a la sociedad.

Por todo lo anterior se trató de profundizar en la aplicación de la RSE en las empresas culturales, tomando como base el siguiente concepto sobre que significa la Responsabilidad Social empresarial “...es la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.” (Inst. Ethos.2014, p.16)

## **4.2 PREGUNTAS ORIENTADORAS DEL PROBLEMA**

### **Pregunta general**

- ¿Cuáles estrategias de RSE deberán ser aplicadas e implementadas para el sector cultural?

### **Preguntas Específicas**

- ¿Cuáles son los beneficios que trae a las empresas la implementación de la RSE para el sector cultural?
- ¿Cómo se fortalece del sector cultural a través de la RSE?

## **5 OBJETIVOS**

### **5.1 OBJETIVO GENERAL**

Recuperar información sobre estrategias de responsabilidad social implementadas para el sector cultural, de tal manera que se pueda presentar una propuesta de artículo para publicación en revista de divulgación académica.

### **5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar los beneficios que trae a las empresas la implementación de la RSE para el sector cultural
- Ahondar en las fortalezas del sector cultural a través de la RSE

## 6 JUSTIFICACIÓN

“La diversidad de los medios expresivos a través de la música, las artes plásticas y escénicas, la literatura, la poesía, y la producción mediática, conforman espacios de creación cultural y de comunicación que deben ser reconocidos, cualificados y puestos en circulación con miras a la formación de las sensibilidades, a la apreciación crítica de las diversas producciones culturales y al goce creativo de todas las manifestaciones” (Ministerio de Cultura-Plan Decenal de Cultura.2014, P.47) artísticas bien sean tangibles como la pintura, escultura o la danza e intangibles como la memoria cultural de los pueblos y sus costumbres raizales.

Desde esta perspectiva, fomentar la experimentación, pero también el registro y la preservación de amplios repertorios patrimoniales que corren el riesgo del deterioro y la desaparición muestra la responsabilidad social que no solo las personas que las realizan y las disfrutan sino que se hacen necesario el involucrar a las empresas con este compromiso social.

La transformación del concepto acerca de lo artístico, como uno de los campos de la creación cultural, de naturaleza histórica y por tanto cambiante según sus contextos culturales y sociales, contribuye a no reducirlo a un enfoque especializado o elitista, a no considerarlo inmutable y válido para todas las culturas.

Reconocer la diversidad de culturas del país y del mundo corresponde a valorar la existencia de diversos conceptos y formas expresivas, que llevan, por tanto, a admitir la relatividad de lo artístico sin menoscabar su valor. Es por lo anterior, imprescindible ahondar en cuál ha sido la RSE que ha sido implementada al sector de la cultura.

Tanto las memorias colectivas como las creaciones culturales le permiten a una organización generar proyectos “a futuro” que ayuden a restaurar los tejidos sociales vulnerados por el conflicto, la exclusión política y la entrada en la dinámica de la globalización sin mayores referentes locales.

Dichas organizaciones al sumergirse en el campo de la RSE desarrollan procesos de formación e intercambio para que individuos, grupos y colectividades encuentren respaldo y canales de acceso y de participación de modo que la confluencia entre los procesos sociales y las instituciones genere espacios de reconocimiento y de apoyo, de suerte que los creadores cuenten

con mecanismos de dignificación de su labor y la sociedad en su conjunto se beneficie de la diseminación y circulación de las expresiones creativas.

El análisis de inversiones en arte y cultura en nombre de la RSE puede dar un mejor panorama de las dimensiones de la inversión y la rentabilidad que se genera al asumir este tipo de RSE ya que los eventos culturales que son asumidos por las empresas, aunque signifiquen grandes gastos se retribuyen y se vuelven un gran atractivo para el consumidor que relaciona a la marca de la empresa con eventos culturales que promueven el desarrollo social y cultural de la comunidad.

Desde la formación como Especialista en la Gestión de la Responsabilidad Empresarial, desarrollar un proyecto con una visión social que aporte al fortalecimiento de las industrias culturales las cuales propician condiciones para un desarrollo social más equitativo, generan gran impacto para las comunidades culturales. El tema de emprendimiento cultural apenas comienza su camino de desarrollo es así, como a través de esta monografía se quiere demostrar, como ha sido pensado en los debates sobre economía, que a través de la cultura se puede generar desarrollo, máxime si está inmersa en la RSE.

## 7 MARCO REFERENCIAL

### 7.1 REVISIÓN DE ANTECEDENTES

Desde hace 25 años trabajo con el sector cultural de los cuales, 11 de ellos, y de manera simultánea con otras actividades culturales, trabajo con el Instituto de Cultura y Turismo de Manizales lo que aún más motivó el indagar sobre como las diferentes empresas, involucran de manera responsable al sector cultural, determinando que dicha responsabilidad no es únicamente aplicada a los sectores netamente industriales. Dicho trabajo permitió compilar información con respecto al tema e ir haciendo un análisis y aporte personal sobre dichas estrategias.

Para llevar acabo dicho trabajo se hizo una revisión juiciosa de los siguientes documentos, que sirvieron de punto de apoyo para el desarrollo de este proyecto.

En primer lugar, se tiene que el Departamento de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT publicó un artículo sobre **“La Responsabilidad Social Empresarial y la cultura: una relación dinámica y compleja”** (Posada, 2014). Dicho artículo muestra una relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Cultura y los diferentes enfoques que las empresas le dan al apoyo, en cuanto a cultura se refiere. Se encuentran por separado los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Cultura de diversas fuentes para comprender los conceptos de manera individual y como, fusionando ambos, se analizan los vínculos que estos dos conceptos pueden generar en la proyección cultural empresarial.

Cabe mencionar que se debe tener en cuenta los diferentes conceptos de cultura pues está claro que en la cultura no se debe tener en cuenta símbolos que se manifiestan a través de ella sino las manifestaciones a través de quienes se desarrolla, máxime si lo que pretendemos con este trabajo es encontrarlos más adecuados para hacer la relación correcta cultura- inversión- responsabilidad social.

En el caso de los diversos conceptos de Responsabilidad Social empresarial, este artículo muestra diferentes opiniones con respecto al tema y una evolución conceptual partiendo desde el siglo XIX hasta el día de hoy teniendo en cuenta los factores económico, social y ambiental en donde se implica responsabilidad total para con todas las partes de las empresas. Igualmente

explica cuáles son las acciones primarias, secundarias y terciarias que se relacionan con la responsabilidad social que se llevan a cabo empresarialmente. Igualmente, este artículo muestra cómo, algunas empresas colombianas se han vinculado con la protección, difusión, proyección y desarrollo cultural especialmente desde el sector privado, dejando en claro que el apoyo a la cultura no es lo prioritario.

En segundo lugar se consultó un artículo publicado en la Revista Empresa y Humanismo “**La cultura es también una responsabilidad social empresarial**” (Rodríguez, 2014). El artículo indica los diferentes conceptos que sobre cultura se tejen alrededor de las empresas: “cultura empresarial sustentada en valores, cultura del trabajo y del mérito, cultura de la solidaridad y la confianza, la empresa como generadora de conocimientos y la cultura en el marketing.”(Rodríguez, 2014). Allí mismo, induce al objetivo que se logra al crear empresa, su fin y, cual es la responsabilidad que se debe asumir con la misma, en donde se debe tener claro los conceptos sobre responsabilidad social empresarial en donde se involucra lo social y lo medio ambiental.

El autor hace ver la cultura desde el desarrollo de la sociedad y su entorno medio ambiental pero también desde el punto de vista de la relación corporal y espiritual del ser humano, aspecto importante que ayuda a conceptualizar la relación responsabilidad social- cultura, identificando el pluralismo social respetando la diversidad cultural en la cual estamos inmersos.

En tercer lugar se consultó la investigación denominada “**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU APOORTE A LA CULTURA**” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de la Región Metropolitana (CNCA RM, 2014))

Es un diagnóstico de la responsabilidad social que presentan las empresas y si involucran la cultura en sus procesos de gestión. Si bien, es una investigación realizada en Chile, permite relacionar los resultados obtenidos en ella con las empresas en Colombia e indagar si existe un manejo adecuado del lenguaje con respecto a la relación empresa- artista o gestor y RSE.

Existen conceptos, que permiten determinar que son tomados de manera universal que indican cuales son las ventajas de involucrar , en un plan de mejora empresarial, a la cultura la cual, igualmente contribuye al desarrollo del ser, al compromiso con la sociedad y se contribuye a potenciar las actividades que giran en torno a la cultura.

Algunos de los objetivos planteados en dicha investigación permiten determinar si en Colombia ha sido posible lograrlos desde la perspectiva del conocimiento y la investigación bibliográfica. El Objetivo general que plantea es diagnosticar el estado actual del aporte privado a la cultura y las artes de la Región Metropolitana desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), de manera de conocer a las empresas y sus motivaciones para apoyar, difundir y financiar iniciativas y proyectos artísticos culturales, identificando a la vez buenas prácticas capaces de ser replicadas.

Ahora bien, especificando sus objetivos, permite la descripción del marco normativo desde donde se efectúan los aportes de las empresas a proyectos artísticos culturales, identificando ventajas y limitantes que se presentan en el aporte de privados en materia cultural. Igualmente identifica y clasifica a las empresas que aportan a proyectos artísticos culturales de acuerdo a su tamaño y rubro económico, caracterizando el aporte que realizan en función de diversas variables de relevancia, indagando en las motivaciones y dificultades que las empresas identifican para decidir aportar o no a los proyectos artísticos culturales sin dejar de lado la identificación y descripción de los casos de éxito entre las empresas que aportan a proyectos e iniciativas artísticas culturales, a modo de relevar buenas prácticas capaces de ser replicadas.

Dicha investigación, induce primero a un análisis sobre el interés que tiene tanto el sector público y privado de ir labrando un camino de políticas públicas en cuanto al desarrollo social hacia lo sostenible, un desarrollo integral hacia una mejor calidad de vida en dimensiones económica, social y medioambiental y segundo hacia el impacto que se ha generado sobre la aplicación de la RSE en las empresas culturales.

## **7.2 MARCO TEÓRICO**

Para darle un enfoque más claro al concepto de Responsabilidad Social Empresarial, que en adelante se denominará (RSE), primero se debe partir de la ética, que para este trabajo se soportara en la neo-aristotélica donde según el autor JOSEPH M. LOZANO (Lozano, 2014), establece la ética como una ética de la responsabilidad encaminada a los individuos desde los principios y valores obtenidos como una combinación de todas la etapas recorridas a lo largo de su existencia. En otras palabras, la Responsabilidad Social Empresarial, consolida el paso del

individuo a la empresa como objeto de reflexión ético, bajo la perspectiva de pensar cuál es el lugar social de la empresa, cuál su aporte con la sociedad y que es lo que legitima su existencia.

Así mismo, se habla de RSE en el ámbito ético-moral, se puede decir que la empresa es un fuerte componente ético, que se hace adoptando la perspectiva del sistema económico y de la sociedad donde actúan las empresas. De igual forma, la responsabilidad ética es social, en la medida en que la sociedad espera que la empresa actúe en el marco de determinados valores que no son, ni pueden ser exigidos o incluidos en sus vertientes tales como: los resultados económicos, culturales, políticos, éticos, morales y sociales, pero que son socialmente reconocidos y, por tanto, se espera que la empresa los tenga en cuenta. “Los esfuerzos en torno a la ética empresarial y a la responsabilidad social han encontrado obstáculos precisos al no tener un poder vinculante coactivo, sino simplemente indicativo” (Universidad del Rosario, 2014, p.4).

“La ética y la responsabilidad social son esfuerzos voluntarios, indican valores, muestran caminos, pero no tienen la fuerza coactiva de la ley, precisamente porque se apoyan en la opción libre de las personas por un comportamiento responsable y libre” (Yepes et al, 2014,citado por Universidad del Rosario, 2014, p5).

La responsabilidad social como lo dice, se divide en dos partes responsabilidad y social.

La primera se divide igualmente en dos partes: ‘responsabilidad interna’ y ‘responsabilidad exigible’. (Scharstein, 2014).

La responsabilidad interna, es aquella que maneja los sentimientos que hacen sentir a la persona responsable consigo mismo, y de igual forma, se relaciona con el juzgarse a sí mismo, manteniendo una relación con su yo interno, enfocándose en sus ideales y conciencia. Por otro lado, la responsabilidad exigible, hace énfasis en lo que una persona se siente obligada a hacer ante los demás por compromiso con sí mismo, o con el resto de las personas que lo rodea De esta manera, se puede decir que los dos términos aunque son diferentes hacen parte de una misma estructura, y se complementan el uno con el otro. Responsabilidad corresponde a la intimidad del ser humano, por ejemplo el ámbito familiar, mientras que contabilidad, tiene un enfoque más externo, el “qué dirán” y como uno debe actuar ante el otro por obligación, o simple compromiso. Por ejemplo, aun cuando el jefe se siente responsable por sus sub-alternos, el presidente de la empresa también lo obliga a responder por ellos.

En cuanto a la segunda parte, lo social, hace tiene que ver con las relaciones interpersonales, ya que aunque no creamos o queramos serlo, finalmente, somos seres sociales, desafortunadamente, no somos lo suficientemente autónomos para decidir esto, el ser humano, es un ser sociable desde su nacimiento. Al igual que la responsabilidad, lo social también implica dos partes: la interna se refiere a la responsabilidad con la cual la compañía se compromete con sus integrantes mientras que, la exigible es aquella que se enfoca como el empleado se compromete con su superior para cumplir diferentes tareas y objetivos planteados por el mismo.

De esta manera, se puede decir que la organización tiene dos opciones, la primera es limitarse a cumplir con tan sólo con lo básico o la segunda sería ir más allá de las metas y objetivos establecidos, superando el compromiso. En ese instante la compañía estaría dando más del 100%, estaría dando más de lo que le corresponde.

“Se trata de lo que la organización hace en forma obligatoria o bien en forma voluntaria. Esta distinción entre el carácter obligatorio y voluntario de las prácticas de la organización se corresponde con la establecida por Michael Foucault para los conceptos de moral y ética.” (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, 2014, citado por Matta, María 2008, p.10).

Cuando se toca el tema o se habla de capacidad se refiere básicamente a la habilidad para ejercer apropiadamente una gestión empresarial pasando por todas las áreas de trabajo de las empresas, entre estas:

- Normativo: Se refiere a la colección de leyes y reglas generales que la diversidad de instancias del estado imponen para uniformar y disciplinar la función de cada una de las empresas, los mercados y la competencia.
- Operacional: Fundamentalmente, este punto hace referencia a las herramientas que logran que las compañías puedan producir sus bienes y prestar sus servicios, teniendo en cuenta los objetivos corporativos a cumplir.
- Económico: Se refiere a los recursos relacionados con la instauración de valor y rentabilidad, capital e inversiones, precios, costos, tarifas y prácticas de mercado.

- Social: Se enfoca en los aspectos que introducen en quehacer de la empresa con el contexto social en el cual se desenvuelve. De esta manera, logra aportar a la calidad de vida y el bienestar de la sociedad.
- Ambiental: Se basa en los aspectos que ayudan a reconocer el impacto ambiental, la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible.

Se puede decir que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se fundamenta en una visión completa de la sociedad y del desarrollo que se basa en la expansión del crecimiento económico y la productividad. Esto contribuye a la mejoría de la calidad de vida de las personas, a la duración de instituciones como: las políticas, democráticas, y de derechos humanos. (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, 2014, citado por Matta, María, 2008, p.11).

De igual forma, se puede concluir diciendo que la economía tiene como fin, suministrar bienestar a la sociedad para que así por este mismo medio, las populares demandas sociales no sean perjudiciales para las normas legales. Esto llevaría pactar un acuerdo más sólido y riguroso de los representantes económicos con la sociedad.

Teniendo en cuenta lo resaltado con anterioridad, es importante tener en cuenta los aspectos básicos que fundamentan la Responsabilidad Social como tal. Como ésta se relaciona con la parte empresarial, como puede beneficiar a la empresa en procesos económicos y al mismo tiempo sacar adelante un fin social.

Como por medio de la Responsabilidad Social, se pueden promover y proteger aspectos claves de la empresa para de la misma manera, lograr construir un futuro y mantener lo que con el tiempo ya se ha venido construyendo y ganando.

- Toda empresa tiene una responsabilidad indelegable.
- Alinea los procesos productivos y comerciales con un fin social.
- Promueve el desarrollo humano sostenible.
- Protege los derechos humanos.
- Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las prácticas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.
- La RSE se basa en el compromiso, la participación y la construcción de una cultura de autorregulación.(Universidad Javeriana,2014).

### **7.1.1 ¿Cuáles son las funciones de la Responsabilidad Social?**

La función principal de la Responsabilidad Social es básicamente, solidificar la gestión empresarial por medio del desarrollo de habilidades y tácticas de la organización, de sus directivos y demás empleados en cada una de sus relaciones con los stakeholders.

Es fundamental regularizar los procesos de responsabilidad social en las compañías ya que trae consigo los siguientes beneficios:

- Se fundamenta en la congruencia que incluye la coherencia con los principios y valores, consistencia con las prácticas empresariales y consecuencia en la toma de decisiones.
- La RSE se basa en el compromiso, la participación y la construcción de una cultura de autorregulación.

Aumento de la productividad y rentabilidad.

- Fidelidad y aprecio de sus clientes.
- Confianza y transparencia con los proveedores.
- Compromiso y adhesión de sus empleados.
- Respaldo de las instancias gubernamentales.
- Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad.
- Oportunidades para nuevos negocios.

Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y medio ambiente).

- Incremento en la participación de mercado.
- Mejoramiento de la cultura organizacional.
- Capacidad de atraer el mejor talento humano.
- Incremento del valor de la empresa.
- Mejoramiento de la comunicación interna y externa.
- Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas. (Centro

Colombiano de Responsabilidad Empresarial, 2014, citado por Matta, María, 2008, p.12).

Es importante tener en cuenta que la Responsabilidad Social Empresarial es de gran ayuda para evitar los riesgos sociales que posteriormente se pueden convertir en demanda, sanciones, regulación gubernamental en exceso, destrucción de imagen propia y del mercado, y finalmente puede llevar a la desaparición del negocio como tal.

### **7.2.2 Gestión de Responsabilidad Social Empresarial:**

El marco teórico social de nuestro país, ha sido marcado a través de la historia por la exclusión de las mayorías, esto nos lleva a encontrar nuevas alternativas de gestión empresarial que llegan a fortalecer las aptitudes sociales de las empresas. Las principales inquietudes de las organizaciones son el alcanzar un nivel de reconocimiento y un posicionamiento clave frente a su competencia. Teniendo en cuenta esto, hoy en día es de suma importancia para todas las empresas tener definido un sistema de gestión de responsabilidad social. Pues al contar con esto,

la empresa pasa a tener una imagen y una reputación nítida en cuanto responsabilidad en términos de productividad y políticamente.

El clave aclarar, que la Responsabilidad Social no se limita al “buen comportamiento” de los dueños o empleados de la compañía, sino que además se direcciona hacia la importancia que tiene la calidad de vida de las personas sin ningún tipo de excepción.(Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, 2014, citado por Matta, María, 2008, p.14).

### **7.2.3 ¿Cuál es el enfoque de la Responsabilidad Social en las empresas?**

La Responsabilidad Social de las empresas se maneja integralmente, es decir, todo se basa en un sistema de relaciones. De esta manera, la Responsabilidad Social logra promover la integridad de las personas, promoviendo la cooperación en cuanto a las diferentes relaciones de las personas y de la empresa.

La empresa es un sistema complicado de interacciones, donde cada una de las relaciones establecidas se convierte en una emergencia, con cantidades de consecuencias que se sustentan unos a otros y que no siempre se pueden prever ni entender.

Al igual que las personas, las organizaciones también toman decisiones haciéndose cargo de labrar su propio bienestar, hasta donde sea posible. De esta manera, las organizaciones tomas decisiones afectando a terceros, por lo tanto, hoy en día, las organizaciones son vistas como agentes éticos, con valores, misión, la cual la convierte en legítima para la sociedad. Una sociedad con esta estructura, logra que los integrantes de la misma se solidaricen y actúen entre ellos logrando así un conjunto social con lazos más fuertes.

Teniendo en cuenta que la empresa tiene fines sociales, ésta puede aportar al desarrollo humano por medio de una competencia sana y respetuosa, teniendo en cuenta sus fines sociales, enmarcándose en tratar como personas a todos los seres humanos, haciendo énfasis en la ética.

Así pues, un nuevo contrato social, se enfoca en el respeto a los derechos y deberes de cada ser humano, logrando así que las personas tengan prioridad sobre las organizaciones y el mercado.

A medida que pasa el tiempo, son menos las personas que alcanzan sus deseos y necesidades. Debido a esto, la preocupación y la conciencia social de las organizaciones en cuanto a nuestros semejantes ha incrementado, impactando la sociedad que la rodea. Así pues, ha surgido una preocupación por satisfacer las necesidades sociales de cada una de las personas que componen la organización y de la comunidad en la cual se encuentran. Hoy por hoy, los hombres cabeza de negocios, tienen presente que cada una de sus tareas, responsabilidades, decisiones y acciones afectan notoriamente a la sociedad a la cual pertenecen ellos y las personas que los rodean.

De acuerdo con los trabajos de Brenson (citados por GUZMÁN, 2006.p.32), la responsabilidad social empresarial implica cinco compromisos éticos a saber:

- 1.** Poder social: reconocer, como empresa, que nuestras acciones (o falta de ellas) tienen impacto sobre la sociedad y ella tiene derecho a exigir que respondamos por las consecuencias de dichas acciones.
- 2.** Comunicación abierta: estar abiertos y sensibles a la voz de la sociedad y de sus problemas actuales y emergentes.
- 3.** Revisión de las consecuencias: calcular y considerar de antemano, todos los costos sociales y los beneficios de una actividad, producto o servicio, aun cuando sea técnica y económicamente factible.
- 4.** Costos compartidos: compartir equitativamente los costos de dichas acciones con el consumidor.
- 5.** Involucrarse: ofrecer nuestra experiencia y experticia empresarial a la solución de un problema social emergente.

### **7.3 MARCO LEGAL**

El marco legal de responsabilidad social se encuentra regido por una serie de normas que se ordenan en los estándares internacionales, los cuales orientan a las organizaciones sobre las mejores prácticas en éste campo. Es por esto, que las organizaciones comprometidas con la responsabilidad social deben asumir como requisito básico el marco legal para la ejecución de todos sus actos.

A continuación, hago mención de los estándares internacionales.

#### **7.3.1 Estándares Internacionales**

##### **ACCOUNTABILITY 1000 (AA 1000)** (Universidad del Rosario, 2014,p. 15 )

Norma que tiene como finalidad el mejoramiento de los índices de la contabilidad social y ética mediante la ejecución de auditorías periódicas y reportes constantes sobre estos aspectos dentro de las empresas. Se trata de un conjunto de procesos mediante los cuales las empresas pueden realizar un seguimiento contable, seguro y comunicativo de su desempeño, sin necesidad de precisar cómo debería ser el comportamiento ideal frente a lo social y lo ético.

##### **SOCIAL ACCOUNTABILITY 8000 (SA 8000)** (Universidad del Rosario, 2014, p.15)

Es un sistema de auditoría creado por SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL, una ONG fundada en 1997 en los Estados Unidos que pretende mejorar el ambiente de trabajo y evitar la explotación laboral mediante la aplicación voluntaria de estándares de productividad combinados con verificaciones independientes y reportes públicos periódicos.

##### **OHSAS 18001** (Universidad del Rosario, 2014, p. 16)

Está basada en la norma británica original British Standard – BS 8800. Se aplica para establecer un sistema de prevención de riesgos laborales; eliminar o reducir al máximo los riesgos del personal y de otras partes interesadas que puedan estar expuestas a riesgos para su salud y seguridad en el trabajo relacionado con las actividades llevadas a cabo por la organización; para implementar, actualizar y mejorar de manera continua un sistema de prevención de riesgos laborales; y, entre otros aspectos más, para asegurar la conformidad con su política de salud y seguridad en el trabajo.

##### **OCDE GUIDELINES** (Universidad del Rosario, 2014, p. 16)

Se trata de un código de conducta corporativo para multinacionales creado en 1976 y revisado en el 2000 que deja muy en claro sus derechos y responsabilidades empresariales, pero que pretende con sus lineamientos, ser un instrumento para el mejoramiento de las relaciones entre negocio y sociedad, teniendo como principal objetivo establecer políticas voluntarias que promuevan la transparencia específicamente en las relaciones laborales, la actuación ambiental, el control de la corrupción la defensa de la competencia y del consumidor y en la difusión de la ciencia y la tecnología.

### 7.3.3 Normas Iso

#### ISO 9000 (Universidad del Rosario, 2014, p. 17)

Es un conjunto de cinco normas internacionales de estandarización sobre gestión y aseguramiento de la calidad, desarrollado para ayudar a las empresas a documentar efectivamente los elementos implementados para mantener un eficiente sistema de calidad. Los estándares no son específicos para ninguna industria, producto o servicio y se pueden aplicar en cualquier tipo de organización (empresa de producción, empresa de servicios, administración pública...) Ella describe los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad y especifica la terminología para los sistemas de gestión de calidad.

#### ISO 14000 y 14063 (Universidad del Rosario, 2014, p. 17)

En 1996 y 2001 la Organización Suiza International Organization for Standardization crea las normas ISO 14000 y 14063 respectivamente. La primera tienen como fin proveer estándares que permitan a las empresas manejar y evaluar el impacto y los riesgos medioambientales, y la segunda desarrolla una guía para el reporte medioambiental. Ambas con el sentido de crear y certificar al interior de las instituciones, un sistema de calidad que reporte y permita la adecuación de la calidad y sus parámetros, de manera constante y monitoreada.

•**ISO 26000:** (Universidad del Rosario, 2014, p. 17). Es una propuesta que pretende agregar valor a los acuerdos intergubernamentales existentes, los cuales tienen que ver con la Responsabilidad social; es una norma que debe ser aplicable en todas las organizaciones sin importar el tamaño y en cualquier país en desarrollo.

### 7.3.4 Pacto Global

Es el llamado de la organización Internacional de las naciones unidas – ONU para que las empresas del sector privado adopten 10 principios en los ámbitos de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, los cuales enmarcan el concepto socialmente responsable de las empresas a nivel mundial.

Los Diez Principios (Naciones Unidas Pacto Global.org, 2014)

#### **DERECHOS HUMANOS**

**Principio 1:** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.

**Principio 2:** Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

#### **NORMAS LABORALES**

**Principio 3:** Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

**Principio 4:** Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.

Los Diez Principios (Naciones Unidas Pacto Global.org, 2014)

**Principio 5:** Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil.

**Principio 6:** Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

#### **MEDIO AMBIENTE**

**Principio 7:** Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.

**Principio 8:** Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

**Principio 9:** Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

#### **LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN**

**Principio 10:** Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

### **GUÍA TÉCNICA COLOMBIANA GTC 180 (Universidad del Rosario, 2014, p. 19)**

Orientar las organizaciones, independientemente de su tamaño, proporcionándoles directrices para un enfoque de gestión socialmente responsable, compartiendo principios comunes con otros sistemas e instrumentos de gestión.

#### **7.1.5 Normas sobre RSE**

• **GRI:** Se basa en el reconocimiento del objetivo básico del desarrollo sostenible, el cual consiste en “satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

• **ISO 9001**, que además de asegurar en cierta medida la calidad de los productos, el mejoramiento en los procesos y la prestación de servicios, pretenden también aumentar la satisfacción de los clientes.

## 8 MARCO CONTEXTUAL

El ordenamiento constitucional de 1991 puso a la cultura como uno de los elementos centrales del concepto de Nación y diversidad (Constitución Política de Colombia 1991. Artículos 8, 70 y 71). Le asignó al Estado la obligación de fomentar e incentivar las manifestaciones culturales y a ofrecer estímulos especiales a quienes ejerzan actividades relacionadas.

Esta revalorización de las manifestaciones culturales ha implicado para la política pública armonizar un conjunto de derechos humanos, fundamentales y colectivos respecto de la creación, la expresión, el acceso y el consumo cultural, en un complejo esquema de obligaciones del Estado, al que le compete arbitrar intervenciones, regulaciones y decisiones de gasto público.

La Ley 397 de 1997, estableció el Sistema Nacional de Cultura el cual previó mecanismos participativos, de planeación, control y seguimiento que sirvieron de base a un ejercicio de concertación institucional y privada cuyo producto más relevante fue el Plan Nacional de Cultura 2001-2010 “Hacia una ciudadanía democrática y cultural. (Ministerio de Cultura, 2014).

Este plan incorporó estrategias que han servido de impulso a las industrias culturales. Se convoca allí el fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas, el diseño de líneas especiales de crédito y de capacitación empresarial e incentivos a las experiencias exitosas y a la creación de viveros e incubadoras empresariales en estos sectores. Esas estrategias fueron vigorizadas en el documento Conpes 3162 de 2002, (Ministerio de Cultura, 2014), el cual recomienda promover incentivos fiscales, líneas de fomento financiero, la apertura de mercados internacionales, el fortalecimiento de la agremiación sectorial, la formación técnica y la protección del derecho de autor.

Con fundamento en el enfoque de gestión 2007-2010 del Ministerio de Cultura “Colombia diversa: cultura de todos, cultura para todos”, se crean en esa cartera el Programa para el Emprendimiento y las Industrias Culturales y el Grupo de Emprendimiento Cultural, donde se formulan y ejecutan acciones articuladas con otras políticas del Estado sobre generación de información, estudio de mercados y construcción de diagnósticos socioeconómicos para la

cadena de valor de la cultura; formación para el emprendimiento, artículos 32, 40, 41, 42, 44. (Ministerio de Cultura,2014).

Algunos resultados del Programa: 400 empresas culturales formalizadas; apoyo a la asociación y agremiación a través de la creación de seis redes sectoriales (Asociación Colombiana de Luthería, Red de Editores Independientes; Red de Libreros; Asociación de Productores Musicales, Red de Festivales de Música Tradicional, Red de Animación digital); desarrollo de los Laboratorios Sociales de Cultura y Emprendimiento (Laso) que están ayudando a formalizar a 750 grupos musicales en el país, con la participación de más de más de 1.500 jóvenes; el Plan Nacional de Danza que fortalece a 30 organizaciones (Programa APAP) y una serie de programas de emprendimiento y competitividad que han fortalecido en total a 1337 agrupaciones/agentes. a la asociación y agremiación; creación y fortalecimiento de redes; formalización de empresas y programas de apoyo a la protección de la propiedad intelectual.

Desde esta perspectiva, recientemente se establecieron alianzas con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en búsqueda de insertar a la industria cultural en los programas de promoción de “sectores de talla mundial”, expresadas –entre otras acciones- en la asignación de fondos de dicha cartera, agendas de turismo cultural, participaciones cogestionadas con el sector privado y la creación del Comité Técnico de Competitividad para las Industrias Culturales.

La Ley 1185 de 2008 (Ministerio de Cultura, 2014), modificatoria integral de la Ley General de Cultura establece mecanismos para la conservación y salvaguardia del patrimonio cultural material (ej. Sitios históricos) e inmaterial (ej. carnavales, espectáculos) en los planes de ordenamiento territorial, en los planes de turismo y contempla esquemas de concertación público-privadas para incentivar al empresariado a participar en los programas de conservación. En el país se llevan a cabo más de mil festivales con apoyo del Programa Nacional de Concertación, hay declarados 44 centros históricos y más de mil bienes de interés cultural (BIC) del ámbito nacional, apoyados por el Estado en cogestión e iniciativa privada.

Desde el año 2002, el gobierno nacional invierte anualmente en promedio 25 mil millones de pesos en el Programa Nacional de Concertación que brinda apoyo a más de 1500 proyectos culturales (*Documento Conpes 3659. (2010)*, de los cuales en promedio 1000 son festivales.

La Ley General de Cultura dispone exenciones sobre impuestos a espectáculos públicos y provisión de recursos gratuitos desde la Nación y las entidades territoriales con destino a creadores, gestores, productores, a la provisión de infraestructura y, en general, a garantizar los derechos de creación y del acceso de personas en sectores de la industria cultural diferentes a los arriba mencionados.

Recientemente, el Conpes 3533 (*Documento Conpes 3533. (2008)*), recomendó al Ministerio de Cultura desarrollar un plan de fortalecimiento de las industrias culturales, mediante la facilitación de su acceso a las políticas de fomento al desarrollo productivo existentes, y a través de programas de formación empresarial que incluyan el tema del derecho de autor y los derechos conexos. De manera consistente con la Agenda Interna para la productividad y competitividad, que ya había identificado en la propuesta del sector privado de cultura, publicidad y medios, tres aspectos estratégicos: fortalecimiento de los procesos de creación de contenidos propios competitivos; desarrollo y fortalecimiento de la producción y distribución de bienes y servicios culturales y fortalecimiento de los procesos de internacionalización.

En Manizales, existen varias empresas culturales las cuales promueven y rescatan nuestros valores culturales, y por lo tanto fortalecen más el nombre que tiene nuestra ciudad, la cual es denominada “Ciudad Cultural”; es por ello que encontramos a la Corporación Festival Internacional de Teatro, a la Corporación Arte y Ciudad que realiza la Temporada de Piano y grandes conciertos en el Centro Cultural y de Convenciones Teatro Los Fundadores; a la Corporación Xingú, productores de artes circense, a la Fundación para la Formación Musical, Orquesta de Cámara de Caldas, Fundación Batuta, Corporación Juegos Florales y en fin una cantidad de entidades culturales que cada una de ellas, a pesar de tener un objetivo específico en su función, unidas todas luchan por el rescate de nuestra identidad cultural.

No se puede dejar de resaltar el proyecto de Incubadora de Empresas Culturales el cual surgió en 2004 (Incubadora de Empresas Culturales), como parte empresarial del programa Manizales Eje del Conocimiento de la Alcaldía Municipal, un esfuerzo al que sumaron su apoyo el Instituto de Cultura y Turismo de Manizales, el Ministerio de Cultura de Colombia y la Red de Promotores Culturales de Latinoamérica y el Caribe.

La Incubadora de Empresas Culturales (IEC) es una organización orientada al apoyo de ideas e iniciativas, proporcionar conocimiento y tecnología a emprendedores y empresas en gestación que estén enmarcadas dentro de la industria cultural o creativa y de servicios relacionados.

Desde la Universidad de Caldas, la Incubadora ofrece el soporte requerido para la transformación de dichas ideas en productos o servicios culturales viables, promoviendo así el desarrollo cultural, económico y social de la región desde la facultad de Artes y Humanidades, como la Cátedra de Emprendimiento Cultural, el Media Lab como espacio para el fomento del emprendimiento y el Festival Internacional de la Imagen, entre otras.

Ahora bien, cabe mencionar que en la Universidad Nacional de Colombia, sede Manizales, se dicta la carrera de Gestión Cultural, hecho que ha fortalecido a los cultores a tener otra mirada a dicho sector. Allí mismo, en la Universidad Nacional se encuentra la base de datos de todos los cultores, gestores, investigadores, creadores y trabajadores de la cultura en el Departamento, a través del programa liderado por el Ministerio de Cultura denominado SINIC – Sistema Nacional de Información Cultural.

Podemos concluir que estamos a un paso de entrar en las dinámicas fuertes de la Industria Cultural. Este escenario y el concepto general de que Manizales es una ciudad muy fuerte en cultura nos muestra como líderes. Hay que recoger esas iniciativas y convertir en política de la empresa pública y privada el apoyo a este gran esfuerzo.

Entender la cultura como un proceso de comunicación y que ésta es simultáneamente una manifestación de lo cultural, que no puede existir un proyecto cultural sin un proyecto comunicativo y viceversa.

La sociedad actual tiene la necesidad de abrir espacios culturales, donde se relacionen no solo la educación y la cultura, las cuales son como dos hermanas siamesas que continuamente se dan la espalda; también es necesario vincular todo el circuito económico que se produce a su alrededor en los ámbitos institucionales y comunitarios.

## 9 DISEÑO METODOLÓGICO

La metodología aplicada en este trabajo fue una Monografía de compilación la cual se realizó a través de una investigación básica pues el objetivo planteado fué ampliar el conocimiento sobre estrategias de responsabilidad social implementadas para el sector cultura lo que nos determinó igualmente que la población objeto está enmarcada en el sector cultural.

El enfoque aplicado fue bibliográfico pues se orientó en la búsqueda, organización y análisis de la literatura y el conocimiento en el campo de la responsabilidad social implementada para el sector cultura con un método de intervención de análisis de documentos cuyo propósito permitió la obtención de la información objeto. Es así como dichas consultas se realizaron a través de fuentes secundarias a partir de la búsqueda en internet y en la Biblioteca de la Universidad Nacional Sede Manizales y de fuentes primarias a través de entrevistas no estructuradas a diversos cultores del arte seleccionados de manera aleatoria.

Al realizar la recopilación de la información y una vez seleccionada, se extractaron los elementos necesarios para la fundamentación conceptual, lo que condujo a una investigación explorativa pues con la recopilación de información, surgieron nuevos interrogantes que no pudieron ser resueltos en el marco teórico, que permitieron explicar e identificar los beneficios que trae a las empresas la implementación de la RSE para el sector cultural al igual que identificar en las fortalezas del sector cultural a través de la RSE.

## 10 RECURSOS PARA EL TRABAJO DE GRADO

### 10.1 HUMANOS

Para la realización del presente trabajo de grado se contó con el acompañamiento del Asesor de Trabajo de Grado quien dirigió la formulación de procedimiento a implementar, los elementos metodológicos adecuados.

Igualmente se requirieron de artistas culturales que pudieron brindar información de su trabajo o el día a día y que nos permitió conocer a fondo como es la relación entre ellos y la sociedad.

### 10.2 INSTITUCIONALES

Biblioteca

Instituciones Culturales

Instituciones Universitarias

Sala de Computo

### 10.3 FINANCIEROS

Para el desarrollo del proyecto se requiere un presupuesto de \$4.500.000 que serán destinados para las siguientes actividades:

- Matrícula Especialización	\$3.000.000
- Transportes.	\$ 500.000
- Impresiones	\$ 250.000
- Papelería	\$ 150.000
- Elaboración Trabajo	\$ 350.000
Llamadas Telefónicas	\$ 250.000

## 11 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA																																		
ACTIVIDADES	JULIO				AGOSTO				SEP-TIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO	
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2
<i>Recopilación de Información</i>																																		
<i>Organización, Análisis e interpretación de la información</i>																																		
<i>Realización Entrevistas</i>																																		
<i>Redacción y elaboración de Monografía</i>																																		
<i>Revisión</i>																																		
<i>Presentación Anteproyecto</i>																																		
<i>Receso Vacaciones</i>																																		
<i>Elaboración Ensayo</i>																																		
<i>Revisión</i>																																		
<i>Presentación Final Ensayo</i>																																		

## 12 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS PRIMERA FASE (ANTEPROYECTO)

Cárdenas, M. A. (n.d.). Seminario de Trabajo de Grado 1 consultado el 15-05-2014 en [virtual.funlam.edu.co](http://virtual.funlam.edu.co). *Escuela de Posgrados. Programa Especialización en Gestión de la RSE-Seminario de Trabajo de Grado 1*. Medellín, Antioquia, Colombia: Fundación Universitaria Luis Amigo.

*Constitución Política de Colombia 1991/ Artículos 8,70 y 71*. (n.d.).

Cultural, i. (n.d.). [www.incubadoracultural.org/](http://www.incubadoracultural.org/) consultado el 30-05-2014.

Documento Conpes 3533. (2008). *Bases de un plan de acción para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la productividad y a la competitividad nacional 2008-2010*.

Documento Conpes 3659. (2010). *Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia*.

Rincón, Lady. Diaz, Luis. DIAGNOSTICO Y CREACION DE UN MODELO DE GESTION BASADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL APLICADO A LA EMPRESA MARVAL. Trabajo de Grado. Maestría en Dirección y Gerencia de Empresas. Universidad del Rosario. Julio 2009. Consultado el 20-05-2014 en <http://www.repository.urosario.edu.co>. Editorial Trotta.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de la Región Metropolitana (CNCA RM), de Chile, “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU APOORTE A LA CULTURA” (2013) (consultado el 01/05/2014 en [http://economyaycultura.wordpress.com/2012/11/28/responsabilidad-social-corporativa-e-inversion-en-cultura-una-aproximacion.](http://economyaycultura.wordpress.com/2012/11/28/responsabilidad-social-corporativa-e-inversion-en-cultura-una-aproximacion/))

Ministerio de Cultura. (n.d.). [www.mincultura.gov.co/](http://www.mincultura.gov.co/) consultado el 21-05-2014. Retrieved from [www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=6577](http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=6577)- Ley 1185 por la cual se modifica y adiciona la ley 397.

Ministerio de Cultura. (n.d.). [www.mincultura.gov.co/](http://www.mincultura.gov.co/) consultado el 21-05-2014. Retrieved from [www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=6546](http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=6546) Ley General de Cultura.

Ministerio de Cultura. (n.d.). *www.mincultura.gov.co/ consultado el 21-05-2014*. . Retrieved from *www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=24386&download=Y* Colombia Diversa Cultura para todos.

Ministerio de Cultura. Consejo Nacional de Cultura. Plan Decenal de Cultura. Hacia una ciudadanía democrática cultural. Un plan colectivo desde y para un país plural. Consultado el 21-05-2014 en *190.26.211.126/inbox/files/docs/PlanDecenaldeCultura.doc*.

Penelas, H. R. (2008). La Cultura es también una responsabilidad Social empresarial. Consultado el 01-05-2014 en *http.web.b.ebscohost.com*. *Empresa y Humanismo*, 109-134. Revista Empresa y Humanismo Vol. XI, 2/08, pp. 109-134: (*consultado el 01/05/2014 en <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/>*)

Posada, M. A. (2010). La Responsabilidad Social Empresarial y la cultura, una relación dinámica y compleja consultado el 01-05-2014. *Revista de Negocios Internacionales*, 8-26. (*Consultado el 01-05-2014 en <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/rni/article/view/288>*.)

Scharstein, L. (2007). *La inteligencia social de las organizaciones*. Retrieved from *www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion-consultado el 20-05-2014*.

*www.un.org.co/spanish/globalcompac/principes.htm/ consultado el 30-05/2014*. (n.d.). Retrieved from *www.un.org.co*.

Yepes, P. S. (2007). *www.ccre.org.co/ consultado el 30-05-2014*. Retrieved from *www/ccre.org.co/upload/2art03\_g.pdf.11*.

**Ethos (Brasil)** (*virtual.funlam.edu.co- consultado el 15-05-2014- Trabajo de Grado 1.PDF*.)

Matta, Maria. Trabajo de Grado MODELO DE GESTION COMUNICACIONAL DE LA POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN HENKEL COLOMBIANA S.A. Pontificia Universidad Javeriana. Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, 2014

(*http://www.ccre.org.co/upload/2art03\_g.pdf. 11. Consultado el 20-05/2014*).

[www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis67.pdf](http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis67.pdf)

Rincón, Luis Eduardo. Trabajo de Grado DIAGNÓSTICO Y CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN BASADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL APLICADO A LA EMPRESA MARVAL S.A. Maestría en dirección y gerencia de empresas. Facultad de administración Universidad del Rosario. Bogota, julio 2009. Consultado en <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1538/91072785.pdf?sequence=3>

Vesna, Copic. Uzedac, Aleksandra. Primorac, Jaka et al. Investigación FOMENTAR LA INVERSION PRIVADA EN EL SECTOR CULTURAL. Dirección General de Políticas Interiores de la Unión Europea. Documento solicitado por la Comisión de Cultura y Educación del Parlamento Europeo. Julio 2011. Consultado en [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009\\_2014/documents/cult/dv/esstudyencourprivinves/studyencourprivinves.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/cult/dv/esstudyencourprivinves/studyencourprivinves.pdf)

Guzmán, María. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ETICA EMPRESARIAL. Venezuela. Gerenteces. Reflexiones para gerentes en formación. Consultado en <http://gerenteces.blogspot.com/2006/03/responsabilidad-social-y-tica.html/>

## **PROPUESTA DE ARTÍCULO PARA PRESENTAR A PUBLICACIÓN EN REVISTA DE DIVULGACIÓN ACADÉMICA**

### **13 CULTURA, EDUCACION, ECONOMIA Y SOCIEDAD.....UNA ALIANZA VITAL HACIA UNA VERDADERA APLICACIÓN DE LA RSE**

**Luz Elena Castaño Rendón<sup>1</sup>**

#### **13.1 INTRODUCCIÓN**

Este ensayo pretende abordar el tema de la Responsabilidad Social Empresarial aliada, implementada y aplicada al sector cultura, reconociendo dicho sector como aquel que educar al ser humano como ser social sino como un impulsor del desarrollo económico y como una posibilidad de mayor proyección, también busca analizar como impactar a la sociedad, las comunidades, empresas y a todos aquellos que de alguna forma tengan que ver con la cultura a través del fortalecimiento que otorga la RSE.

¿Cuáles estrategias de RSE deberán ser aplicadas e implementadas para el sector cultural?

Esta pregunta problematizadora, surge a partir de la reflexión que, como profesionales, se realiza sobre la actualidad que vive la sociedad colombiana. En lo particular, y debido a estar en constante interacción con el sector cultural, es atractivo explorar el desarrollo que pueda tener el campo si se beneficia de la implementación de la RSE no solo por parte del mismo sector, sino de aquellas entidades, públicas y privadas que reconozcan en la cultura un negocio que lidera y desarrolla proyectos sociales enfocados en la participación y promoción de las diferentes comunidades en torno a prácticas culturales, ya que este tipo de negocio, el cultural, es un excelente medio para obtener utilidades a través del ejercicio, un muy buen generador de ingresos a diferentes sectores productivos y/o comerciales y una excelente manera de generar impacto positivo en la población colombiana que cada día requiere más de actividades que transmitan cosas positivas con responsabilidad social.

---

<sup>1</sup> Estudiante de la Especialización en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial de la Fundación Universitaria Luis amigó. Integrante del Semillero de Investigación en Emprendimiento.

La RSE se enfoca en diferentes áreas, economía, salud, educación, medio ambiente, deporte, arte y cultura. En cuanto al apoyo en el área del arte y la cultura, como lo manifiesta el Dr, Vesna et al (2011), las empresas brindan ayuda a la gestión cultural por medio de patrocinios o realización de eventos. Esta área de apoyo no es muy común en la RSE de muchas empresas ya que el beneficio que obtiene no es tan tangible, sin embargo representa una inversión fuerte para las empresas y es una buena área para valorar, determinar si vale la pena para ella invertir en el arte y la cultura y cuál sería el beneficio obtenido empresarialmente hablando y cual beneficio le brinda a la sociedad a través de ella como formadora del ser social.

Finalmente conocer cuál es el impacto que genera la RSE aplicada a las empresas culturales es una manera de romper los esquemas de los modelos tradicionales de trabajo, por lo que este tipo de actividad puede generar no solo una estabilidad económica para los empresarios de una manera más acelerada que otros tipos de negocios sino darle la oportunidad de vincularse socialmente con personas de diferentes entornos sociales.

## 13.2 CONTENIDO

Hoy en día la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es aplicada por muchas empresas demostrando que ellas son socialmente rentables. Anteriormente la RSE era vista como un gasto para las empresas, sin embargo se ha convertido en una buena estrategia que brinda muchas ventajas en cuanto a rentabilidad, respeto y aumento de clientes, igualmente el consumidor de hoy se siente atraído por productos o servicios producidos por empresas socialmente responsables.

Muchas veces las empresas ejecutan su RSE a través de sus propias fundaciones que emplean la misma marca. Ahora bien, ¿quién aplica la RSE, la empresa o la Fundación que la representa?

Estas fundaciones son las que se encargan de reportar la RSE de la empresa y declaran los montos invertidos en esta actividad.

Los informes que las grandes empresas reportan son muy útiles pues evidencian un gran impacto por las acciones que realizan, declaran los montos invertidos y el área en que se hizo la inversión, midiendo el impacto esperado de cada acción social en donde analizan los resultados obtenidos con lo esperado de acuerdo a la inversión, sus utilidades y el beneficio en cuanto a la imagen.

Un beneficio muy importante que obtienen las empresas que aplican la RSE son los aportes fiscales que ganan pues la inversión que realiza en lo social es deducible de los impuestos. ¿Cuál es el propósito de la inversión? ¿Ganar imagen, pagar menos impuestos y crear una buena imagen corporativa?

Por todo lo anterior se debe profundizar en la aplicación de la RSE en las empresas culturales, tomando como base el siguiente concepto sobre que significa la Responsabilidad Social empresarial ...”es la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.” (Inst. Ethos.2014,p.16)

“La diversidad de los medios expresivos a través de la música, las artes plásticas y escénicas, la literatura, la poesía, y la producción mediática, conforman espacios de creación cultural y de comunicación que deben ser reconocidos, cualificados y puestos en circulación con miras a la formación de las sensibilidades, a la apreciación crítica de las diversas producciones culturales y al goce creativo de todas las manifestaciones” (Ministerio de Cultura-Plan Decenal de Cultura, 2014, P.47) artísticas bien sean tangibles como la pintura, escultura o la danza e intangibles como la memoria cultural de los pueblos y sus costumbres raizales.

Desde esta perspectiva, fomentar la experimentación, pero también el registro y la preservación de amplios repertorios patrimoniales que corren el riesgo del deterioro y la desaparición muestra, no solamente, la responsabilidad social que las personas que las realizan y las disfrutan deben asumir sino que se hace necesario el involucrar a las empresas con este compromiso social y educativo.

La transformación del concepto acerca de lo artístico, como uno de los campos de la creación cultural, de naturaleza histórica y por tanto cambiante según sus contextos culturales y sociales, contribuye a no reducirlo a un enfoque especializado o elitista, a no considerarlo inmutable y válido para todas las culturas.

¿Cuáles son los beneficios que trae a las empresas la implementación de la RSE para el sector cultural?

Reconocer la diversidad de culturas del país y del mundo corresponde a valorar la existencia de diversos conceptos y formas expresivas, que llevan, por tanto, a admitir la relatividad de lo artístico sin menoscabar su valor. Es por lo anterior, imprescindible ahondar en cuál ha sido la RSE que ha sido implementada al sector de la cultura.

Tanto las memorias colectivas como las creaciones culturales le permiten a una organización generar proyectos “a futuro” que ayuden a restaurar los tejidos sociales vulnerados por el conflicto, la exclusión política y la entrada en la dinámica de la globalización sin mayores referentes locales.

Dichas organizaciones al sumergirse en el campo de la RSE desarrollan procesos de formación e intercambio para que individuos, grupos y colectividades encuentren respaldo y canales de acceso y de participación de modo que la confluencia entre los procesos sociales y las instituciones genere espacios de reconocimiento y de apoyo, de suerte que los creadores cuenten

con mecanismos de dignificación de su labor y la sociedad en su conjunto se beneficie de la diseminación y circulación de las expresiones creativas.

El análisis de inversiones en arte y cultura en nombre de la RSE puede dar un mejor panorama de las dimensiones de la inversión y la rentabilidad que se genera al asumir este tipo de RSE ya que los eventos culturales que son asumidos por las empresas, aunque signifiquen grandes gastos se retribuyen y se vuelven un gran atractivo para el consumidor que relaciona a la marca de la empresa con eventos culturales que promueven el desarrollo social y cultural de la comunidad.

El Departamento de Negocios Internacionales de la Universidad EAFIT publicó un artículo sobre “La Responsabilidad Social Empresarial y la cultura: una relación dinámica y compleja” (Posada, 2014 P.8), el cual muestra una relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Cultura y los diferentes enfoques que las empresas le dan al apoyo, en cuanto a cultura se refiere.

Cabe mencionar que se debe tener en cuenta los diferentes conceptos de cultura pues está claro que en la cultura no se debe tener en cuenta símbolos que se manifiestan a través de ella sino las manifestaciones a través de quienes se desarrolla.

Hoy se dice que la cultura corresponde más a las formas de existencia y a unas maneras de ser no tanto de épocas y períodos, sino de grupos. Lo que hace distinto a un grupo de otros, lo que lo distingue. Se dice: cultura de la escuela, de la organización, de la violencia, de la ruralidad, de la urbanidad, del barrio, de la corrupción; todo deviene como cultura y en ese sentido es una forma de IDENTIDAD.

La cultura es la dimensión social que, junto a lo educativo, económico y político, construye los ethos, las éticas y las estéticas para que el ser humano reafirme como una acción en libertad. La cultura es la realidad social estructurada para actos de conocer, intuir, representar y además tiene como finalidad, la construcción de espacios para enriquecer los imaginarios, los lenguajes, para el orgullo de ser en el mundo y para pensar el desarrollo como MUNDOS POSIBLES.

Un artículo publicado en la Revista Empresa y Humanismo “La cultura es también una responsabilidad social empresarial” (Rodríguez, 2014, p 1.), indica los diferentes conceptos que sobre cultura se tejen alrededor de las empresas: “cultura empresarial sustentada en valores, cultura del trabajo y del mérito, cultura de la solidaridad y la confianza, la empresa como

generadora de conocimientos y la cultura en el marketing.”(Rodríguez, 2014, p. 115). Allí mismo, induce al objetivo que se logra al crear empresa, su fin y, cual es la responsabilidad que se debe asumir con la misma, en donde se debe tener claro los conceptos sobre responsabilidad social empresarial en donde se involucra lo social y lo medio ambiental.

El autor hace ver la cultura desde el desarrollo de la sociedad y su entorno medio ambiental pero también desde el punto de vista de la relación corporal y espiritual del ser humano, aspecto importante que ayuda a conceptualizar la relación responsabilidad social- cultura, identificando el pluralismo social respetando la diversidad cultural en la cual estamos inmersos.

Hoy ya se evidencia una nueva y más amplia concepción de cultura apoyada en una múltiple y permanente intervención de todo tipo de influencias mundiales, hoy se habla de pluralidad, de la riqueza y el valor de la diferencia, de los tratados de libre comercio, de las culturas híbridas y de la cultura como profesión con corte administrativo. (Rincón, 1998).

La primera conferencia internacional de la UNESCO sobre cultura en 1970, intentó generar una aproximación al concepto sobre cultura; el informe general del evento anotaba: “ La política cultural no debe ocuparse exclusivamente de la producción y de la distribución: la cultura no es principalmente el consumo o la conservación del pasado sino fundamentalmente una experiencia y una participación compartida en el proceso creador, la cultura no es simplemente un adorno sino una parte integral de la vida social, de tal manera que la política cultural debe ser apreciada en el amplio contexto de la política general gubernamental y social independientemente de las disposiciones administrativas que se adopten”. (Rincón, 1998, p.111).

Ahora bien, analizando el concepto de RS. La responsabilidad social como lo dice, se divide en dos partes responsabilidad y social.

La primera se divide igualmente en dos partes: ‘responsabilidad interna’ y ‘responsabilidad exigible’. (Scharstein, 2014).

La responsabilidad interna, es aquella que maneja los sentimientos que hacen sentir a la persona responsable consigo mismo, y de igual forma, se relaciona con el juzgarse a sí mismo, manteniendo una relación con su yo interno, enfocándose en sus ideales y conciencia. Por otro lado, la responsabilidad exigible, hace énfasis en lo que una persona se siente obligada a hacer

ante los demás por compromiso con sí mismo, o con el resto de las personas que lo rodea. De esta manera, se puede decir que los dos términos aunque son diferentes hacen parte de una misma estructura, y se complementan el uno con el otro.

“Se puede decir que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial se fundamenta en una visión completa de la sociedad y del desarrollo que se basa en la expansión del crecimiento económico y la productividad. Esto contribuye a la mejoría de la calidad de vida de las personas, a la duración de instituciones como: las políticas, democráticas, y de derechos humanos.” (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, 2014, citado por Matta, María, 2008, p.11).

De igual forma, podemos decir, que la economía tiene como fin, suministrar bienestar a la sociedad para que así por este mismo medio, las populares demandas sociales no sean perjudiciales para las normas legales. Esto llevaría pactar un acuerdo más sólido y riguroso de los representantes económicos con la sociedad.

Estamos a un paso de entrar en las dinámicas fuertes de la Industria Cultural. Este escenario y el concepto general de que nuestro país es muy fuerte en cultura nos muestra como líderes. Hay que recoger esas iniciativas y convertir en política de la empresa pública y privada el apoyo a este gran esfuerzo. Debemos entender la cultura como un proceso de comunicación y que ésta es simultáneamente una manifestación de lo cultural, que no puede existir un proyecto cultural sin un proyecto comunicativo y viceversa.

La sociedad actual tiene la necesidad de abrir espacios culturales, donde se relacionen no solo la educación y la cultura, las cuales son como dos hermanas siameses que continuamente se dan la espalda; también es necesario vincular todo el circuito económico que se produce a su alrededor en los ámbitos institucionales y comunitarios.

Desde la formación como Especialista en la Gestión de la Responsabilidad Empresarial, emprender un proyecto con una visión social que aporte al fortalecimiento de las industrias culturales las cuales propician condiciones para un desarrollo social más equitativo, generan gran impacto para las comunidades culturales. El tema de emprendimiento cultural apenas comienza su camino de desarrollo es así, como ha sido pensado en los debates sobre economía, que a través de la cultura se puede generar desarrollo, máxime si está inmersa en la RSE.

Lo nuestro es solo un comienzo, un proceso, un inicio firme de compromiso con diferentes sectores e instituciones de la vida económica, de atención y respeto por el papel que jugarán las personas, de enfatizar la responsabilidad que en los procesos tienen y tendrían los cultores en cualquiera de su especialidad, en generar el tejido social de la comunidad mediante la comprensión y proyección de la vida económica, social, cultural y medioambiental en cualquier ámbito territorial, basados en comportamientos y criterios éticos que brinden a la sociedad una RSE integral.

### 13.3 CONCLUSIONES

Existen organizaciones y programas de carácter social que ayudan a solucionar problemas específicos del ser humano, drogadicción, salud, educación, nutrición, en fin, solucionan de manera temporal y para el cumplimiento de sus objetivos las necesidades básicas de la población objeto, pero ¿en dónde queda la recuperación de los valores, si la misma sociedad de consumo a través de la mayoría de empresas y organizaciones se refleja un interés particular y no colectivo?

Muchas comunidades se caracterizan por carencias de tipo económico, bajo nivel de escolaridad, alta deserción escolar, altos índices de delincuencia y violencia intrafamiliar, aspectos que predisponen de manera negativa a sus integrantes que crecen y se desarrollan en este espacio socio cultural para perpetuar los esquemas de vida. Así mismo existen comunidades que no poseen tantas premuras económicas como el común de los sectores, existiendo niveles académicos más altos; por lo tanto, en ambos casos, se hace necesario generar espacios de intervención que brinden los elementos y herramientas necesarias para que el sujeto ponga en práctica su liderazgo interno; desarrollar procesos a nivel económico, educativo, social y cultural que contribuyan de manera definitiva a formar seres humanos cada vez mejores y con posibilidades de adaptarse al medio que los rodea y sus resultados y logros deberán ser la mejor muestra de la articulación de esfuerzos institucionales que evidencien una verdadera RSE.

Administrar, dirigir o gerenciar debe propender no solo en la modernización de las empresas u organizaciones para cumplir metas y objetivos comunes sino sobre todo, debe aportar herramientas concretas que conlleven a administrar de manera más humana y eficiente nuestro país, debe enfocarse en todo el recurso humano que gira en torno a todas las organizaciones, tengan que ver con ellas o no en pro de evitar una degradación social más profunda que se ha extendido a todos los niveles sociales.

La formación para el desarrollo del país, requiere de un esfuerzo mancomunado con el estado, con los entes territoriales y con la sociedad civil. Hoy más que nunca creadores, gestores, investigadores, grupos étnicos, población discapacitada, públicos, ciudadanos en general y todos aquellos que trasiegan por diferentes ámbitos del desarrollo económico, social y cultural precisan de espacios de participación y de oportunidades para el despliegue de sus potencialidades, esto aplica a todo tipo de población quienes requieren de espacios para proyectar sus capacidades,

para compartir y socializar, para definir su identidad y para tomar conciencia de sus capacidades individuales, puestas al servicio del desarrollo económico, educativo, social y cultural de su barrio, comuna, ciudad y país.

Es imperiosa la necesidad de vincular la sociedad y la economía con los procesos sociales y culturales, por que la economía formal, aunque seguirá siendo intransferible e improrrogable, a su vez será imperfecta e incompleta, razones suficientes para estructurar proyectos económicos que a su vez sean educativos, institucionales, comunitarios y municipales adecuados que favorezcan las oportunidades y consideren los beneficios económicos prioritarios en la actualidad.

Lo nuestro es solo un comienzo, un proceso, un inicio firme de compromiso con diferentes sectores e instituciones de la vida económica de la ciudad, de atención y respeto por el papel que jugarán las personas, de enfatizar la responsabilidad que en los procesos tienen y tendrían los cultores en cualquiera de su especialidad, en generar el tejido social de la comunidad mediante la comprensión y proyección de la vida económica, social y cultural en cualquier ámbito territorial.

**¡Debemos prepararnos a pesar de las circunstancias!**

### 13.4 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS SEGUNDA FASE (INFORME FINAL)

Cárdenas, M. A. (n.d.). Seminario de Trabajo de Grado 1 consultado el 15-05-2014 en [virtual.funlam.edu.co](http://virtual.funlam.edu.co). *Escuela de Posgrados. Programa Especialización en Gestión de la RSE-Seminario de Trabajo de Grado 1*. Medellín, Antioquia, Colombia: Fundación Universitaria Luis Amigo.

*Constitución Política de Colombia 1991/ Artículos 8,70 y 71*. (n.d.).

Cultural, i. (n.d.). [www.incubadoracultural.org/](http://www.incubadoracultural.org/) consultado el 30-05-2014.

Documento Conpes 3533. (2008). *Bases de un plan de acción para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la productividad y a la competitividad nacional 2008-2010*.

Documento Conpes 3659. (2010). *Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia*.

Rincón, Lady. Díaz, Luis. DIAGNOSTICO Y CREACION DE UN MODELO DE GESTION BASADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL APLICADO A LA EMPRESA MARVAL. Trabajo de Grado. Maestría en Dirección y Gerencia de Empresas. Universidad del Rosario. Julio 2009. Consultado el 20-05-2014 en <http://www.repository.urosario.edu.co>. Editorial Trotta.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de la Región Metropolitana (CNCA RM), de Chile, “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU APOORTE A LA CULTURA” (2013) (consultado el 01/05/2014 en [http://economyandculture.wordpress.com/2012/11/28/responsabilidad-social-corporativa-e-inversion-en-cultura-una-aproximacion.](http://economyandculture.wordpress.com/2012/11/28/responsabilidad-social-corporativa-e-inversion-en-cultura-una-aproximacion/))

Ministerio de Cultura. (n.d.). [www.mincultura.gov.co/](http://www.mincultura.gov.co/) consultado el 21-05-2014. Retrieved from [www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=6577](http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=6577)- Ley 1185 por la cual se modifica y adiciona la ley 397.

Ministerio de Cultura. (n.d.). [www.mincultura.gov.co/](http://www.mincultura.gov.co/) consultado el 21-05-2014. Retrieved from [www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=6546](http://www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=6546) Ley General de Cultura.

Ministerio de Cultura. (n.d.). *www.mincultura.gov.co/ consultado el 21-05-2014*. . Retrieved from *www.mincultura.gov.co/index.php?idcategoria=24386&download=Y* Colombia Diversa Cultura para todos.

Ministerio de Cultura. Consejo Nacional de Cultura. Plan Decenal de Cultura. Hacia una ciudadanía democrática cultural. Un plan colectivo desde y para un país plural. Consultado el 21-05-2014 en *190.26.211.126/inbox/files/docs/PlanDecenaldeCultura.doc*.

Penelas, H. R. (2008). La Cultura es también una responsabilidad Social empresarial. Consultado el 01-05-2014 en *http.web.b.ebscohost.com*. *Empresa y Humanismo*, 109-134. *Revista Empresa y Humanismo* Vol. XI, 2/08, pp. 109-134: (consultado el 01/05/2014 en *http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/*)

Posada, M. A. (2010). La Responsabilidad Social Empresarial y la cultura, una relación dinámica y compleja consultado el 01-05-2014. *Revista de Negocios Internacionales*, 8-26. (Consultado el 01-05-2014 en <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/rni/article/view/288>.)

Scharstein, L. (2007). *La inteligencia social de las organizaciones*. Retrieved from *www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion-consultado el 20-05-2014*.

*www.un.org.co/spanish/globalcompac/principes.htm/ consultado el 30-05/2014*. (n.d.). Retrieved from *www.un.org.co*.

Yepes, P. S. (2007). *www.ccre.org.co/ consultado el 30-05-2014*. Retrieved from *www.ccre.org.co/upload/2art03\_g.pdf.11*.

**Ethos (Brasil)** (*virtual.funlam.edu.co- consultado el 15-05-2014- Trabajo de Grado 1.PDF*.)

Matta, Maria. Trabajo de Grado MODELO DE GESTION COMUNICACIONAL DE LA POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN HENKEL COLOMBIANA S.A. Pontificia Universidad Javeriana. Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, 2014

(*http://www.ccre.org.co/upload/2art03\_g.pdf. 11. Consultado el 20-05/2014*).

[www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis67.pdf](http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis67.pdf)

Rincón, Luis Eduardo. Trabajo de Grado DIAGNÓSTICO Y CREACIÓN DE UN MODELO DE GESTIÓN BASADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL APLICADO A LA EMPRESA MARVAL S.A. Maestría en dirección y gerencia de empresas. Facultad de administración Universidad del Rosario. Bogota, julio 2009. Consultado en

<http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1538/91072785.pdf?sequence=3>

Vesna, Copic. Uzedac, Aleksandra. Primorac, Jaka et al. Investigación FOMENTAR LA INVERSION PRIVADA EN EL SECTOR CULTURAL. Dirección General de Políticas Interiores de la Unión Europea. Documento solicitado por la Comisión de Cultura y Educación del Parlamento Europeo. Julio 2011. Consultado en

[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009\\_2014/documents/cult/dv/esstudyencourprivinv/esstudyencourprivinves.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/cult/dv/esstudyencourprivinv/esstudyencourprivinves.pdf)

Guzmán, María. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ETICA EMPRESARIAL. Venezuela. Gerenteces. Reflexiones para gerentes en formación. Consultado en

<http://gerenteces.blogspot.com/2006/03/responsabilidad-social-y-tica.html/>.

Rincón, Correa Fabio. GESTIÓN CULTURAL. Artes Gráficas Tizan Ltda. 1998