

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FUENTE DE
COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES.



HENTHER FARIT CADENA QUINTERO

SEMINARIO DE GRADO

ASESOR:

JESUS SALVADOR MONCADA

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE CIENCIAS ECÓNOMICAS

ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

BOGOTÁ.D.C.

JULIO DE 2014

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial (RSE), más que una temática en auge, es una práctica estratégica de negocios, que impulsa no sólo a la empresa, sino que aporta social, cultural y económicamente a todo aquello que rodea el sector industrial y financiero en Colombia y alrededor del mundo.

Ésta responsabilidad se enmarca en compromisos que se tejen para optimizar el desarrollo de la industria y la calidad de vida de quienes operan en ella, así como de los sectores aledaños, que de una u otra manera influyen y se ven influenciados; e inclusive compromete el beneficio medio ambiental, con lo que se busca no sólo mejorar la productividad y la ganancia de la empresa, sino que se haga una estrecha relación entre esto, la competitividad y rentabilidad de la misma. De ésta manera, en este ensayo se abordarán temas como la integración entre la (RSE) y la competitividad, la situación actual de las Pymes, las dimensiones, los conceptos, antecedentes e influencias de la (RSE).

Palabras Claves

Responsabilidad social, empresas, competitividad, ambiental, bienestar, organizaciones, prácticas sociales.

ABSTRACT

The Corporate social responsibility (CSR), more than a booming topic, is a strategic business practice, drives not only the company, but provides social, cultural and economic to everything around the industrial and financial sector in Colombia and around the World.

This responsibility falls on commitments that weave to optimize the development of the industry and quality of life of those who operate in it, as well as from nearby sectors that in one way or another influence and are influenced and even involve the benefit of the environment, with what is sought not only improve productivity and profit of the company but a close relationship between and competitiveness and profitability of the same. In this way, in this essay issues will be addressed the integration between the corporate social responsibility (CSR), and competitiveness, the current situation of SMEs, the dimensions, the concepts, background and influences of the (CSR).

Keywords

Social responsibility, companies, competitiveness, environmental, welfare, organizations, social practices.

INTRODUCCIÓN

En el ámbito empresarial, laboral, ejecutivo u organizacional, así como en ámbitos sociales, económicos, políticos, educativos, culturales, del deporte y demás, el tema de la responsabilidad social empresarial no solo empieza a ocupar un lugar importante, sino indispensable para el desarrollo sostenible de los mismos. Porque es desde ellos, por ellos y para ellos, que se produce, se trabaja, se justifica y se genera la industria, las empresas y organizaciones; porque de ellas surge una necesidad en donde de ahora en adelante se debe mirar con los ojos de la “Responsabilidad social empresarial”, porque todos somos partícipes de la renovación, del crecimiento y del progreso.

La responsabilidad social, nace ya hace varios años a raíz de las presiones sociales, medio ambientales y económicas, de ésta manera y bajo el concepto de trabajo con (RSE), las empresas emprenden un camino en el que esperan que ese compromiso voluntario, se retribuya en rentabilidad y competitividad.

Y aunque en principio dicho concepto de (RSE) se aplica a grandes empresas, hoy día las Pymes, hacen carrera en alcanzar dicho proceso y hacerlo partícipe activo del desarrollo de sus actividades. Es en estas que tal vez se vea el surgimiento masivo y profundo de éste concepto, que poco a poco se espera no solo se halle como un proceso más que cumplir, sino como un verdadero sendero de cambio social, que llevará al éxito de sus objetivos.

Uno de los grandes retos de las empresas u organizaciones es entender y llegar al punto, en los aspectos claves de la responsabilidad social empresarial, que se ajusten al medio y que permitan la participación activa y concentrada necesaria para que lo planteado se dé como se

espera. De ésta manera, ¿El cambio en el comportamiento empresarial u organizacional y las preferencias de las estrategias podrán asegurar el éxito y la participación de las organizaciones en los nuevos contextos económicos en un medio cada vez más global?

Como respuesta a éste planteamiento, se expone como objetivo general en la responsabilidad social empresarial (RSE) la propuesta de una ganancia a largo plazo, con mayor enriquecimiento de la imagen corporativa y la imagen social, espera mayor fidelización y mejor toma de decisiones de manera ética y comprometida, para alcanzar el éxito y busca el reconocimiento, tanto a nivel interno como externo. Pretende motivar y justificar las diferentes prácticas a realizar y gestionar de una manera práctica la metodología en la aplicación de los nuevos procesos, así como fomentar el mejoramiento continuo, que permita un desarrollo ágil y ascendente; así como unos objetivos específicos planteados y desarrollados a lo largo de éste trabajo, como lo son:

Inspeccionar como se encuentra la responsabilidad social empresarial y como se integra ésta con el concepto de competitividad, con una mirada evolucionista pero actual de dicho movimiento; discutir la situación actual de la Pymes en cuanto a la (RSE) y la competitividad, debido a que es a partir de éstas que se está ahondando no sólo en auge, sino en un compromiso serio y de alta responsabilidad; evaluar los antecedentes y conceptos de (RSE), ya que es preciso atender a las pautas del surgimiento de la misma, para así estar atentos al cambio y al desarrollo; revisar las dimensiones de la (RSE), que nos permiten estar al tanto de las capacidades y alcances dentro y fuera de las Pymes y analizar cómo influye la (RSE) de las Pymes para ser más competitivas, mostrando las expectativas, procesos y resultados en todo el campo empresarial y su influencia en el medio.

INSPECCIONAR COMO ESTA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMO SE INTEGRA CON LA COMPETITIVIDAD

La responsabilidad social empresarial era un tema al que los empresarios no le daban mucha importancia, no podía estar en el pensamiento de las empresas y del entorno que las rodeaba; los accionistas y los presidentes de las empresas solo apuntaban a las estrategias, a conseguir mejor utilidad sin tener en cuenta temas del entorno social; es así como los efectos económicos mundiales han tenido consecuencias devastadoras y han generado un desequilibrio que viene en aumento, comenzando con la brecha entre ricos y pobres cada día más extensa (Valenzuela, 2004). Se evolución del capitalismo ha sido despiadada, afectando el impacto ecológico, social y laboral; es por esto que los empresarios enfocan sus esfuerzos a cumplir sus objetivos monetarios y cumplir sus compromisos ante los dueños de las empresas. Como lo menciona Valenzuela, “la situación actual ha llegado a los extremos de plantearse el surgimiento de un cuarto mundo” (2004); la razón es encontrarse con problemas sociales como el incremento de la delincuencia, el analfabetismo y el aumento de la población con menos recursos.

Los acontecimientos mundiales que se han presentado en el transcurso de los últimos 10 años, ejemplo: “La quiebra de Lehman Brothers, el cuarto banco de inversión en EEUU, se derrumba” (Mundo.es, 2008). Si se relaciona la quiebra de este banco con la responsabilidad social empresarial se observa que según CNNExpansion.com, “los ejecutivos fueron los culpables de la bancarrota”; en este punto es posible cuestionarse sobre si se trató de ¿malas estrategias?, ¿malas decisiones? Independientemente cual fuera la causa específica que llevó a la bancarrota a este importante banco y que posteriormente generó una serie de problemas de efecto dominó; deja entrever que no fueron involucrados los grupos de interés afectados como los clientes, los

empleados, los accionistas y todas los demás entes que tenían alguna relación con el banco; estos son algunos ejemplos de cómo se ve afectada la responsabilidad social empresarial.

Según (Abreu, 2008) la responsabilidad social empresarial es el punto de encuentro de nuevas exigencias organizacionales tales como: los escándalos financieros de algunas grandes empresas, la creciente importancia de los fondos de inversión ética, las finanzas de preferencia ecológica, los fondos de inversión socialmente responsables, el mayor control social ejercido por algunas organizaciones, la problemática ambiental y su relación con los negocios, las formas de contabilidad que incluyan la generación del triple valor -económico, social y ambiental -, la reflexión global sobre la forma de hacer sostenible la gestión de las organizaciones y la aceptación de la realidad social, ha llevado a transitar de la simple idea de producción de utilidades para los accionistas, a una nueva cuestión gerencial: la producción de valor en y con las partes interesadas o stakeholders. (CÓMO GESTIONAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES COLOMBIANAS, pág. 400)

De acuerdo con las obligaciones de las empresas con el entorno, según la Organización Internacional del Trabajo (Consejo de Administración de la OIT, 2006, citado en Michael, 2007, pág. 13) la responsabilidad social empresarial es:

“La manera en que las empresas prestan atención al impacto de sus operaciones sobre la sociedad y afirman sus principios y valores tanto en sus métodos y procesos internos como en su interacción con otros actores. La RSE es una iniciativa voluntaria, impulsada desde la empresa, y se refiere a las actividades que van más allá del cumplimiento de la ley”

Lo que significa que la Responsabilidad Social Empresarial es una alternativa que las organizaciones están adoptando para mantenerse a lo largo del tiempo; es un pensamiento de beneficio mutuo entre los stakeholders.

Según Herrera, J. C. y J. L. Abreu (2008), los stakeholders son “un grupo o individuo que puede afectar o es afectado por la realización de los objetivos de la organización” (p. 361-375). Se considera que aunque la empresa sea más transparente en sus decisiones y más se involucre a los grupos de interés buscando la participación de cada uno, con el fin de lograr que la empresa funcione como un gran engranaje; tendrán más efectos positivos sobre los grupos que componen la responsabilidad social (Cooper, 2004, citado en Herrera, J.C. y J. L. Abreu, 2008).

Teniendo en cuenta lo anterior, es evidente que varias ponencias de muchos autores aclaran los conceptos sobre la Responsabilidad Social Empresarial. Sin embargo, actualmente la sociedad se enfrenta a los cambios que la globalización ha traído y adicionando todo lo que esto conlleva, permitiendo preguntar si la Responsabilidad Social Laboral desde el punto de vista externo pueden ayudar a que las empresas posicionen su imagen y marca logrando aumentar su productividad y puedan lograr el cumplimiento de los resultados. A nivel interno, mediante el compromiso de los empleados el cual se consigue cuando ellos se sienten motivados y con sentido de pertenencia hacia la empresa.

DISCUTIR LA SITUACION ACTUAL DE LAS PYMES EN CUANTO A R.S.E. Y COMPETITIVIDAD.

La competitividad se define como una condición necesaria y suficiente para lograr una inserción internacional eficiente. Por lo anterior, se puede decir que competir significa mucho

más que penetrar mercados internacionales; la competitividad trasciende el nivel de la rentabilidad y la generación de utilidades (Riveros, 2009, pág. 23).

Es posible incluir la temática de la rentabilidad dentro del concepto de Responsabilidad Social puesto que en el mundo actual, rodeado de la importancia de la globalización, se debe tener en cuenta que para competir se hace necesario mezclar el logro de las utilidades, con el compromiso social y la forma de realizar las cosas para convertirse en una entidad socialmente responsable.

Por otro lado, se debe incluir el concepto de responsabilidad social como “la manifestación ética que en principio debería estar inmersa en cada una de las prácticas empresariales frente a los *stakeholders*” (Riveros, 2009, pág. 31). Esto significa que todas las acciones desarrolladas por las empresas deben tener en cuenta el impacto que puede ocasionarse en el aspecto social, incluyendo la estructura económica, política, social y ambiental del país.

Según Benítez (2008), la responsabilidad social tan solo era un reflejo de lo que cada empresario o persona asimilaba por responsabilidad, involucrando así deberes y obligaciones hacia la sociedad, llevando soluciones a los problemas de la misma. Erazo (citado en Gómez, 2010) por el contrario pensaba que Responsabilidad era más allá que una empresa fundamentada en principios de voluntariedad, en NO a la discriminación del individuo por ideologías, raza entre otros, orientando a una autorregulación empresarial. Es por esto, que con decisiones tales como la de Mateus y Benítez (citado en Gómez, 2010) donde consideraron que ser socialmente responsable es saber desarrollar la autorregulación como un único y fijo objetivo con bases de cambio e innovación sin limitaciones teniendo claros los beneficios que se pretenden lograr para la misma y equilibrando entre ganancias para el mejoramiento en el mantenimiento de la sociedad (TRAVESÍAS Y ABORDAJES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL, págs. 4-5).

Según Riveros, “competir en el mercado global actual implica, aceptar y participar de la asociatividad, del desarrollo sostenible, de asumir conductas responsables, de fijar precios competitivos; lo que se convertirá probablemente en el mayor reto que enfrenten las empresas” (COMPETITIVIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE PYMES EN BOGOTA: INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS, 2009, pág. 38).

Es así como se podrá conseguir que, “la competitividad a todo nivel (país, industria, empresa) se imponga como una condición necesaria para que cualquier empresa pueda acceder y mantenerse dentro de los mercados internacionales” (Riveros, 2009, pág. 38), intentando incluir factores como la equidad, la distribución, la búsqueda del desarrollo, la cualificación de su capital humano, la sostenibilidad de los recursos naturales, la conservación de la energía, etc. (Riveros, 2009)

Teniendo en cuenta todos estos conceptos es posible entender que un aspecto muy importante para lograr la competitividad de una empresa es siempre incluir la parte social, resumiéndola como la Responsabilidad Social Empresarial, la cual aporta al desarrollo de las personas en los aspectos personal y familiar. Adicionalmente, se debe contemplar el cuidado del medio ambiente porque hace parte del entorno en el cual se encuentra involucrado el ser humano y la búsqueda del mejoramiento y evolución tanto de las personas como de las organizaciones.

LAS PYMES Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Es de gran importancia que las empresas especialmente las empresas pequeñas (Pymes) por su visión conozcan las necesidades, obligaciones de la empresa. Una opción es mediante la vinculación laboral de los habitantes de una región donde puedan patrocinar campañas de bienestar social y mejoramiento de la calidad de vida, entre otros. Por otro lado, los proveedores

de las PYME deberán hacer parte de los programas de Responsabilidad Social Empresarial que realicen estas empresas, para que juntos se enfoquen en la misma causa generando beneficios mutuos y promoviendo el desarrollo y crecimiento de las personas que componen la organización. (Gómez, 2010)

De acuerdo con lo anterior, se debe crear conciencia en las personas para crear hábitos de mejoramiento, donde la base sea hacer surgir la empresa con ideas innovadoras para provecho de la comunidad. Se puede resumir, que la forma de hacerles entender que el beneficio no sólo lo recibirá la organización, sino los mismos empleados, los clientes y la comunidad general porque serán beneficiados en la medida en que la empresa crezca no sólo en tamaño y utilidades sino en ética y valores. (Gómez, 2010, pág. 7).

En Colombia, se puede evidenciar que la responsabilidad social empresarial aún se encuentra en proceso de fortalecimiento a nivel empresarial; los directivos junto con sus trabajadores ven la responsabilidad social desde el punto de vista del bienestar, la capacitación y el apoyo a la comunidad. Sin embargo, se evidencia que las grandes empresas tienen más propiedad del tema, mientras que las pymes están hasta ahora iniciando el proceso de integrar las buenas prácticas dentro de su gestión estratégica (Gómez, 2010).

Por otro lado, las Pymes están interesadas en hacer prácticas de responsabilidad social empresarial, el problema radica en que sus empresarios, primero no saben cómo identificarlas y segundo aún no tienen claro cómo se pueden involucrar y como la pueden incluir dentro de sus procesos, tampoco es claro para ellas, cuáles serían los resultados esperados. Es por esto, que se puede observar cómo la responsabilidad social empresarial ha venido fortaleciéndose en los últimos años, pasando de una definición filosófica a mediciones de impacto (Gómez, 2010).

Al explorar el mundo de la responsabilidad social en Pymes, se descubre que las empresas pueden innovar y pueden ser más competitivas fortaleciendo sus buenas prácticas; por ejemplo, participar en mercados a nivel internacional de productos similares a los suyos respondiendo para ello a los parámetros de Responsabilidad Social Empresarial. Las pymes colombianas deben abordar la responsabilidad social empresarial cuanto antes (Gómez, 2010). Si nos enfocamos en el tema laboral, la educación, la salud, la recreación y otras actividades relacionadas principalmente con sus trabajadores, son campos de acción donde se puede comenzar a gestionar la responsabilidad social empresarial (Gómez, 2010).

ANTECEDENTES Y CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Es posible mencionar que la creciente actividad de la Responsabilidad Social Empresarial está dada por las siguientes tendencias: Capacidad para atraer y mantener una fuerza laboral capacitada y motivada, Mayor productividad y calidad en el largo plazo, Mejora de la gestión de riesgos, Aumento de la lealtad de los clientes, Fortalecimiento de la imagen empresarial y de la marca y Mayor acceso a créditos de instituciones financieras (Michael, 2007, pág. 9)

Existen varios enfoques que permiten revisar la evolución de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de los cuales se relacionan los siguientes:

Inicialmente la Responsabilidad Social Empresarial de un negocio se enfocó estrictamente en aumentar sus ganancias sin pretender asumir otras obligaciones o responsabilidades que no le corresponden a la empresa (Friedman, citado en SuperSociedades, 2006).

Por otro lado se considera, que la Responsabilidad Social Empresarial no es exclusiva de las empresas, sino de todas las instituciones de la Sociedad aunque el papel de la empresa en el tema es vital en su legitimación (Drucker, citado en SuperSociedades, 2006).

Desde la ética, la Responsabilidad Social Empresarial debe asumirse a partir de un enfoque integral, que permita dimensionar la moral equilibradamente con el criterio económico logrando la legitimidad o validez que requiere la empresa como institución social (Cortina, citado en SuperSociedades, 2006).

Actualmente la RSE se entiende como la integración voluntaria por parte de las empresas de las percepciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (Libro Verde Comunidad Europea, citado en SuperSociedades, 2006).

Desde los años 50 se tomaba la Responsabilidad Social a partir de la vertiente de creencias éticas personales de los directivos y empresarios de las organizaciones a nivel individual. En los años 70 se observa que los grupos pacifistas en Vietnam dan su voz de protesta contra las empresas que están implicados en la industria de la guerra. Esto hace que las empresas tomen conciencia de la necesidad de tener en cuenta el entorno, tomando una actitud de anticipación frente a los futuros requerimientos de la sociedad. Durante los años 80, las empresas comenzaron a dar la importancia necesaria a los grupos de interés, pero solo a aquellos que se vieran directamente afectados por la actividad propia de cada empresa.

Desde 1999 y a nivel mundial se habla del “*Global Compact*” (Pacto Global) que cumple con la función de renovar el compromiso de apertura e integración y encontrar nuevas formas de incluir a las fuerzas mundiales del mercado en principios sociales universalmente compartidos, esperando que todos los países tengan un sentido de propiedad en la economía global, lo cual se realiza trabajando de la mano con los siguientes nueve principios (Loyola, 2004, pág. 17):

“Principio No. 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia. Principio No. 2: Deben

asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos. Principio No. 3: Se pide a las empresas que apoyen la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Principio No. 4: Que promuevan la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio. Principio No. 5: Que promuevan la abolición efectiva del trabajo infantil. Principio No. 6: Que promuevan la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación. Principio No. 7: Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales. Principio No. 8: Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental. Principio No. 9: Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales”.

En el contexto Colombiano se puede decir que a partir de la década del 60 surgieron algunas fundaciones con inspiración filantrópica, pero no tuvieron el suficiente aceptación porque el interés general de ese momento era obtener rentabilidad y cumplir los objetivos organizacionales sin importar el impacto social que se pudiera causar. Para el año 2003, organizaciones como la ANDI desarrolla el Simposio Internacional sobre Empresa Privada y Responsabilidad Social, evento que da inicio a la exploración y definición de muchas empresas a incluir dentro de estructura, un espacio para darle vida a la Responsabilidad Social Empresarial (Valenzuela, 2004).

Según Cortina, “la responsabilidad social debe asumirse como una herramienta de gestión, como una medida de prudencia y como una exigencia de justicia” (2005); herramienta de gestión, porque debe convertirse en el núcleo de la empresa donde permita visualizar unos salarios justos, contar con empleados comprometidos, que demuestran su motivación a través de la calidad que le imprimen a los productos que elaboran.

Atehortúa (2008), resumió distintos enfoques sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial como “un conjunto de acciones conscientes y sistemáticas que las empresas realizan en su interior y hacia las partes interesadas externas (comunidades, proveedores, clientes, futuras generaciones), para contribuir al mejoramiento de su calidad de vida, a la preservación del medio ambiente y al desarrollo social del país” (p. 130).

Otro concepto que se debe resaltar es que la comunidad a la que se refiere la Responsabilidad Social Empresarial no tiene que ver, sólo, con el apoyo a las clases desfavorecidas, sino la capacidad de generar valor, riqueza y relaciones excelentes con los clientes, con los proveedores, con los empleados, con los medios de comunicación y con las instituciones (públicas y privadas) con la que se relacionan las compañías (Pinillos, 2005, pág. 127).

Es posible resaltar que la Responsabilidad Social Empresarial está enfocada a generar rentabilidad para las organizaciones, generando valor agregado tanto a los colaboradores, proveedores como a la comunidad que rodea a la empresa, donde debe tener en cuenta que sus acciones deben contribuir al desarrollo de la población que está involucrada con la organización.

DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El enfoque para la Responsabilidad Social Empresarial que se diagnostica debe contener elementos de la teoría de sistemas y de la complejidad, con unos componentes tanto en la parte conceptual como por sus destinatarios o afectados. Estos componentes se pueden analizar a continuación (Pinillos, 2005):

a. Los Propietarios:

El enfoque que debe realizarse frente a este grupo de interés, se da en un marco de productividad donde en el afán de obtener mejores resultados, se avanza sin tener en cuenta los

efectos que se pueden causar en los demás grupos de interés y en el medio ambiente. Es por esta razón, que “es importante analizar la relación entre Responsabilidad Social Empresarial y rentabilidad porque la empresa debe limitar sus acciones para el incremento de su utilidad” (Valenzuela, 2004, pág. 220).

“Aquellos empresarios que ven en la Responsabilidad Social una estrategia competitiva para la consecución de los fines empresariales, saliendo beneficiados también los demás *stakeholders*”. (Valenzuela, 2004, pág. 227). Teniendo en cuenta esta apreciación es posible afirmar que podría lograrse una adecuada integración entre lo económico y lo social, demostrando trabajo en equipo, enmarcándolo en la estrategia empresarial y así permitiendo el mejoramiento del entorno social.

Se debe lograr la intervención de todos los afectados con las interacciones de la empresa con el fin de buscar el reconocimiento de los propietarios a los demás stakeholders como interlocutores válidos para el diseño y la ejecución de otras estrategias de responsabilidad social.

b. El Medio Ambiente:

Este grupo de interés se enmarca dentro de la intención de comprender la relación de la persona con la naturaleza a través del trabajo, así ninguno de los dos debe ser ajena entre los ellos (Valenzuela, 2004). Por lo que no puede olvidarse la responsabilidad que se tiene con la sociedad, la naturaleza, las personas, de realizar de manera correcta todas nuestras acciones.

Teniendo en cuenta lo anterior, se observa que en la actualidad existe una legislación muy importante al respecto del cuidado del medio ambiente; desde la constitución hasta las norma ISO 14000; algunas de ellas, que obligan a los empresarios a poner a su consideración, en su quehacer diario, interactuar con el medio ambiente, y con todos los grupos de interés.

Por esta razón, las autoridades competentes en materia ambiental y el gobierno, no sólo deberían atender los requerimientos de los grupos afectados si no que deberían asumir una política proactiva y socialmente responsable; mediante diversos mecanismos de participación y así estimular y hacer parte de los pactos sociales en defensa del desarrollo sostenible (Valenzuela, 2004).

c. La Sociedad

Dentro de este elemento, que hace parte de la responsabilidad social, debemos contemplar a la comunidad cercana a la empresa, la ciudadanía, los proveedores, los clientes, los competidores, el gobierno y los demás grupos de interés que en cualquier momento pueden verse afectados con las actuaciones de la empresa (Valenzuela, 2004).

Se pueden mencionar algunos elementos clave de la Responsabilidad Social Empresarial como: la actividad voluntaria que va más allá del cumplimiento de la ley, el impulso desde la empresa y la gestión empresarial y la acción sistémica no ocasional (Michael, 2007, pág. 14).

En este marco, es posible anotar que teniendo en cuenta las anteriores apreciaciones, se puede lograr la integración de las empresas en su entorno local. Es por esto, que las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en las que se insertan, sobre todo de las comunidades locales. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001)

d. Los Empleados

La Responsabilidad social debe atender las expectativas de los trabajadores, considerando aspectos como el equilibrio entre trabajo, familia y ocio, igualdad de retribución y de perspectivas profesionales, la seguridad en el trabajo y políticas no discriminatorias en la

contratación (Libro Verde, Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, citado en Valenzuela, 2004).

Estos aspectos son los que básicamente se deben tener en cuenta para determinar que tan socialmente responsable es una empresa, ya que en la equidad y justicia es en donde se basa el buen gestionar de una empresa y en lo que genera motivación y compromiso de los empleados hacia una organización.

Las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores. Es así como se analizan aspectos como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad, y la gestión del cambio. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001)

En la actualidad uno de los desafíos más importantes es el de contar con personal calificado y lograr que permanezcan al servicio de una sola organización. En este contexto, es posible incluir medidas que logren el compromiso de los empleados mediante el aprendizaje permanente, las tareas de responsabilidad a los trabajadores, el conocimiento permanente de la empresa, conseguir un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, etc.; aspectos que coadyuvan a incrementar el cumplimiento de los objetivos por parte de los funcionarios. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001)

ANALIZAR COMO INFLUYE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PYMES PARA SER MÁS COMPETITIVO

Para lograr transformar una práctica frecuente en una buena y correcta práctica, se debe basar en el pleno conocimiento de las necesidades, pero antes se deben tener claros, procesos como: el

análisis de las posibilidades de la misma, el liderazgo con el cual se debe encontrar la capacidad de visualización y entendimiento de las estrategias a construir. Esas buenas prácticas son claras y evidentes cuando las organizaciones comienzan a crear acciones que ayudan a aumentar los vínculos laborales con sus trabajadores (Gómez, 2010).

Es por esta razón que se deben mencionar los beneficios tanto internos como externos de la responsabilidad social laboral en una organización. Podemos decir que a nivel interno, se aumenta la fidelidad a la marca y el compromiso, se incrementa motivación interna y la productividad, refuerza la comunicación y la credibilidad, fomenta la cultura de conciencia social y facilita la negociación entre los involucrados (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). Mientras que los beneficios a nivel externo se ven reflejados en que cada empresa que cuenta con estos programas de responsabilidad social las convierte en diferenciadoras respecto de la competencia. Adicionalmente, logran ingresar a mercados donde los clientes están dispuestos a pagar un mayor costo por el simple hecho de pertenecer a este tipo de proyectos. Es posible conseguir una mayor fidelización de los clientes y a través de la importancia que les dan los medios de comunicación las empresas obtienen una mejor imagen pública (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Se pueden resaltar y demostrar los resultados cuando se realizan buenas prácticas las cuales llevan a las empresas a no quedarse únicamente determinando las exigencias de las normas, ya que se encuentran otros vínculos y capacidades de organización; pero sin duda en muchas ocasiones las pymes desconocen de su contenido y significado, afectando notablemente el interés por desarrollar nuevas prácticas e innovaciones en pro de fines sociales (Gómez, 2010).

En la frase: “Transformar los juegos del mercado en procesos sin perjudicarlos, sin excluirlos, sin víctimas” (Cooper, 2004, citado en Herrera J. y Abreu J., 2008, p. 409) se menciona que se está llegando a puntos donde las empresas generan muchas utilidades descuidando el recurso humano. Es hora de comenzar a detener el crecimiento desmesurado de las empresas, deteriorando la calidad de vida de sus empleados. Se debe observar desde el siguiente punto de vista: ¿De qué sirve tanta utilidad si no hay con quien y en que gastarla? Es un sistema de balanza; por ejemplo, en la cadena alimenticia, si no hay un primer productor no es posible continuar el ciclo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se puede concluir que es posible que las pymes en Colombia sean más competitivas a través de sus logros en Responsabilidad Social Empresarial, partiendo de objetivos claros y específicos, que permitan el enriquecimiento de las mismas en todos los sentidos; de ésta manera al inspeccionar la (RSE), discutir su situación actual, evaluar sus antecedentes y conceptos, revisar sus dimensiones y analizar las influencias de la misma dentro de las Pymes, se están pautando procesos positivos y permanentes en la evolución de la industria, y de ésta manera avanzar hacia nuevos objetivos u horizontes, planteados por cualquier Pyme que ponga en marcha la Responsabilidad Social Empresarial.

De ésta manera y evaluando dicho impacto social, se proyectarán e incrementarán su nivel de calidad de productos o servicios ofrecidos, generarán clientes satisfechos, más oportunidades laborales de manera acertada y competente, se abrirán redes comerciales y financieras, que favorecen en gran medida no solo a la pyme, sino a todo aquel comerciante, proveedor, cliente o comunidad integrada en el proceso. Lo cual finalmente dejará de ser un tema netamente

empresarial y se extenderá a la población civil que entenderá y apropiará dichos conocimientos, engrandeciendo la calidad de vida de la población en general.

Es por esto que resulta de gran importancia continuar con este proceso de cambio, con los estudios sobre el mismo y con la puesta en marcha de políticas que permitan que se logren los objetivos de cada una de pymes que emprendan este camino en Responsabilidad social empresarial.

Como recomendaciones básicas para una Pyme que se proyecte como socialmente responsable, se pueden tener en cuenta ciertas pautas:

Contar con una buena comunicación y para las mismas buenas y adecuadas estrategias y canales.

Cultivar la cultura de la (RSE) mediante procesos pedagógicos y prácticos.

Tener presente los valores de los grupos o sectores a intervenir bajo la (RSE).

Implementar la construcción y manejo adecuado del lenguaje en cuanto a la (RSE), siempre de manera adecuada.

Identificar los procesos de manera clara, evaluar, discutir y tener en cuenta las expectativas de cada grupo.

Hacer público mediante redes sociales, publicaciones, foros, seminarios, campañas, etc; los objetivos del trabajo bajo la (RSE).

Y sobre todo evaluar y mantener un monitoreo permanente de la opinión, comunicación, dialogo, interacción, procesos y resultados obtenidos.

De ésta manera se llevará un proceso claro y contundente para los objetivos propuestos por dichas empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. L. (2008). *CÓMO GESTIONAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES COLOMBIANAS*.
- Atehórtua, F. (2008). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ENTRE LA ETICA DISCURSIVA Y LA RACIONALIDAD TECNICA. *REVISTA-ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS - EAN NUM. 62 (ENERO-ABRIL)*, 125-139.
- CNNExpansion.com. (12 de 03 de 2010). ¿Quién mató a Lehman Brothers? Nueva York, EEUU.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- Cortina, A. (20 de 08 de 2005). ETICA DE LA EMPRESA, NO SOLO RESPONSABILIDAD SOCIAL. *EL PAIS.ES*.
- Expansion, C. (12 de 03 de 2010). Recuperado el 2010, de www.cnnexpansion.com
- Fonseca, R. (2004). *REPOSITORIO DE METADATOS DE COMPONENTES DE SOFTWARE PARA PYMES COLOMBIANAS*.
- Gómez, L. F. (2010). TRAVESÍAS Y ABORDAJES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. En *POSTURAS CONTEMPORÁNEAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PYMES: REFLEXIONES DESDE UN EJERCICIO DISCURSIVO ARGUMENTATIVO*. Bogota.
- Loyola, N. y. (2004). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN MATERIA DE RELACIONES LABORALES*. SANTIAGO DE CHILE.
- Michael, D. (11 de 12 de 2007). Responsabilidad Social Empresarial y la OIT. *Better Business through socially responsible labour practices*.
- Mundo.es, E. (12 de 09 de 2008). Lehman Brothers, el cuarto mayor banco de Wall Street, se derrumba. Madrid, España.
- Nuñez, G. (2000). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN UN MARCO DE DESARROLLO SOSTENIBLE*.
- Pinillos, A. (2005). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UN CONCEPTO POR DEFINIR. *CIRIEC-ESPAÑA, REVISTA DE ECONOMIA PUBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA, NOV. NUM. 053*, 125-135.
- Riveros, E. (2009). *COMPETITIVIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE PYMES EN BOGOTA: INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS*. Bogota.

SuperSociedades. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial*.

Valenzuela, L. F. (2004). *PERSPECTIVAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CON ENFOQUE AMBIENTAL*. Manizales.