

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN
“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA
EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS EN BUCARAMANGA”**

**LAURA JULIANA ALVAREZ PORTILLA
LILIANA PATRICIA CABALLERO MENDOZA
MIGUEL FERNANDO GONZÁLEZ REYES
HAMILTON HARVEY MORENO MOLINA
MARIA FERNANDA SANABRIA FLOREZ**



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2017**

**SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN
“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA
EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS EN BUCARAMANGA”**

**LAURA JULIANA ALVAREZ PORTILLA
LILIANA PATRICIA CABALLERO MENDOZA
MIGUEL FERNANDO GONZÁLEZ REYES
HAMILTON HARVEY MORENO MOLINA
MARIA FERNANDA SANABRIA FLOREZ**

**Trabajo de grado para optar al título de
Profesional en Gestión Empresarial**

Director

ROBERTO REMOLINA MARTÍNEZ

Sociólogo

Especialista en Planeación y Administración del Desarrollo Regional

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA**

2017

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	19
1. GENERALIDADES DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN.....	20
1.1 QUÉ ES SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	20
1.2 OBJETIVOS.....	20
1.3 ventajas.....	22
1.4 características.....	22
1.5 organización.....	23
1.5.1 Tema del seminario de investigación.....	24
1.5.2 Dirección del seminario de investigación.	25
1.5.3 Desempeño de roles.....	25
1.6 metodología	28
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	29
2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	29
2.2 OBJETIVOS.....	32
2.2.1 Objetivo General.....	32
2.2.2 Objetivos específicos	32
2.2 justificación	33
3. PLANEACIÓN.....	34
3.1 ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO	34
3.2 PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES	36
4. EJECUCIÓN	40
4.1 DOCUMENTACIÓN PARA LOS SUBTEMAS	40
4.2 desarrollo DE UNA SESIÓN	40

5. DOCUEMENTO FINAL.....	45
6. “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS EN BUCARAMANGA”	46
6.1 TIPOS DE ENFOQUES DE LA RSE QUE IMPLEMENTAN LAS EMPRESAS	49
6.2 LAS DIMENSIONES DE LA RSE Y SU IMPACTO EN EL MODELO DE NEGOCIO	52
6.2.1 Dimensiones de la RSE.	53
6.2.1.1 La dimensión interna.....	54
6.2.1.2 La dimensión externa.....	56
6.2.2 Impacto en el modelo de negocio.	58
6.2.2.1 La dimensión interna.....	58
6.2.2.2 La dimensión externa.....	64
6.2.3 Las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial en Bucaramanga.	70
6.3 Principales dificultades que manifiestan los empresarios para aplicar la RSE	75
6.3.1 Dificultades para aplicar la RSE.....	76
6.3.2 Dificultades por dimensiones. A.....	79
6.3.2.1 Dimensión económica.....	79
6.3.2.2 Dimensión ambiental.....	80
6.3.2.2 Dimensión social.....	80
6.3.3 Cómo afectan a los grupos de interés.	81
6.3.3.1 En los directivos.....	81
6.3.3.2 En los trabajadores.....	81
6.3.3.3 En la administración.....	81
6.3.3.4 En la sociedad.....	81

6.3.3.5 Otras consideraciones.	81
6.4 beneficios económicos de la implementación de la rse	82
6.4.1 Beneficios económicos obtenidos al aplicar la RSE a los derechos humanos.	87
6.4.2 La RSE en el lugar de trabajo.	89
6.4.3 La RSE en la comunidad.	90
6.4.4 Empresas en Bucaramanga con RSE.	93
6.5 Aplicabilidad de la rse para la competitividad	97
6.5.1 Competitividad.	97
6.5.2 La RSE como herramienta para la competitividad.	98
6.5.3 Implementación de la RSE por algunos sectores productivos de Bucaramanga.	100
6.5.4 Empresas socialmente responsables.	101
6.5.5 Aspectos importantes de la RSE para la competitividad.....	103
6.5.6 Testimonios.....	104
6.5.7 Modelos de RSE.	105
6.6 RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN EN ENTIDADES GEMIALES	108
6.7 PROPUESTA DE LINEAMIENTOS	114
6.7.1 Capacítese.....	115
6.7.2 Aplique.....	115
6.7.2 Socialice.....	117
CONCLUSIONES	119
BIBLIOGRAFÍA.....	121
ANEXOS.....	130

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1 Integrantes del seminario de investigación	24
Cuadro 2 Estudio bibliográfico	34
Cuadro 3 Temas y subtemas	37
Cuadro 4 Matriz de Relatorías	38
Cuadro 5 Formato de protocolo sesión 1	41
Cuadro 6 Estrategia Prosperar Bavaria	95
Cuadro 7 Modelo de RSE INDUPALMA	106
Cuadro 8 Modelo de RSE Ecopetrol	107
Cuadro 9 Modelo de RSE Grupo Nutresa.....	108

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Conocimiento de la RSE por parte de los empresarios	84
Figura 2 Propuesta lineamientos de la RSE	115

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Formato de encuesta realizada a Diana Carolina Sierra	131
Anexo B. Documentos de la Sesión 1	132
Anexo C. Documentos Sesión 2	149
Anexo D. Documentos sesión 3.....	184
Anexo E. Documentos Sesión 4	205
Anexo F. Documentos Sesión 5.....	237

GLOSARIO

ANÁLISIS TÓPICO: tópico procede un vocablo griego y hace referencia a una expresión o idea muy empleada, trivial o vulgar. Se trata de una idea estereotipada o de un lugar común que, de tan utilizado, pierde su valor.

BENCHMARKING: el benchmarking es una forma de determinar qué tan bien se desempeña una empresa (o una unidad de esta), comparado otras empresas (o unidades).

ENFOQUE: un enfoque es un cuerpo de conocimiento preexistente, junto con una interpretación de problemas, un conjunto de objetivos y una colección de métodos, un arquetipo que marca una conducción.

RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

SEMINARIO: un seminario es una junta especializada que tiene naturaleza técnica y académica, y cuyo objetivo es el de llevar a cabo un estudio profundo de determinadas cuestiones o asuntos cuyo tratamiento y desarrollo requiere o se ve favorecido cuando se permite una interactividad importante entre los especialistas y los participantes.

SOCIEDAD: Es un concepto polisémico, que designa a un tipo particular de agrupación de individuos que se produce tanto entre los humanos (sociedad humana –o sociedades humanas, en plural–) como entre algunos animales (sociedades animales).

ASISTENCIALISMO: Es una manera de brindar **asistencia:** ayuda, colaboración o apoyo.

ACTIVISMO SOCIAL: El activista social es aquel individuo que consiente de las problemáticas sociales se convierte en promotor y gestor de beneficios que mejoren la vida de la población.

RESUMEN

TÍTULO: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS EN BUCARAMANGA*.

AUTOR: ÁLVAREZ PORTILLA, Laura Juliana; CABALLERO MENDOZA, Liliana Patricia; GONZÁLEZ REYES, Miguel Fernando; MORENO MOLINA; Hamilton Harvey; SANABRIA FLÓREZ, María Fernanda**.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial, RSE, Responsabilidad Social Corporativa, valor compartido, desarrollo sostenible, sostenibilidad, socialmente responsables, conciencia empresarial.

DESCRIPCIÓN:

En la actualidad, la globalización ha inducido a que las empresas y organizaciones no solo generen resultados económicos que lucren a sus dirigentes, sino que también sean responsables con las consecuencias que generan su operatividad y producción en los ámbitos sociales, económicos y ambientales. Estos ámbitos los cuales son la base de estudio y desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). A partir de este pensamiento, es relevante indagar e investigar el tópico en mención y determinar cómo lo desarrollan las empresas en Bucaramanga. Es decir, si en la misión y visión expresan su RSE en su ámbito empresarial o si por lo contrario cuentan con dificultades por las cuales hoy en día no le permiten incluirla como estrategia para su modelo de negocio.

Este trabajo de seminario de investigación contiene la revisión documental de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), orientada en las empresas de Bucaramanga; donde se abordan los enfoques y dimensiones, las dificultades presentadas por los empresarios en su desarrollo, beneficios generales y económicos, y por último cómo está impacta en la competitividad de las empresas y se convierte en una estrategia para su modelo de negocio.

A partir de fuentes primarias y secundarias, se llevó a cabo la investigación con entidades y personas que dominan el tema en la región. Asimismo, se realizó la revisión documental en libros, revistas, trabajos de grado, documentos en línea y artículos, donde se concluye que es un tópico relevante para las empresas de la región y por tanto este seminario brindará un aporte significativo.

* Tesis de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Director: Roberto Remolina Martínez.

ABSTRACT

TITLE: RESEARCH SEMINAR ON SOCIAL RESPONSIBILITY AS BUSINESS STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF COMPANIES IN BUCARAMANGA. *

AUTHOR: ÁLVAREZ PORTILLA, Laura Juliana; CABALLERO MENDOZA, Liliana Patricia; GONZÁLEZ REYES, Miguel Fernando; MORENO MOLINA; Hamilton Harvey; SANABRIA FLÓREZ, María Fernanda **.

KEYWORDS: Corporate Social Responsibility, CSR, Enterprise Social Responsibility, Shared Value, Sustainable Development, Socially Responsible, Business Awareness.

DESCRIPTION:

Nowadays, globalization has meant companies and organizations not only generate economic results that profit from their owners, but also are responsible for the consequences generated by its operation and production in the social, economic and environmental areas, which are the based study and development of corporate social responsibility (CSR). From this thought the concern of getting to know that this issue is and show how they are managing companies in Bucaramanga, whose mission and vision have on CSR in their business field or otherwise difficulties generated by which today do not have a strategy for their business model.

This research seminar include the document review of corporate social responsibility (CSR), focusing on companies Bucaramanga, knowing their approaches and dimensions handling difficulties presented by entrepreneurs in their application, general and economic benefits. Finally, as this whole structure impacts the competitiveness of enterprises and becomes a strategy impacting their business model.

This document uses primary and secondary sources, developing research and inquiry with entities and persons handling the issue in the region. Additionally, researchers made literature review in books, journals, magazines, papers, online documents and articles. It is concluded that CSR is a relevant topic for companies in the region and therefore this seminar would provide a significant contribution.

* Degree Project.

** Institute for Regional and Distance Education, Business Management. Director: Roberto Remolina Martínez.

INTRODUCCIÓN

A nivel general la Responsabilidad Social es definida como “un término que se refiere a la carga, compromiso u obligación, que tienen los miembros de una sociedad ya sea como individuos o como miembros de algún grupo, tanto entre sí como para la sociedad en su conjunto”.

En este trabajo de investigación se aborda el tema de la Responsabilidad Social, específicamente, Empresarial (RSE), que hace referencia a la responsabilidad de las empresas para consigo mismas y con el medio que las rodea; donde miden los impactos generados en beneficio o en detrimento de este y las acciones que se han implementado para prevenir y mitigar las consecuencias negativas que sus actividades han propiciado.

Para esto, se investigó desde sus inicios y desarrollo en la sociedad, los conceptos dados durante el paso del tiempo; su importancia y sus enfoques teóricos, así como, las herramientas creadas para darle su aplicación.

Como resultado se contextualizó el término de la RSE, se analizó el estado del arte de este campo en diferentes entes, a partir de diferentes fuentes de información para un mejor análisis y visión del tema.

1. GENERALIDADES DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

1.1 QUÉ ES SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

El seminario de investigación es una actividad o institución académica que tuvo su origen en la Universidad de Gotingen de Alemania a fines del siglo XVIII. Este fue creado por los universitarios alemanes para sustituir la palabra cátedra y para demostrar que es posible unir la investigación y la docencia a fin de que recíprocamente se complementen.

El seminario es un grupo de aprendizaje activo pues los participantes no reciben la información ya elaborada como convencionalmente se hace, sino que la buscan e indagan por sus propios medios en un ambiente de mutua cooperación.

En este caso, cada integrante del seminario se encargó de investigar un tema, los cuales se intercomunicaron por medio de sesiones siguiendo unos parámetros y roles para cada sesión. En cada sesión un integrante inicia su tema (Relator), otro integrante complementa la información (Correlator), un tercer integrante se encarga de documentar los temas (Protocolante) y entre todos los asistentes se comenta el tema y se abre un espacio de discusión¹.

1.2 OBJETIVOS

¹ UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Lineamientos para el seminario de investigación como modalidad para el desarrollo del trabajo de grado. Vicerrectoría académica. Bucaramanga: (editorial), 2007. p.4.

El fin del seminario es formar a los participantes para la investigación científica mediante el desarrollo de habilidades específicas aplicadas al asumir los diferentes roles dentro del seminario².

Dichas habilidades están orientadas a desarrollar la capacidad del lector crítico de resultados de investigación en cualquiera de las áreas del conocimiento; a fortalecer la capacidad de observar e identificar los problemas presentes en tópicos bajo análisis; a buscar respuestas a preguntas claves y sustentarlas teórica y metodológicamente en forma verbal y por escrito; y a identificar las relaciones del problema objeto de estudio con el contexto económico, político o social, a fin de enriquecer con una mirada de integralidad, el conocimiento para el grupo de estudiantes.

Para ello, se programan y ejecutan ejercicios estructurados que permiten a los estudiantes, desarrollar competencias iniciales de investigador, avanzar en el conocimiento y aportar buenas revisiones y análisis sobre tópicos que pueden facilitar el desarrollo de la investigación.

Para alcanzar dicho objetivo es preciso que haya una formación desde el trabajo personal hacia el trabajo en equipo; para esto. Por esto, cada participante debe reconocer sus intereses, estilos de aprendizaje, su capacidad para aprender en interacción con pares; así como, debe apropiarse de la metodología e instrumentos con los cuales trabajará; con el fin de lograr, al interactuar con los demás miembros del grupo en las sesiones del seminario, compartir, criticar y corregir las ideas que surjan de él, en un ambiente de la colaboración mutua.

² Ibíd. p.4.

1.3 VENTAJAS

El seminario de investigación, como herramienta para el desarrollo integral, presenta las siguientes ventajas:

- Se cuenta con un director el cual realiza el seguimiento al desarrollo del seminario y efectúa sus respectivos aportes para la solución de las dudas respecto a los temas del seminario en las diferentes relatorías.
- Desarrolla en los estudiantes la experiencia en la búsqueda de nuevo conocimientos por medio de las diferentes bases de datos, fuentes bibliográficas y demás textos de confiabilidad; de igual manera, fomenta la utilización de herramientas didácticas para las respectivas investigaciones.
- Los participantes tienen la oportunidad de desempeñarse en los diferentes roles del seminario adquiriendo habilidades comunicativas.
- Fortalece las habilidades de trabajo en equipo, enriqueciendo las diferentes formas de pensar de cada participante, ampliando las capacidades y destrezas para su desempeño en la etapa profesional y personal³.

1.4 CARACTERÍSTICAS

El seminario de investigación posee las siguientes características:

- Permite que todos los miembros del grupo participen activamente generando sus aportes en los diferentes temas y roles asignados durante el proceso de investigación.
- El aprendizaje se realiza de forma cooperativa incentivando, el análisis de la información de manera íntegra y grupal, utilizando el diálogo como un medio

³ *Ibíd.* p.5.

de comunicación para el intercambio de conocimientos, en un ambiente adecuado.

- Se realiza la planeación para el desarrollo de la investigación por medio de sesiones donde se utilizan las diferentes herramientas de apoyo que facilitan la divulgación del conocimiento.
- Se requiere un nivel alto de compromiso y responsabilidad por parte de sus participantes, para el desarrollo adecuado de todas las actividades⁴.

1.5 ORGANIZACIÓN

El seminario de investigación se compone de las siguientes actividades:

- La relatoría
- La correlatoría
- La discusión
- El protocolo

Estas deben girar en torno a un tema general establecido y del que se desprenden los subtemas a tratar durante las sesiones, que son preparadas con anterioridad y de acuerdo al tema; con el fin de fomentar la discusión y el análisis generadores de nuevos conocimientos.

Según la planificación de las actividades, cada integrante del grupo tiene la responsabilidad de asumir el rol asignado para el desarrollo adecuado de cada sesión; así mismo, realizar la rotación respectiva en las diferentes tareas.

⁴ Ibíd. p.6.

Para una buena organización es necesario fijar el lugar, fecha y la cantidad de sesiones a realizar, estableciendo la duración de cada una⁵.

Para la realización de este seminario los integrantes se mencionan a continuación (ver Cuadro 1):

Cuadro 1 Integrantes del seminario de investigación

INTEGRANTES DEL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN	
DIRECTOR:	ROBERTO REMOLINA MARTÍNEZ
INTEGRANTES:	LAURA JULIANA ÁLVAREZ PORTILLA LILIANA PATRICIA CABALLERO MENDOZA MARÍA FERNANDA SANABRIA FLÓREZ HAMILTON HARVEY MORENO MOLINA MIGUEL FERNANDO GONZÁLEZ REYES

Las sesiones se llevaron a cabo en el auditorio principal del INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA (IPRED) con una cantidad de cinco sesiones de 90 minutos cada una.

1.5.1 Tema del seminario de investigación. El tema seleccionado para este seminario se eligió a partir de una discusión sobre la relevancia del impacto y el manejo de la RSE por parte de las empresas; donde se ven afectados los diferentes grupos de interés que intervienen en ellas.

Por lo tanto, el tema escogido fue: “La responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga”; desarrollado en la

⁵ Ibíd. p. 6.

modalidad de seminario de investigación. Para ello, se recopilaron artículos, informes, tesis y demás material informativo sobre el tema expuesto, los cuales se estudian y discuten durante la realización del seminario.

1.5.2 Dirección del seminario de investigación. El seminario de investigación “La responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga” fue dirigido por Roberto Remolina Martínez, quien con su conocimiento dirigió y lideró este proceso desde su fase inicial hasta su culminación.

El director se encargó de fomentar la unión del grupo, el trabajo en equipo, la sinergia y participación activa de cada participante durante el desarrollo de cada sesión del seminario. Asimismo, motivo el desarrollo creativo de los integrantes del grupo.

1.5.3 Desempeño de roles. Relatoría: es una síntesis de trabajo escrito, el cual se desarrolla en una conferencia de 15 a 20 minutos que se dirige a todos los miembros del Seminario y no únicamente al Director o Tutor. La relatoría busca despertar el interés de los participantes, ofrecer algo nuevo, enriquecer a los demás con su propia investigación y para ello es conveniente dominar el tema.

El relator es el que estimula y activa la reflexión del grupo, pone de relieve los puntos clave y sugiere puntos concretos de discusión.

La relatoría es el medio a través del cual el Relator expone el tema pertinente a cada sesión. Se trata de una exposición alrededor de la cual gira el resto de la jornada de trabajo. El relator debe ser muy consciente de que esta conferencia está dirigida a todo el grupo y no es rendir cuenta en público, oralmente, al Director.

El relator se percata de que el trabajo del seminario es un trabajo en equipo, bajo la responsabilidad de todos. Consecuentemente, el relator debe “despertar” el interés de los compañeros; presentar el tema de manera sugestiva, pero científica; ofrecer algo “nuevo”; enriquecer a los demás con su propia investigación y buscar persuadirlos.

Correlatoría: las diversas formas de la relatoría siempre podrán ser complementadas por la Correlatoría. Un tema nunca se agota, y el Correlator deberá estar pendiente de la exposición del relator, pues no se trata de repetir lo mismo, sino de colaborar con su reflexión personal.

Este tiene la misión de evaluar la exposición del relator, el manejo del tema en su contenido, la claridad de la exposición, la capacidad de acercarse al grupo, de motivarlo. Por ello, el Correlator debe pronunciarse acerca de toda relatoría, aclarando los puntos en que está de acuerdo o en desacuerdo y resaltando los puntos que a su juicio son relevantes para contribuir a la discusión del grupo. En todos los casos, la Correlatoría deberá ser corta, y no exceder los diez minutos.

A través de la tarea de Correlator, el participante se ejercitará en la difícil tarea de escuchar con atención, de desarrollar su capacidad crítica, que debe ser lo más objetiva y sustentada hacia el Relator y, además, se entrenará en una de las actividades de la docencia, que es evaluar y calificar.

Discusión: es el medio a través del cual se materializa la idea del verdadero trabajo de grupo, donde todos y cada uno son emisores, es decir, participantes activos. La relatoría y Correlatoría son el punto de partida de la sesión del seminario y el culmen (cumbre) de la misma en la discusión.

Los participantes, apropiándose del tema con anterioridad y siendo muy atentos a las conclusiones del Relator y del Correlator, expondrán sus puntos de vista no

solamente a manera de conclusiones, sino aprenderán a formular preguntas, y descubrirán que en la medida en que la pregunta se plantee con mayor precisión, las respuestas serán mas claras.

Asimismo, los integrantes desarrollaran la capacidad de seguir un tema con continuidad y aprenderán a participar oportunamente, cuando sea necesario y pertinente. Irán adquiriendo la madurez suficiente para saber cuándo es prudente esperar para intervenir en el momento indicado. Aprenderán a escuchar y, por lo tanto, a respetar, interesándose en la conversación del otro, siendo breves, concisos y tomándose el tiempo justo. Por último, los integrantes aprenderán a pensar para tomar notas de lo que desean expresar, y luego si participar de la discusión.

Protocolo: es el producto escrito de cada una de las sesiones del seminario investigativo; deberá recoger finalmente lo ocurrido en la sesión.

El autor del protocolo, o Protocolante, deberá juzgar y evaluar el desarrollo de la sesión, tomando posición crítica. Posteriormente, debe plasmar sus aportes, puesto que una vez terminada la sesión dispondrá del tiempo suficiente para procesar lo ocurrido y a través de la reflexión sobre el proceso integral de la sesión (relatoría, Correlatoría, discusión y dirección), podrá establecer sus acuerdos y desacuerdos.

El protocolo consiste en la relación exacta y precisa del desarrollo de la reunión del seminario. Este debe ser revisado por el relator de la respectiva sesión y por el director del seminario para después ser leído en la siguiente sesión.

Se puede utilizar cualquier estilo de redacción, pero insistiendo en la claridad, precisión y sencillez. Puede ayudarse de diagramas o esquemas aclaratorios. Toda

sesión debe iniciarse con la lectura del protocolo anterior, y cada participante deberá poseer una copia del mismo⁶.

1.6 METODOLOGÍA

La metodología usada en este seminario de investigación, siguió los lineamientos para esta modalidad de trabajo de grado establecidos por la Universidad Industrial de Santander, siendo expresada en la siguiente Figura 1 la cual fue la base para el desarrollo de la actividad de forma correcta.

Figura. 1 Esquema metodológico del seminario de investigación.



Fuente. UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Lineamientos para el seminario de investigación como modalidad para el desarrollo del trabajo de grado

La metodología se desarrollo siguiendo las fases mencionadas a continuación:

⁶ QUINTO SEMINARIO GENERAL ASCUN. Primera unidad. (1990-1992: Bogotá). Simposio Permanente sobre la Universidad. Conferencia IX. El Seminario Investigativo. Bogotá: ASCUN.

- Se realizó investigación sobre el tópico de RSE, por medio de la consulta de fuentes secundarias, tales como tesis de grado, revistas virtuales, libros, y páginas web, entre otros.
- Se efectuó una revisión documental sistemática, donde se recopiló información de los últimos cinco años, sobre empresas que han sido reconocidas por sus modelos de RSE.
- Se utilizó la técnica de la entrevista directa, dirigida a la coordinadora de Fenalco Solidario Regional Santander, la profesional Diana Blanco, con el fin de conocer a través de esta entidad como se está percibiendo el tema de la RSE en el gremio empresarial de la ciudad de Bucaramanga (ver Anexo A).

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Las empresas en su operación generan una serie de impactos tanto positivos como negativos a nivel social y ambiental. En este sentido a través de entidades como Fenalco y la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB), se encontró que algunas empresas de diferentes sectores en Bucaramanga desconocen la definición y correcta aplicabilidad de la RSE como estrategia de negocio, para llegar a ser más competitivas y productivas.

Tomando como referencia lo compartido por el Presidente ejecutivo de la CCB, Juan Camilo Beltrán Domínguez, en un artículo de la revista Santander Responsable y Sostenible afirma lo siguiente:

No es fácil en Santander llegarle a las empresas con un mensaje de aplicación de responsabilidad social empresarial, ya que solo es asumido como un aporte

aislado, en vez de mirar la posibilidad de involucrarse en programas específicos con un fondo más profundo y que redunde en beneficio general⁷

Lo anterior, genera una gran preocupación dentro de las organizaciones debido a que la sociedad ha venido cambiando su forma de pensar y de valorar que consume en su diario vivir, sobre la información acerca de los productos y servicios. Este cambio incluye valorar la forma como son elaborados y a la imagen de la empresa que los oferta, así como, sus relaciones con el entorno.

De esta forma, se puede concluir que ya no basta solo con satisfacer la demanda de los clientes cercanos, sino también se debe prestar atención a las exigencias y expectativas del entorno de las organizaciones. Estos aspectos se han convertido en requerimientos para el mercado global, tal como lo manifiesta Camilo Mejía, profesor de la escuela de negocios de Uninorte, quién ha realizado estudios sobre la **RSE** y en su entrevista para portafolio aduce que:

“Además de todos los temas técnicos y económicos, propios de la actividad comercial de una empresa, para poder venderle a su contraparte en otro lugar, las compañías tendrán que demostrar compromisos en temas ambientales y sociales”⁸.

La Responsabilidad Social Empresarial, en la actualidad se ha convertido en una herramienta clave para la competitividad empresarial y de la mano de ésta, el

⁷ SANTANDER RESPONSABLE Y SOSTENIBLE. Cámara de comercio comprometida con la RSE. En: Santander responsable y sostenible [en línea]. (2015). Disponible en: <<http://www.santanderresponsable.com/secciones.php?seccion=OQ==&subseccion=Njc>> [citado en 03 de diciembre 2015]

⁸ MEJIA, Camilo. Responsabilidad social abre mercados para las empresas. En: revista virtual portafolio [En línea]. (25 de abril, 2013). Disponible en: <http://www.portafolio.co/tendencias/responsabilidad-social-abre-mercados-empresas-72666> [citado en 03 de diciembre de 2015]

impacto social y la sostenibilidad. El Director de extensión de la universidad del Rosario, Francisco Mejía, en su entrevista para Portafolio, , afirma lo siguiente:

“Uno de los grandes retos que tiene el país en materia de responsabilidad social es migrar del modelo de activismo social hacia uno más sostenible, en la perspectiva de que se abandone el asistencialismo y se le dé más fuerza al impacto social, o sea a la verdadera transformación social”⁹.

Consecuentemente con lo expresado, la falta de implementación de RSE en las empresas conlleva consecuencias graves a nivel social, cultural y medioambiental. Algunos ejemplos son el aumento de la pobreza, deterioro ecológico, problemas de salud tanto físicos como emocionales y en general perjuicios en la calidad de vida de la población entre otros, por lo tanto vale la pena preguntarse:

- ¿Por qué se le dificulta a las empresas aplicar la Responsabilidad Social adecuadamente?
- ¿Cuál es el nivel de relevancia que le están dando las empresas a la Responsabilidad Social?
- ¿Cuándo una empresa considera a la Responsabilidad Social como una estrategia de negocio?
- ¿Cómo justificaría un empleador ante su equipo de trabajo o empleados la implementación de la RSE?
- ¿Cuáles serían los beneficios de la RSE para que un empleador y un empleado vean viable la implementación en su trabajo?
- ¿Qué estrategias o delineamientos se pueden proponer para que las organizaciones en Bucaramanga, asuman la RSE como un factor importante para la competitividad empresarial?

⁹ RAMIREZ, Juan Manuel. La RSE será materia prima para las empresas. En: revista virtual portafolio [En línea]. (29 de septiembre, 2011). Disponible en: <<http://m.portafolio.co/economia/finanzas/rse-sera-materia-primas-empresas-150068>> [citado en 03 de diciembre de 2015]

La consulta y análisis de estos interrogantes permite a las empresas visualizar la implementación de RSE como herramienta para lograr mejor capacidad de contratación y permanencia de los empleados; mayor lealtad del consumidor; valoración de la imagen y marca; mayor conciencia socio-ambiental; sostenibilidad y fortalecimiento del modelo de negocio a largo plazo; lo que facilita el logro de los objetivos generales en las organizaciones, aumentando su productividad y con ello su competitividad. Esto se da debido a que las prácticas socialmente responsables disminuyen las contingencias de la empresa y permiten su control, reduciendo el riesgo del negocio.

En este contexto, se pone en evidencia la necesidad de realizar el seminario de investigación, que dé cuenta de la Responsabilidad Social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas de Bucaramanga. Con el propósito de que apunte a que ésta sea asumida como una herramienta principal para la competitividad empresarial y que contribuya a minimizar el impacto social y ambiental en términos de la sustentabilidad.

2.2 OBJETIVOS

2.2.1 Objetivo General. Identificar los elementos que constituyen la Responsabilidad Social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga, conociendo los diversos tipos de enfoques teóricos para su correcta aplicación y así establecer cómo implementar la RSE.

2.2.2 Objetivos específicos.

- Elaborar el marco teórico sobre la Responsabilidad Social Empresarial, y la función social de la empresa.

- Reconocer los diferentes enfoques que las empresas de Bucaramanga implementan en el desarrollo de la RSE.
- Reconocer las principales dimensiones que se aplican en las organizaciones en los respectivos programas de RSE y su influencia en el modelo de negocio para las empresas en Bucaramanga.
- Establecer los delineamientos para promover la RSE como estrategia de negocios, para las empresas en Bucaramanga.

2.2 JUSTIFICACIÓN

La realización de este seminario permite reunir una serie de factores que motiven a los empresarios de la ciudad de Bucaramanga a la implementación de la RSE como parte fundamental de su estrategia de negocio. A partir del conocimiento de las dificultades manifestadas por el gremio empresarial y haciendo énfasis en los diferentes aspectos positivos que representa la buena ejecución de las políticas de RS para una organización.

El seminario de investigación parte de que hasta el momento el tema de la RSE no es abordado por el gremio empresarial de manera adecuada, debido a que no se realiza una integración de los factores que hacen parte de ésta; como son el medio ambiente, relaciones laborales, seguridad e higiene, ética en las relaciones con el entorno y desarrollo comunitario.

En este contexto el desarrollo de las empresas regionales es un factor preocupante, sobre todo porque dada la de globalización es necesario la creación de mercados incluyentes y sostenibles, que puedan ver en la RSE, algo más que una norma y la utilicen a su favor como una estrategia y beneficio para ser más competitivos.

3. PLANEACIÓN

En esta etapa se realizó la respectiva selección de los temas a desarrollar durante el seminario con sus objetivos correspondientes, motivando a la investigación y a partir de los cuales se efectuó el estudio bibliográfico. Este permitió la adecuada clasificación de los subtemas y la planificación de las sesiones para las relatorías, especificando el rol de los integrantes en cada una de ellas, tal como se expone a continuación.

3.1 ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO

En la Cuadro 2 se indica el material bibliográfico consultado por cada una de las temáticas definidas.

Cuadro 2 Estudio bibliográfico

ESTUDIO BIBLIOGRÁFICO	TEMA
<ul style="list-style-type: none">• La dimensión de la ética de la RS. Escrito por Begoña Arrieta, Cristina de la Cruz Principales características de los enfoques de la RSE / Fuente internet: http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2015/05/El-Concepto-de-RSE-desde-diversos-enfoques-te%C3%B3ricos.• Franco Osorio. La Responsabilidad Social Empresarial: Una mirada desde el cooperativismo. Disponible en http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/132/259 Acceso 22 de octubre de 2015.	Tipos de Enfoques de la RSE que implementan las empresas.

<ul style="list-style-type: none"> • <i>Pág. 131 del libro “Responsabilidad Social Empresarial”. Mauricio González Lara. Ed. Grupo editorial norma. México. Mayo 2008.</i> 	
<ul style="list-style-type: none"> • Mariano Prado Pomar, Septiembre 2007, Propuesta de un modelo de negocio sostenible para emprendedores. Pág. 21. http://www.significarse.com/wp-content/uploads/2013/11/MODELO-DE-NEGOCIO-SOSTENIBLE.pdf. • Vásquez Paniagua y González Isaza. Metodología para implementar u proceso de responsabilidad social empresarial en la industria de curtiembre en Colombia. Disponible en: http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1992-18962009000200007&lng=&nrm=iso Acceso 22 de octubre de 2015. • Begoña Arrieta, Cristina de la Cruz, La dimensión de la ética de la RS. Fuente internet: http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/. 	<p>Las Dimensiones de la RSE y su impacto en el modelo de negocio.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Principales dificultades de la RSE/ Fuente Internet: http://www.crana.org/themed/crana/files/docs/077/095/e1estudio_percepcion_rse_1.pdf. • Rojas, A. L, & Olaya, J. E. (1999) Responsabilidad Social Empresarial: su origen, evolución y desarrollo en Colombia. Foro Económico Mundial, p 3,6. Recuperado en Mayo de 2013 de, http://redunirse.org/nuevo/sites/default/files/pdf/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20su%20origen,%20evolucion%20C3%B. 	<p>Principales dificultades que manifiestan los empresarios para aplicar la RSE</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Revista de tecnología-journal of technology-volumen 8 # 1, ISSN1692-1399-P23-33. • “Con responsabilidad social, las empresas ganan competitividad” por Lilian Tapia del 09 de agosto de 2014. [Versión electrónica] Disponible en http://www.paginasiete.bo/economia/2014/8/9/responsabilidad-social-empresas-ganan-competitividad-28913.html Acceso: 22 octubre de 2015. • <u>BERNAL TORRES, Cesar Augusto, et al. ¿Tiene la responsabilidad social empresarial en Colombia importancia en el comercio internacional? 2015.</u> 	<p>Beneficios económicos de la implementación de RSE.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL MANUAL DE AUTO IMPLEMENTACION PARA LA EMPRESA Bogotá Abril de 2007 Todos los derechos reservados BID- CONFECAMARAS Consultado en línea: www.iadb.org/Document.cfm?id=35675389 • “Cámara de Comercio de Bucaramanga, comprometida con la RSE”. Revista Santander Responsable y Sostenible, versión electrónica disponible en: http://www.santanderresponsable.com/secciones.php?seccion=OQ==&subseccion=Njc= Acceso 21 de octubre de 2015. 	<p>Aplicabilidad de la RSE para la competitividad</p>

3.2 PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES

En el Cuadro 3 se describen los temas a desarrollar, sus objetivos y los subtemas que lo componen.

Cuadro 3 Temas y subtemas

TEMA	SUBTEMAS
<p>Tipos de Enfoques de la RSE que implementan las empresas.</p> <p>Objetivo: reconocer los diferentes enfoques que las empresas implementan en el desarrollo de la RSE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Finalidades y características
<p>Las Dimensiones de la RSE y su impacto en el modelo de negocio.</p> <p>Objetivo: reconocer las principales dimensiones que se aplican en las organizaciones en los respectivos programas de RSE y su influencia en el modelo de negocio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultades y necesidades en las diferentes dimensiones (económica, social y ambiental).
<p>Principales dificultades que manifiestan los empresarios para aplicar la RSE.</p> <p>Objetivo: identificar las principales dificultades a que se enfrentan las organizaciones para aplicar la RSE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo afectan a los diversos grupos de interés.
<p>Beneficios económicos de la implementación de RSE.</p> <p>Objetivo: determinar los principales beneficios en la aplicación de la RSE, para las organizaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Que beneficios y ventajas consiguen las empresas que aplican la RSE.
<p>Aplicabilidad de la RSE para la competitividad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas competitivas que brinda la RSE.

Objetivo: identificar los aspectos que hacen de la RSE un factor importante para la competitividad empresarial.	
--	--

En el Cuadro 4 se evidencia la programación de las relatorías, incluyendo el tema, el rol de cada participante y la fecha a desarrollarse.

Cuadro 4 Matriz de Relatorías

TEMA	ROL	FECHAS	TIEMPO
Tipos de Enfoques de la RSE que implementan las empresas.	Relator: Liliana Caballero Correlator: Hamilton Moreno Protocolante: María Fernanda Sanabria Participante: Miguel González Director: Laura Juliana Álvarez	30 de Marzo de 2016	2 horas
Las Dimensiones de la RSE y su impacto en el modelo de negocio.	Relator: María Fernanda Sanabria Correlator: Liliana Caballero Protocolante: Miguel González Participante: Laura Juliana Álvarez Director: Hamilton Moreno	06 de Abril de 2016	2 horas
Principales dificultades que manifiestan los empresarios para aplicar la RSE	Relator: Miguel González Correlator: Laura Juliana Álvarez Protocolante: Liliana Caballero Participante: Hamilton Moreno Director: María Fernanda Sanabria	13 de Abril de 2016	2 horas

Beneficios económicos de la implementación de RSE.	Relator: Hamilton Moreno Molina Correlator: Miguel González Protocolante: Laura Juliana Álvarez Participante: María Fernanda Sanabria Director: Liliana Caballero	27 de Abril de 2016	2 horas
Aplicabilidad de la RSE para la competitividad	Relator: Laura Juliana Álvarez Correlator: María Fernanda Sanabria Protocolante: Hamilton Moreno Participante: Liliana Caballero Director: Miguel González	18 de Mayo de 2016	2 horas

4. EJECUCIÓN

4.1 DOCUMENTACIÓN PARA LOS SUBTEMAS

La ejecución de este seminario se realizó a partir de los lineamientos dados desde el inicio, contando con cada uno de los integrantes en el cumplimiento de sus roles respectivos. Para cada sesión el relator elaboró un documento según las normas y metodología establecida, con el contenido pertinente a cada subtema de investigación, el cual fue revisado por el director. Cada integrante realizó un estudio particular del tema de cada sesión para efectuar una adecuada participación.

4.2 DESARROLLO DE UNA SESIÓN

Para el desarrollo de cada una de las sesiones se construyeron los siguientes documentos:

- Formato de relatoría
- Formato de Correlatoría
- Formato de Protocolo

Para la consulta detallada de los documentos elaborados en cada sesión (ver anexo B al F).

A continuación se detalla el formato de protocolo elaborado para la ejecución de la primera sesión de las relatorías, siguiendo este esquema para las demás sesiones programadas (ver Cuadro 5).

Cuadro 5 Formato de protocolo sesión 1

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión 1: Seminario de Investigación sobre la responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Tipos de Enfoques de la RSE que implementan las empresas.

Fecha: 30 de marzo del 2016

1. ASISTENTES Y FUNCIONES:

Siendo las 7:45 pm se da inicio a la sesión con los siguientes participantes:

Estudiantes:

Relator: CABALLERO MENDOZA LILIANA PATRICIA

Correlator: *MORENO MOLINA HAMILTON HARVEY*

Protocolante: *SANABRIA FLOREZ MARIA FERNANDA*

Participante: *GONZALEZ REYES MIGUEL FERNANDO*

Director: ALVAREZ PORTILLA LAURA JULIANA

Tutores:

REMOLINA MARTÍNEZ ROBERTO

2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR

No se realizan comentarios ya que esta es la primera sesión del seminario de investigación.

3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA

El director da por aprobada la sección, cumpliendo con los roles y desarrollo del tema a cabalidad sin ningún tipo de contratiempos.

4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN

El director da inicio a la sección de la primera Relatoría siendo las 7:45 pm, cediendo la palabra a la Relatora Liliana Caballero que empieza la exposición del tema con ayuda de una presentación en power point. Así mismo la relatora indica que no se encuentra muchas fuentes para este tema, los contenidos son pocos y difusos, por lo tanto muestra un cuadro resumen para la explicación. Durante la exposición el tutor se enfoca en la adecuada organización de la información y la presentación de la misma, enfatizándose en que los temas deben quedar bien claros para todos los participantes durante las sesiones. El tutor Roberto nuevamente hace un aporte sobre el sentido y manera asertiva de interpretar la RSE, brindando ejemplos como los siguientes para lograr un mejor entendimiento del tema.

- ✓ La RSE Implícita y Explicita.
- ✓ Acreditación de las empresas en Colombia.

La relatora brinda sus aportes, indicando las conclusiones que saco del tema; mostrando que hay muchas empresas que por desconociendo del tema sobre la Responsabilidad Social Empresarial no saben que las están aplicando, ya que dicha está ubicada en casi toda la empresa y sus enfoques dependen de la visión que tengan sus dirigentes.

El tutor hace otra intervención para que el tema de abarque de manera correcta y pide una conclusión bien estructural, para ello realiza la consulta sobre lo que se entiende por RSE, a lo cual la relatora da respuesta, indicando que la RSE es la manera en la que las empresas utilizan su responsabilidad para su desarrollo en lo económico, social y ambiental, sabiendo el impacto generado por su actividad.

Así mismo la relatora indica que los enfoques de la RSE son indispensables para la sostenibilidad de las empresas.

De esta manera el tutor solicita enfocar el tema a la Ciudad de Bucaramanga, ya que es el objeto de la investigación y así lograr los lineamientos adecuados para la presentación del trabajo; por ejemplo haciendo la pregunta: ¿ En qué Enfoques se desenvuelve Bucaramanga?, logrando entender que al final todos estos resultados se dirigen a términos globales.

El tutor en una nueva intervención brinda el concepto de “Visión Paradigmática” de los años 1990 durante la revolución Científica; donde se plantea la pregunta ¿por qué cambian las sociedades? Explicando que este modelo se utiliza para dar explicación a la realidad. Entre otros nombres brindados de más teorías semejantes como la “Teoría de la Calidad”. Para el análisis Paradigmático dio más ejemplos, como el de Davivienda que para su modelo novedoso utilizo dicho análisis.

También indico que para establecer los enfoques que predominan en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Bucaramanga se puede identificar alguna visión paradigmática. Apuntando que la Sociedad Civil no solo debe ser responsable socialmente empresarialmente sino también de la conservación de la vida del planeta con una visión paradigmática.

Enseguida la correlatora Laura Juliana Álvarez en representación del compañero Hamilton Moreno, hace sus aportes sobre el tema visto y analizado siendo las 7:20 pm; apoyándose con una presentación en power point para complementar el tema. Da desarrollo al tema con otros enfoques encontrados, puntualmente cinco a los cuales le dio su explicación; además de énfasis en la ISO 26000, la cual uno de sus párrafos es sacado de la Guía de la RSE; dicha aclaración realizada por el Tutor, indicando que esa cita está en un documento de mayor tamaño.

De esta manera se da por terminado la intervención del Correlator sin realizarse ninguna otra intervención por parte de los participantes más que la del tutor indicando que la relatoría se realizó de manera asertiva, animando en seguir desarrollando los temas cada vez mejor tomando las recomendaciones dadas durante la relatoría y dando por terminada la sesión siendo las 7:40 pm.

5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES

El tutor realiza varias anotaciones y preguntas tales como:

- Organización adecuada y presentación de los temas.
- RSE implícita y explícita.
- Solicita conclusiones bien estructuradas.
- Aclaración de objetivos para el trabajo.
- Visión paradigmática
- Análisis paradigmático
- ¿Qué es la RSE?
- ¿En qué tipo de Enfoque de la RSE está Bucaramanga?
- Recomendaciones para la mejor presentación de los documentos y exposición de temas.

- El Correlator realiza complementación del tema.

- Los demás asistentes no realizaron intervención al tema.

6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS

La metodología utilizada fue utilización de medio electrónicos para la exposición de los temas; ejecutando los roles establecido para cada participante y en los tiempos adecuados para la ejecución de la relatoría.

7. CONCLUSIONES

Se llega a la conclusión que los enfoques de la RSE son definidos por sus dirigentes, según el modelos de negocio que estos tengan; pero que en muchos de los casos abarcan la RSE de manera asertiva sin tener el conocimiento de que los están haciendo y esto debido al poco abordaje que tiene este tema en las empresas en la actualidad, por falta de socialización y expansión de su contenido a nivel nacional.

Así mismo se puede encontrar que la RSE se puede abordar correctamente bajo otras herramientas y metodologías utilizadas, como por ejemplo utilizando una visión paradigmática, trazándose lineamientos claros del tema y objetivos a cumplir; además manejar de manera correcta términos tales como RSE implícita y explícita, para una mejor utilización.

8. TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN

Las Dimensiones de la RSE y su impacto en el modelo de negocio

5. DOCUMENTO FINAL

Como producto del seminario se consolida en el capítulo 6 de la revisión documental que se desarrolló de los temas y subtemas organizados por capítulos, según el orden que se trazó en la matriz de trabajo y la realización de las sesiones de relatorías.

El presente documento incluye en detalle bases y metodologías del seminario Alemán, así mismo una compilación magnética clasificada y organizada de todos los artículos como publicaciones que se estudiaron durante las sesiones ejecutadas en el seminario, de igual manera los cinco formatos de relatorías, protocolos, Correlatoría, informe de entrevistas y visitas realizadas para el desarrollo del tema, en medio magnético y físico.

6. “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS EN BUCARAMANGA”

Para el desarrollo del marco teórico de la siguiente investigación se inicia la temática haciendo referencia a la RSE a partir de los planteamientos de Peter Drucker: Abogado y tratadista Austriaco del siglo XX, considerado el mayor filósofo y maestro de la administración moderna, impulsor de la disciplina de la gerencia; quien se formó en un entorno cultural elegante, no solo por crecer dentro de la potencia más representativa de occidente el Imperio Austro-húngaro, sino también por el elevado nivel cultural de sus padres.

Así mismo fue “pionero y un innovador en el estudio de temas tan importantes como la descentralización y la delegación de poder a los empleados; la dirección por objetivos; la aplicación del management a esferas de la vida social distintas de las puramente empresariales, por ejemplo a organizaciones sin ánimo de lucro; el énfasis en los aspectos éticos dentro de las organizaciones, la innovación como característica de empresa postmoderna y el enfoque de estudiar las personas en la empresa como un recurso, en vez de como un costo”¹⁰.

Dentro del tema de la ética en las organizaciones se considera que los planteamientos más concretos son los realizados en su libro "The Ecological Vision. Reflections on the American Condition" en el año 2000, donde según su visión la ética empresarial ha ocupado cada día un lugar más importante dentro del campo

¹⁰ MURILLO SÁNCHEZ, Antonio José. Peter Drucker, innovador maestro de la administración de empresas. En: Univerisdad el bosque. [en línea], vol. 2, no 2. (2006). Disponible en: <http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/cuadernos_latinoamericanos_administracion/volumenII_numero2_2006/peter_drucker_innovador_maestro_administracion_empresas.pdf> [citado en 05 de diciembre de 2015]

empresarial, de la administración y entre las diferentes escuelas o doctrinas de estudio como la filosofía y negocios.

Peter partió de unos antecedentes teóricos exaltados del siglo XV por los escolásticos de la Escuela de Salamanca, también de la corriente moral y jurídica en la época de surgimiento del protestantismo llamada casuística, que se dedicaba al estudio de la ética de la Responsabilidad Social, pero a la cual Drucker no da mayor futuro; sosteniéndola como cínica e hipócrita en sus criterios de aplicar ética empresarial, pero basándose también de otros autores para lograr sus planteamientos.

Peter Ducker concluye que, la virtud que orienta el estudio de la ética en la vertiente occidental es la prudencia. La ética de la prudencia se basa en un principio rector que es la autoridad. Las acciones de ejecutivos, empresarios y trabajadores son públicas y están sujetas a ser juzgadas, analizadas, discutidas y cuestionadas. La prudencia demanda un comportamiento ejemplar de lo contrario desemboca en hipocresía, matizada esta última en elaborados y juiciosos procedimientos de relaciones públicas¹¹.

Por esta razón se tomó a este gran autor y pionero de los estudios de Responsabilidad Social Empresarial como referencia para el marco de este trabajo y su correcta comprensión.

¹¹HOYOS TURRIAGO, Álvaro, Ph.D. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) DE EMPRESARIOS, GERENTES Y TRABAJADORES EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO Visión de Peter Drucker. En: Cuadernos Latinoamericanos de Administración. [en línea] Vol. IV No. 7 (julio a diciembre de 2008). <http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/cuadernos_latinoamericanos_administracion/volumenIV_numero7_2008/responsabilidad_social_empresarial_sociedad_conocimiento.pdf> [citado en 10 de diciembre de 2015] ISSN 1900-5016.

En este contexto, se entiende que la RSE es el compromiso, obligación y deber que poseen los individuos o miembros de una sociedad o empresa, de contribuir voluntariamente para una sociedad más justa y por proteger el ambiente. Esta responsabilidad pueda estar comprendida por acciones negativas y positivas, donde se debe remplazar las acciones negativas por las positivas.

La RSE es una iniciativa de carácter deliberado que se soporta en una norma denominada ISO 26000, la cual ha sido preparada por el ISO/TMB Grupo de Trabajo sobre Responsabilidad Social.

Esta norma internacional se ha desarrollado utilizando un enfoque de múltiples partes interesadas, con la participación de expertos de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales o regionales representativas, que están involucradas en diversos aspectos de la Responsabilidad Social.

La ISO 26000, a su vez pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible. Tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su Responsabilidad Social.

La norma pretende promover un entendimiento común en el campo de la Responsabilidad Social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionadas con la Responsabilidad Social, sin reemplazarlos. Al implementar esta Norma Internacional, es aconsejable que la organización tome en consideración la diversidad social, ambiental, legal, cultural, política y organizacional, así como, las diferencias en las condiciones económicas, siempre que sean coherentes con la normativa internacional de comportamiento.

Esta norma internacional tiene como propósito proporcionar orientación a las organizaciones sobre Responsabilidad Social y puede utilizarse como parte de las actividades de la política pública. Sin embargo, para los propósitos del Acuerdo de Marrakech, que establece la Organización Mundial del Comercio (OMC), no se pretende que sea interpretada como una “Norma Internacional”, “directriz” o “recomendación”, ni se pretende que proporcione ninguna base para cualquier presunción o conclusión de que una medida es coherente con las obligaciones de la OMC. Adicionalmente, no pretende sentar bases para acciones legales, quejas, argumentaciones u otras demandas en ningún proceso internacional, local o de otro tipo, ni pretende ser citada como evidencia de la evolución del derecho internacional consuetudinario.

6.1 TIPOS DE ENFOQUES DE LA RSE QUE IMPLEMENTAN LAS EMPRESAS

Dentro del desarrollo de esta temática se encuentra el reconocimiento de los diferentes enfoques que las empresas emplean en el desarrollo de la RSE en su organización de acuerdo a sus modelos de negocio; a partir de la recopilación teórica del tema y su progreso en el tiempo.

La Revolución Industrial ha sido el punto de partida de la RSE pues surge a través de las condiciones sórdidas en que se mantenían los trabajadores durante su jornada laboral, incluso donde tomaron mujeres y niños para realizar labores no aptas para ellos. En resultado a estas condiciones, las grandes industrias empezaron a preguntarse ¿cómo aumentar la productividad de los trabajadores en condiciones óptimas manteniéndose la rentabilidad de la empresa? en respuesta a este interrogante se promovió el bienestar para los trabajadores junto a la filantropía, lo cual generaba reconocimiento social para ese entonces.

Posteriormente, se reconoce que una empresa no se debe centrar en solo incrementar sus activos, sino también preocuparse por el bienestar de los

trabajadores, en compartir utilidades con ellos, lo que también podía ser llamado empresa responsable.

A partir de diversos enfoques teóricos, la RSE es considerada:

Según Milton Friedman, existe una y sólo una responsabilidad social de la empresa, que es usar sus recursos y energías en las actividades diseñadas para incrementar sus beneficios, siempre y cuando permanezca dentro de las reglas del juego, es decir, esforzarse por una libre y abierta competencia, sin engaños ni fraudes¹²

Por su lado, Archie Carroll manifiesta que el accionar de las empresas se ha enmarcado dentro de cuatro categorías progresivas de RSE, referentes al desempeño económico, legal, ético y discrecional. La primera de ellas es de índole económico, pues al producir de manera eficiente generará riqueza, contribuyendo así al desarrollo nacional, esperando que su desempeño se supedita a las leyes y reglamentos establecidos, con el fin de normar y regular su campo de acción, así como también a las normas éticas y valóricas establecidas socialmente.

Sin embargo, se espera que en un nivel superior tenga orientaciones filantrópicas impulsadas por el interés corporativo, con el fin de dar ayuda y solución a problemas de orden social. Estas cuatro categorías dan un lineamiento de las expectativas que la sociedad, en general, tiene del sector empresarial o las mismas corporaciones.

¹² Friedman, Milton, "La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades" incluido en Bower, J. "Oficio y arte de la gerencia". Bogotá: Norma, 1995. P. 20.

Por su parte Adam Smith afirma desde su perspectiva que: “es a través del beneficio propio como se satisfacen las necesidades sociales”¹³. Al igual, críticos economistas como Hayek, Leavitt, Robbins y Friedman, mantienen que la única función que debe realizar la empresa es dedicarse a la actividad económica, pues no puede dedicarse a otras funciones ya que pone en peligro su propia competitividad.

Para comprender el tópico de RSE es indispensable mencionar los Stakeholders o también llamados grupos de interés, dentro de ellos están involucrados los empleados, clientes o consumidores, accionistas, gobierno, proveedores y demás entes que se vean impactados por el desarrollo de una organización o empresa.

Otra visión del termino Stakeholders es como un grupo que contribuye de manera voluntaria o involuntaria con la capacidad de creación de riqueza de las empresas, lo que los convierte en potenciales beneficiarios. Es por ello, que es conveniente para las empresas comprender las necesidades de los participantes y ajustarlas a sus objetivos organizacionales, deben generar un equilibrio constante entre los grupos de interés

Lo anterior se corrobora con las declaraciones de Marina Jaramillo Directora de Desarrollo Sostenible de Cemex, quien “considera que los desafíos del mundo actual como el cambio climático, el crecimiento de la población y el incremento de la demanda de recursos naturales, exigen una nueva forma de hacer negocios”¹⁴. Para esta empresaria la sostenibilidad es parte integral de las operaciones de la

¹³ UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Scientific Electronic Library Online. En: Scielo Colombia. [En línea]. (s.f) Disponible: www.scielo.org.co [citado en 10 de diciembre de 2015]

¹⁴ *Ibíd.*

empresa, no solo para asegurar su subsistencia, sino porque de igual manera en ella encuentra las oportunidades de generar valor dentro y fuera de su entorno.

Esta empresaria resalta cuatro cosas que hacen que la empresa funcione:

- Prosperidad económica
- Gestión responsable de los recursos naturales
- Responsabilidad Social
- Gestión en temas de gobierno y ética.

Es importante aclarar que dentro de la Responsabilidad Social está el integrar los grupos de interés y tener trazado como objetivo, el contribuir a erradicar la pobreza a través de programas de autoconstrucción para el mejoramiento o edificación de viviendas comunitarias.

Otra declaración que soporta la RSE es la de Luz Marina Guerrero, Presidenta de Servientrega, quien define la política efectiva de la RSE como el “crecimiento económico, desarrollo social y aprovechamiento adecuado de los recursos naturales” lo que involucra de igual manera los grupos de interés. De igual manera, la empresaria afirma que “la RSE promueve sustentabilidad de la oferta de valor del negocio”.

Por último, para la empresaria Rosalba Montoya Pereira directora Manpowergroup, el enfoque está en dar prioridad a tres áreas principales “gobierno corporativo, social y medio ambiente”. Esto involucra de igual manera los grupos de interés; para la empresa lo primero es la gente “los empleados felices trabajan mejor”.

Montoya aduce que actualmente los empresarios ven la RSE como la sostenibilidad de la empresa, la cual va de la mano con los grupos de interés, donde van más allá del desempeño económico industrial y tienen también la obligación de generar bienestar social, aportando a la reducción de los impactos ambientales que la organización produce.

6.2 LAS DIMENSIONES DE LA RSE Y SU IMPACTO EN EL MODELO DE NEGOCIO

Para el desarrollo de este tema se plantean los siguientes interrogantes a resolver, con el fin de reconocer las principales dimensiones que se aplican en las organizaciones en los respectivos programas de RSE y su influencia en el modelo de negocio para las empresas en Bucaramanga.

- ¿Es importante conocer la Responsabilidad Social empresarial y las dimensiones que maneja?
- ¿Quiénes son los beneficiarios al aplicar la responsabilidad empresarial?
- ¿Las dimensiones de la RSE generan impactos significativos a las empresas y consigo a la sociedad?

A partir de las respuestas de los interrogantes mencionados, en la actualidad las empresas han adquirido un rol importante en las sociedades donde están insertas, puesto que su visión ha cambiado, debido a que no solo son fuentes de trabajo y productoras de dinero sino también aportan al desarrollo de las comunidades y de paso a la sociedad en distintos ámbitos. Este conjunto de acciones de desarrollo y aporte social se le llama Responsabilidad Social Empresarial.

Es claro que la RSE es un tema de gran importancia para las empresas y la gestión que realiza en las mismas, teniendo en cuenta todas las dimensiones que presenta y la distancia que abarca en su aplicación.

6.2.1 Dimensiones de la RSE. La Responsabilidad Social de las empresas tiene dos dimensiones¹⁵; la dimensión interna y la dimensión externa.

¹⁵ FERNANDEZ GARCÍA, Ricardo. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas. En: Diario Responsable. [En línea]. (06 de julio, 2010). Disponible en: <<http://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>> [citado en 30 de marzo de 2016]

6.2.1.1 La dimensión interna. Afecta a sus trabajadores, su impacto medioambiental, la gestión de las materias primas, sus condiciones de trabajo y la peligrosidad de sus productos. Dentro de esta dimensión se encuentra:

- **Gestión de los recursos humanos:** en la actualidad las empresas buscan tener personal bien capacitado y con las mejores destrezas para el desarrollo de los procesos. Por ello, le invierten a la buena orientación de las labores por medio de programas de formación, recreación, seguridad, ascensos y crecimiento personal; para con ello lograr un equilibrio entre trabajo y logro de objetivos corporativos con vida social o familiar.
- **Seguridad y salud en el trabajo:** para las empresas hoy en día la seguridad y salud en el trabajo no solo son reglas y normas que hay que cumplir; sino también se refleja como una herramienta de crecimiento y desarrollo en los procesos y cumplimiento de objetivos en las organizaciones.

Por eso crean programas dirigidos a mantener la seguridad de sus empleados y la conservación de su salud durante y después de sus actividades; creando lineamientos claros a seguir para con ellos obtener mejores resultados en sus productos y servicios. Con el propósito de seguir creciendo y lograr un mejor posicionamiento en el mercado con gran reconocimiento.

- **Adaptación al cambio:** reformas y reestructuración desde un punto de vista socialmente responsable significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones.

Por ello, en una reestructuración se hace todo un análisis y gestión del riesgo que esto implica identificar los riesgos más importantes, para con ello calcular sus costos e inversión. Lo que se busca es no generar pérdidas de empleados

que pueden llegar también a generar impactos en el medio local y así mantener un equilibrio económico en armonía.

- **Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales:** el uso de recursos naturales para explotación e industrialización es un tema que a diario se aborda cuando se habla de competitividad; puesto que es una realidad que las empresas se están concientizando del gran impacto que genera dicha explotación de manera inadecuada y compulsiva.

En consecuencia, hoy en día ser una empresa con conciencia ambiental es una gran opción para el desarrollo de sus actividades, debido a que se le está brindando gran reconocimiento en el medio tanto nacional como internacional. Este impacto se refleja por medio de políticas, normas, reglas y programas que lideran de manera positiva estos impactos en el medio ambiente, como por ejemplo sistema comunitario de gestión y de auditoría de calidad y medioambiente, ISO 19000 (EMAS o ISO 14001).

- **Trabajadores:** son todas las personas que trabajan en las organizaciones por medio de contratos con diferentes tipos de términos, ya sean fijos o indefinidos, fijando un salario, remuneración dineraria o en especie según se acuerde en el documentos creado y pactado entre las dos partes.

Precisan además de una retribución justa, salud y seguridad, respeto y desarrollo profesional en igualdad de condiciones, mantenimiento del empleo, conciliación de la vida familiar, entre otros.

- **Accionistas o propietarios:** Son todas aquellas personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa.

6.2.1.2 La dimensión externa. Frente a la sociedad en su conjunto, proveedores, consumidores, clientes, contratistas; en otras palabras, los denominados Stakeholders o partes interesadas, que no son otros que colectivos con los que la empresa se relaciona y a los que debe generar algún valor si se autodefine como socialmente responsable. Dentro de esta dimensión se encuentra lo siguiente:

- **Comunidades locales:** dentro de la Responsabilidad Social empresarial se encuentran también visible el impacto que genera la empresa a su alrededor y lugar de operación, sobre todo en el entorno local.

Dichos impactos pueden ser positivos, como generación de empleos, desarrollo de la zona, impacto positivos en el medio ambiente, ingresos monetarios tanto para empleados como para la comunidad, salud y una estabilidad social, en el cual las empresas interactúan con el entorno físico local. Construyendo de un medio adecuado para su producción y su oferta de servicios.

Pero así mismo puede tener efectos negativos como explotación de recursos naturales y deterioro de la zona por impacto ambiental y con un inadecuado manejo, hasta explotación de trabajo sin remuneración adecuada; por ello saber el impacto sobre las comunidades locales es significativamente amplio.

- **Socios comerciales, proveedores y consumidores:** Dentro de su entorno local o fuera de él, las empresas también hacen parte importante de la economía; ya que estos también pueden jugar un papel como proveedor, consumidores, contratistas o competidores para otras entidades, aportando al desarrollo y flujo financiero, ya sean de organizaciones más grandes, más pequeñas o de igualdad de condiciones, siendo esto también un aporte a las asociaciones empresariales en busca de beneficios.

- **Derechos Humanos:** Inmersa en la Responsabilidad Social Empresarial se encuentra los Derechos Humanos, en todas las actividades nacionales e internacionales; las cuales son reguladas por diferentes entes que miden su impacto y nivel de control sobre estos derechos, que son indispensables en cualquier parte del mundo dentro y fuera de las organizaciones, las cuales deben determinar sus responsabilidades para con las personas y las que le debe brindar el medio; así mismo si sus socios o colaboradores también están respetando dichos derechos.
- **Grupos de opinión, administraciones públicas, comunidades locales, sociedad y público en general:** las necesidades y expectativas de los grupos de interés tienen tres necesidades genéricas básicas: transparencia informativa, participación y beneficio mutuo.

Estas necesidades básicas buscan encontrar información viable y confiable disponible a las necesidades que se presenten de los grupos, para mirar los aspectos más relevantes que se presentan en las organizaciones, para así mismo generar una comunicación adecuada con el medio empresarial en el que se desempeña, generando una relación propicia para el desarrollo mutuo en la actualidad como en el futuro.

- **Problemas ecológicos mundiales:** en las problemáticas ambientales que se evidencian actualmente en el mundo, las organizaciones tienen gran influencia; debido a la explotación de recursos naturales incontrolados, mala manipulación de residuos y prácticas indebidas en las zonas de impacto y operación de las mismas.

Por ello, las consecuencias del funcionamiento de las empresas generan un impacto local inicial, pero que trasciende en un impacto acumulado, que con el

pasar de los años se convierte en una problemática global que termina afectando a todos.

6.2.2 Impacto en el modelo de negocio. La Responsabilidad Social Empresarial es una serie de acontecimientos y acciones que generan un determinado impacto en el medio y por ende en las actividades empresariales, los cuales se muestran a continuación según la dimensión en la cual influye¹⁶.

:

6.2.2.1 La dimensión interna. Las dimensiones de la RSE abarcan muchos aspectos, por no decir que casi todos los que son realmente importantes para el funcionamiento de una organización, por ello se analiza el impacto que tiene cada uno sobre ella.

Empezando en el área de recurso humano, donde se selecciona el personal a contratar según el perfil de cada cargo a realizar dentro de los procesos para el logro de objetivos planteados.

Este proceso tiene relevancia significativa, puesto que es la encargada de seleccionar el personal que será el mayor potencial y recurso de la empresa como lo es el “humano”; el cual tiene el poder de llevar una empresa al éxito o a la quiebra; siendo el único recurso vivo e inteligente que le permitirá enfrentarse a los retos que exige para el mundo globalizado.

Para tener un efectivo recurso humano las empresas moldean y capacitan a sus trabajadores según su planteamiento de misión y visión, basada en los objetivos

¹⁶ MOYA MONTAÑEZ, Gloria Silvana; OLVERA GUTIÉRREZ, Sandra. La Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque de los grupos de interés. Guadalajara: Editorial Cenid, 2015. P. 45.

generales y específicos; donde se encuentran todos los procesos de que deben realizar para el cumplimiento de las metas y presupuesto. Asimismo, dejan claro los recursos físico que se pueden y deben utilizar según las funciones, relaciones empresariales para el logro de beneficios internos y externos con el fin de la ampliación y crecimiento del negocio.

Lo anterior va de la mano con la seguridad y salud en el trabajo, pues las condiciones de salud de las personas están determinadas en parte por los escenarios en los que se trabaja, donde éstas pueden generar riesgos que se materializan en los accidentes y enfermedades laborales¹⁷.

Estos eventos generan costos económicos y sociales para el trabajador, las empresas y el conjunto de la sociedad, aunque protegen a sus trabajadores con pólizas de seguros contra riesgos laborales, existen unos costos indirectos que deben asumir, los cuales pueden afectar su competitividad.

El conocer las condiciones de seguridad y salud en el trabajo se relaciona con el desempeño económico y social para las empresas. Partiendo de que las diferencias entre el estado de salud y la expectativa de vida de los habitantes de un país es consecuencia del entorno en el que nacen, viven, trabajan y envejecen.

La mayoría de lass empresas miden su rendimiento en términos de resultados; los cuales prueban que tan efectivas fueron sus actividades dentro de los procesos en cada una de las áreas y su cadena de suministros para el logro de los objetivos; teniendo como base los factores externos e internos del mercado que los pueden

¹⁷CLADEA [anónimo]. Seguridad y salud en el trabajo. En: CLADEA. (S.f). Disponible en: <<http://www.cladea.org/index.php?...seguridad-y-salud-en-el-trabajo...>> Archivo de PDF [citado en 30 de marzo de 2016]

afectar; así mismo y no menos importante los factores de impacto social y ambiental que pueden generar su operación en la región y fuera de ella.

Por ello no solo las empresas evalúan su rendimiento en términos económicos y de ganancias; sino también de su impacto con el medio social, el cual abarca los grupos; como lo son clientes y consumidores que tiene relación con los productos y servicios ofrecidos, brindando una contribución al Desarrollo Humano Sostenible tanto externos como locales, sirviendo un alto nivel de confianza para los empleados y su grupo familiar; mostrando condiciones físicas y sociales adecuadas para la realización del trabajo, generando una mejor productividad y desarrollo personal, en otros términos condiciones de seguridad y salud en el trabajo.

Estas condiciones se asocian de manera positiva en las organizaciones, ya que realizar inversiones para la gestión del riesgo, promueve la prevención de accidentes y enfermedades laborales, disminuyendo el ausentismo y por lo tanto reducción de los gastos de la empresa; generando mayores opciones de ganancias y buenos resultados.

Asimismo, la **Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales** siendo parte de la RSE repercute en el funcionamiento de las empresas, debido a que en la actualidad la sociedad necesita analizar la situación a la que se enfrenta con respecto a los recursos tanto renovables como no renovables y la forma en que las actividades de las empresas retumban sobre el medio ambiente¹⁸. Es claro que la humanidad se enfrenta a una crisis ecológica de gran magnitud, debido a un sinfín

¹⁸ MUTIS, Gustavo. Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto. En: El espectador [en línea]. (21 de junio, 2013). Disponible en: <<http://www.elespectador.com/publicaciones/especial/valor-compartido-una-estrategia-empresarial-de-alto-imp-articulo-428561>> [citado en 30 de marzo de 2016]

de actividades realizadas por el ser humano que ha provocado el deterioro gradual de la biodiversidad.

Los impactos ambientales generados por la industrialización y operación de las empresas son bastante amplios, como por ejemplo: la explotación de recursos naturales sin las debidas medidas de manipulación en el área de bosques, mares, ríos, explotación minera y petrolífera entre otras, generando impacto en la contaminación y ocupación de territorios para el desarrollo de actividades.

En consecuencia, esto ha llevado a generar que los recursos tanto físicos como intangibles se convierten solo en medio de explotación y crecimiento de la producción al servicio de la economía; mas no al impacto que esto puede generar en el medio.

Por todo esto, la RSE busca encontrar más conciencia social; para que los empresarios por medio de sus modelos de negocios busquen otras maneras de crecer e incrementar sus ventajas competitivas, por medio de modelos de negocios innovadores y potenciales dentro de los cuales puedan medir su nivel de impacto dentro y fuera de ella. No solo generando desarrollo en su dimensión económica sino también en la social y ambiental; creando valor compartido, donde no solo ellas sean las beneficiadas sino todo el entorno; identificando nuevas oportunidades con el fin de incrementar su competitividad.

Es relevante aclarar que cuando se menciona sobre implementar modelos de negocio innovadores, se está enfatizando que se deben generar cambios; es decir, dejar de hacer las costumbres diarias de la empresa, por ello la **adaptación al cambio** abarca todas las actividades dirigidas a ayudar a la organización para que

adopte exitosamente nuevas actitudes, nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer negocios¹⁹.

La administración efectiva del cambio, permite la transformación de la estrategia, los procesos, la tecnología y las personas, para reorientar la organización al logro de sus objetivos, maximizar su desempeño y asegurar el mejoramiento continuo en un ambiente de negocios siempre cambiante.

El cambio verdadero ocurre a través de las personas y para que se les considere como parte del proceso de cambio es necesario conocer sus valores, sus creencias y sus comportamientos. Las organizaciones y las personas que en ella están incluidas cambian continuamente, algunos ocurren por las oportunidades que surgen, mientras que otros son proyectados. El término desarrollo es aplicado cuando el cambio es intencional y proyectado.

Para que un proceso de cambio pueda implementarse con éxito y sostenerse en el tiempo, es fundamental tener en cuenta el factor humano, es decir los **trabajadores**²⁰, pues gracias a la identificación, las actitudes y comportamientos asumidos por ellos, se facilita el logro de los objetivos, además,

¹⁹ GESTIOPOLIS. El proceso de cambio organizacional, cómo gestionarlo. En: gestiopolis. [en línea] (25 de octubre, 2013). Disponible en: <<http://www.gestiopolis.com/el-proceso-de-cambio-organizacional-como-gestionarlo/>> [citado en 30 marzo de 2016]

²⁰ CHÁVEZ HERNÁNDEZ, Noé. Involucrar y comprometer al empleado: clave del éxito de una organización. En: De gerencia [en línea]. (07 de septiembre, 2008). Disponible en: <http://www.degerencia.com/articulo/involucrar_y_comprometer_al_empleado> [citado en 30 de marzo de 2016]

los esfuerzos por implementar cambios en los sistemas y procesos de trabajo se verán disminuidos.

Las empresas importantes en su ramo, han tenido éxito y han logrado el posicionamiento de sus marcas y productos en un mercado que día a día busca bienes y servicios que sean proporcionados al menor costo, mejor calidad, mayor atención y satisfacción de expectativas. Este tipo de organizaciones han logrado ser competitivas gracias al esfuerzo interno, el trabajo valioso que cada persona pone en sus correspondientes puestos.

Para alcanzar buenos resultados es indispensable guiar a los empleados considerando aspectos que los involucrará y comprometerá en los mismos; sin embargo, existe otro factor que influye también en gran medida en la organización y estos son los accionistas.

Es común pensar que al tener al **accionariado**²¹ lejos de la gestión, su influencia se limita a dos o tres consejos al año; donde dar buenos resultados, un buen dividendo y mantener una posición estable en el mercado es suficiente para estar tranquilos. Sin embargo, su influencia en el día a día es mucho mayor de lo que los propios accionistas piensan. Está claro que su canal de comunicación es el consejero delegado y a partir de ahí, con los filtros que corresponda el impacto en la organización se diluye; mucha de su cultura penetra y va transformando la organización poco a poco para bien o para mal.

En consecuencia, la naturaleza del accionista, la periodicidad de los consejos o comités que se realizan y los indicadores de gestión que se siguen, todo va

²¹ GÓMEZ, Jaime; RICARDO, René. Nuevo enfoque en la gestión del riesgo financiero. 2011. Tesis Doctoral. Universidad de El Salvador.

marcando en la organización directa o indirectamente influyendo en el rumbo de la compañía, sus decisiones y objetivos a cumplir.

6.2.2.2 La dimensión externa²². Para lograr todos los objetivos propuestos, las empresas no solo se circunscriben a su propio entorno, sino que también se integran a las **comunidades locales** en donde se encuentran, incluyendo además a los trabajadores; siendo conscientes de la importancia que tiene la comunidad a la cual sirven, desarrollan políticas de trabajo que de la mano de la industria, el gobierno y la sociedad, que generen condiciones de sustentabilidad económica, social y medioambiental.

La Responsabilidad Social de las empresas abarca también su integración en el entorno local, contribuyendo al desarrollo de las comunidades en que se insertan, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones e ingresos fiscales.

Por otro lado las empresas dependen de la salud, estabilidad, y prosperidad de las comunidades donde operan. Por ejemplo, las PYMES* encuentran a menudo la mayoría de sus clientes en la zona circundante. La reputación de una empresa en su lugar de ubicación y su imagen como empresario o productor local, influye sin duda en su competitividad.

El entorno ambiental es parte fundamental para el funcionamiento adecuado y desarrollo de las actividades empresariales, pues esto influye en la forma en que es percibida la empresa por los potenciales colaboradores, de igual manera el deterioro ambiental y la contaminación pueden ser derivados de la forma como se manejan

²² DE LA CUESTA GONZÁLEZ, Marta. La responsabilidad social corporativa o la responsabilidad social de la empresa. Jornadas de Economía Alternativa y solidaria, Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, 2005. P 202.

* Acrónimo que hace referencia a pequeña y mediana empresa.

las operaciones dentro y fuera de la organización. Algunos efectos negativos que producen las empresas en el entorno son el uso de los bienes no renovables.

Sin embargo, solo esto no influye en el rumbo de la empresa, sino también **la participación de Socios comerciales, proveedores y consumidores**²³. Las entidades deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción.

Los efectos de las medidas de Responsabilidad Social de la empresa no se limitarán a ésta, sino que afectarán también a sus socios económicos. En particular, como las que han subcontratado una parte de su producción o servicios asumiendo una responsabilidad suplementaria, por lo que respecta a dichos proveedores y a su personal, teniendo en cuenta que el bienestar económico depende mayoritariamente o totalmente de una única gran empresa.

Otro factor a tener en cuenta, es el respeto por los **Derechos humanos**²⁴, puesto que en la actualidad cada vez hay más empresas manifiestan su compromiso al

²³ FERNÁNDEZ GARCÍA, Ricardo. Dimensiones de la Responsabilidad social empresarial sus actores y el papel de las políticas públicas. En: Diario responsable. [en línea]. (06 de julio, 2010). Disponible en: <<http://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>> [citado 30 de marzo de 2016]

²⁴ ISEA SILVA, Ricardo. LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS: Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. En: IESE. [en línea] No.12. (septiembre de 2011). Disponible en: <http://www.iese.edu/es/files/cuaderno12_final_tcm5-71129.pdf> [citado en 30 de marzo de 2016]

respecto en sus códigos de conducta, pues están convencidas de que la repercusión de sus actividades sobrepasa el ámbito de los derechos laborales. Partiendo de que estos son los derechos y libertades fundamentales que posee todo individuo en virtud de su humanidad, independientemente de su lugar de nacimiento, sexo, cultura, raza, religión, origen étnico, idioma, o cualquier otra condición.

“Anteriormente, regía la percepción de que proteger los derechos humanos era un terreno que pertenecía exclusivamente a los Estados, y que las empresas debían limitarse únicamente a respetar las legislaciones nacionales de los países en que operaban. Sin embargo, ante la dramática expansión de las cadenas globales de suministro y el consecuente incremento del papel de las corporaciones transnacionales en la actividad económica mundial, la idea de crear mecanismos institucionales para hacer rendir cuentas a las empresas por sus impactos en los derechos humanos ha ido tomando cada vez más fuerza (Ruggie, 2007)”²⁵.

En la actualidad las empresas reconocen que respetar los derechos humanos debe ser una parte esencial de su Responsabilidad Social, no solo porque es la manera correcta de proceder desde un punto de vista ético, sino porque protegerlos revierte positivamente en los negocios y en la sociedad.

Los empresarios tienen claro que preservar los derechos humanos mejora la reputación, la capacidad para atraer y retener buenos empleados, clientes y usuarios, la motivación y la productividad de los trabajadores, la percepción de los inversores sobre la empresa, las relaciones con los grupos de interés y la ventaja competitiva.

²⁵ *Ibíd.* p. 98.

Asimismo, de la mano de los Derechos Humanos también es importante ver y reconocer los **problemas ecológicos mundiales** generados, debido al efecto de la relación de los países y los muchos problemas medioambientales relacionados con las empresas por su consumo de recursos, son también actores en el medio ambiente mundial. La inversión y las actividades sobre el terreno de las empresas en terceros países pueden tener efectos directos sobre su desarrollo económico y social.

Por lo anterior este impacto también recae directamente en las empresas, en el desarrollo y crecimiento; puesto que las consecuencias de los problemas ecológicos pueden definir la sostenibilidad y el rumbo de la organización, partiendo desde la disponibilidad de las materias primas, hasta los recursos de transformación y elaboración de sus productos y servicios.

De igual manera, con el fin de reforzar el tema se incluye la publicación realizada por la revista DIRCOM que le dedica toda una edición a la RSE, siendo esta una publicación Iberoamericana de edición trimestral (desde Junio de 2014) en formato Digital. DIRCOM se dedica a brindar contenidos y herramientas para la gestión de la Comunicación Corporativa y los Recursos Humanos.

Según la revista DIRCOM en su publicación Número 92 dedicada a la Responsabilidad Social Empresarial, indica que está presente desde mediados del siglo pasado y que ha tenido un recorrido bastante largo, pero con gran perfeccionamiento, el cual hoy la coloca en un lugar mucho más seguro y claro; así mismo, muestra la RSE como un medio de comunicación muy importante.

Adicionalmente, resalta la variedad de aplicaciones que tiene la RSE, como se involucra sesgadamente en las empresas u organizaciones, tales como: la comunidad interna o local, en la relación con los Stakeholders, acciones sociales

locales, regionales y hasta las nacionales. Específicamente, los diferentes sectores del mercado en Colombia (Agroindustria, infraestructura, Manufactura, Servicios, Turismo, textil, entre otros), donde se reúne una considerable cantidad de competidores que se convierten en una fuerza para realizar acciones positivas, responsables en sus labores y en el ámbito académico como periodismo y marketing en las empresas.

Es importante resaltar que: “Cuando en principio parecía que sólo correspondía al mundo empresarial y, sobre todo, en lo relacionado con el medioambiente, las organizaciones comenzaron a entender que se debe ejercer la RSE en los derechos humanos, la relación con la comunidad, el respeto por los vecinos, la protección de las nuevas generaciones, la aplicación de tecnología de avanzada, entre otros.”²⁶.

Lo anterior, refleja el cambio que tuvo la RSE en las miradas del medio, permitiendo ver sus efectos en diferentes espacios y con fines bastante interesantes, que dispersan la mala visión que se tenía de ser solo generosidad y acciones de beneficencia, para permitir mostrarse con la verdadera utilidad y función, la cual definen como:

“Una forma de gestión definida por la ética y transparencia de las organizaciones, con todos los públicos con los cuales se relacionan y por el establecimiento de metas compatibles, con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las futuras

²⁶ RODRÍGUEZ, Carlos José. Responsabilidad social en el ámbito interno empresarial: especial referencia a las iniciativas en materia de conciliación y de igualdad de oportunidades. En: Facultad de ciencias del trabajo campus de Palencia [en línea] (2013). Disponible en: < <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/4177/1/TFG-L200.pdf> > [citado en 30 de marzo de 2016]

generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales 1”²⁷.

A partir de la anterior definición, es importante darle una directriz precisa, para que la RSE no quede solo como una herramienta de comunicación de las instituciones y empresas, sino también como una acción más, que contribuya a la reputación de las mismas, como un elemento dentro de las acciones a tomar o una estrategia bien aplicada, para que con esto se genere un efecto positivo, concibiendo un mecanismo diferenciador en la presencia o identidad de la empresa, forjando un valor agregado valioso, ya que se convertirá en una opción más cautivante para los consumidores que cada día buscan de una manera más exigente cubrir sus necesidades.

Asimismo, el artículo de DIRCOM invita a que se llegue la hora de cambiar el pensamiento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), a evolucionar y pensar en manejarlo como Empresas Socialmente Responsables (ESR), dejando a un lado las malas definiciones que actualmente se les ha dado tales como: filantropía, marketing social corporativo, sostenibilidad, acción social, gobierno corporativo, entre otros.

El artículo enfatiza que esta es una de las razones por las cuales las empresas ven difícil la aplicabilidad de la RSE, debido al desconocimiento que tiene esta estrategia empresarial y la mala interpretación del concepto, la visión de la RSC como táctica y no como estrategia, la idea de “lavado de cara” que pretende usar esta acción corporativa únicamente como camino para el beneficio de la imagen de marca y reputación; sino una verdadera estrategia empresarial, la cual se maneja en todos los ámbitos (legislación, normas y procedimientos, medioambiente, gestión

²⁷ *Ibíd.* P. 92.

empresarial, recursos humanos, entre otros) con una visión de responsabilidad mucho más fuerte.

6.2.3 Las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial en Bucaramanga. En este ítem se logra identificar de una manera más clara que el no aplicar correctamente la RSE se debe al desconocimiento de la misma y la diversificación de su concepto, lo cual depende de la información brindada por los entes del gobierno que la regulan. En la actualidad se evidencia que este tema está tomando una mayor visión para las personas, debido a que se está mostrando con más fuerza su conocimiento; gracias a los medios de comunicación, publicitarios, noticiosos y eventos vinculados al tema en la región.

En el seminario se tomó como referencia de RSE en Bucaramanga, el evento denominado: “**Encuentro Santander Responsable y Sostenible**” el cual se viene realizando desde el 2013. EL evento reúne empresarios, conferencistas y expositores de todo el mundo; es organizado por el programa de la Gobernación **Santander Responsable y sostenible**, con el apoyo de Cenfer, Cámara de Comercio de Bucaramanga, entre otros.

Este evento ha convocado para su presencia a 15.000 empresarios en total, se presenta como un espacio de intercambio de conocimiento y experiencias, acerca de la Responsabilidad Social Empresarial nacional e internacional; que tiene como propósito mejorar el posicionamiento de la región tanto en el ámbito nacional como internacional.

En 2013, el 1° Encuentro fue declarado exitoso, por lo tanto, se puede deducir que la acogida que está teniendo la RSE en Bucaramanga es significativa y se espera que los resultados de su aplicabilidad y buena práctica se vean reflejados rápidamente en las empresas santandereanas.

Asimismo, este programa hace parte de los encuentros anuales de empresarios, al igual que Santander Responsable y Sostenible, forman parte de la mesa de alianzas público privadas de la Red Sostenible de Santander. El objetivo general es la formación de un grupo de trabajo de líderes empresariales de la región, a través del cual se generen acciones para promover la Responsabilidad Social Empresarial en Santander.

Fuera de poder participar en estos programas, los empresarios pueden vincularse a la Red Sostenible de Santander, en la cual obtienen beneficios tales como:

- Participar de sus espacios de formación y promoción de acciones de RSE.
- Contribución con micro, pequeños y medianos empresarios patrocinando su oportunidad de asistir a los encuentros.
- Contribuir con el crecimiento y desarrollo de Santander.
- Dar una mayor visibilidad y proyección a su empresa
- Promoción de su marca en medios.

Con todo esto se puede evidenciar que actualmente las herramientas para conocer la RSE y sus dimensiones están más a la mano de los empresarios de Bucaramanga; por lo tanto, se espera que cada día crezca más la acogida de esta en todas las actividades de las empresas, al incluirla dentro de sus políticas. Sin embargo, se espera que sea incluida no como requisito sino como una verdadera herramienta competitiva, reconociendo las ventajas que trae su buena aplicación e implementación en todos sus enfoques, en los cuales se resaltarán sus resultados económicos y también ser empresas socialmente responsables con su capital humano y el medio ambiente que lo rodea.

Adicional a este evento, la Corporación Red Santander Responsable y Sostenible está trabajando en un programa enfocado a: **“La creación de marcas propias, un camino para el posicionamiento de los productos santandereanos”**; sabiendo que las marcas son sinónimo de madurez en las empresas, pues ellas impiden que

buenos productos queden en el anonimato o desconocidas para el público comerciante, además estas generan la posibilidad de recompra.

Según el reporte emitido por la página de Fundación Estructurar y la Red Santander Responsable y Sostenible dice que:

En el mundo según el último informe de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, OMPI, se registraron en el 2012 aproximadamente 2,6 millones de marcas, con una alta concentración en China, Estados Unidos y Alemania. Colombia en este escalafón alcanzó el puesto 27 entre 93 países y el cuarto lugar en América Latina, según los datos reportados hasta la fecha.

De acuerdo con la información de la Superintendencia de Industria y Comercio, en el país durante el 2013 se concedieron 11.092 marcas, de las cuales 353 obedecieron a registros otorgados a Santander, volumen que lo ubicó en el 4 lugar en Colombia, pero que en términos per cápita lo situó en el quinto puesto. La actividad con mayor registro de marcas fue la de servicios con énfasis en publicidad.

Adicionalmente, el departamento tiene una posición dominante a escala nacional en productos del tabaco. También se aprecia que en el sector de alimentos se crearon 73 marcas, con preferencia en bienes cárnicos, café, cacao, azúcar y arroz. En cuanto a productos químicos sobresalieron los farmacéuticos, y en los textiles algunas marcas relacionadas con vestuario.

Los resultados muestran un avance importante en número total de marcas concedidas en el departamento en el 2013, lo cual es buena señal de cara al posicionamiento de productos santandereanos en el mercado nacional²⁸.

²⁸ CÁCERES TRISTANCHO, Horacio. Factor Innovación y Desarrollo: MARCAS CONCEDIDAS EN COLOMBIA 2013. En: Cámara de comercio de Bucaramanga [en línea] No. 19. (noviembre de 2014). Disponible en:

Este informe muestra que el comercio tiene una tendencia de crecimiento en cuanto a nuevos productos, los cuales en gran medida están ubicados en el sector agrícola. Por lo tanto, en contacto directo con el medio ambiente y la población campesina. Una correcta aplicación de la RSE puede generar cambios muy favorables para toda Bucaramanga, logrando ganancias económicas, sociales y ambientales.

Es relevante conocer todas estas actividades debido a que la RSE impacta todas las áreas de la empresa y sus dimensiones van desde sus índices económicos hasta los sociales y ambientales. Cada día los individuos juegan un rol dentro de la RSE, ya sea fuera o dentro de las organizaciones; por lo tanto este tema es de interés para las personas en general.

Como el tema no es ajeno a ninguna persona u organización, la ciudad también ha empezado su proceso de reconocimiento a las empresas que por medio de la aplicación de la RSE se han destacado; realizando eventos de premiación a dichas organizaciones.

Como por ejemplo en el 2014, durante el Congreso Nacional de Andesco se realizó la Celebración del Premio Nacional a la Responsabilidad Social Empresarial en sede administrativa del Acueducto, el cual otorgó al **Acueducto Metropolitano de Bucaramanga** el premio a la Responsabilidad Social Empresarial.

Esta premiación es otra evidencia de que la Responsabilidad social hace parte del contexto general de algunas empresas en Bucaramanga, y se reflejan en el entorno directamente, con la parte ambiental y social. Esto indica que la ciudad ha tenido pasos significativos con el tema, esperando que dichos resultados sean evidencia y

<http://www.compitem360.com/temas/documentos%20pdf/competitividad/2014/marcas_2013.pdf> [citado en 30 de marzo de 2016]

motivación para otras empresas, mostrando que vale la pena aplicarla y los beneficios son tanto cuantitativos como cualitativos.

Estos eventos y programas mencionados muestran la ciudad de una manera positiva y con un nivel de desarrollo destacable, lo cual se ve reflejado en las inversiones que se realizan en pro de mejoras; como la proyectada por Findeter en 2015, la cual comprometió nuevos recursos de inversión por más de \$ 250 mil millones de pesos para proyectos de desarrollo en agua potable, salud y educación en la ciudad según el *BOLETÍN DE PRENSA # 1744 del Domingo 08 de febrero de 2015*, el cual decía:

La inversión en Bucaramanga crece cada vez que el Presidente de la Financiera de Desarrollo Territorial, Findeter, Luis Fernando Arboleda González, visita a la capital santandereana. Y con ella también crece la confianza en la ciudad y su dirigencia²⁹.

La inversión se dio a conocer en una visita del programa “**Ciudades Sostenibles y Competitivas**”, que efectuó recorridos a varias obras de la ciudad en compañía del Alcalde Social, incluyendo cubrimientos a programas de salud, educación, transporte público, el Viaducto La Novena y un análisis a la problemática del transporte público en Bucaramanga. Se reconoció que dicha inversión, aporta ganancias ambientales y sociales para la ciudad; asimismo, espacios más adecuados para la inversión y progreso de las empresas, generando mayor desarrollo y crecimiento para Bucaramanga.

²⁹ IBARRA, Carlos Néstor; MORALES JEREZ. Prensa y Comunicaciones: Boletín No. 1727 290115. En: Alcaldía de Bucaramanga. [en línea] (29 de enero, 2015). Disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/prensa/boletines/Boletin_web/2015/01/290115-1727.html> [citado en fecha 30 de marzo de 2016]

6.3 PRINCIPALES DIFICULTADES QUE MANIFIESTAN LOS EMPRESARIOS PARA APLICAR LA RSE

Retomando el concepto general de Responsabilidad Social Empresarial, como el compromiso social que tienen las empresas con el medio que las rodea; conociendo y aplicando las buenas prácticas que impacten positivamente la sociedad, previniendo el daño que ocasionan por su funcionamiento y modelo de negocio.

Sin embargo, los empresarios de la ciudad manifiestan tener dificultades para aplicar la RSE. Esta situación trae consigo consecuencias graves a nivel social, cultural y medioambiental por lo tanto en el seminario se formularon las siguientes preguntas:

- ¿Por qué se le dificulta a las empresas aplicar la Responsabilidad Social adecuadamente?
- ¿De qué manera se pueden identificar las dificultades u obstáculos para implementar RSE?

Para dar respuesta a las anteriores preguntas es relevante tener en cuenta que el objetivo de la RSE es desarrollar una metodología específica para su implantación en las empresas, llevándola a cabo para comprobar su utilidad y adecuación; observando de qué manera interactúa está en los grupos de interés y la importancia que tiene ante los individuos pertenecientes en ellos.

6.3.1 Dificultades para aplicar la RSE³⁰. La perspectiva de implantar la RSE en la empresa, o el hecho de dar los primeros pasos para poder alcanzar los beneficios de su aplicación, es el papel de esta en una sociedad más sostenible y consciente, donde es necesario avanzar en una dirección clara para que las organizaciones se conviertan en protagonistas de una nueva relación con el entorno.

En este contexto, la profundización en el desarrollo de estrategias de acción como la RSE (Responsabilidad Social Empresarial), se configura como un pilar necesario en la cultura ambiental y nuevas formas de gestión, para que impregnen toda la estructura de la empresa y alcancen al conjunto de los trabajadores.

A nivel conceptual, los términos RSE y Desarrollo Sostenible confluyen en torno a sus tres dimensiones de actuación:

- Dimensión Económica
- Dimensión Ambiental
- Dimensión Social

En la práctica del RSE en las organizaciones, implica que para sobrevivir una empresa en el entorno actual, se debe resultar económicamente viable, ser medioambientalmente sostenible y ser socialmente responsable esto se conoce como triple cuenta de resultados.

Cabe resaltar otras cuestiones, como el hecho de que la RSE se asocia a temas como: la responsabilidad con los trabajadores y clientes, medio ambiente y a los

³⁰ MURGIA BERGARA, Iñaki. Sociedad de Promoción de la Economía Social (SOPRECS): Introducción a la RSE, Jornada de Responsabilidad Social Empresarial para el sector de la consultoría navarra, Pamplona, 15 de mayo de 2008.

valores éticos; sin percibirse que pueda existir una relación directa con la mejora de los resultados económicos. Este es uno de los motivos que puede contribuir a que el enfoque de la RSE no se encuentre hasta la fecha entre las prioridades de algunas empresas.

A pesar de que se reconocen las ventajas de aplicar RSE como : mejor reputación; mejor clima laboral; contribución al desarrollo sostenible; se detectan barreras como la falta de formación y conocimiento del tema: la insuficiente demanda; y reconocimiento por parte de la sociedad o las dificultades existentes para involucrar a los trabajadores; por eso en materia de RSE en las empresas el encontrar las necesidades, dificultades e identificar los obstáculos da pie a implantar una política de gestión específica.

Al indagar por aquellas prácticas de RSE al interior de una organización se identifica que los colaboradores las relacionan con aspectos enfocados al bienestar, como lo son la recreación, el turismo, la cultura y el deporte brindado a los empleados, los asociados y las familias de cada uno de ellos. Además con los beneficios adicionales tales como: auxilios educativos, créditos con una tasa de interés mucho más baja para el empleado, crédito de vivienda, entre otros.

Para que la implantación de la RSE en las empresas reciba un impulso verdaderamente relevante, resulta imprescindible que se otorgue un mayor reconocimiento a las medidas que adoptan y la divulgación de las mismas, de modo que se ponga en valor el esfuerzo realizado y sirva además de ejemplo al resto de empresas, identificando los efectos positivos de su implementación.

Para conseguir esto se precisa en cualquier caso, una labor de sensibilización en el conjunto de la sociedad, y que sean los grupos de interés (particularmente los clientes); los que demanden en mayor disposición a las empresas la implantación

de RSE, sin descuidar las medidas de sensibilización que deben ir dirigidas a los directivos y trabajadores.

Entre las dificultades que con más frecuencia se señalan, se destaca fundamentalmente la falta de información. Este déficit de conocimientos y asesoramiento sobre cómo establecer y aplicar criterios de RSE, afecta tanto a la dimensión económica como a la dimensión social y ambiental.

La falta de planificación estratégica es otra de las dificultades que las empresas encuentran, y que aunque se plantea desde la dimensión económica, concierne realmente a las tres, en tanto que afecta a la propia gestión de la organización. Esta tiene una particular relevancia puesto que es precisamente la planificación estratégica la que puede lograr que la RSE funcione de manera efectiva en la empresa.

Entre las dificultades de aplicar la RSE en las empresas en relación con la dimensión económica, se menciona frecuentemente que por la propia naturaleza de la empresa, resulta más complicado avanzar en ciertos aspectos relacionados con el buen gobierno.

Otros de los obstáculos señalados, son la dificultad de realizar inversiones, en particular por la actual situación de crisis y la falta de tiempo; además se suman los problemas que las pequeñas empresas encuentran para entablar negociaciones con proveedores y entidades financieras, que las obligan en muchos casos a aceptar condiciones no ventajosas.

En cuanto a las dificultades para aplicar la RSE relacionadas con la dimensión ambiental, se considera que la legislación es muy estricta y se modifica constantemente; la falta de recursos económicos y humanos supone otro obstáculo, al que se une el elevado coste económico que suponen las mejoras ambientales.

Por último, las dificultades para aplicar la RSE relacionadas con la dimensión social, el tipo de actividad también es un motivo por el cual se explica la escasa o nula contratación de personas de colectivos desfavorecidos, y el reducido tamaño de la empresa también dificulta la flexibilidad y conciliación. Así como, la gestión de la seguridad y salud en el trabajo. El coste económico es considerado igualmente como un importante obstáculo por buena parte de las empresas.

6.3.2 Dificultades por dimensiones. A continuación se profundiza en las dificultades de aplicar la RSE en sus diferentes dimensiones económica, ambiental y social.

6.3.2.1 Dimensión económica. Por lo general en las empresas la falta de información y asesoramiento sobre cómo establecer criterios de RSE es la que más dificulta la progresión en ciertos aspectos como la coyuntura económica actual de crisis que impide inversiones por falta de liquidez, créditos, tesorería, dependencia de pagos de clientes.

El pequeño tamaño de la empresa también influye porque impide la negociación con proveedores y entidades financieras por imponer condiciones no ventajosas; esto hace referencia a la competencia desleal y falta de transparencia; la falta de tiempo, el exceso de burocracia y escaso apoyo de la administración también son influyentes en la implementación del RSE.

Por último, la falta de planificación estratégica y dificultad para su evaluación, hacen que las empresas tengan un bajo nivel de concienciación primando lo económico; falta cambio de mentalidad entre los grupos de interés incluido los clientes, falta de exigencia de la clientela final y la falta de implicación y conocimiento de la RSE por parte de los Grupos de Interés.

6.3.2.2 Dimensión ambiental. En la dimensión ambiental, la cual posee una legislación que es muy estricta y se modifica constantemente; se percibe la falta de información, desconocimiento de los requisitos legales, formación y asesoramiento de dichas leyes; sumándose al coste económico asociado a la certificación para mejoras ambientales.

Adicionalmente, influye la falta de sensibilización ambiental, las exigencias hechas por la empresa o grupos de interés, lo que genera la dificultad para exigir a los proveedores los requisitos ambientales, y por ende el escaso poder de negociación con los mismos.

6.3.2.2 Dimensión social. En esta dimensión las dificultades incluyen la falta de información y desconocimiento sobre cómo aplicar modelos concretos; el coste económico y la excesiva burocracia en PRL (Prevención de Riesgos Laborales), poca adaptación a características concretas de la empresa por lo cual no se conocen indicadores.

En esta dimensión el tamaño de la empresa también dificulta la flexibilidad y conciliación; junto con la falta de concienciación, implicación en directivos y/o trabajadores para apoyar la parte social lo cual según el tipo de actividad de la empresa dificulta la contratación de mujeres y personas en situación de discapacidad. De igual manera, la falta de Plan Estratégico en las empresas se da a conocer que no existen estipulaciones sobre política de conciliación, política de igualdad y política de fidelización de clientes.

Otra dificultad que se evidencia en esta dimensión es que la situación actual de la empresa dificulta un proceso de cambio a corto plazo para la respectiva adaptación en la organización; a lo cual se puede sumar la falta de proveedores locales y la dificultad de contactos.

6.3.3 Cómo afectan a los grupos de interés. Como se puede apreciar, las dificultades descritas, afectan a los diversos grupos de interés, de la siguiente manera:

6.3.3.1 En los directivos. En la parte directiva de las empresas se puede decir que la falta de profesionalización de gerencia da como consecuencia la ausencia de planificación estratégica y gestión para poder aplicar la RSE. Por ende el desconocimiento de lo que es la inversión socialmente responsable por parte de las organizaciones y administraciones; teniendo en cuenta que hay claramente una falta de visión de la rentabilidad. Por otro lado las empresas o sus directivos no aplican RSE por ser una inversión social que se recupera sólo a largo plazo en la parte de los costos económicos y no es tangible en el corto plazo.

6.3.3.2 En los trabajadores. En las empresas la falta de implicación, sensibilización y participación de los trabajadores hace que la RSE no sea tenida en cuenta; y se cree que conlleva a una reorganización interna, costes y tiempo.

6.3.3.3 En la administración. En las empresas la falta de amparo de la Administración Pública dificulta la adquisición de RSE por parte de las organizaciones.

6.3.3.4 En la sociedad. En la sociedad no hay igualdad de condiciones económicas por eso es difícil valorar con criterios de RSE. Además, la falta de concienciación y visión de la rentabilidad por parte de los directivos en las empresas no permite que la RSE impacte realmente en la sociedad.

6.3.3.5 Otras consideraciones. En las organizaciones se considera que la falta de recursos; tanto económicos, de tiempo y personal son las principales dificultades; complementado con el desconocimiento de RSE y de los requisitos o normas que

son exigentes para dicho cumplimiento, viéndose afectadas por ser las empresas de pequeño tamaño y depende de su perfil.

6.4 BENEFICIOS ECONÓMICOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE

Con el propósito de determinar los beneficios económicos de implementar la RSE, en el seminario se plantearon los siguientes cuestionamientos:

- ¿Cómo se benefician las organizaciones cuando aplican Responsabilidad Social al tema del medio ambiente?
- ¿Qué beneficios o ventajas obtiene una organización, cuando aplica la RSE a los derechos humanos, lugar de trabajo, mercado y comunidad?
- ¿Existen en Bucaramanga empresas que aplican la RSE y se están beneficiando?
- ¿Hay beneficios tangibles?
- ¿Hay beneficios intangibles?
- ¿Cuáles fueron las estrategias que han utilizado las empresas para obtener beneficios?

Se parte del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, el cual corresponde a una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad, están asociados con las mejoras en la calidad de vida de las personas.

De igual manera, la **RSE** asume que el fin general de la economía es proporcionar bienestar a la sociedad y que dichas demandas sociales se expresan insuficientemente en las normas legales, lo que implicaría un compromiso más profundo y exigente de los actores económicos con el resto de la sociedad.

Por otro lado, según las declaraciones de la coordinadora de Fenalco Solidario, Diana Blanco, en Bucaramanga ha empezado a surgir gremios interesados en recibir información y capacitación sobre este concepto, agrega que no todas aplican la **RSE** y menciona que algunas solo realizan buenas prácticas en **RSE**, debido a que algunos empresarios no conocen muy bien el tema.

Un pensamiento similar comparte la gerente de la **RSE** en la compañía **MANPOWER**: “No obstante (la RSE), ésta puede ser una herramienta útil para las grandes empresas, así como para las mí pymes”. Según Clara Jaramillo Múnera, gerente de Responsabilidad Social de Manpower, los beneficios de la RSE son variados:³¹

Otro de los beneficios es que los colaboradores de una compañía se ven identificados cuando ésta se interesa por el bienestar y desarrollo de su equipo de trabajo, manteniendo un ambiente laboral adecuado y propicio para el progreso tanto de la organización como de sus miembros, lo cual repercute en una buena imagen corporativa.

La RSE, además del manejo de las relaciones humanas también genera una serie de beneficios económicos:

“Cuando uno vincula personas en situación de discapacidad hay deducciones tributarias, hay una reducción en la cuota de aprendices Sena. Además, la empresa

³¹ CÉLEDON, Nohora. La Responsabilidad Social Empresarial no es sólo para grandes empresas. En: Vanguardia Liberal [en línea] (06 de enero, 2011). Disponible en: <<http://www.vanguardia.com/economia/local/91451-la-responsabilidad-social-empresarial-no-es-solo-para-grandes-empresas>> [citado en 04 de abril de 2016]

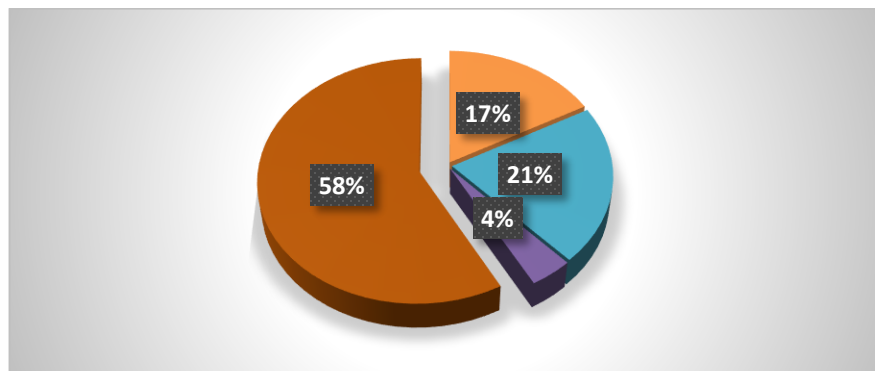
tiene preferencia en licitaciones públicas y obtiene preferencias en créditos públicos” agregó la Jaramillo.³²”

“Actualmente las empresas de Bucaramanga se encuentran en un proceso de internacionalización y el que cuenten con estrategias de RSE es una ventaja, ya que para ingresar a mercados internacionales realizan auditorias y lo primero que preguntan es si tienen programas de RSE.³³”

Debido a lo anterior, la universidad Santo Tomas de Bucaramanga realizó un estudio para ver el conocimiento que tienen los empresarios frente al tema, siendo estos los resultados arrojados por el estudio (ver Figura 1):

- El 17% conoce del tema
- El 21% más bien poco o no conoce nada
- El 4% no recuerda que es
- El 58% de los empresarios conocen medianamente del tema

Figura 1 Conocimiento de la RSE por parte de los empresarios



³² Ibid.

³³ Ibid.

Fuente: UNIVERSIDAD SANTO TÓMAS BUCARAMANGA. Observatorio económico de Santander, Responsabilidad Social Empresarial, y su desarrollo en las grandes empresas de Santander Productividad y Competitividad No. 4.

Entrando en contexto identificaremos los beneficios que obtienen las organizaciones al aplicar la RSE.

El primer beneficio es cuando una organización cuida el medio ambiente y tiene buenas prácticas en cuanto al cuidado en el consumo de energía y agua, la cantidad de desperdicios sólidos producidos, las emisiones de CO₂, radiación, uso de material reciclable e impacto ambiental sobre la cadena de producción, genera ventajas competitivas.

Adicional a esto las empresas que en su afán de cuidar el medio ambiente y beneficiar los ecosistemas naturales reciben exenciones tributarias basadas en el artículo 31 del capítulo 10 del estatuto tributario el cual dice:

“ARTÍCULO 31. INCENTIVO FORESTAL. Los contribuyentes del impuesto sobre la renta obligados a presentar declaración de renta dentro del país, que establezcan nuevos cultivos forestales tienen derecho a descontar del monto del impuesto sobre la renta hasta el treinta por ciento (30%) de la inversión certificada por las Corporaciones Autónomas Regionales o la Autoridad Ambiental competente, siempre que no exceda del veinte por ciento (20%) del impuesto básico de renta determinada por el respectivo año o período gravable”³⁴.

³⁴ SENADO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1739 de 2014: Estatuto Tributario de Colombia, Capítulo X: Artículo 258. En: Secretaría del senado. [en línea] (15 de noviembre, 2015). Disponible en: <http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_tributario_pr011.html#248> [citado en 04 de abril de 2016]

Estas consideraciones, como prácticas integrales, van más allá de las regulaciones gubernamentales. Globalmente, las empresas están considerando los beneficios que conlleva el ser ecológicamente responsable, debido a que no es sólo un compromiso con las futuras generaciones sino que a su vez genera un valor intrínseco y una ventaja competitiva para las organizaciones.

De acuerdo a información adquirida por la organización Business for Social Responsibility, de todos los temas relacionados con RSE, las iniciativas ambientales han producido la mayor cantidad de información medible vinculando a empresas pro-activas con resultados financieros positivos. Sin importar el tamaño, sector o ubicación geográfica, la creatividad de las empresas en el desarrollo de prácticas eco-eficientes y de conservación, ha demostrado que la protección del medio ambiente es beneficiosa para todos.

Cuando una organización implementa la RSE al cuidado del medio ambiente, recibe beneficios que otorga el gobierno nacional; plasmado en el estatuto tributario colombiano. Un ejemplo tangible, es el caso de la empresa nacional Bavaria, quien, con su planta de aguas residuales, está aportando a la conservación del agua y de acuerdo a la legislación Colombiana, esta compañía ha estado exenta de pagar IVA por los equipos comprados para realizar este proceso dentro de sus instalaciones.

Lo anterior se basa en el estatuto tributario en el “ARTÍCULO 258-2. DESCUENTO POR IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS PAGADO EN LA ADQUISICIÓN E IMPORTACIÓN DE MAQUINARIA PESADA PARA INDUSTRIAS BÁSICAS. El impuesto sobre las ventas que se cause en la adquisición o en la importación de

maquinaria pesada para industrias básicas, deberá liquidarse y pagarse de conformidad con lo dispuesto en el artículo 429 del Estatuto Tributario.”³⁵

Otro caso es el de comercial Nutresa, empresa perteneciente al grupo Nutresa, que dentro de su sistema de gestión ambiental, ha incorporado el manejo adecuado de residuos sólidos y empaques, que son generados por las averías y las devoluciones en mal estado que realizan los clientes, esto le ha permitido certificarse en gestión ambiental con la norma ISO 14.001.

Lo cual le ha generado a esta compañía ser una de las más atractivas para invertir en cada uno de sus negocios y ha otorgado muy buenos dividendos a sus accionistas en el mercado de los alimentos a nivel nacional.

Según la fundación Nutresa dirigida por Claudia Rivera Marín, Comercial Nutresa, también trabaja arduamente en conservar y seguir aplicando la RSE, no solo al medio ambiente, también posee diferentes programas enfocados a los consumidores y clientes, proveedores, comunidad, accionistas y colaboradores.

En Colombia la legislación premia aquellos empresarios que les dan la oportunidad a en situación de discapacidad de laborar dentro de sus organizaciones.

A continuación abordaremos algunos beneficios y ventajas que tienen las organizaciones cuando aplican RSE desde el enfoque de Derechos Humanos, lugar de trabajo y en la comunidad.

6.4.1 Beneficios económicos obtenidos al aplicar la RSE a los derechos humanos. “El artículo 31 de la Ley 361 de 1997 señala que los empleadores obligados a presentar declaración de impuesto de renta y que ocupen trabajadores

³⁵ Ibíd.

en condición de discapacidad tienen derecho a deducir de la renta el 200% del salario y prestaciones sociales pagado durante el periodo gravable mientras la condición de discapacidad subsista. Adicionalmente, la Ley 1429 de 2010, reglamentada por el Decreto 4910 de 2011, estableció algunos beneficios tributarios para las empresas que contraten personas en condición de discapacidad.”³⁶

Este beneficio consiste en la opción de tomar como descuento tributario, para efectos de la determinación del impuesto sobre la renta, los aportes a las cajas de compensación familiar, ICBF y Sena, así como el aporte en salud a la subcuenta de solidaridad del Fosyga y el aporte al Fondo de Garantía de Pensión Mínima a cargo del empleador.

Ventajas

- Protección de los activos de la empresa: recursos humanos, propiedad, marca y reputación.
- Promoción de los estándares laborales para la realización de negocios transparentes y justos.
- Evitar las sanciones comerciales, campañas negativas y boicots.
- Aumento en la productividad, rendimiento y retención del personal.
- Mejoramiento de bienestar en la comunidad donde opera.
- Protección y fortalecimiento de imagen, reputación y marca.
- Atracción y retención de nuevos consumidores.
- Fortalecimiento de la lealtad del consumidor hacia la marca del producto o servicio.
- Brinda una ventaja competitiva por su posicionamiento confiable y honesto

³⁶ SENADO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 361 de 1997 y Decreto 4910 de 2011: Estatuto Tributario de Colombia, Capítulo IV: Artículo 31. En: Secretaria del senado. [en línea] (15 de noviembre, 2015). Disponible en: <www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_tributario_pr011.html#249> [citado en 04 de abril de 2016]

6.4.2 La RSE en el lugar de trabajo. La Responsabilidad Social en el lugar de trabajo corresponde a métodos y políticas que se han establecido por la empresa, que impactan positivamente en la vida profesional y personal del empleado.

En particular, se indagó en la página web del grupo Nutresa y con el apoyo de fundación Nutresa se menciona a Comercial Nutresa, como una organización que desde 2011 está implementando un programa denominado empresa familiarmente responsable, que consiste en brindar al colaborador y a su grupo familiar calidad de empleo, salud y bienestar, convenios empresariales, apoyo a la familia, desarrollo personal y profesional, compensación, beneficios, horas laborables flexibles, balance entre vida y trabajo.

El Corporate Social Responsibility Newswire indica el sentir de los empleados con respecto a sus trabajos, el cual va mucho más allá de un oficio; aclarando que es imposible divorciar un empleo de su ambiente. La salud mental de la empresa y la salud mental de su personal son uno mismo.

Ventajas

- Reducción de costos de operación
- Aumento del rendimiento financiero de la empresa
- Aumento de ventas
- Mayor productividad del personal y la empresa.
- Capacidad de atraer y retener a un personal de calidad.
- Aumento en el compromiso, empeño y lealtad del personal.
- Disminución de ausencias y tardanzas del personal.
- Personal más capacitado y entrenado.
- Mejor imagen ante los empleados, clientes, proveedores y accionistas.

6.4.3 La RSE en la comunidad. La inversión social o la práctica por la cual se lleva a cabo esta filosofía, tiene como fundamento el que las empresas retribuyan a la sociedad, lo que éstas toman de ella.

Las empresas no sólo comprenden que la inversión social es necesaria, sino que su práctica conlleva beneficios y ganancias para sus compañías. Además, el papel y la ejecución de programas sociales se consideran hoy en día un factor importante en el fortalecimiento de la imagen, el reconocimiento de marca y la lealtad tanto del consumidor como del personal de la empresa.

Muchos empresarios se preguntan ¿De qué manera puede su empresa colaborar en un cambio significativo y de impacto en la sociedad? La inversión social se puede llevar a cabo de diversas y creativas maneras, que varían dependiendo de la afinidad entre la empresa y la causa. No hay una manera fija de llevarla a cabo, pero se distingue por encontrarle soluciones innovadoras a problemas sociales por medio de la participación empresarial.

Ventajas:

- Aumento en la actividad económica de la empresa
- Atracción de nuevos consumidores e inversionistas Tradicionalmente la inversión social ha sido percibida como caridad o beneficencia; sin embargo, hoy las empresas comprenden el inmenso valor detrás de su participación comunitaria.
- Disminuyen las probabilidades de sufrir demandas legales, criminales y boicots comerciales.
- Mejores relaciones comunitarias
- Mejor imagen ante los consumidores
- Aumento en la lealtad de marca
- Integración a los valores corporativos y refuerzo de misión

En Colombia la legislación no es muy clara con este tema y no hay una ley que exija que las empresas se certifiquen. De acuerdo a la información brindada en entrevista con la coordinadora de la corporación Fenalco Solidario, Diana Blanco, ella nos expresa que si existen en Bucaramanga empresas que realizan buenas prácticas en RSE y que por ende se han beneficiado de los incentivos que otorga el gobierno nacional, tanto a aquellas que protegen al medio ambiente con sus sistemas de gestión, como las que dan la oportunidad a personas en calidad de discapacidad, género y raza de tener un empleo justo y digno.

Blanco menciona algunas empresas que se destacan por sus buenas prácticas en RSE y que han sido ejemplo o referente para otras organizaciones, entre estas tenemos a:

- ✓ Campesa
- ✓ Orbis

Por otro lado Ecoprofit un programa creado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, para incentivar la introducción de conceptos de producción más limpia y de ecoeficiencia en el sector productivo regional de Bucaramanga, destaco empresas como:

- ✓ Empas
- ✓ Bavaria
- ✓ AMB
- ✓ Furgoriente
- ✓ Avícola el madroño

Organizaciones que están comprometidas con tener buenos desempeños ambientales.

En Colombia no es obligación presentar el informe, pero a nivel internacional si lo exigen para realizar negociaciones; hay entidades que realizan cursos para certificar a las empresas en RSE, no porque esto sea exigencia nacional, sino porque muchas lo necesitan para realizar transacciones; una de las entidades

certificadoras es corporación Fenalco solidario y cámara de comercio de Bucaramanga.

En Colombia la RSE no está reglamentada, ni se obliga a las empresas a aplicarla por parte del gobierno, pero de acuerdo con la coordinadora de la Corporación Fenalco Solidario. Ella menciona que existen algunas guías técnicas que permiten conocer los aspectos fundamentales de la RSE, entre las cuales se encuentran las siguientes:

- **AA 1000 en involucramiento de grupos de interés:** son desarrollados por la ONG Accountability que promociona la innovación en la forma como las empresas asumen su responsabilidad frente al desarrollo sostenible.
- **ISO 26000 en gestión de RS:** es una guía técnica directriz para la implantación de medidas de RSE aplicable a todo tipo de organizaciones. Ofrece orientaciones sobre los principios esenciales la RSE.
- **ISO 14001 en gestión de medio ambiente:** Este estándar orienta varios aspectos de la gestión ambiental. Los estándares ISO 14001:2004 y el ISO 14004:2004 trabajan con los sistemas de gestión ambiental: requerimientos y orientaciones para su establecimiento. El estándar es aplicable a cualquier tipo de organización.
- **Norma SGE21:2008 en gestión ética y RS:** Es el primer sistema de gestión de la Responsabilidad Social europeo que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en gestión ética y RS. Sistematiza las relaciones con 9 grupos de gestión.
- **SA8000 en condiciones laborales:** La certificación SA 8000, mundialmente reconocida, es un estándar social que se refiere al desarrollo y auditoría de

un sistema de gestión que promueve prácticas laborales socialmente aceptables que aportan beneficios a toda la cadena de suministro. Es aplicable a todos los sectores industriales.

6.4.4 Empresas en Bucaramanga con RSE. A continuación se describirán algunos ejemplos de empresas en Bucaramanga con RSE.

El caso de Bavaria, en el año 2014 estuvo marcado por importantes hitos en la historia de la compañía, al celebrar 125 años de operaciones en Colombia, Bavaria implementó la nueva Estrategia de Sostenibilidad de SABMiller que lleva por nombre Prosperar, la cual sobre la base de una ya instaurada cultura corporativa orientada a la Responsabilidad Social y ambiental al interior de la empresa, busca profundizar el trabajo y los impactos en estas materias a través de toda la cadena de valor y con los diferentes públicos de interés de la empresa.³⁷

Bavaria, con su estrategia prosperar, se enfoca en cinco ejes o mundos, con los cuales ha logrado posicionarse en el mercado en cuanto a marca y reconocimiento y busca contribuir al país a través del trabajo en alianzas con organizaciones y otros pares de la industria, conforme a generar un ambiente propicio para realizar negocios y contribuir al bienestar social.

Bavaria es miembro actual de la Asociación Nacional de Industriales de Colombia (ANDI), la Cámara de Comercio Colombo Británica, la Cámara de Industrias

³⁷BAVARIA. Un mundo detrás de cada botella: Informe de Desarrollo sostenible 2014. En: Bavaria. [en línea] (2014). Disponible en: <<http://www.bavaria.co/docs/default-source/default-document-library/informe-de-desarrollo-sostenible-2014.pdf?sfvrsn=0>> [citado en 04 de marzo de 2016]

Asociadas de Bebidas Alcohólicas (CABA), la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), y el Instituto de Ciencia Política.

En la el Cuadro 6 se aprecia la estrategia prosperar creada por Bavaria como una nueva apuesta a su sostenibilidad en el tiempo.

Cuadro 6 Estrategia Prosperar Bavaria

UN MUNDO SOCIABLE	A través de la cadena de valor de la compañía y en las comunidades donde esta ópera, las personas enfrentan diversos obstáculos como el desempleo, la falta de acceso a los mercados donde vender y comprar productos, falta de Oportunidades de capacitación, e incluso dificultad para acceder a los servicios básicos. Bavaria debe contribuir a un Mundo próspero, aportando al desarrollo social a través de su cadena de valor.
UN MUNDO RESISTENTE	La cerveza tiene una larga historia en celebraciones y encuentros sociales y es un producto que contribuye a disfrutar diversos momentos para la gran mayoría de los consumidores. No obstante, su consumo en forma irresponsable puede ser perjudicial para las personas y sus familias. Bavaria debe hacer de la cerveza la opción del consumidor moderado y trabajar en alianzas para impedir el consumo irresponsable.
UN MUNDO LIMPIO	El acceso a fuentes de agua segura es una necesidad que enfrentan empresas, comunidades y ecosistemas en conjunto. La creciente presión sobre los recursos hídricos urge la toma de medidas para asegurar un Suministro de agua constante y el mantenimiento de los ecosistemas y la biodiversidad. Bavaria debe asegurar los recursos hídricos que comparte con otros Actores y hacer un uso eficiente del agua.
UN MUNDO PRODUCTIVO Y PROSPERO	Generar la menor cantidad posible de residuos y contribuir a frenar el cambio climático a través del control de emisiones de gases de efecto invernadero, son desafíos que apelan a la gran mayoría de las personas, Los gobiernos y las empresas alrededor del planeta. Bavaria debe buscar oportunidades para gestionar y agregar valor a sus residuos, y reducir sus emisiones en toda la cadena de valor de la empresa.
PROVEEDORES	El 85% del producto local sembrado en Colombia es comprado por Bavaria, para la fabricación de sus productos.
VOLUNTARIADO	Realizan voluntariados en las zonas donde operan.
GENERACIÓN DE EMPLEO	En Bavaria, el empleo esta primero para las personas que están alrededor o que pertenecen al sector donde opera la empresa.
RECURSO HÍDRICO	Al contar con una planta de tratamiento de agua, requieren solo de 3.1 litro de agua para la producción de 1 litro de cerveza.
CONSUMIDOR	Bavaria efectúa programas de moderación en el consumo de cerveza y reducir el consumo en menores de edad.
MEDIO AMBIENTE	El 81% de los envases retornables en Bavaria son fabricados, con material reciclable obtenidos de eventos masivos.
CAPACITACIÓN	Bavaria tiene un programa de capacitación denominado 4e, el cual cobija a todos los tenderos de la región.

Fuente: BAVARIA. Un mundo detrás de cada botella, informe de desarrollo sostenible 2014.

Otra de las empresa que apuesta por ser sostenible aplicando la **RSE** es comercial Nutresa, esta compañía al igual que Bavaria se centra en unos ejes específicos, que han contribuido al desarrollo económico y social de las comunidades como son:

Nutrición:

Voluntariado, entrega de productos y aportes en dinero para mejorar la nutrición en los sectores más necesitados. Más de 64.000 personas beneficiadas.

Educación:

Apoyo a 551 entidades educativas para el mejoramiento de la calidad de la gestión educativa, capacitación a docentes en el manejo de nuevas tecnologías, cuatro ludotecas apadrinadas para más de 6.000 beneficiarios, útiles escolares para más de 4.600 niños cada año, apoyo en procesos educativos en zonas rurales.

Salud:

Respaldo a 25 entidades de salud reconocidas por la calidad de la atención médica y su acción social.

Emprendimiento:

Apoyo a más de 40.000 mujeres empresarias que conforman la red comercial del canal no tradicional del canal de venta directa, escuela de tenderos y apoyo a agricultores de café y cacao.

Arte y cultura:

Aportes a orquestas, museos y patrocinio de eventos lúdicos y culturales. Con esta estrategia enfocada a las comunidades donde Nutresa desarrolla sus operaciones, los productos fabricados y comercializados por Nutresa tiene gran valor para los consumidores, puesto que ellos prefieren los productos que ofrece la compañía porque les están dando un valor agregado a sus comunidades y por ende han tenido siempre el apoyo de esta compañía a sus procesos de desarrollo social y esto ha hecho que Nutresa hoy en día sea una de las compañías más reconocidas a nivel nacional, en el sector de los alimentos.³⁸

³⁸ GRUPO NUTRESA. Sostenibilidad. En: Grupo de nutresa. [en línea]. (2014). Disponible en: <<http://www.gruponutresa.com/sostenibilidad/>> [citado en 04 de abril de 2016]

6.5 APLICABILIDAD DE LA RSE PARA LA COMPETITIVIDAD

Para el desarrollo de esta investigación se plantearon los siguientes interrogantes:

- ¿Qué es la competitividad?
- ¿Es la RSE una herramienta para la competitividad?
- ¿Cómo aplican la RS los empresarios en Bucaramanga?
- ¿Qué resultados obtiene una organización al aplicar la RSE?
- ¿Cómo se reconoce una organización socialmente responsable?

Uno de los fines principales que se buscan al momento de crear empresa es el beneficio económico que resulta de su operación, sin embargo cada empresa realiza sus actividades de diferentes maneras, creando estrategias y persiguiendo objetivos, actualmente la RSE es una forma de hacer negocios que garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo y por ende un mayor crecimiento económico.

6.5.1 Competitividad. La competitividad empresarial se refiere principalmente, a las diferentes estrategias que utilizan los empresarios en sus negocios, cuyo objetivo es establecer una serie de ventajas, que le permitan a la empresa sobresalir en el mercado, y mantenerse en él a través de una búsqueda constante de eficacia y efectividad para sostener altos niveles de productividad con el propósito de sostenerse en una buena posición respecto a sus competidores.

Según Michael Porter, la diferenciación es un factor clave para el logro de las ventajas competitivas en el mercado, pues permite a las empresas destacarse en el medio y atraer a los clientes a través de una buena imagen corporativa que la haga diferente a sus competidores.

La modernización de los sectores industriales, junto con las diversas variaciones en el mercado y las demandas con mayores exigencias de los consumidores, hacen que los cambios a nivel empresarial, sean una obligación en la búsqueda de estrategias corporativas que vayan del individualismo poco ventajoso a la conformación de equipos que trabajen en armonía entre sus colaboradores, sus demás interlocutores y el medio ambiente.

Los empresarios deben darse a la tarea de conocer las opiniones que tienen sus stakeholders sobre su empresa y la forma en que desarrolla sus actividades, empezando por sus colaboradores quienes son fuentes de ideas innovadoras y cuya participación y fidelidad es crucial en el desarrollo corporativo.

La filosofía de calidad es otro factor relevante en materia de competitividad y para lograr los mejores estándares de calidad a nivel empresarial se necesita de la participación de todos los miembros de la organización, partiendo de los altos ejecutivos hasta los obreros de producción y a través de mecanismos de motivación permanentes que permitan concientizar a todo el personal acerca de que es con su esfuerzo y el de su equipo que se logran los objetivos.

De esta manera la filosofía de calidad genera confianza para una organización, por parte de sus clientes, proveedores, inversionistas e incluso la de sus propios colaboradores y esta a su vez mantiene en alto la imagen corporativa.

6.5.2 La RSE como herramienta para la competitividad. La gestión de las relaciones con sus stakeholders debe ser considerado como una inversión, pensada en términos del futuro de la compañía, incluyendo las actividades de RSE en su gestión financiera y formando parte de las estrategias empresariales.

Las relaciones con la comunidad y demás grupos de interés contribuirán con el logro de los retos que representan los cambios a nivel de la globalización, donde las exigencias son cada vez mayores y no es suficiente con hacerlo bien, es necesario destacarse y ganar reconocimiento, de esta manera el sentido comercial de la Responsabilidad Social se hace indiscutible, favoreciendo a mediano y largo plazo la permanencia y crecimiento de la organización.

Las empresas pueden obtener varios puntos a su favor al realizar RSE, según lo afirma la experta en el tema, Liliana Tapia:

Gana competitividad, la empresa tendrá una reputación corporativa enorme; segunda, se ordena; (tercero) nunca más será multada, fiscalizada o en peligro de ser cerrada; cuarto, gana más clientes. Cuando una empresa es buena, la gente lo sabe y gana la fidelidad y productividad de los trabajadores. Ellos se sienten felices, seguros y saben que una empresa buena no va a desaparecer y están comprometidos en apoyar esto, se comprometen. Una empresa buena

tiene trabajadores buenos, felices y productivos. También gana en inversión. Hay gente que tiene dinero y son como cazadores de talentos y hay grandes conglomerados en el mundo que se mueven buscando donde invertir, y las empresas socialmente responsables son las que más atraen inversión³⁹.

Con la implementación de un modelo de gestión de la RSE, lo que se busca es realizar acciones que tengan consecuencias positivas no solo para la empresa, sino también para sus grupos de interés y donde los resultados a largo plazo son bienestar social para el entorno y herramientas competitivas para la empresa que ejecuta dichas acciones.

La Responsabilidad Social Empresarial, en el marco de la internacionalización de los mercados y de la acelerada mutación social, va más allá de cumplir las leyes o requisitos que los organismos gubernamentales hayan estipulado, según lo señala la Comisión Europea en el libro verde con la siguiente afirmación:

Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad⁴⁰.

³⁹ TAPIA FIGUEROA, Liliana. Con responsabilidad social, las empresas ganan competitividad. En: Página Siete [en línea] (09 de agosto, 2014). Disponible en: <<http://www.paginasiete.bo/economia/2014/8/9/responsabilidad-social-empresas-ganan-competitividad-28913.html>> [citado en 22 octubre de 2015]

⁴⁰ COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. En: Libro Verde [en línea] (18 de junio, Disponible en: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>> [citado en 30 de abril de 2016]

Con lo expuesto anteriormente se hace cada vez más evidente que la aplicación de diversas políticas de Responsabilidad Social se convierte en herramienta de éxito para la competitividad, no solo local sino internacionalmente, con el fortalecimiento y valorización de la marca comercial.

6.5.3 Implementación de la RSE por algunos sectores productivos de Bucaramanga. Según el estudio del perfil de Responsabilidad Social de los empresarios del calzado en Bucaramanga, realizado por algunos estudiantes de la Universidad Manuela Beltrán, cuyos resultados se publicaron en la revista Virtual de la Universidad Católica del Norte año 2013, se concluye que los empresarios de Bucaramanga pertenecientes al sector del calzado, en su mayoría no han establecido programas de gestión de la RSE, con sus respectivas políticas y planeación.

Estos empresarios, no ven como estrategia competitiva a la RSE, en gran parte también, por la falta de conocimiento al respecto y por los costos que para ellos acarrearán dichas acciones, pues para este tipo de empresas las labores realizadas en materia de Responsabilidad Social tienden a ser más un gasto que una inversión.

A su vez se destaca el hecho de que la mayoría de actividades que tienen que ver con la Responsabilidad Social, son realizadas en favor de un solo grupo de interés como es el de sus colaboradores y dichas actividades son realizadas por medio de convenios con otras entidades y el apoyo de las cajas de compensación familiar como Comfenalco y Cajasán, ya que de esta manera el costo para el empresario es mínimo.

Respecto a las acciones hacia la comunidad quedó en evidencia, que las pequeñas y medianas empresas del sector del calzado de la ciudad de Bucaramanga y su

área metropolitana, no implementan operaciones que generen un impacto positivo a nivel externo o que estén encaminadas a la disminución de la huella que deja la realización de sus actividades en el medio ambiente.

Por otra parte, el estudio del perfil de Responsabilidad Social del sector hotelero de Bucaramanga, elaborado por estudiantes de la universidad Manuela Beltrán, que forma parte del proyecto titulado “*Diseño de modelos de Responsabilidad Social Empresarial aplicados a diferentes sectores productivos de Bucaramanga*”, donde se investigó y analizó las acciones de gestión de la de RSE que adelantan las empresas del sector hotelero, devuelve resultados muy parecidos al estudio anteriormente mencionado para el sector del calzado, aunque se muestra una mayor organización a nivel interno en las empresas del sector hotelero.

En el estudio de ambos sectores se encontró que aun cuando existen agremiaciones a las cuales pertenecen los empresarios analizados, las actividades relacionadas con la RSE son adelantadas por estos de forma particular y en lo que tiene que ver con la comunidad, en la mayoría de los casos no tienen seguimiento sobre las acciones realizadas.

6.5.4 Empresas socialmente responsables. En el marco de la Responsabilidad Social Empresarial, para que una organización sea reconocida por su compromiso con el tema, ya no es suficiente el logro de los rendimientos financieros, la generación de empleo, el pago de los impuestos y la utilización de una parte de sus utilidades para la realización de acciones de beneficencia, tal como lo describe Bancoldex. Formación empresarial, en su escrito sobre la RS, una empresa hoy en día debe contar con las siguientes condiciones para ser considerada como socialmente responsable:

- Relaciones constructivas y participativas con los empleados.
- Respetar y promover el respecto a los derechos humanos, entre sus empleados y las comunidades con quién tiene relación.

- Defender la transparencia de sus operaciones financieras y su información.
- Preservar la competencia leal y las transacciones respetuosas y provechosas, tanto para proveedores como para distribuidores y usuarios finales.
- Reducir el impacto ambiental y la protección de su entorno inmediato.
- Además incluir, si así lo prefiere la acción social de la empresa y las donaciones que protegen a las comunidades vulnerables o promocionan el deporte y la cultura, pero sin suponer que estas nobles acciones eximen a las empresas de responder por los antes mencionados criterios.⁴¹

En pocas palabras, una empresa es competitiva y a la vez socialmente responsable, cuando garantiza el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores internos, y a su vez genera un impacto positivo en su entorno, para lo cual es necesario moldear las estrategias empresariales de manera que éstas favorezcan la adaptabilidad de las organizaciones, a las exigencias y necesidades de la sociedad.

Con una planeación adecuada de las actividades, las empresas pueden alcanzar la integración de la RSE con los objetivos y estrategias generales para que ésta a su vez se convierta en un elemento importante a la hora de mantenerse en el mercado y ser más competitivos.

A estas alturas es significativo dejar en claro que la aplicabilidad de la RSE para la competitividad, se da cuando se deja de realizar actividades aisladas en beneficio

⁴¹ BANCOLDDEX, Formación empresarial. La responsabilidad social de las empresas. En: Banco De Comercio Exterior De Colombia S.A [En línea] (S.f) Disponible en: <https://www.bancoldex.com/.../4557_10_Responsabilidad_social_empresarial.pdf> [citado en 01 de mayo de 2016]

de los grupos de interés y se integran dichas actividades en una estrategia como mecanismo para el logro de los objetivos de la organización, que pueda ser medible, tenga un apropiado seguimiento y que dé cuentas de su conducta en las tres dimensiones principales de la RSE, como son económica, social y ambiental.

6.5.5 Aspectos importantes de la RSE para la competitividad. Entre los aspectos que justifican y hacen importante la aplicabilidad de la RSE para la competitividad se encuentran:

- Una gestión adecuada de recursos que permite mantener un estilo de producción con bajo consumo de energía, agua, y el mejor aprovechamiento de las diversas materias primas utilizadas de acuerdo a las actividades propias de cada organización. Donde al mismo tiempo que se cuida el medio ambiente, se refleja la disminución de los costos que derivan de estos ítems para una organización.
- La implementación de programas de bienestar y formación para los trabajadores incentiva la productividad y la fidelidad de los mismos para con la empresa.
- Su implementación le abre puertas comerciales a las empresas en mercados donde no tendría acceso si no cumple con estos requisitos y le aporta un factor diferenciador.
- Genera el desarrollo de proyectos innovadores que pueden aportar tanto nuevos productos como nuevas formas de producir, lo que a su vez se refleja en oportunidades para la empresa.
- Eleva la imagen corporativa, aportándole mayor credibilidad, por parte de sus colaboradores, proveedores, clientes y entidades financieras.

6.5.6 Testimonios. A continuación se mencionan algunos testimonios sobre RS por parte de grandes líderes empresariales, tomados de la revista Santander Responsable y Sostenible: ⁴²

- “En mi opinión las empresas exitosas del futuro serán aquellas que decidan alinear los valores de la empresa con los valores personales de sus empleados. Los mejores talentos quieren hacer un trabajo que contribuya a la sociedad, con una empresa cuyos valores compartan, donde sus acciones cuenten y sus opiniones importen”

JEROEN VAN DER VEER, SHELL.

- “Con la riqueza extrema viene una responsabilidad extrema. y la responsabilidad para mi es invertir en crear nuevas empresas, crear trabajos, emplear a personas y separar dinero para afrontar problemas en los que podamos hacer la diferencia”

RICHARD BRANSON, FUNDADOR DE GRUPO VIRGIN.

- “Las empresas que están rompiendo el molde son aquellas que están viendo más allá de la responsabilidad social y hacia la innovación. estas empresas son la vanguardia de un nuevo paradigma: ven en las necesidades de la comunidad oportunidades para desarrollar ideas y demostrar tecnologías, para encontrar y servir a nuevos mercados y para resolver problemas de negocio”

ROSABETH MOSS KANTER, HARVARD BUSINESS REVIEW.

- “La rse debe ser intrínseca al negocio, y no ajena a éste. Además, las empresas tienen que dejar de ver sus iniciativas filantrópicas ajenas al proceso de gestión. La rse debe formar parte integral de las estrategias de negocio y planeación”.

⁴² SANTANDER RESPONSABLE Y SOSTENIBLE. Testimonios. {En línea}. {Fecha de consulta: 16 de abril de 2016}. Disponible en: (<http://www.santanderresponsable.com/>).

MARTHA HERRERA, DIRECTORA GLOBAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE CEMEX.

- “Crear un negocio fuerte y construir un mundo mejor no son metas contradictorias: ambas son ingredientes indispensables para el éxito a largo plazo”

WILLIAM CLAY FORD JR, FORD MOTOR COMPANY.

- “La responsabilidad social corporativa es una decisión de negocios. no porque es algo bonito o porque la gente nos obligue...sino porque es buena para el negocio”

NIALL FITZERALD, EX CEO, UNILEVER.

6.5.7 Modelos de RSE. Debido a la gran importancia ya mencionada, de las acciones en materia de RSE, y lo mucho que favorece su implementación como factor competitivo, es que las empresas se han dado a la tarea de crear e implementar programas de Responsabilidad Social, algunas organizaciones empresariales que dan ejemplo de ello y desarrollan actividades en la ciudad de Bucaramanga son: INDUPALMA, COMERCIAL NUTRESA, HOMECENTER, ESSA, ECOPETROL, entre otras.

En el cuadro 7 se describe el modelo de RSE de Indupalma.

Cuadro 7 Modelo de RSE INDUPALMA

EMPRESA: INDUPALMA	
PROGRAMA Y/O ESTRATEGIA DE RSE: LO SOCIAL PAGA	
Indupalma entiende la responsabilidad social corporativa como la manera de gestionar su negocio teniendo en cuenta como éste, impacta positivamente a todos sus grupos de interés. Para Indupalma los principios y medios utilizados son tan importantes como el fin y los resultados económicos y financieros que se buscan.	
Desde la esencia misma del negocio, Indupalma lleva a cabo acciones encaminadas a promover el desarrollo integral de la comunidad de sus zonas de influencia, así como de todos y cada uno de los seres humanos involucrados en el día a día de la operación empresarial.	
SU MODELO DE RSE INCLUYE:	ESTRATEGIAS
*Generación de valor a los accionistas y grupos de interés,	Promoviendo negocios y prestando servicios que agragan valor económico y social.
*Generación de acceso a propiedad y riqueza – Construir modelos de negocios inclusivos	Creciendo con los habitantes en su zona de influencia, brindándoles la oportunidad de acceder a la propiedad de la tierra y de un cultivo, de construir y fortalecer su patrimonio, de capacitarse y de superar la pobreza.
*Oportunidades de Emprendimiento fomentando cohesión social y solidaridad.	Realizan acompañamiento a sus aliados a través del equipo de Desarrollo Empresarial quienes brindan las herramientas, capacitaciones y asesorías necesarias para consolidar UAE sostenibles. Convirtiendo a los campesinos asociados, en clusters de activos orientados al mejoramiento de la calidad de vida de sus socios.
*Apoyo la educación como herramienta de desarrollo	La educación es la columna vertebral del modelo. Fortaleciendo, con educación formal e informal, el nivel de educación en su zona de influencia. -
*Promoción del sentido de pertenencia ante las oportunidades .	Busca que tanto sus empleados, como los asociados a Unidades Autónomas Empresariales y los nuevos dueños de tierra y de cultivos, interioricen y saquen el mayor provecho de las oportunidades que la empresa promueve.
*Implementación de prácticas sostenibles y amigables con el medio ambiente	A través de inversiones en nuevas tecnologías limpias, de iniciativas que promueven la responsabilidad ambiental y de programas para el uso y cuidado eficiente de los recursos naturales, generando conciencia de que todas las acciones ambientales impactan directamente en la productividad empresarial y en los recursos que son de todos.

Fuente: INDUPALMA. Programa lo social paga.

Asimismo, el modelo de RSE de Ecopetrol se puede evidenciar en el Cuadro 8.

Cuadro 8 Modelo de RSE Ecopetrol

GRUPOS DE INTERÉS	COMPROMISO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Accionistas e inversionistas	Asegurar la sostenibilidad del negocio a través de una gestión ética, transparente y	Maximizar de manera sostenida el valor para los accionistas. Asegurar la gobernabilidad corporativa y promover comportamientos éticos y transparentes. Fortalecer relaciones con accionistas e inversionistas.
Empleados, pensionados y sus familiares	Construir un gran lugar para trabajar en un marco de relaciones de confianza, transparencia y	Garantizar una compensación equitativa en un marco de competitividad empresarial. Contar con un liderazgo que apalanque el desarrollo de los empleados y el ambiente laboral de la empresa. Asegurar estándares internacionales de HSE para los empleados. Actuar en un marco de respeto y promoción de los derechos laborales y sindicales. Contribuir a la calidad de vida de los empleados, pensionados y familiares.
Contratistas y sus empleados	Transparencia y reglas claras dentro de una relación de beneficio mutuo.	Asegurar transparencia en la cadena de abastecimiento. Asegurar estándares internacionales de HSE en la operación conjunta. Asegurar el cumplimiento de las condiciones contractuales de la partes. Promover prácticas responsables de nuestros contratistas.
Socios	Asegurar negocios sostenibles dentro de un marco de actuación transparente, confiable y de liderazgo compartido	Ofrecer y mantener relaciones comerciales justas y con reglas claras para el beneficio mutuo. Asegurar estándares internacionales de HSE en negocios conjuntos. Contribuir conjuntamente a la viabilidad del negocio asegurando el desarrollo del entorno.
Clientes	Asegurar la satisfacción del cliente con excelencia en el servicio	Maximizar el valor de los productos y servicios para el cliente.
Estado	Contribuir a la construcción de un Estado Social de Derecho mediante el cumplimiento de nuestras obligaciones y el apoyo al fortalecimiento institucional	Asegurar y promover el cumplimiento de las obligaciones con las instituciones del Estado. Apoyar el fortalecimiento de entidades territoriales para que gestionen adecuadamente sus obligaciones.
Sociedad y Comunidad	Participar en el desarrollo sostenible del país, en un marco de corresponsabilidad y respeto de los derechos humanos	Fortalecer relaciones de corresponsabilidad fundadas en el diálogo y la participación Desarrollar todas las actividades con responsabilidad social y ambiental Impulsar procesos colectivos de desarrollo regional Actuar en un marco de respeto y promoción de los DD. HH.

Fuente: ECOPETROL. Objetivos estratégicos de RSE.

Por último, en el Cuadro 9 se incluye el modelo de RSE del Grupo Nutresa.

Cuadro 9 Modelo de RSE Grupo Nutresa

EMPRESA: GRUPO NUTRESA	
PROGRAMA Y/O ESTRATEGIA DE RSE: EMPLEADOR Y CIUDADANO RESPONSABLE	
SU MODELO DE RSE INCLUYE:	ESTRATEGIAS
Respeto de los derechos humanos	Consolidar los comités táctico y estratégico de derechos humanos.
Mantiene sus relaciones colectivas de trabajo en un marco de respeto y cumplimiento de los derechos humanos y de las normas de los países donde la Organización opera.	Identificar riesgos en derechos humanos.
	Generar cultura de respeto y protección de los derechos humanos.
Generación de empleo digno, incluyente y de calidad	Establecer e implementar buenas prácticas de diversidad e inclusión.
Promueve el desarrollo integral de su gente, procurando contar con empleados competentes, comprometidos y en permanente superación, por lo que apoya programas de formación y bienestar para elevar la calidad de vida y las competencias del capital humano, de forma que pueda afrontar adecuadamente los desafíos de productividad y competitividad que tiene el sector de alimentos.	Desarrollar a los líderes y planificar el talento y medición del desempeño para el alcance de los resultados.
	Adoptar estándares de clase mundial relacionados con prácticas laborales.
	Acompañar la gestión de terceros en prácticas laborales.
	Gestionar el clima y la seguridad laborales.
Creación de valor compartido con las comunidades de influencia	Robustecer los programas propios de apoyo a la educación.
Impulsa el capital social mejorando su interacción con los grupos de interés	Asistir la gestión de los Bancos de Alimentos.
	Generar ingresos y fomentar el emprendimiento en comunidades.
	Promover el voluntariado y ponerlo al servicio de la comunidad.

Fuente: GRUPO NUTRESA. Programa empleador y ciudadano responsable.

6.6 RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN EN ENTIDADES GEMIALES

Con el ánimo de conocer la concepción que se tiene sobre la RSE por parte de los empresarios de la ciudad, se realizó la presente investigación mediante visitas, entrevistas y revisión documental en las diferentes páginas web de algunas entidades que prestan servicios al gremio empresarial y que están presentes en

Bucaramanga, brindando programas de apoyo, capacitación, información y desarrollo.

Dentro de dichas entidades se encuentran las siguientes:

- **Fenalco Santander:**

Este gremio trabaja impulsando la solidaridad gremial, la eficiencia y modernización de los empresarios colombianos para el desarrollo del comercio, con justicia social.

Promueve además las prácticas de Responsabilidad Social en busca de que las organizaciones colombianas trabajen por alcanzar un único objetivo al ser sostenibles en tres aspectos: económico, ambiental y social.

A través de la corporación Fenalco Solidario regional Santander, se incentivan y promueven programas de Responsabilidad Social entre los empresarios y la sociedad, buscando fortalecer la sostenibilidad social y ambiental del planeta.

Actualmente cuenta con alianzas internacionales como: Pacto Global; Global Reporting Initiative GRI, organización pionera en el desarrollo de los más reconocidos y utilizados modelos de reporte de sostenibilidad en el mundo; Fórum Empresa, alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la Responsabilidad Social en las Américas y CEMEFI, Centro Mexicano para la Filantropía, el cual entrega anualmente el Reconocimiento Empresa Ejemplar a las organizaciones que se destacan por su Responsabilidad Social en América Latina. Los programas que ofrece Fenalco para la ciudad de Bucaramanga en materia de RSE son:

Certificado en Responsabilidad Social: por medio del cual reconoce e incentiva a las organizaciones por sus prácticas y compromiso con la Responsabilidad Social, convirtiéndola en una filosofía empresarial e institucional. El objetivo de este

reconocimiento es invitar a las empresas y entidades a generar procesos de mejoramiento continuo que involucre un ambiente de cambio, en el cual las personas puedan participar.

Formador de Formadores: programa de formación especializado en Responsabilidad Social, a través del cual ha logrado capacitar a nivel nacional desde el año 2009 a más de 10 mil empresarios, en temas que permiten la implementación de procesos de mejoramiento continuo dentro de las organizaciones.

Para ampliar la información sobre la aplicación de la RSE en Bucaramanga, se realizó una entrevista directa a la coordinadora de la corporación Fenalco Solidario Regional Santander, Diana Carolina Blanco; con el fin de conocer desde su punto de vista, cual es el conocimiento que tienen los empresarios bumanguenses acerca del tema, cuáles empresas reportan actividades en la materia y que impacto tiene su adopción para el perfil competitivo de las organizaciones.

La Coordinadora sostiene que en Bucaramanga los empresarios tienen implícitas muchas actividades que se relacionan con la RSE aun cuando no exista dentro de su planeación un modelo o un programa diseñado para ello, pero que falta mucho camino por recorrer, porque desconocen todo el marco y las generalidades de lo que ésta representa y que es precisamente éste el objetivo de Fenalco dentro de su programa de capacitaciones y certificaciones, lograr que las empresas adopten dentro del ejercicio de la actividad comercial éstas buenas prácticas.

Además señala que de todos los grupos de interés, las empresas en Bucaramanga, se enfocan básicamente en colaboradores, clientes, proveedores y algunas en el medio ambiente.

Manifiesta que dentro de las entidades que trabajan la Responsabilidad Social en la ciudad, se encuentran: Vifenalco, Clínica San Pablo, Financiera Coomultrasan y la Essa, éstas dos últimas reportan a entidades internacionales como son el Pacto Global y el GRI.

También argumenta que el establecer programas de RSE, brinda oportunidades de incursionar en nuevos mercados, desarrollar innovación de productos y procesos, lo que a su vez genera confianza y permite a las entidades llegar a ser de talla mundial⁴³.

- **La Cámara de Comercio de Bucaramanga**

La Cámara de Comercio es una entidad que trabaja por el desarrollo socioeconómico de la región, fortaleciendo la competitividad y ofreciendo a sus ciudadanos y a la región en general, los medios y proyectos para estar conectados con el mundo, desde 1932 viene conformando una sólida red de empresas santandereanas de diferentes sectores, que buscan beneficiarse de los servicios y programas que ofrece la institución y que unidas se mueven por el desarrollo, competitividad, conectividad y productividad regional.⁴⁴

Además de las responsabilidades registrales y el entendimiento con la masa empresarial de la localidad, apoya la ejecución de proyectos clave de altas

⁴³ FENALCO SANTANDER. Fenalco Solidario. En: Federación nacional de comerciantes seccional Santander. [en línea] (S.f). Disponible en: <http://www.fenalcosantander.com.co/secciones/servicios/fenalcosolidario_3.html> [citado en 02 de mayo de 2016]

⁴⁴ CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Soy Cámara: Organización. En: Cámara de comercio de Bucaramanga. [en línea] (S.f). Disponible en:<<http://www.camaradirecta.com/>> [citado en 02 de mayo de 2016]

inversiones en infraestructura, transporte, educación y cultura para la ciudadanía en general.

Mediante la información publicada en línea por la revista Santander Responsable y sostenible, se encontraron las consideraciones del presidente de la Cámara de Comercio de Bucaramanga respecto al tema como sigue a continuación⁴⁵.

Para el presidente ejecutivo del gremio, el Doctor Juan Camilo Beltrán Domínguez es importante que los empresarios comprendan que además del deber de sacar adelante sus negocios, tienen un deber con la sociedad y con la comunidad.

Considera también, que el sector empresarial puede aportar mucho en ese sentido y que por ello se ha dado a la tarea de gestar iniciativas con el fin de promover la Responsabilidad Social en los empresarios, a través de eventos como el encuentro de empresarios con la RSE.

Argumenta que: “El tema en Santander no está aún muy desarrollado. Los empresarios, la gran mayoría, no tienen en su radar temas de Responsabilidad Social puesto que el 99% de ellos son microempresarios, que, por su puesto, tienen menos recursos para invertir en este tipo de programas”⁴⁶.

Además enfatiza que más importante que el tamaño de la empresa es la disposición de sus directivos para contribuir con el progreso de la comunidad y el beneficio de la sociedad en general.

⁴⁵ SANTANDER RESPONSABLE Y SOSTENIBLE. CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA COMPROMETIDA CON LA RSE. Op. Cit.

⁴⁶Ibíd.

Por otra parte, señalo que debido a que es un tema que apenas está socializándose en el país, aun los empresarios no han tomado conciencia de los aportes a la productividad y mejor aprovechamiento de los recursos y por ende a la competitividad, que genera el ser responsables y sostenibles socialmente.

Menciona también que en este sentido la Cámara de Comercio ha venido trabajando en diferentes áreas impacto para la ciudad y en el departamento, entre ellas: la educación, teniendo en cuenta que la calidad de ésta influye en la competitividad de la región; además ha trabajado respecto al tema medio ambiental con la certificación Ecoprofit, en unión con entidades como la Andi, Cdmb y la UIS.

Para finalizar el presidente ejecutivo de la CCB, afirma que: “Las empresas deben incluir dentro de sus programas, estrategias claras sobre la Responsabilidad Social Empresarial o vincularse a las que ya promueve la Cámara de Comercio de Bucaramanga”⁴⁷.

- **La ANDI Seccional Santanderes**

La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI, es una agremiación sin ánimo de lucro, que se dedica a difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa, cuenta con presencia en diferentes ciudades a nivel nacional entre ellas la ciudad de Bucaramanga.

La apuesta que tiene esta organización es contribuir para que Colombia en el 2020 sea el país más competitivo de Latinoamérica. Por medio de la participación en la construcción de políticas públicas y proyectos de mejora para la certidumbre

⁴⁷ Ibid.

jurídica, cerrando las brechas del capital humano y fomentando la innovación y el emprendimiento, bajo el marco de una estrategia de desarrollo social y sostenible.

La seccional Santander brinda a las empresas afiliadas escenarios que promueven el desarrollo económico y la competitividad en el ámbito regional-nacional e internacional, por medio de asesorías en asuntos tributarios, logísticos, ambientales, jurídicos, derecho laboral, talento humano, RSE, comercio exterior y desarrollo sostenible.

Dentro de los programas que ofrece esta organización para las empresas están los foros, encuentros y congresos realizados con temas de actualidad y de gran importancia tanto para la competitividad como para el mejoramiento socio ambiental.

Uno de los proyectos especiales de esta entidad es La Fundación ANDI por medio de la cual lidera acciones y proyectos encaminados a la construcción de una sociedad más equitativa. Genera herramientas para que las empresas afiliadas puedan hacer inversión social pertinente, sostenible y de impacto. Trabaja por promover empresas con propósito en las cuales los temas sociales sean estratégicos para el negocio. Busca destacar el papel de la ANDI como un ejemplo mundial de gremio comprometido con el desarrollo social⁴⁸.

6.7 PROPUESTA DE LINEAMIENTOS

⁴⁸ ANDI. En: Responsabilidad Integral. [en línea] (S.f) .Disponible en: <<http://www.andi.com.co/Paginas/pe.aspx>> [citado en 02 de mayo de 2016]

A partir del estudio realizado acerca del tema se proponen los siguientes lineamientos para promover la RSE en las empresas de Bucaramanga, como estrategia de negocio para su desarrollo (ver Figura 2):

Figura 2 Propuesta lineamientos de la RSE



6.7.1 Capacítese. A través de la indagación en las diferentes entidades que manejan programas de capacitación y/o certificación de la Responsabilidad Social Empresarial en Bucaramanga, reconociendo el marco general en el que se aborda dicho tema para con ello identificar aquellos estímulos que puedan ser aprovechados según el modelo de negocio.

6.7.2 Aplique. Para la aplicación exitosa de los programas de RSE se considera conveniente realizar los siguientes pasos:

- **Autoevaluación:**

Este proceso permite comprobar cuestiones importantes para una compañía, como es por ejemplo la descripción de sus potencialidades y debilidades, a la vez que

hace factible descubrir cuál es el nivel de compromiso de la organización y sus colaboradores para con el tema.

Es necesario conocer la actual situación de la empresa, cuáles son los principales obstáculos que le impiden desarrollar la RS en todas sus dimensiones, así como las actividades que ya se están realizando al respecto.

Así mismo el diagnóstico empresarial es una herramienta que le permite a la empresa saber el estado en que se encuentra internamente y de esta manera orientar los recursos de que dispone, para garantizar el logro de los objetivos propuestos.

- **Diseño del programa de RSE**

El diseño, es la etapa que constituye el bosquejo de las medidas o procedimientos que adoptaría la empresa como su modelo estratégico de RSE, donde se determinarían los objetivos que se propone alcanzar con el programa.

Es ahí donde se establecen las políticas en cuanto al tema, las cuales se convierten en la vía para hacer operativa la estrategia. Suponen un compromiso de la empresa que al ser desplegadas a través de sus niveles jerárquicos, refuerzan el vínculo y la participación del personal en las diversas actividades.

Estas políticas deben afectar todas las áreas funcionales de la entidad, contribuyendo a cohesionar verticalmente la organización para el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

De la misma manera las políticas han de ser adecuadas para cada empresa y ajustadas a las necesidades y expectativas propias y de sus grupos de interés.

- **Indicadores o controles**

El control representa la utilización de registros e informes que permiten comparar lo logrado con lo programado; proporciona la medición del desempeño por medio de los indicadores.

Esta etapa implica la revisión de los objetivos de la estrategia de RSE y requiere una fuerte participación de los directivos, pues a partir de los resultados que arrojen los indicadores se deben crear los procedimientos que procuren la mejora continua. Además debe contemplarse y conducirse como una cultura y no como una simple herramienta.

Las funciones establecidas para tal fin deben ser claras y concretas sobre todo en cuanto al nivel de responsabilidad que tendrá cada cual, sin embargo debe guardar un equilibrio para que no sea excesivo ni ausente y permita que los colaboradores aborden el tema con facilidad y motivación y no como cargas laborales.

6.7.2 Socialice. Después de todo el proceso de concientización, planeación, ejecución y evaluación de resultados, el paso a seguir es el de socialización, por el cual la empresa mostraría al medio los logros y dificultades obtenidos al aplicar la RSE.

Este proceso se puede realizar de manera interna y externa; a través de reuniones y juntas se brinda a toda la empresa la información pertinente del programa y sus avances, además al obtener buenos resultados será un indicador de mayor atracción para el mercado, mostrándose como un modelo a seguir para otras

empresas, las cuales desean conocer la guía utilizada para dichos logros; por lo que ésta se convertirá en una fuente de reconocimiento y divulgación de información.

Por todo lo anterior este programa hace que la empresa que aplica RSE y obtiene los resultados esperados sea un nuevo capacitador para el medio; formando una cadena de crecimiento y desarrollo para la ciudad en general; al continuar con este ciclo en la región, se propaga de manera exitosa la aplicabilidad de la Responsabilidad Social Empresarial en Bucaramanga.

Los medios de difusión serán los escogidos por cada empresa y los recursos con los que cuente para ello, ya sean eventos, capacitaciones personalizadas, reuniones, juntas, congresos, formatos, guías, libros, entre otros; esto también dependerá del modelo de negocios que maneje y se realizaría gradualmente hasta que logre fluir junto con las actividades propias del negocio.

CONCLUSIONES

A continuación se describen las principales conclusiones del seminario intitulado: “La responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga”:

- De acuerdo a los enfoques presentados, se puede determinar que las empresas sin saberlo desarrollan la RSE, porque de una u otra forma adquieren beneficio sea propio o de los demás grupos de interés con que interactúa.
- Se puede ver que la RSE está basada en principios, valores y ética empresarial, por lo tanto su adopción e implementación es una decisión que debe tomar la alta dirección de las empresa y organizaciones, pero no como ley sino como estrategia para crecimiento y desarrollo de sus modelos de negocio y también para su aporte al mundo de manera productiva y no destructiva.
- Aplicar la RSE en todas sus dimensiones tanto internas como externas deja grandes beneficios a las organizaciones o empresas, ya que abarcan todos los ámbitos básicos para un adecuado desarrollo sostenible en el medio y en sus modelos de negocio.
- Algunos de los beneficios de la RSE que logran las empresas son:
 - Crecimiento de las empresas.
 - Mejor Desempeño económico y social.
 - Adecuado Funcionamiento de las empresas.
 - Incrementar sus ventajas competitivas.
 - Generar valor compartido.
 - Nuevas actitudes, nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer negocios.
 - Maximizar su desempeño y asegurar el mejoramiento continuo.
 - Competitividad.

- Sustentabilidad económica social y medioambiental.
- Mejor Bienestar económico y resultados sociales.
- Mejora la reputación.
- Mejor percepción de los inversores sobre la empresa.
- La competitividad empresarial se logra principalmente con el factor de la diferenciación que permite a una empresa sobresalir de entre las demás, es por esto que la aplicación de la Responsabilidad Social hoy en día se convierte en una pieza clave para alcanzar el éxito a nivel organizacional.
- La Responsabilidad Social Empresarial es una de las herramientas principales a la hora de alcanzar la competitividad pues a partir de ella se realizan acciones que optimizan el desarrollo de los procesos y mejoran la productividad.

Cuando una organización aplica la Responsabilidad Social Empresarial empieza a generar confianza tanto de sus colaboradores como de la comunidad y demás grupos de interés, lo cual permite la fidelización de sus clientes actuales y la consecución de los nuevos además que mejora su imagen corporativa ante las entidades financieras y sus mismos socios y accionistas.

BIBLIOGRAFÍA

AMBROISE, Tilaye. Grupos de interés. En: La Nota Económica. Vol. 1 (marzo 2015); p 6-8- 11-12- 13-14,80-82,92-94,96.

AMBROISE, Tilaye. Responsabilidad Social Empresarial. En: La Nota Económica. Vol. 1 (marzo 2015); p 12-13-76-77-86-88.

BANCOLDEX, Formación empresarial. La responsabilidad social de las empresas. En: Banco De Comercio Exterior De Colombia S.A [En línea] (S.f) Disponible en: <https://www.bancoldex.com/.../4557_10_Responsabilidad_social_empresarial.pdf> [citado en 01 de mayo de 2016].

BAVARIA. Un mundo detrás de cada botella: Informe de Desarrollo sostenible 2014. En: Bavaria. [en línea] (2014). Disponible en: <<http://www.bavaria.co/docs/default-source/default-document-library/informe-de-desarrollo-sostenible-2014.pdf?sfvrsn=0>> [citado en 04 de marzo de 2016].

BEGOÑA ARRIETA, Cristina de la Cruz. La dimensión de la ética de la RS. [En línea] (S.f) Disponible en: < <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/>.> [citado en 04 de marzo de 2016].

BETANCUR RENDÓN, Cristian Alexis, FRANCO OSORIO, Bibiana, POSADA, Diana María. La responsabilidad social empresarial: una mirada desde el cooperativismo. Edición: 15. [En línea] (S.f) Disponible en: <<http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/132/259>> [citado en 04 de marzo de 2016].

CÁCERES TRISTANCHO, Horacio. Factor Innovación y Desarrollo: MARCAS CONCEDIDAS EN COLOMBIA 2013. En: Cámara de comercio de Bucaramanga

[en línea] No. 19. (noviembre de 2014). Disponible en: <http://www.compitem360.com/temas/documentos%20pdf/competitividad/2014/marcas_2013.pdf> [citado en 30 de marzo de 2016].

CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Soy Cámara: Organización. En: Cámara de comercio de Bucaramanga. [en línea] (S.f). Disponible en:<<http://www.camaradirecta.com/>> [citado en 02 de mayo de 2016].

CÉLEDON, Nohora. La Responsabilidad Social Empresarial no es sólo para grandes empresas. En: Vanguardia Liberal [en línea] (06 de enero, 2011). Disponible en: <<http://www.vanguardia.com/economia/local/91451-la-responsabilidad-social-empresarial-no-es-solo-para-grandes-empresas>> [citado en 04 de abril de 2016].

"CENTRO TECNOLÓGICO LEITAT. Estudio sobre las necesidades y las herramientas que dispone la Pyme para poder realizar acciones RSE [en línea]. 2010. Disponible en < <http://leitat.org/descargas/noticias/ON0008.pdf> > [citado en 30 de marzo de 2016]

CHÁVEZ HERNÁNDEZ, Noé. Involucrar y comprometer al empleado: clave del éxito de una organización. En: De gerencia [en línea]. (07 de septiembre, 2008). Disponible en: <http://www.degerencia.com/articulo/involucrar_y_comprometer_al_empleado> [citado en 30 de marzo de 2016]

CLADEA [anónimo]. Seguridad y salud en el trabajo. En: CLADEA. (S.f). Disponible en: <<http://www.cladea.org/index.php?...seguridad-y-salud-en-el-trabajo...>> Archivo de PDF [citado en 30 de marzo de 2016]

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. En: Libro Verde [en línea] (18 de junio, Disponible en: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>> [citado en 30 de abril de 2016].

DE LA CUESTA GONZÁLEZ, Marta. La responsabilidad social corporativa o la responsabilidad social de la empresa. Jornadas de Economía Alternativa y solidaria, Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca, 2005. P 202.

EAFIT. Boletín 16. Las Exigencias Del Mercado: Cambiar o Cambiar. {En línea}. (S.f.) Disponible en: <<http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/Boletin%2016%20Las%20exigencias%20del%20Mercado%20Cambia%20o%20Cambiar%20Definitivo.pdf>>.{Fecha de consulta: 26 de abril de 2016}.

ECHEVERRI SEVILLA, Diana Carolina. La Competitividad En El Desarrollo Empresarial. {En línea}. (S.f.). Disponible en: <web.usbmed.edu.co/usbmed/mercatura/nro8/docs/competitividad.doc>. {Fecha de consulta: 23 de abril de 2016}.

CRANA. Estudio De La Percepción De La Responsabilidad Social Empresarial En Las Pymes Navarras. Editorial: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra. En línea. Disponible en: <http://www.crana.org/themed/crana/files/docs/077/095/e1estudio_percepcion_rse_1.pdf>. [citado en 02 de mayo de 2016].

FENALCO SANTANDER. Fenalco Solidario. En: Federación nacional de comerciantes seccional Santander. [en línea] (S.f). Disponible en:

<http://www.fenalcosantander.com.co/secciones/servicios/fenalcosolidario_3.html> [citado en 02 de mayo de 2016].

FERNANDEZ GARCÍA, Ricardo. Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas. En: Diario Responsable. [En línea]. (06 de julio, 2010). Disponible en: <<http://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>> [citado en 30 de marzo de 2016]

GESTIOPOLIS. El proceso de cambio organizacional, cómo gestionarlo. En: gestiopolis. [en línea] (25 de octubre, 2013). Disponible en: <<http://www.gestiopolis.com/el-proceso-de-cambio-organizacional-como-gestionarlo/>> [citado en 30 marzo de 2016]

GÓMEZ, Jaime; RICARDO, René. Nuevo enfoque en la gestión del riesgo financiero. 2011. Tesis Doctoral. Universidad de El Salvador.

GRUPO NUTRESA. Sostenibilidad. En: Grupo de nutresa. [en línea]. (2014). Disponible en: <<http://www.gruponutresa.com/sostenibilidad/>> [citado en 04 de abril de 2016]

HOYOS TURRIAGO, Álvaro, Ph.D. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) DE EMPRESARIOS, GERENTES Y TRABAJADORES EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO Visión de Peter Drucker. En: Cuadernos Latinoamericanos de Administración. [en línea] Vol. IV No. 7 (julio a diciembre de 2008). <http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/cuadernos_latinoamericanos_administracion/volumenIV_numero7_2008/responsabilidad_social_empresarial_sociedad_conocimiento.pdf> [citado en 10 de diciembre de 2015] ISSN 1900-5016.

IBARRA, Carlos Néstor; MORALES JEREZ. Prensa y Comunicaciones: Boletín No. 1727 290115. En: Alcaldía de Bucaramanga. [en línea] (29 de enero, 2015). Disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/prensa/boletines/Boletin_web/2015/01/290115-1727.html> [citado en fecha 30 de marzo de 2016]

ISEA SILVA, Ricardo. LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS: Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. En: IESE. [en línea] No.12. (septiembre de 2011). Disponible en: <http://www.iese.edu/es/files/cuaderno12_final_tcm5-71129.pdf> [citado en 30 de marzo de 2016]

LACRUZ MORENO, Félix Fernando. La empresa ambientalmente responsable. Una visión de futuro. Economía número 21. 2005. Enero-diciembre. {En línea}. Disponible en <http://iies.faces.ula.ve/revista/Articulos/Revista_21/Pdf/Rev21Lacruz.pdf>. {Fecha de consulta: 02 de abril de 2016}.

MARTÍNEZ M, Carlos A. La-responsabilidad -responsabilidad-social-empresarial-una-estrategia-de-crecimiento [en línea], Bucaramanga, citado 6 de febrero de 2011, recuperado el día 2 de mayo de 2016.

MEJIA, Camilo. Responsabilidad social abre mercados para las empresas. En: revista virtual portafolio [En línea]. (25 de abril, 2013). Disponible en: <http://www.portafolio.co/tendencias/responsabilidad-social-abre-mercados-empresas-72666> [citado en 03 de diciembre de 2015]

MEZA, ESPINOZA Alegría. La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad./biblos/tesis/economía [en línea], Bucaramanga, citado año 2007, recuperado el día 2 de mayo de 2016.

MOYA MONTAÑEZ, Gloria Silvana; OLVERA GUTIÉRREZ, Sandra. La Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque de los grupos de interés. Guadalajara: Editorial Cenid, 2015. P. 45.

MURGIA BERGARA, Iñaki. Sociedad de Promoción de la Economía Social (SOPRECS): Introducción a la RSE, Jornada de Responsabilidad Social Empresarial para el sector de la consultoría navarra, Pamplona, 15 de mayo de 2008.

MURILLO SÁNCHEZ, Antonio José. Peter Drucker, innovador maestro de la administración de empresas. En: Universidad el bosque. [en línea], vol. 2, no 2. (2006). Disponible en: <http://www.uelbosque.edu.co/sites/default/files/publicaciones/revistas/cuadernos_latinoamericanos_administracion/volumenII_numero2_2006/peter_drucker_innovador_maestro_administracion_empresas.pdf> [citado en 05 de diciembre de 2015]

MUTIS, Gustavo. Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto. En: El espectador [en línea]. (21 de junio, 2013). Disponible en: <<http://www.elespectador.com/publicaciones/especial/valor-compartido-una-estrategia-empresarial-de-alto-imp-articulo-428561>> [citado en 30 de marzo de 2016]

PORTER, Michael y KRAMER, Mark R. La creación de valor compartido - Copyright ©2011 Harvard Business School Publishing Corporation. {En línea}. Disponible en: <<http://es.slideshare.net/ivanss3/la-creacin-de-valor-compartido-michael-e-porter-y-mark-r-kramer>>. {Fecha de consulta: 28 de abril de 2016}

PRADO POMAR, Mariano. Propuesta de un modelo de negocio sostenible para emprendedores [En línea]. Septiembre 2013. Disponible en:

<<http://www.significarse.com/wp-content/uploads/2013/11/MODELO-DE-NEGOCIO-SOSTENIBLE.pdf>>.[citado en 30 de marzo de 2016]

RAMIREZ, Juan Manuel. La RSE será materia prima para las empresas. En: revista virtual portafolio [En línea]. (29 de septiembre, 2011). Disponible en: <<http://m.portafolio.co/economia/finanzas/rse-sera-materia-prima-empresas-150068>> [citado en 03 de diciembre de 2015]

RODRÍGUEZ, Carlos José. Responsabilidad social en el ámbito interno empresarial: especial referencia a las iniciativas en materia de conciliación y de igualdad de oportunidades. En: Facultad de ciencias del trabajo campus de Palencia [en línea] (2013). Disponible en: <<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/4177/1/TFG-L200.pdf>> [citado en 30 de marzo de 2016]

SANTANDER RESPONSABLE Y SOSTENIBLE. Cámara de comercio comprometida con la RSE. En: Santander responsable y sostenible [en línea]. (2015). Disponible en: <<http://www.santanderresponsable.com/secciones.php?seccion=OQ==&subseccion=Njc>> [citado en 03 de diciembre 2015]

SANTANDER RESPONSABLE Y SOSTENIBLE. Testimonios. {En línea}.Disponible en: (<http://www.santanderresponsable.com/>).{Fecha de consulta: 16 de abril de 2016}.

SENADO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1739 de 2014: Estatuto Tributario de Colombia, Capítulo X: Artículo 258. En: Secretaria del senado. [en línea] (15 de noviembre, 2015). Disponible en: <http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_tributario_pr011.html#248> [citado en 04 de abril de 2016]

SENADO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 361 de 1997 y Decreto 4910 de 2011: Estatuto Tributario de Colombia, Capítulo IV: Artículo 31. En: Secretaria del senado. [en línea] (15 de noviembre, 2015). Disponible en: <www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/estatuto_tributario_pr011.html#249> [citado en 04 de abril de 2016]

SEPULVEDA CHAVERRA, Juan David. LIZCANO MONTOYA, Tania. QUINTERO BARRIOS, Iván y DIAZ PINEDA, Edward. Perfil de responsabilidad social empresarial del sector de calzado de la ciudad de Bucaramanga. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte. Año 2013. No. 39, Mayo-Agosto. {En línea}. Disponible en: <[file:///C:/Users/FLIA/Downloads/437-2194-1-PB%20\(2\).Pdf](file:///C:/Users/FLIA/Downloads/437-2194-1-PB%20(2).Pdf)>. {Fecha de consulta: 28 de abril de 2016}.

SORZANO RODRÍGUEZ, Deisy Milena, Martínez Gelvez Mayra Alejandra.- responsabilidad –social-empresarial-y-su-desarrollo-en-las-grandes-empresas-de- Santander [en línea]. Bucaramanga, citado Septiembre 2013, recuperado el día 2 de mayo de 2016.

TAPIA FIGUEROA, Liliana. Con responsabilidad social, las empresas ganan competitividad. En: Página Siete [en línea] (09 de agosto, 2014). Disponible en: <<http://www.paginasiete.bo/economia/2014/8/9/responsabilidad-social-empresas-ganan-competitividad-28913.html>> [citado en 22 octubre de 2015]

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. Lineamientos para el seminario de investigación como modalidad para el desarrollo del trabajo de grado. Vicerrectoría académica. Bucaramanga: (editorial), 2007.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. Scientific Electronic Library Online. En: Scielo Colombia. [En línea]. (s.f) Disponible: www.scielo.org.co [citado en 10 de diciembre de 2015]

VÁSQUEZ PANIAGUA y GONZÁLEZ Isaza. Metodología para implementar un proceso de responsabilidad social empresarial en la industria de curtiembre en Colombia. (S.f). Disponible en: http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1992-18962009000200007&lng=&nrm=iso. co [citado en 22 de octubre de 2015]

VERGARA, María Paula, VICARIA Laura. Ser- o –aparentar- la -responsabilidad -social -en -Colombia [en línea], Bucaramanga, citado Enero 2009, recuperado el día 2 de mayo de 2016.

VILLA VECES, Ricardo. Son-más-los-que-quedan-en-el-discurso-de-la-RSE [en línea], Bucaramanga, citado 6 de Julio de 2014, recuperado el día 2 de mayo de 2016.

ANEXOS

Anexo A. Formato de encuesta realizada a Diana Carolina Sierra

A continuación se incluye la encuesta realizada a Diana Carolina Sierra, Coordinadora de Fenalco Solidario Regional Santander.

1. Cómo se encuentra Bucaramanga en cuanto a RSE?
2. ¿Cuál es su percepción sobre el manejo de este tema en el entorno empresarial?
3. ¿Hay tendencias nuevas en cuanto al tema de RSE?
4. ¿Qué incentivos tiene las empresas por parte del gobierno, al implementar la RSE en sus organizaciones?
5. ¿Qué importancia tiene el que las compañías den a conocer sus logros en RSE?
6. ¿Qué beneficios tangibles e intangibles tiene una organización cuando implementa la RSE?
7. ¿Qué enfoque le han dado las organizaciones de Bucaramanga a la RSE?
8. ¿Los empresarios Bumanguenses conocen el bien el tema de RSE?
9. ¿Las empresas de Bucaramanga cuando implementan la RSE se enfocan en todos sus grupos de interés?
10. ¿En Bucaramanga que empresas tienen un perfil de empresas socialmente responsables?
11. ¿Cómo impacta la RSE en el modelo de negocio?
12. ¿Qué razones tienen los empresarios para no aplicar la RSE?
13. ¿Por qué la RSE hace más competitiva a una empresa?

Anexo B. Documentos de la Sesión 1

Protocolo

Relatoría

Correlatoría

PROTOCOLO - SESION 1

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión 1. Seminario: Seminario de Investigación sobre la responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Tipos de Enfoques de la RSE que implementan las empresas.

Fecha: 30 de marzo del 2016

1. ASISTENTES Y FUNCIONES:

Siendo las 7:45 pm se da inicio a la sesión con los siguientes participantes:

Estudiantes:

Relator: CABALLERO MENDOZA LILIANA PATRICIA

Correlator: MORENO MOLINA HAMILTON HARVEY

Protocolante: SANABRIA FLOREZ MARIA FERNANDA

Participante: GONZALEZ REYES MIGUEL FERNANDO

Director: ALVAREZ PORTILLA LAURA JULIANA

Tutores: REMOLINA MARTÍNEZ ROBERTO

2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR

No se realizan comentarios ya que esta es la primera sesión del seminario de investigación.

3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA

El director da por aprobada la sección, cumpliendo con los roles y desarrollo del tema a cabalidad sin ningún tipo de contratiempos.

4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN

La Directora da inicio a la sección de la primera Relatoría siendo las 7:45 pm, cediendo la palabra a la Relatora Liliana Caballero que empieza la exposición del tema con ayuda de una presentación en power point. Así mismo la relatora indica

que no se encuentra muchas fuentes para este tema, los contenidos son pocos y difusos, por lo tanto muestra un cuadro resumen para la explicación.

Durante la exposición el tutor se enfoca en la adecuada organización de la información y la presentación de la misma, enfatizándose en que los temas deben quedar bien claros para todos los participantes durante las sesiones.

El tutor Roberto nuevamente hace un aporte sobre el sentido y manera asertiva de interpretar la RSE, brindando ejemplos como los siguientes para lograr un mejor entendimiento del tema.

- ✓ La RSE Implícita y Explícita.
- ✓ Acreditación de las empresas en Colombia.

La relatora brinda sus aportes, indicando las conclusiones que sacó del tema; mostrando que hay muchas empresas que por desconociendo del tema sobre la Responsabilidad Social Empresarial no saben que las están aplicando, ya que dicha está ubicada en casi toda la empresa y sus enfoques dependen de la visión que tengan sus dirigentes.

El tutor hace otra intervención para que el tema de abarque de manera correcta y pide una conclusión bien estructural, para ello realiza la consulta sobre lo que se entiende por RSE, a lo cual la relatora da respuesta, indicando que la RSE es la manera en la que las empresas utilizan su responsabilidad para su desarrollo en lo económico, social y ambiental, sabiendo el impacto generado por su actividad.

Así mismo la relatora indica que los enfoques de la RSE son indispensables para la sostenibilidad de las empresas.

De esta manera el tutor solicita enfocar el tema a la Ciudad de Bucaramanga, ya que es el objeto de la investigación y así lograr los lineamientos adecuados para la presentación del trabajo; por ejemplo haciendo la pregunta: ¿ En qué Enfoques se

desenvuelve Bucaramanga?, logrando entender que al final todos estos resultados se dirigen a términos globales.

El tutor en una nueva intervención brinda el concepto de “Visión Paradigmática” de los años 1990 durante la revolución Científica; donde se plantea la pregunta ¿por qué cambian las sociedades? Explicando que este modelo se utiliza para dar explicación a la realidad. Entre otros nombres brindados de más teorías semejantes como la “Teoría de la Calidad”. Para el análisis Paradigmático dio más ejemplos, como el de Davivienda que para su modelo novedoso utilizo dicho análisis.

También indico que para establecer los enfoques que predominan en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Bucaramanga se puede identificar alguna visión paradigmática. Apuntando que la Sociedad Civil no solo debe ser responsable socialmente empresarialmente sino también de la conservación de la vida del planeta con una visión paradigmática.

Enseguida la correlatora Laura Juliana Álvarez en representación del compañero Hamilton Moreno, hace sus aportes sobre el tema visto y analizado siendo las 7:20 pm; apoyándose con una presentación en power point para complementar el tema. Da desarrollo al tema con otros enfoques encontrados, puntualmente cinco a los cuales le dio su explicación; además de énfasis en la ISO 26000, la cual uno de sus párrafos es sacado de la Guía de la RSE; dicha aclaración realizada por el Tutor, indicando que esa cita está en un documento de mayor tamaño.

De esta manera se da por terminado la intervención del Correlator sin realizarse ninguna otra intervención por parte de los participantes más que la del tutor indicando que la relatoría se realizó de manera asertiva, animando en seguir desarrollando los temas cada vez mejor tomando las recomendaciones dadas durante la relatoría y dando por terminada la sesión siendo las 7:40 pm.

5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES

El tutor realizo varias anotaciones y preguntas tales como:

Organización adecuada y presentación de los temas.

RSE implícita y explicita.

Solicita conclusiones bien estructuradas.

Aclaración de objetivos para el trabajo.

Visión paradigmática

Análisis paradigmático

¿Qué es la RSE?

¿En qué tipo de Enfoque de la RSE está Bucaramanga?

Recomendaciones para la mejor presentación de los documentos y exposición de temas.

El Correlator realizo complementación del tema.

Los demás asistentes no realizaron intervención al tema.

6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS

La metodología utilizada fue utilización de medio electrónicos para la exposición de los temas; ejecutando los roles establecido para cada participante y en los tiempos adecuados para la ejecución de la relatoría.

7. CONCLUSIONES

Se llega a la conclusión que los enfoques de la RSE son definidos por sus dirigentes, según el modelos de negocio que estos tengan; pero que en muchos de los casos abarcan la RSE de manera asertiva sin tener el conocimiento de que los están haciendo y esto debido al poco abordaje que tiene este tema en

las empresas en la actualidad, por falta de socialización y expansión de su contenido a nivel nacional.

Así mismo se puede encontrar que la RSE se puede abordar correctamente bajo otras herramientas y metodologías utilizadas, como por ejemplo utilizando una visión paradigmática, trazándose lineamientos claros del tema y objetivos a cumplir; además manejar de manera correcta términos tales como RSE implícita y explícita, para una mejor utilización.

8. TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN

Las Dimensiones de la RSE y su impacto en el modelo de negocio

RELATORIA - SESION 1

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA RELATORÍA

Sesión 1 Seminario de Investigación

Tema específico: Tipos de Enfoques de la RSE que implementan las empresas.

Presentado por: Liliana Patricia Caballero Mendoza

Fecha: 6 de Abril de 2016

1. INTRODUCCION

La siguiente relatoría tiene como fin dar a conocer la información obtenida sobre la percepción de la RSE en las empresas, indagando los diferentes medios de comunicación y archivos bibliográficos de los cuales se pueda obtener la información pertinente, para así conocer los tipos de enfoques de la RSE que implementan las empresas

RSE, contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de estos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.

Gestión en Sostenibilidad, punto de encuentro entre las expectativas de los grupos de interés y los objetivos corporativos y competitivos de las organizaciones.

2. OBJETIVO

Reconocer los diferentes enfoques que las empresas de Bucaramanga implementan en el desarrollo de la RSE.

3. FUENTES DE INFORMACIÓN

[BIBLIOTECA Virtual, “Responsabilidad Social Empresarial un enfoque alternativo](#)
[En línea]. [Agosto de 2016] disponible en: www.revistavirtualpro.com

SCIENTIFIC, Electronic Library. Cuadernos de Administración. [En línea]. [Agosto de 2016] disponible en: www.scielo.org.co

[BIBLIOTECA Virtual, “El Concepto de RSE desde diversos enfoques](#) [En línea].
[Agosto de 2016] disponible en: www.bibliotecavirtual.info

AMBROISE, Tilaye. Responsabilidad Social Empresarial. En: La Nota Económica. Vol. 1 (marzo 2014); p 12-13-76-77-86-88

AMBROISE, Tilaye. Grupos de interés. En: La Nota Económica. Vol. 1 (marzo 2015); p 6-8- 11-12- 96

AMBROISE, Tilaye. Invitado Especial. En: La Nota Económica. Vol. 1 (marzo 2016); p 13-14, 80-82, 92-94

4. PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN

¿Conocen las empresas que es la RSE?

¿Por qué se le dificulta a las empresas aplicar la responsabilidad social adecuadamente?

¿Cuáles serían los enfoques de la RSE?

¿Las empresas implementan la RSE?

5. DESARROLLO DEL TEMA

La Revolución Industrial ha sido el punto de partida de la RSE pues surge a través de las condiciones sórdidas en que se mantenían los trabajadores durante su jornada laboral, incluso donde tomaron mujeres y niños para realizar labores no aptas para ellos.

En resultado a estas condiciones, las grandes industrias empezaron a preguntarse ¿cómo aumentar la productividad de los trabajadores en condiciones óptimas manteniéndose la rentabilidad de la empresa?, en respuesta a este interrogante se promovió el bienestar para los trabajadores junto a la filantropía lo cual generaba reconocimiento social para ese entonces.

Más adelante se reconoce que una empresa no se debe centrar en solo incrementar sus activos sino también preocuparse por el bienestar de los trabajadores, en compartir utilidades con ellos, lo que también podía ser llamado empresa responsable.

De diversos enfoques teóricos, la RSE es considerada:

Según **Milton Friedman**⁴⁹, *“existe una y sólo una responsabilidad social de la empresa, que es usar sus recursos y energías en las actividades diseñadas para incrementar sus beneficios, siempre y cuando permanezca dentro de las reglas del juego, es decir, esforzarse por una libre y abierta competencia, sin engaños ni fraudes”*,

Archie Carroll quien manifiesta que el accionar de las empresas se ha enmarcado dentro de cuatro categorías progresivas de RSE referentes al desempeño económico, legal, ético y discrecional. La primera de ellas es de índole económica, pues al producir de manera eficiente generará riqueza, contribuyendo así, al desarrollo nacional, esperando que su desempeño se supedita a las leyes y reglamentos establecidos, con el fin de normar y regular su campo de acción, así como también a las normas éticas y valóricas establecidas socialmente; deseando además, que en un nivel superior tenga orientaciones filantrópicas impulsadas por el interés corporativo con el fin de dar ayuda y solución a problemas de orden social. Estas cuatro categorías dan un lineamiento de las expectativas que la sociedad, en general, tiene del sector empresarial o las mismas corporaciones⁵⁰

⁴⁹ Friedman, Milton “La responsabilidad social de los negocios es aumentar sus utilidades” incluido en Bower, J. “Oficio y arte de la gerencia”. Ed. Norma, Bogotá, 1995.

⁵⁰SCIENTIFIC, Electronic Library. Cuadernos de Administration www.scielo.org.co

Adam Smith *“es a través del beneficio propio como se satisfacen las necesidades sociales”*.

Críticos economistas como Hayek, Leavitt, Robbins y Friedman, mantienen que la única función que debe realizar la empresa es dedicarse a la actividad económica pues no pueden dedicarse a otras funciones ya que pone en peligro la empresa pues puede disminuir su competitividad.

Los **Stakeholders** o también llamados grupos de interés, están involucrados los empleados, clientes o consumidores, accionistas, gobierno, proveedores y demás entes que se vean impactados por el desarrollo de una organización o empresa. Para verlo de otra manera este grupo contribuye de manera voluntaria o involuntariamente con la capacidad de creación de riqueza de las empresas, lo que los convierte en potenciales beneficiarios.

Debido a que las empresas deben comprender las necesidades de los participantes y ajustarlas a sus objetivos organizacionales, la organización debe generar un equilibrio constante entre los grupos de interés.

De acuerdo a información suministrada por diferentes empresarios, tenemos que; **Marina Jaramillo** Directora de Desarrollo Sostenible de **Cemex**, *“considera que los desafíos del mundo actual como el cambio climático, el crecimiento de la población y el incremento de la demanda de recursos naturales, exigen una nueva forma de hacer negocios”*. Para esta empresaria la sostenibilidad es parte integral de las operaciones de la empresa no solo para asegurar la subsistencia de la empresa, sino porque de igual manera en el encuentra las oportunidades de generar valor dentro y fuera de su entorno.

Para ella cabe resaltar 4 cosas que hacen que la empresa funcione; - prosperidad económica, gestión responsable de los recursos naturales, responsabilidad social y una gestión en temas de gobierno y ética.

Dentro de la responsabilidad social esta integrar los grupos de interés y tien trazado como objetivo contribuir a erradicar la pobreza a través de programas de autoconstrucción para el mejoramiento o edificación de viviendas comunitarias.

Luz Marina Guerrero presidenta **Servientrega**, para esta empresaria la política efectiva de la RSE es implementando “*crecimiento económico, desarrollo social y aprovechamiento adecuado de los recursos naturales*” lo que involucra de igual manera los grupos de interés. Otro aporte importante de esta empresaria es “la RSE promueve sustentabilidad de la oferta de valor del negocio”.

Rosalba Montoya Pereira Directora **Manpowergroup**, para esta empresaria lo el enfoque está en dar prioridad a tres áreas principales “*gobierno corporativo, social y medio ambiente*”. Donde involucra de igual manera los grupos de interés, para la empresa lo primero es la gente “*los empleados felices trabajan mejor*”.

Actualmente los empresarios ven la RSE como la sostenibilidad de empresa la cual va de la mano con los grupos de interés donde van más allá del desempeño económico industrial, tiene de igual manera la obligación de generar bienestar social y aportar a la reducción los impactos ambientales que la organización genere.

6. CONCLUSIONES

La RSE viene consolidándose por un campo constituido por conocimientos, iniciativas y prácticas que se ha expandido y evolucionado en los últimos años y aún más cuando de esta depende la sostenibilidad de la empresa.

La relación en su enfoque social, ambiental y económica es evidente en la globalización financiera pues esta surge y expande en las relaciones complejas entre la sociedad, empresa y estado.

Se percibe que las empresas sin saberlo desarrollan la RSE, porque de una u otra forman adquieren beneficio sea propio o de los demás grupos de interés que interactúan con la empresa. Por lo tanto hoy en día las empresas se enfocan en darle prioridad a los grupos de interés o stakeholders, quienes son la parte fundamental de la institución sin ellos no puede haber o existir sostenibilidad de la misma.

CORRELATORIA - SESION 1

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA DE GESTION EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORIA

Sesión 1. Seminario de Investigación sobre La Responsabilidad Social como Estrategia de Negocio para el Desarrollo de las Empresas en Bucaramanga.

Tema específico: TIPOS DE ENFOQUES DE LA RSE QUE IMPLEMENTAN LAS EMPRESAS

Presentado Por: HAMILTON MORENO MOLINA

Fecha: 30 de marzo de 2016

1. ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN

1.1 DIFERENTES ENFOQUES DE LA RSE

Las razones por las que las organizaciones empresariales deciden asumir la RS y establecer sus políticas de actuación al respecto, establece de manera concluyente la forma en que cada organización afrontará la RS.

Por tanto, estas razones van más allá de las consecuencias y resultados cuantificables de las acciones realizadas en esta materia, pues son estas mismas las que permiten evaluar si una empresa adopta la RS por razones de ética o por otras razones que aun cuando sean válidas no son de carácter ético.

Tenemos a continuación cinco enfoques que muestran cinco formas diferentes de plantear la RSE:

1. Enfoque legalista:

Se trata de cumplir la normativa y de asegurar la conformidad con la ley, este enfoque representa el primer punto que debe tener en cuenta cualquier empresa que quiera plantear seriamente una política conforme a la RSE.

2. Enfoque instrumental:

Se trata de una inteligente gestión del riesgo y de la reputación. Y responde a una búsqueda de consecuencias beneficiosas para la empresa y sus accionistas, que se mide en términos de resultados contables y tangibles y que derivan de la realización de acciones al amparo del marco de RSE, lo que por su puesto también mejora su imagen corporativa.

3. Enfoque sectorial o funcional:

Plantea la RSE como un área corporativa de creciente importancia, pero que aún no guarda relación directa con el núcleo de negocio de la empresa. Las acciones sociales no se relacionan necesariamente con las necesidades del entorno sino con las de la empresa y sus intereses propios.

4. Enfoque estratégico:

La RSE forma parte esencial de la estrategia corporativa, tomando la RSE un carácter global e integrador y representa una línea de acción que la

empresa toma como propia y que forma parte de su misma razón como empresa.

5. Enfoque de identidad, innovación y diferenciación:

La RSE se incluye como componente de visión, de compromiso y de liderazgo social que es coherente con los propios valores corporativos donde La política de RSE representa una oportunidad más de negocio.

1.2 ANÁLISIS

El análisis de los diversos enfoques, permitirá a las empresas conocer el punto en el que se encuentran en determinado momento y establecer la ruta hacia donde quiere estar en el futuro.

El conjunto de razones y valores motivadores de la RS en las empresas representan las bases y fundamentos con los que una empresa ha de actuar coherentemente y con la conciencia tanto de las acciones que realiza como de por qué lo está haciendo así y de cómo puede y desea desempeñarse en el futuro.

Al asumir la RSE tomando como único criterio rentabilidad económica, toma la RSE como algo extra y fuera de la verdadera función empresarial. Por lo tanto su concepción es que las empresas no tendrían más responsabilidad que la de generar riqueza económica y financiera (a la manera de la tesis de Friedman), por lo cual las acciones encaminadas a la RS son ajenas a la empresa y la acción socialmente responsable es, como tal ajena a la misma, aunque en algunos momentos sea conveniente tomar acciones de este tipo.

A esta razón de fondo se refieren tanto el enfoque legal, como el enfoque instrumental y el sectorial. Para estos enfoques en todos los casos se trata de asumir la RSE con motivos de carácter cuantitativo, donde es imperante la maximización de beneficios la cual también puede verse reflejada en una mejor imagen social de las empresas y de su reputación externa.

Por tanto las razones relevantes para adoptar alguno de los anteriores enfoques tienen que ver con las consecuencias cuantitativas que generan las acciones sobre RSE y el mejor provecho que se puede obtener de estas.

Los enfoques instrumental y sectorial muestran un progreso respecto al enfoque legalista, sobre todo en la cuestión de la voluntariedad. Estos asumen un carácter consciente de los compromisos que va más allá de la ley vigente, donde se busca “conseguir el máximo beneficio mediante la utilización de los medios más eficaces”. Por tanto si adoptar la RSE es un medio eficaz entonces es una razón de peso para que sea integrada en el proyecto empresarial.

En el enfoque estratégico encontramos que al incorporar la RSE en su estrategia corporativa, la organización está considerando razones que, en principio, avalan por sí mismas la necesidad de asumir la RSE como parte de la misma empresa y que va más allá de los resultados cuantitativos. La misma se concibe como una organización que tiene una inevitable proyección social y que su labor tiene una implicación en la situación interna de su empresa.

En el enfoque de identidad, innovación y diferenciación la empresa asume las acciones socialmente responsables desde su propia identidad corporativa y a partir de los valores que le otorgan la legitimidad y el sentido. Estas razones van más allá del cálculo de beneficios financieros que por supuesto siempre deben existir, pero consideran las acciones de RS como elementos necesariamente integrantes e irrenunciables de su proyecto empresarial.

Independientemente del enfoque bajo el cual sea analizada la RSE, es claro que ésta cada vez toma mayor relevancia pues afecta a las empresas en aspectos claves como son: su estructura organizacional, las maneras de realizar los procesos de producción y comercialización y su forma de relacionarse tanto a nivel interno con sus colaboradores y socios como a nivel externo con sus proveedores, clientes y competidores.

A razón de los diversos enfoques mencionados, algunos contradictorios, otros complementarios es que sin la existencia de una norma que logre poner todos los

puntos significativos en una sola dirección, es muy difícil para los empresarios, sobre todo para los que están surgiendo, encarar la RSE y por ende aplicarla.

Por este motivo surge la necesidad de crear una guía para la RS de las organizaciones dirigida a todo tipo de empresas sin importar su estructura, capital, razón social, ni tamaño, como es la ISO 26000.

En El capítulo 2 de la ISO 26000 encontramos las siguientes definiciones de RS y la de Desarrollo Sustentable usadas por la guía:

- Responsabilidad social: “responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que: o tome en consideración los intereses de sus partes interesadas; o cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y o esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones” (Cap. 2,)

Desarrollo sostenible: “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Cap. 2, Apdo. 2.23).

BIBLIOGRAFIA

LOPEZ SALAZAR, Alejandra y CONTRERAS SOTO Ricardo. El concepto de Responsabilidad Social Empresarial desde diversos enfoques teóricos. Ide@s CONCYTEG 5(58): Abril 2010. Guanajuato.

FUNDACION PEÑASCAL Y FEDERACIÓN SARTU. Cuaderno de trabajo SENDOTU 2011. Consultado el 16 de marzo de 2016. Disponible on line: http://www.sendotu.org/documents/files/Cuaderno_RSE.pdf

DEPARTAMENTO DE INNOVACIÓN Y PROMOCIÓN ECONÓMICA. Diputación Foral de Bizcaia. Valores vinculados a la Responsabilidad Social Empresarial. Consultado el 20 de marzo de 2016. Disponible:

On line: <http://www.xertatu.net/fitxategiak/dokumentuak/up/valores.pdf>

2. REFLEXIÓN CRÍTICA

a. Contenido:

Aspectos relevantes del tema: Se presentó una acertada revisión de los diferentes enfoques teóricos de la RSE, así como los objetivos perseguidos en cada uno de ellos, junto con la finalidad y filosofía adoptadas por las empresas según cada teoría.

Acuerdos y desacuerdos: Los enfoques del tema se basaron en los enfoques teóricos planteados por diferentes autores, pero hace falta complementar el tema con el enfoque que siguen las empresas en la actualidad al ejecutar acciones de RSE o plantear políticas sobre la misma.

b. Claridad de la exposición

La relatoría se realizó de una manera clara.

c. Capacidad de comunicar y liderar el grupo

La capacidad de comunicar del relator es buena, aunque se presentó ausencia de motivación por parte de éste hacia al público para generar discusión.

Anexo C. Documentos Sesión 2

Protocolo

Relatoría

Correlatoría

PROTOCOLO - SESION 2

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión 2.

Seminario: Seminario de Investigación sobre la responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Las Dimensiones de la RSE y su impacto en el modelo de negocio

Fecha: 06 de Abril del 2016

1. ASISTENTES Y FUNCIONES:

Siendo las 6:45 pm se da inicio a la sesión con los siguientes participantes:

Estudiantes:

Relator: MARIA FERNANDA SANABRIA FLOREZ

Correlator: LILIANA PATRICIA CABALLERO MENDOZA

Protocolante: MIGUEL FERNANDO GONZALEZ REYES

Participante: LAURA JULIANA ALVAREZ PORTILLA

Director: HAMILTON HARVEY MORENO MOLINA

Tutor: ROBERTO REMOLINA MARTÍNEZ

2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR

Se llegó a la conclusión que los enfoques de la RSE son definidos por sus dirigentes; según el modelo de negocio que estos tengan; y que por falta de información sobre RSE en los diferentes enfoques no se aplica en las empresas. Recomendaciones para la mejor presentación de los documentos y exposición de temas.

Organización adecuada y presentación de los temas con conclusiones bien estructuradas.

3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA

4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN

El Director da inicio a la sesión de la segunda Relatoría siendo las 6:45 pm, dando la palabra a la Relatora María Fernanda Sanabria que empieza la exposición del tema, con ayuda de una presentación en power point; la relatora inicia su tema enfocándose en que es la RSE y su objetivo en las empresas, complementando con las 2 dimensiones de la RSE las cuales son: dimensión interna y dimensión externa.

Se expone la composición de cada dimensión iniciando con la interna que es el desarrollo de los recursos humanos de las empresas; el tutor aporta un comentario

al decir que hay que agregar la comunicación asertiva y el clima organizacional en este tema.

Se habla de la globalización la cual genera cambios en las organizaciones y por eso hay que adaptarse al cambio en las empresas, identificando los riesgos y lograr una mejora productiva, gestionando el impacto ambiental y los recursos naturales.

En la dimensión interna se habla de los trabajadores que deben tener una motivación para lograr el crecimiento de la empresa siendo fundamental o parte de la misma, demostrando a los accionistas que pueden tomar la dirección de la organización observando sus políticas o visión de la empresa.

En la dimensión externa que es el desarrollo en el entorno local que influye en parte a las empresas, porque sin socios comerciales una empresa no funcionaria, también se habla de los derechos humanos que se deben respetar sin importar la raza o géneros, definiendo que no es nada diferentes a lo que hace una empresa en funcionamiento.

La relatora da sus aportes del impacto en el modelo de negocio diciendo que abarca en todas las dimensiones en la interna en la gestión de recursos humanos, seguridad en el trabajo, gestión de impacto ambiental y recursos naturales; la adaptación al cambio los trabajadores y accionistas; lo cual maximiza su desempeño y aseguran un mejoramiento continuo para obtener el éxito en las empresas.

El tutor Roberto nuevamente hace un aporte con respecto a que en las empresas puede perder su patrimonio sino se maneja adecuadamente en la parte de las demandas empresariales; también aporta que las ventajas competitivas son el valor agregado hoy en día en las empresas.

En la dimensión externa, la reputación de la empresa su imagen influye en su competitividad dando importancia a los derechos humanos los grupos de opinión, administraciones públicas y la sociedad; definiendo una sostenibilidad y un beneficio mutuo.

El profesor hace un comentario de que a partir de la realidad la comunicación asertiva es para informar y no desinformar; para ser honestos con transparencia informativa valida y veraz. Finalmente se habla de los beneficios que tienen las empresas en Bucaramanga en términos generales con base a lo económico, ambiental y social; la relatora anuncia que le hubiese gustado tener información más concreta del tema

La correlatora complementa la información con la dimensión ética y moral que es la encargada del bienestar social en las empresas dando un mejor desarrollo económico y social de la organización y la dimensión de las demandas en la sociedad para que las empresas asuman su responsabilidad ante problemas con la sociedad.

Se agradece la asistencia y se termina la sesión a las 8: 15 pm

5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES

El tutor informa que estas relatorías es la materia prima del seminario y que hay que enviar los documentos al correo robertoremolina11@yahoo.es para luego definir que colocar en el poster a presentar en emprendedores y los correlatores también hacer llegar la información para tener buenas fuentes.

El Correlator realizo complementación del tema.

Los demás asistentes no realizaron intervención al tema.

6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS:

La metodología utilizada fue la utilización de medios electrónicos para la exposición de los temas; ejecutando los roles establecido para cada participante y en los tiempos adecuados para la ejecución de la relatoría.

7. CONCLUSIONES

Se llega a la conclusión de que las dimensiones de la RSE no son nada diferentes a lo que funciona en una empresa; es decir que todo lo que ya se está haciendo aportaría a la RSE sino que con diferente enfoque los cuales deben ser definidos por sus dirigentes; y que según el modelos de negocio que estos tengan; puede en muchos de los casos las empresas implementar la RSE de manera asertiva, siendo transparentes y honestos para ser más competitivas las empresas.

8. TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN

Principales dificultades que manifiestan los empresarios para aplicar la RSE

RELATORIA - SESION 2
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
DE GESTION EMPRESARIAL

FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESION Y PRESENTACION DE LA
RELATORIA

Sesión 2.

Seminario: La responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga

Tema Específico: Las dimensiones de la RSE y su impacto en el modelo de negocio

Presentado por: Maria Fernanda Sanabria Florez

Fecha: 6 de abril del 2016

1. **OBJETIVO:** Dar a conocer las principales dimensiones que maneja la RSE para aplicación en las organizaciones y la influencia que tienen estas sobre el modelo de negocio y el impacto que pueden causar a la humanidad; en los campos sociales, económicos y ambientales, siendo estas las bases de la RSE.

2. **FUENTES DE INFORMACIÓN:**
 - a) Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas / 06 Julio 2010 / Ricardo Fernandez Garcia / Fuente: <http://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>.
 - b) Mariano Prado Pomar, Septiembre 2007, Propuesta de un modelo de negocio sostenible para emprendedores. Pág. 21. <http://www.significarse.com/wp-content/uploads/2013/11/MODELO-DE-NEGOCIO-SOSTENIBLE.pdf>
 - c) Vásquez Paniagua y González Isaza. Metodología para implementar u proceso de responsabilidad social empresarial en la industria de curtiembre en Colombia. Disponible en: http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1992-18962009000200007&lng=&nrm=iso Acceso 22 de octubre de 2015.
 - d) Begoña Arrieta, Cristina de la Cruz, La dimensión de la ética de la RS. Fuente internet: <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/>

- e) Las empresas y los derechos humanos- Ricardo Isea Silva- Fuente:
http://www.iese.edu/es/files/cuaderno12_final_tcm5-71129.pdf
- f) MONOGRAFÍA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y GESTIÓN DE LAS COMUNIDADES LOCALES -Grupo de trabajo Monografía, Universidad de las Américas, Fuente:
<http://html.rincondelvago.com/responsabilidad-social-empresarial-y-las-comunidades-locales.html>

3. PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACION

¿Este tema es importante para la sociedad?

¿Es importante conocer la responsabilidad social empresarial y las dimensiones que maneja?

¿Quién se vería afectado por el hecho de implementar la responsabilidad social empresarial?

¿Quiénes son los beneficiarios al aplicar la responsabilidad empresarial?

¿Las dimensiones de la RSE generan impactos significativos a las empresas y consigo a la sociedad?

4. DESARROLLO DEL TEMA

INTRODUCCION

En el presente trabajo se abordara el tema de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial, el papel que juega hoy en día las organizaciones en la sociedad, la manera en que interactúan y la importancia que estas tienen ante los individuos pertenecientes a los grupos cercanos a cualquier entidad y su influencia en el modelo de negocio, enfatizándonos en la ciudad de Bucaramanga.

Todo esto partiendo del concepto de responsabilidad social empresarial, el cual en términos generales es el compromiso social que se tiene con el medio que rodea a las empresas, conociendo y aplicando las cosas buenas que se pueden hacer por la sociedad para prevenir y resarcir el daño que pueda ocasionar por su funcionamiento y modelo de negocio.

Para esto se mostrara los conceptos generales que se manejan sobre las dimensiones de la Responsabilidad social empresarial las cuales estan divididas en internas y externas, cada una de ellas compuestas por un conjunto de temas y áreas que marcan sus influencias en la empresa y en medio que la rodea.

Conociendo los términos básicos se presenta un análisis de sus influencias en el modelo de negocio de las empresas y las ventajas de su aplicabilidad, mostrando los beneficios generales que pueden lograr las empresas de Bucaramanga al aplicar correctamente la Responsabilidad social empresarial como una estrategia y o una obligación para su modelos de negocio y crecimiento empresarial.

OBJETIVO

Reconocer las principales dimensiones que se aplican en las organizaciones en los respectivos programas de RSE y su influencia en el modelo de negocio para las empresas en Bucaramanga.

LAS DIMENSIONES DE LA RSE Y SU IMPACTO EN EL MODELO DE NEGOCIO.

En la actualidad las empresas han adquirido un rol importante en las sociedades donde están insertas. Su visión cambio, ya no solo son fuentes de trabajo y productoras de dinero, sino también aportan al desarrollo de las comunidades y por lo tanto a la sociedad en distintos ámbitos. Este conjunto de acciones de desarrollo y aporte social se le llama Responsabilidad Social Empresarial.

Por ello es claro que la RSE es un tema de gran importancia para las empresas y la gestión que se realiza en cada una para una buena mantención y desarrollo; teniendo en cuenta todas las dimensiones y distancias que abarca en su aplicación.

La responsabilidad social de las empresas tiene dos dimensiones:⁵¹

UNA DIMENSIÓN INTERNA: Que afecta a sus trabajadores, a su impacto medioambiental, a la gestión de las materias primas, a sus condiciones de trabajo o la peligrosidad de sus productos.

Dentro de esta dimensión encontramos:

- **Gestión de los recursos humanos:** Las empresas hoy en día se enfrentan a los desafíos de atraer a trabajadores cualificados y lograr su permanencia; por ello deben incluir medidas tales como Formación continua, mejorar la información y el medio de transmisión, mayor equilibrio en el trabajo, familia y ocio, mejor diversidad de recursos humanos, igualdad de retribución para todos los empleados sin discriminar género, la participación en los beneficios de la empresa y como algo fundamental la seguridad en el lugar de trabajo.

- **Seguridad y salud en el trabajo:** La tendencia que se ve hoy en las empresas a incluir criterios de salud y seguridad en el trabajo en su régimen de contratación ha permitido adoptar regímenes generales basados en requisitos uniformes que deben ser respetados por los programas de formación y de gestión de la salud y la seguridad de los contratistas, los cuales permiten a terceros realizar la «certificación» o dar la aprobación inicial del contratista y vigilar la mejora continua del programa.

A medida que aumentan los esfuerzos por mejorar la salud y la seguridad en el lugar de trabajo y la calidad de los productos y servicios, se multiplican también las presiones para que en el material promocional de la empresa se mida, documente y comunique dicha calidad.

⁵¹ DIARIO RESPONSABLE / Ricardo Fernández García / 06 Julio 2010 / Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas: <http://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>

- **Adaptación al cambio:** Reformas y Reestructuración, desde un punto de vista socialmente responsable, significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y las decisiones. En la práctica, para el éxito de cualquier reestructuración, la forma es tan importante como el fondo. Debe prepararse adecuadamente, identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costos directos e indirectos de las estrategias así como medidas alternativas, y evaluando todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios.

Así mismo Comprometidos con el desarrollo local y las estrategias activas de empleo, las empresas pueden amortiguar las consecuencias sociales y locales de las reestructuraciones de gran dimensión con una buena organización y planeación.

- **Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales:** De manera general, la disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes aumenta la competitividad y reduce el impacto sobre el medio ambiente al disminuir sus gastos energéticos, de eliminación de residuos o de descontaminación.

Por otro lado, la política integrada de productos, PIP (análisis de las repercusiones del producto a lo largo de todo su ciclo vital), constituye un buen ejemplo de un planteamiento que posibilita la colaboración de las autoridades públicas y las empresas, al igual que el sistema comunitario de gestión (EMAS o ISO 14001) y de auditoría de calidad y medioambiente, ISO 19000, el cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de eco auditoría y eco gestión en la compañía o el emplazamiento industrial dirigidos a estimular la mejora constante del rendimiento ecológico.

-**Trabajadores:** Incluye a todas aquellas personas que desarrollan su trabajo en la organización con un contrato, laboral o profesional, y a cambio de una retribución dineraria y/o en especie, ya sean directivos o no.

Precisan de una retribución justa, salud y seguridad, respeto y desarrollo profesional en igualdad de condiciones, mantenimiento del empleo, conciliación de la vida familiar, etc.

-Accionistas o propietarios: Son todas aquellas personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa. Son todas aquellas personas y entidades que poseen participaciones en la propiedad de una empresa.

UNA DIMENSIÓN EXTERNA: Frente a la sociedad en su conjunto, proveedores, consumidores, clientes, contratistas..., en otras palabras, los denominados stakeholders o partes interesadas que no son otros que colectivos con los que la empresa se relaciona y a los que debe generar algún valor si se autodefine como socialmente responsable.

-Comunidades locales: La responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno local. Estas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la prosperidad de las comunidades donde operan.

Las empresas interactúan con el entorno físico local. Precisan de un entorno adecuado para su producción y su oferta de servicios: unas adecuadas redes de comunicación, un medioambiente limpio. Puede igualmente existir una atracción de trabajadores a la región donde estas están radicadas. Por otro lado, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas; contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos.

- Socios comerciales, proveedores y consumidores: Las grandes empresas son al mismo tiempo socios comerciales de las empresas más pequeñas, ya sea en calidad de clientes, proveedores, subcontratistas o competidores. Las empresas deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por

las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción.

- **Derechos humanos:** Una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos, sobre todo por lo que respecta a las actividades internacionales y las cadenas de suministro mundiales. Esto se reconoce en instrumentos internacionales, como la Declaración tripartita de la OIT (Organización Internacional del Trabajo, ILO en inglés) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo (ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work) y las Directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (OECD Guidelines for Multinational Enterprises).

Los derechos humanos son una cuestión muy compleja que plantea problemas políticos, jurídicos y éticos. Ciertamente las empresas se enfrentan a cuestiones complicadas, por ejemplo el modo de determinar qué responsabilidades caen dentro de su competencia y cuales caen dentro del ámbito gubernamental, cómo asegurarse de que sus socios comerciales están respetando los valores que ellas consideran fundamentales, y cuál es el enfoque que deben adoptar y cómo trabajar en países donde son frecuentes las violaciones de los derechos humanos.

.- Grupos de opinión, administraciones públicas, comunidades locales y sociedad y público en general: Las necesidades y expectativas de los grupos de interés tienen tres necesidades genéricas básicas:

- Transparencia informativa, especialmente valorado por quienes desean conocer en todo momento determinados aspectos esenciales e impacto presente y futuro de la organización.
- Participación. La comunicación permanente y el diálogo resultan imprescindibles cuando se quiere establecer una relación de beneficio mutuo y se desea conocer las necesidades de las partes interesadas.
- Beneficio mutuo. Las personas y grupos sociales que interactúan con las empresas esperan obtener contraprestaciones que les permitan desarrollarse y progresar no sólo en lo económico, sino también en lo social

y en lo medioambiental de forma equilibrada con vocación de largo plazo y sin comprometer el desarrollo de las generaciones futuras.

- Problemas ecológicos mundiales: Debido al efecto transfronterizo de muchos problemas medioambientales relacionados con las empresas y a su consumo global de recursos, las empresas son también actores en el medio ambiente mundial. Un claro ejemplo lo tenemos en la emisión de gases de efecto invernadero o la contaminación de los mares, localizada en puntos concretos pero que se dispersa por todo el planeta.

IMPACTO EN EL MODELO DE NEGOCIO

DIMENSIÓN INTERNA

Las dimensiones de la RSE abarcan muchos aspectos por no decir que casi todos los aspectos importantes para el funcionamiento de una organización por ello se analizará el impacto que tiene cada uno sobre la organización.

Por ello empezaremos por los **recursos humanos** sabiendo que ⁵²En la administración de empresas, se denomina recursos humanos (RR.HH.) al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización. Pero lo más frecuente es llamar así a la función o gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una persona o departamento en concreto junto a los directivos de la organización.

Por ello La administración de recursos humanos tiene la finalidad de poder hacer una selección de personal con la estrategia de la organización, lo que permitirá implantar la estrategia organizacional a través de las personas, quienes son consideradas como los únicos recursos vivos e inteligentes capaces de llevar al éxito organizacional y enfrentar los desafíos que hoy en día se percibe en la fuerte

⁵² Creado por: <http://www.gestiopolis.com/administracion-de-recursos-humanos-y-su-impacto-en-la-organizacion/>

competencia mundial. La estrategia de Recursos Humanos de las empresas busca o intentan agregar valor a la empresa y parten de la conocida definición de la visión, la misión, valores e incluso las prioridades o margen de acción de la función de recursos humanos; brindando espacios y condiciones adecuadas para el éxito de sus labores y por lo tanto el crecimiento de la empresa; teniendo en cuenta los siguientes objetivos.

- ✓ Utilizar lo mejor posible los recursos
- ✓ Colaborar con la empresa en la obtención de beneficios.
- ✓ Prever estrategias y tácticas para los casos de ampliación o reducción del negocio.

Pero todo esto va de la mano con la **Seguridad y salud**⁵³ en el trabajo ya que las condiciones de salud de las personas están determinadas en parte por las condiciones en las que se trabaja, puesto que dichas condiciones pueden generar riesgos que se materializan en los accidentes y enfermedades laborales. Estos eventos generan costos económicos y sociales para el trabajador, las empresas y el conjunto de la sociedad. Y aunque las empresas protegen a sus trabajadores con pólizas de seguros contra riesgos laborales, existen unos costos indirectos que deben ser asumidos por ellas, los cuales pueden afectar su competitividad.

Es por ello conocer las condiciones de seguridad y salud en el trabajo se relacionan con el desempeño económico y social para las empresas. Partiendo de que las diferencias entre el estado de salud y la expectativa de vida de los habitantes de un país es consecuencia del entorno en el que nacen, viven, trabajan y envejecen.

⁵³ www.cladea.org/index.php?...seguridad-y-salud-en-el-trabajo Archivo de PDF

El desempeño de una empresa se mide en términos de resultados, los cuales por lo general se asocian con altas utilidades, mayor rendimiento de los activos y otros resultados financieros positivos; pero esto bajo dos bases muy importantes; base en la tradición económica y hace énfasis en los factores externos del mercado como determinantes del éxito de una empresa, y la segunda línea que se enfoca en los aspectos conductuales y sociológicos que considera a los factores organizacionales y a su adecuación con el medio externo como los principales determinantes del desempeño.

En este sentido, las empresas también miden su desempeño social, el cual está asociado con su responsabilidad con clientes y consumidores en términos de la calidad de los productos y servicios que ofrecen; y de su contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias, por lo cual las condiciones laborales deben ser adecuadas, para lograr mayor productividad y desarrollo personal.

Las condiciones de seguridad y salud en el trabajo se asocian positivamente con el desempeño económico y social de la empresa, ya que cuando una organización tiene inversiones, gestión y acciones de prevención de accidentes y enfermedades laborales, así como de promoción de la salud laboral, esto se puede ver reflejado en el largo plazo en mejoras en los indicadores de desempeño económico y social de la empresa.

Por otra parte, en cuanto las variables, las independientes estarían asociadas a las condiciones de seguridad y salud en el trabajo, como son: tasa de accidentalidad, tasa de enfermedad laboral, días de ausentismo por enfermedad común y general, citando las más relevantes. Las dependientes, estaría asociadas al desempeño económico de una firma, como son las medidas de rentabilidad, productividad y crecimiento.

Así mismo la **Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales**⁵⁴ siendo parte de la RSE impacta en el funcionamiento de las empresas y esto debido a que en la actualidad la sociedad necesita analizar la situación a la que nos enfrentamos con respecto a los recursos tanto renovable como los no renovables y el impacto que tiene sobre el medio ambiente.

Ya que no es un misterio que la humanidad se enfrenta a una crisis ecológica de gran magnitud, debido a que un sinfín de actividades realizadas por el ser humano ha provocado que se deteriore de manera gradual la biodiversidad que nos rodea. Existen diversos tipos de impactos ambientales, pero fundamentalmente se pueden clasificar, de acuerdo a su origen, en los provocados por:

- ✓ El aprovechamiento de recursos naturales ya sean renovables, tales como el aprovechamiento forestal o la pesca; o no renovables, tales como la extracción del petróleo o del carbón.
- ✓ Contaminación. Todos los proyectos que producen algún residuo (peligroso o no), emiten gases a la atmósfera o vierten líquidos al ambiente.
- ✓ Ocupación del territorio. Los proyectos que al ocupar un territorio modifican las condiciones naturales por acciones tales como desmonte, compactación del suelo y otras.

Haciendo que en este sentido los recursos naturales e incluso las personas, no llegan a verse más que como recursos para incrementar la producción, el consumo y finalmente, los beneficios. Pasando de una economía al servicio del bienestar, a una lógica en que ciudadanos y medio ambiente deban estar al servicio de la economía.

⁵⁴ <http://www.elespectador.com/publicaciones/especial/valor-compartido-una-estrategia-empresarial-de-alto-imp-articulo-428561>

Por ello las empresas están encontrando nuevas formas de acelerar su crecimiento y de incrementar sus ventajas competitivas, a través de modelos de negocio innovadores que suplen necesidades a nivel social. Estas compañías están 'generando valor compartido', utilizando el conocimiento para identificar nuevas oportunidades e incrementar su competitividad, a la vez que mejoran las condiciones económicas, sociales y ambientales del entorno y de sus grupos de interés.

Pero cuando hablamos de implementar de modelos de negocio innovadores nos dirigimos a generar cambios, a dejar de hacer en muchos casos las costumbres diarias de la empresa, por ello la **adaptación al cambio**⁵⁵ abarca todas las actividades dirigidas a ayudar a la organización para que adopte exitosamente nuevas actitudes, nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer negocios. La administración efectiva del cambio, permite la transformación de la estrategia, los procesos, la tecnología y las personas para reorientar la organización al logro de sus objetivos, maximizar su desempeño y asegurar el mejoramiento continuo en un ambiente de negocios siempre cambiante.

En la verdad, el cambio ocurre a través de las personas. Y, para que se considere a las personas como parte del proceso de cambio es necesario conocer sus valores, sus creencias, sus comportamientos.

Las organizaciones y las personas que en ella están incluidas cambian continuamente. En las organizaciones, algunos cambios ocurren por las oportunidades que surgen, mientras que otros son proyectados. El término desarrollo es aplicado cuando el cambio es intencional y proyectado.

Para que un proceso de cambio pueda implementarse con éxito y sostenerse en el tiempo, es fundamental tener en cuenta el factor humano; por ello los

⁵⁵ <http://www.gestiopolis.com/el-proceso-de-cambio-organizacional-como-gestionarlo/>

trabajadores⁵⁶ gracias a la identificación, las actitudes y comportamientos asumidos por los empleados facilitaran el logro de objetivos, además, los esfuerzos por implementar cambios en los sistemas y procesos de trabajo se verán disminuidos.

Las empresas importantes en su ramo, han tenido éxito y han logrado el posicionamiento de sus marcas y productos en un mercado que día a día busca bienes y servicios que sean proporcionados al menor costo, mejor calidad, mayor atención y satisfacción de expectativas. Este tipo de organizaciones han logrado ser competitivas gracias al esfuerzo interno, el trabajo valioso que cada persona pone en sus correspondientes puestos.

Se pueden alcanzar buenos resultados si al momento de guiar a los empleados consideramos aspectos que los involucrará y comprometerá en los mismos; pero hay otro factor que influye también en gran medida en la organización y estos son los accionistas.

Muchas veces se piensa que al tener al **accionariado**⁵⁷ lejos de la gestión su influencia se limita a dos o tres consejos al año. Y que dar buenos resultados, un buen dividendo y mantener una posición estable en el mercado es suficiente para que "nos dejen tranquilos". Sin embargo, su influencia en el día a día es mucho mayor de lo que los propios accionistas piensan. Está claro que su canal de comunicación es el consejero delegado y a partir de ahí, con los filtros que toque, el impacto en la organización se diluye. Pero mucha de su cultura cala y va transformando la organización poco a poco para bien o para mal.

El "pelaje" del accionista, la periodicidad de los consejos o comités que se realizan, los indicadores de gestión que se siguen, etcétera. Todo va marcando e

⁵⁶ http://www.degerencia.com/articulo/involucrar_y_comprometer_al_empleado

⁵⁷ <http://blogs.cincodias.com/cronicas-del-talento/2014/05/la-influencia-de-los-accionistas.html>

impregnándose en la organización y directa o indirectamente influyendo en el rumbo de la compañía, sus decisiones y objetivos a cumplir.

DIMENSIÓN EXTERNA

Para lograr todos los objetivos propuestos Las empresas no solo se circunscriben a su propio entorno sino que también se integran a las **comunidades locales** ⁵⁸en donde se encuentran, incluyendo además a los trabajadores; siendo conscientes de la importancia que tiene la comunidad a la cual sirve ha desarrollado una política de trabajo que, de la mano de la industria, el Gobierno y la sociedad, sea capaz de generar condiciones de sustentabilidad económica, social y medioambiental.

La responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas de su entorno local, contribuyendo al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobretodo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios, y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado las empresas dependen de la salud, estabilidad, y la prosperidad de las comunidades donde operan. Las PYMES encuentran a menudo la mayoría de sus clientes en la zona circundante. La reputación de una empresa en su lugar de ubicación y su imagen como empresario y productor y también agente de la vida local, influye sin duda en su competitividad.

Asimismo las empresas interactúan con el entorno local. Algunas dependen de un entorno limpio, aire puro, aguas no contaminadas o carreteras descongestionadas, para su producción u oferta de servicios. Puede existir también una relación entre el entorno físico local y la capacidad de las empresas para atraer trabajadores a la región donde están radicadas. Por otro lado las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas,

⁵⁸ Grupo de trabajo Monografía: **Universidad de las América:** <http://html.rincondelvago.com/responsabilidad-social-empresarial-y-las-comunidades-locales.html>

contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Dentro de los efectos negativos que producen las empresas en el entorno encontramos también los bienes no renovables, como contrapartida a esto empresas como Minera Escondida han desarrollado estrategias para demostrar a las localidades cercanas cuales son los beneficios que se devuelven como retribución.

Pero solo esto no influye en el rumbo de la empresa sino también **la participación de Socios comerciales, proveedores y consumidores**⁵⁹. Las grandes empresas son al mismo tiempo socios comerciales de las empresas más pequeñas, ya sea en calidad de clientes, proveedores, subcontratistas o competidores. Las empresas deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción.

Los efectos de las medidas de responsabilidad social de la empresa no se limitarán a ésta, sino que afectarán también a sus socios económicos. En particular, este es el caso de las grandes empresas que han subcontratado una parte de su producción o servicios y que, por lo tanto, pueden haber asumido una responsabilidad social suplementaria por lo que respecta a dichos proveedores y a su personal, teniendo en cuenta que, en ocasiones, el bienestar económico de los proveedores depende mayoritariamente o totalmente de una única gran empresa.

Teniendo en cuenta y respetando claramente el factor de **Derechos humanos**, ya que en la actualidad Cada vez hay más empresas que manifiestan su compromiso con los derechos humanos en sus códigos de conducta y que están convencidas de

⁵⁹ <http://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>

que la repercusión de las actividades de una empresa en los derechos humanos de sus empleados y de las comunidades locales sobrepasa el ámbito de los derechos laborales; partiendo de que Los **derechos humanos**⁶⁰ son los derechos y libertades fundamentales que posee todo individuo en virtud de su humanidad, independientemente de su lugar nacimiento, sexo, cultura, raza, religión, origen étnico, idioma, o cualquier otra condición.

Hasta hace muy poco, regía la percepción de que proteger los derechos humanos era un terreno que pertenecía exclusivamente a los Estados, y que empresas debían limitarse únicamente a respetar las legislaciones nacionales de los países en que operaban. Sin embargo, ante la dramática expansión de las cadenas globales de suministro y el consecuente incremento del papel de las corporaciones transnacionales en la actividad económica mundial, la idea de crear mecanismos institucionales para hacer rendir cuentas a las empresas por sus impactos en los derechos humanos ha ido tomando cada vez más fuerza (Ruggie, 2007).

Hoy en día, son muchas las empresas que reconocen que respetar los derechos humanos debe ser una parte esencial de su responsabilidad social, no solo porque es la manera correcta de proceder desde un punto de vista ético, sino porque proteger los derechos humanos revierte positivamente en los negocios y en la sociedad. Para la empresa, proteger los derechos humanos mejora la reputación, la capacidad para atraer y retener buenos empleados, clientes y usuarios, la motivación y la productividad de los trabajadores, la percepción de los inversores sobre la empresa, las relaciones con los grupos de interés y la ventaja competitiva.

⁶⁰ http://www.iese.edu/es/files/cuaderno12_final_tcm5-71129.pdf

Pero de la mano de los derechos humanos mundiales también es importante ver y reconocer los **problemas ecológicos mundiales** generados, ya que Debido al efecto de relación de los países y los muchos problemas medioambientales relacionados con las empresas y a su consumo global de recursos, las empresas son también actores en el medio ambiente mundial.

Ante esto tenemos en la emisión de gases de efecto invernadero o la contaminación de los mares, localizada en puntos concretos pero que se dispersa por todo el planeta. Por ello, pueden tratar de obrar con arreglo a su responsabilidad social tanto a nivel europeo como internacional.

La inversión y las actividades sobre el terreno de las empresas en terceros países pueden tener efectos directos sobre el desarrollo económico y social de dichos países.

Por lo tanto este impacto también recae directamente en las empresas, en el desarrollo y crecimiento; ya que las consecuencias de los problemas ecológicos pueden definir la sostenibilidad y el rumbo de la organización; partiendo desde la disponibilidad de las materias primas, hasta los recursos de transformación y elaboración de sus productos y servicios.

Así mismo y reforzando el tema se tomó como referencia la Publicación realizada por la revista DIRCOM que le dedico toda una edición a la RSE, siento esta es una publicación Iberoamericana de edición trimestral (y desde Junio de 2014) en formato Digital. Se dedica a brindar contenidos y herramientas para la gestión de la Comunicación Corporativa y los Recursos Humanos.

Según la revista DIRCOM en su publicación Numero 92 publicada el Lunes 26 de Septiembre de 2011 dedicada a la responsabilidad social Empresarial, indicando que está presente desde mediados del siglo pasado y que ha tenido un recorrido bastante largo, pero con gran perfeccionamiento, el cual hoy la coloca en un lugar

mucho más seguro y claro; así mismo muestra la RSE como un medio de comunicación muy importante.

Además resalta la variedad de aplicaciones que tiene la RSE y como se involucra sesgadamente en las empresas u organizaciones, tales como: la comunidad interna o local, en la relación con los Stakeholders, acciones sociales locales, regionales hasta las nacionales; además de los diferentes sectores del mercado en Colombia (Agroindustria, infraestructura, Manufactura, Servicios, Turismo, textil, entre otros), en el que se reúnen una considerable cantidad de competidores que se convierten en una fuerza para realizar acciones positivas, responsables en sus labores y en el ámbito académico como periodismo y marketing en la empresas.

Dentro del texto también resaltan *“⁶¹Cuando en principio parecía que sólo correspondía al mundo empresarial y, sobre todo, en lo relacionado con el medioambiente, las organizaciones comenzaron a entender que se debe ejercer la RSE en los derechos humanos, la relación con la comunidad, el respeto por los vecinos, la protección de las nuevas generaciones, la aplicación de tecnología de avanzada, entre otros.”*

Reflejando el cambio que tuvo la RSE en las miradas del medio, permitiendo ver sus efectos en diferentes espacios y con fines bastante interesantes, que dispersan la mala visión que se tenía de ser solo generosidad y acciones beneficencia, para permitir mostrarse con la verdadera utilidad y función, la cual definen como:

“⁶²Una forma de gestión definida por la ética y transparencia de las organizaciones, con todos los públicos con los cuales se relacionan y por el establecimiento de

⁶¹ http://antezanacc.com/dircom/dircom_92.pdf

⁶² http://antezanacc.com/dircom/dircom_92.pdf 1. Nota: 1. Instituto Ethos

metas compatibles, con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las futuras generaciones, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales 1”

En este punto y con una definición más clara es importante darle una directriz bien precisada, para que no quede solo como una herramienta de comunicación de las instituciones y empresas, sino también como una acción más, que contribuya a la reputación de las mismas, como una herramienta dentro de las acciones a tomar o como una estrategia bien aplicada, para que con esto generar un efecto positivo, concibiendo un elemento diferenciador en la presencia o identidad de la empresa, forjando un valor agregado valioso, ya que se convertirá en una opción más cautivante para los consumidores que cada día buscan de una manera más exigente cubrir sus necesidades.

Así mismo el artículo de DIRCOM invita a que se llegue la hora de cambiar el pensamiento de la responsabilidad social empresarial RSE a evolucionar en pensar en mejor manejarlo como Empresas Socialmente Responsables ESR.

Dejando a un lado las malas definiciones que actualmente se les ha dado tales como: filantropía, marketing social corporativo, sostenibilidad, acción social, gobierno corporativo, entre otros; siendo esta una de las razones por las cuales a las empresas ven difícil su aplicabilidad, debido al desconocimiento que tiene esta estrategia empresarial y mala interpretación del concepto, la visión de la RSC como táctica y no como estrategia, la idea de “lavado de cara” que pretende usar esta acción corporativa únicamente como camino para el beneficio de la imagen de marca y reputación.; sino como una verdadera estrategia empresarial la cual se maneja en todos los ámbitos (legislación, normas y procedimientos, medioambiente, gestión empresarial, recursos humanos, entre otros) con una visión de responsabilidad mucho más fuerte.

5. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN BUCARAMANGA

De una manera más clara se logra identificar que la falta de aplicación correctamente de la RSE se debe al desconocimiento de la misma y la diversificación de su concepto; el cual se debe también a la de información brindada por lo entes del gobierno que la regulan.

Aunque en la actualidad este tema está tomando una mayor mirada y visión para las personas; debido a que está tomando más fuerza su conocimiento; debido a los medios comunicación, publicitarios, noticiosos y eventos vinculados al tema

Como el evento de llamado “**Encuentro Santander Responsable y Sostenible**” el cual se viene realizando desde el 2013, que cita empresarios, conferencistas y expositores de todo el mundo; organizado por el programa de la Gobernación **Santander Responsable y sostenible**, con el apoyo de Cenfer, Cámara de Comercio, entre otros.

Este evento ha convocado para su presencia a 15.000 empresarios en total, se presenta como un espacio de intercambio de conocimiento y experiencias acerca de la responsabilidad social empresarial en Colombia e internacional y tiene, como fin último, el propósito de mejorar el posicionamiento de la región tanto en el ámbito nacional como internacional.

En 2013, el I Encuentro fue declarado todo un éxito, por lo tanto se puede deducir que la acogida que está teniendo la RSE en Bucaramanga es buena y por lo tanto con esto se espera que los resultados de su aplicabilidad y buena práctica se ven reflejados rápidamente en las empresas.

Así mismo este programa hace parte de los encuentros anuales de empresarios, como Santander Responsable y Sostenible forman parte de la Mesa de alianzas público privadas de la Red Sostenible de Santander. Teniendo como objetivo

general la formación de un grupo de trabajo de líderes empresariales de la región a través del cual generar acciones para promover la Responsabilidad Social Empresarial en Santander.

Fuera de poder participar en estos programas, los empresarios pueden Vincularse a la Red Sostenible de Santander, en la cual puede tener beneficios tales como:

- ✓ Participar de sus espacios de formación y promoción de acciones de RSE.
- ✓ Contribución con micro, pequeños y medianos empresarios patrocinando su oportunidad de asistir a los encuentros.
- ✓ Contribuir con el crecimiento y desarrollo de Santander.
- ✓ Dar una mayor visibilidad y proyección a su empresa
- ✓ Promoción de su marca en medios.

Con todo esto se puede evidenciar que actualmente las herramientas para conocer la RSE y sus dimensiones están más a la mano de los empresarios de Bucaramanga; por lo tanto se espera que cada día crezca más la acogida de esta en todas las actividades de las empresas; incluirla dentro de sus políticas; pero no como requisito sino como una verdadera herramienta competitiva, reconociendo las ventajas que trae su buena aplicación e implementación en todos sus enfoques, en los cuales no solo se resaltarán sus resultados económicos sino también ser empresas socialmente responsables con su capital humano y el medio ambiente que lo rodea junto a sus elementos.

Además de este evento, la corporación Red Santander Responsable y Sostenible está trabajando en un programa enfocado en: **“La creación de marcas propias, un**

camino para el posicionamiento de los productos santandereanos”; sabiendo que Las marcas son sinónimo casi siempre de madurez en las empresas, pues ellas impiden que buenos productos queden en el anonimato o desconocidas para el público comerciante, además estas generan la posibilidad de recompra.

Según el reporte emitido por la página de Fundación estructurar y la Red Santander Responsable y Sostenible dice que:

“⁶³En el mundo según el último informe de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, OMPI, se registraron en el 2012 aproximadamente 2,6 millones de marcas, con una alta concentración en China, Estados Unidos y Alemania. Colombia en este escalafón alcanzó el puesto 27 entre 93 países y el cuarto lugar en América Latina, según los datos reportados hasta la fecha.

De acuerdo con la información de la Superintendencia de Industria y Comercio, en el país durante el 2013 se concedieron 11.092 marcas, de las cuales 353 obedecieron a registros otorgados a Santander, volumen que lo ubicó en el 4 lugar en Colombia, pero que en términos per cápita lo situó en el quinto puesto. La actividad con mayor registro de marcas fue la de servicios con énfasis en publicidad.

Adicionalmente, el departamento tiene una posición dominante a escala nacional en productos del tabaco. También se aprecia que en el sector de alimentos se crearon 73 marcas, con preferencia en bienes cárnicos, café, cacao, azúcar y arroz. En cuanto a productos químicos sobresalieron los farmacéuticos, y en los textiles algunas marcas relacionadas con vestuario.

Los resultados muestran un avance importante en número total de marcas concedidas en el departamento en el 2013, lo cual es buena señal de cara al

• ⁶³ COMPITE 360. Disponible en:
http://www.compitem360.com/temas/documentos%20pdf/competitividad/2014/marcas_2013.pdf

posicionamiento de productos santandereanos en el mercado nacional”.

Este informe arroja que el comercio tiene una tendencia de incremento en cuanto a nuevos productos; los cuales en gran medida están ubicados en el sector agrícola y por lo tanto en contacto directo con el medio ambiente y población campesina; que de mano con una buena RSE bien aplicada puede generar cambios muy favorables para toda Bucaramanga; por que logra ganancias económicas y desarrollo para la ciudad, además de una manera socialmente responsable ayuda al crecimiento de la población allí localizada y generando un impacto favorable o de mejora para el medio ambiente.

Todas estas actividades son válidas mencionarlal, debido a que la RSE está en todas partes de las empresas, ya que sus dimensiones van desde sus índices económicos hasta los sociales y ambientales, en los cuales cada día los individuos juegan un rol dentro de este, ya sea fuera o dentro de las organizaciones; por lo tanto este tema no es ajeno a ninguna persona.

Como no es ajeno a ninguna persona u organización, la ciudad también ha empezado su proceso de reconocimiento a las empresas que por medio de la aplicación de la RSE se han destacado, y por ello también realiza eventos de premiación a estas empresas, como por ejemplo en el 2014, Durante el Congreso Nacional de Andesco se realizó la [Celebración del Premio Nacional a la Responsabilidad Social Empresarial en sede administrativa del Acueducto](#), el cual otorgo al **Acueducto Metropolitano de Bucaramanga** el premio a la Responsabilidad Social Empresarial.

Esta premiación es otra evidencia de que la Responsabilidad social ya hace parte del contexto general de alguna empresas en Bucaramanga, lo cual se está reflejando en el entorno, y algo muy positivo es que es una empresa que trabaja directamente con la parte ambiental y social, lo que indica que la ciudad ha tenido pasos significativos con el tema, en lo cual se espera dichos resultados sean evidencia para otras empresas que valen la pena aplicarla y los beneficios son tanto cualifícales como cuantificables.

Todos estos eventos y programas muestran la ciudad de una manera positiva y con un nivel de desarrollo destacable, lo cual se ve reflejado en las inversiones que se realizan en pro de mejoras, como la proyectada por Findeter en 2015 , la cual se comprometió nuevos recursos de inversión por más de \$ 250 mil millones de pesos para proyectos de desarrollo en agua potable, salud y educación en la ciudad según el *BOLETÍN DE PRENSA # 1744 del Domingo 08 de febrero de 2015* el cual decía “⁶⁴*La inversión en Bucaramanga crece cada vez que el Presidente de la Financiera de Desarrollo Territorial, Findeter, Luis Fernando Arboleda González, visita a la capital santandereana. Y con ella también crece la confianza en la ciudad y su dirigencia”*

Dicha inversión se informó en una visita dentro el programa “Ciudades Sostenibles y Competitivas”, que incluyó recorridos a varias obras de la ciudad en compañía del Alcalde Social, que incluyeron cubrimientos a programas de salud, educación, transporte público, el Viaducto La Novena y un análisis a la problemática del transporte público en Bucaramanga, concluyéndose con dicha inversión que aporta ganancias ambientales y sociales para la ciudad; así mismo espacios más adecuados para la inversión y progreso de las empresas, generando mayor desarrollo y crecimiento para Bucaramanga.

CONCLUSIONES

Se puede ver que la RSE está basada en principios, valores y ética empresarial, por lo tanto su adopción e implementación es una decisión que debe tomar la Alta Dirección de las empresa y organizaciones, pero no como ley sino como estrategia para crecimiento y desarrollo de sus modelos de negocio, sino también para su aporte al mundo de manera productiva y no destructiva.

Después de tomar la decisión de basar la gestión de la empresa en la RSE, se pasa a la identificación de los principios y valores que regirán su accionar y a identificar

⁶⁴ *Carlos Ibarra-Néstor Jerez-Aníbal Morales / Prensa y Comunicaciones / Alcaldía de Bucaramanga*

los grupos de interés tanto internos como externos que están interesados en que la empresa siga funcionando y que, de una u otra forma, pueden incidir en sus resultados.

Aquí se pudo encontrar que las dimensiones de las RSE tanto internas como externas solo dejan beneficios a las organizaciones o empresas, ya que abarcan todos los ámbitos básicos para un adecuado desarrollo sostenible en el medio y en el mundo bajo sus modelos de negocio.

Así mismo y aplicando los conceptos de una adecuada implementación de al RSE se encontró que los beneficios que lograran las empresas de Bucaramanga son:

- Crecimiento de las empresas.
- Mejor Desempeño económico y social.
- Adecuado Funcionamiento de las empresas.
- Incrementar sus ventajas competitivas.
- Generar valor compartido.
- Nuevas actitudes, nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer negocios.
- Maximizar su desempeño y asegurar el mejoramiento continuo.
- Competitividad.
- Sustentabilidad económica social y medioambiental.
- Mejor Bienestar económico y resultados sociales.
- Mejora la reputación.
- Mejor percepción de los inversores sobre la empresa.
- Mejor percepción del medio sobre la empresa.
- Mayor rentabilidad para la ciudad.

Evidenciando que regir las empresas bajo las bases de la Responsabilidad social empresarial deja beneficios evidentes y significativos, sin dejar tener cambios drásticos en el actuar y funcionamiento de sus actividades; solo realizarlas de una manera más consciente y consecuente.

INQUIETUDES

En esta segunda relatoría se vuelve a recalcar la importancia que tiene estructurar y presentar de una manera clara y concreta los temas; mostrando el enfoque que tiene dichos temas con la ciudad de Bucaramanga que es donde se enfoca el seminario.

Así mismo se recalca la importancia de la RSE para el desarrollo propio de la humanidad, manejado todas sus dimensiones de una manera correcta y con enfoques claros de conservación y mejora continua.

BIBLIOGRAFIA

Administración de recursos humanos y su impacto en la organización - Esther Zapata - 02.07.2013 Creado por: <http://www.gestiopolis.com/administracion-de-recursos-humanos-y-su-impacto-en-la-organizacion/>

Begoña Arrieta, Cristina de la Cruz, La dimensión de la ética de la RS. Fuente internet: <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/>

DIARIO RESPONSABLE / Ricardo Fernández García / 06 Julio 2010 / Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas: <http://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>

Dimensiones de la responsabilidad social empresarial. Sus actores. Papel de las políticas públicas / 06 Julio 2010 / Ricardo Fernandez Garcia / Fuente: <http://diarioresponsable.com/opinion/11467-dimensiones-de-la-responsabilidad-social-empresarial-sus-actores-papel-de-las-politicas-publicas>

El proceso de cambio organizacional, cómo gestionarlo - 25.10.2003 - Patricia Cisneros – disponible en: <http://www.gestiopolis.com/el-proceso-de-cambio-organizacional-como-gestionarlo/>

Involucrar y comprometer al empleado: clave del éxito de una organización - AUTOR(A): Noé Chávez Hernández - PUBLICADO: 07/11/2008- disponible http://www.degerencia.com/articulo/involucrar_y_comprometer_al_emplead
[o](#)

La influencia de los accionistas - 27 mayo, 2014 | 13: 42 autor Luis Soler Vázquez-Guillén –Disponible <http://blogs.cincodias.com/cronicas-del-talento/2014/05/la-influencia-de-los-accionistas.html>

LAS EMPRESAS Y LOS DERECHOS HUMANOS - Ricardo Isea Silva - Cuaderno Nº 12 - Septiembre de 2011 disponible: http://www.iese.edu/es/files/cuaderno12_final_tcm5-71129.pdf

Mariano Prado Pomar, Septiembre 2007, Propuesta de un modelo de negocio sostenible para emprendedores. Pág. 21. <http://www.significarse.com/wp-content/uploads/2013/11/MODELO-DE-NEGOCIO-SOSTENIBLE.pdf>

MONOGRAFÍA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y GESTIÓN DE LAS COMUNIDADES LOCALES -Grupo de trabajo Monografía, Universidad de las América, Fuente: <http://html.rincondelvago.com/responsabilidad-social-empresarial-y-las-comunidades-locales.html>

Valor compartido, una estrategia empresarial de alto impacto - Especial 18
Jun 2013 - 12:37 pm

Por: Gustavo Mutis (*) Disponible en:
<http://www.elespectador.com/publicaciones/especial/valor-compartido-una-estrategia-empresarial-de-alto-imp-articulo-428561>

Vásquez Paniagua y González Isaza. Metodología para implementar u
proceso de responsabilidad social empresarial en la industria de curtiembre
en Colombia. Disponible en:
http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1992-18962009000200007&lng=&nrm=iso Acceso 22 de octubre de 2015

CORRELATORIA - SESION 2

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
DE GESTION EMPRESARIAL**

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORIA

Sesión 2. Seminario de Investigación sobre La Responsabilidad Social como Estrategia de Negocio para el Desarrollo de las Empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Las Dimensiones de la RSE y su impacto en el modelo de negocio

Presentado Por: LILIANA PATRICIA CABALLERO MENDOZA

Fecha: 06 Abril de 2016

1. ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN

La dimensión integral de la Responsabilidad Social Empresarial

La acción responsable “integral” implica el análisis y la definición del alcance que la organización tendrá, como ya se estableció, en relación a las distintas necesidades , expectativas y valores que conforman el ser y quehacer de las personas y de las sociedades con las que interactúa; de esta forma sus niveles de responsabilidad se pueden entender y agrupar:

En su dimensión económica interna, su responsabilidad se enfoca a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera de la empresa que genere utilidades y se mantenga viva y pujante (sustentabilidad).

En su dimensión económica externa, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de su aportación a la causa pública vía la contribución impositiva. Asimismo, la empresa debe participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y su país.

En su dimensión social interna, implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.

En su dimensión sociocultural y política externa, conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades y, por tanto, a un entorno de mercado favorable para el desarrollo de su negocio.

En su dimensión ecológica interna, implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención —y en su caso remedio— de los daños que causen o pudieran causar.

En su dimensión ecológica externa, conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura.

El análisis de cada dimensión lleva a la definición de las estrategias de acción específicas para que cada empresa actúe de acuerdo a su propio contexto, tome a su cargo y costo la realización de proyectos completos en lo individual o de manera colaborativa con otros actores y/o sectores que compartan metas similares.

BIBLIOGRAFIA

ORGANIZACIÓN CEMEFI. Disponible en: <http://www.cemefi.org/>

Anexo D. Documentos sesión 3

Protocolo

Relatoría

Correlatoría

PROTOCOLO - SESION 3

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión 3.

Seminario: Seminario de Investigación sobre la responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Principales dificultades que manifiestan los empresarios para aplicar la RSE

Fecha: 13 de Abril del 2016

1. ASISTENTES Y FUNCIONES:

Siendo las 6:30 pm se da inicio a la sesión con los siguientes participantes:

Estudiantes:

Relator: GONZALEZ REYES MIGUEL FERNANDO

Correlator: ALVAREZ PORTILLA LAURA JULIANA

Protocolante: CABALLERO MENDOZA LILIANA PATRICIA

Participante: ALVAREZ PORTILLA LAURA JULIANA

Director: SANABRIA FLOREZ MARIA FERNANDA

Tutores:

REMOLINA MARTÍNEZ ROBERTO

2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR

Se llega a la conclusión de que las dimensiones de la RSE no son nada diferentes a lo que funciona en una empresa; es decir que todo lo que ya se está haciendo aportaría a la RSE sino que con diferente enfoque los cuales deben ser definidos por sus dirigentes; y que según el modelo de negocio que estos tengan; puede en muchos de los casos las empresas implementar la RSE de manera asertiva, siendo transparentes y honestos para ser más competitivas las empresas.

3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA

La relatoría se realizó en el tiempo establecido con una presentación de lectura del tema en las diapositivas, la cual se recomienda evitar ya que se presta para la falta de atención de los participantes.

La Correlatoría fue un complemento adecuado para el tema de la sesión apoyando lo dicho por el relator y basada en una investigación previa.

4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN

La Directora da inicio a la sección de la primera Relatoría siendo las 6:30 pm, dando la palabra a la Relatora Miguel González que empieza la exposición del tema, con ayuda de una presentación en power point. Donde empieza a leer las mismas dando una apertura de que es la RSE “compromiso social con las empresas, son las cosas buenas o por mejorar de la empresa donde pueda prevenir que se ocasionen daños en el negocio”

El relator lee el objetivo donde interviene el tutor comentando que hay que mirar como es el impacto de acuerdo al objetivo y tener información valida de cómo se demuestre ese impacto.

El relator nuevamente lee las diapositivas comunicando las dimensiones de la RSE, de igual manera interviene el tutor indagando sobre la formulación de preguntas para realizar la investigación, las cuales aconseja tenerlas en cuenta luego de informar el objetivo de la investigación.

Retoma la lectura de las dimensiones donde escoge la más importante y es la falta de planificación estratégica y dificultad para su evaluación, según el relator la empresa no funciona si no se tiene este plan estratégico, comenta de igual manera que si no se tiene motivado el personal, difícilmente se puede aplicar la RSE.

Interviene el correlator señalando que dentro de los beneficios de la RSE está la fidelización de los empleados y los clientes.

Continúa con la lectura de las diapositivas, informando que las pymes no manejan la RSE debido a la falta de comunicación del tema, falta de recursos económicos y personal

Finaliza la relatoría dando las siguientes conclusiones

- Por falta de conocimiento de las empresas no implementa la RSE
- Planificación estratégica, no definen criterios ni son documentados.
- Falta recursos económicos.

El relator hace un comentario el cual le parece interesante y es “la RSE es transversal a toda la estructura de la organización no solo a los trabajadores o clientes, intervención del Tutor.- porque no incluyo en el trabajo estos textos lo cual son importantes.

El tutor hace la observación de que cuando el texto hace una referencia particular, de donde sale la información. Comenta de igual manera que esta información se debe soportar con fuentes como también tener en cuenta dar conclusiones por cada pregunta realizada en el encabezamiento

5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES

El tutor realizo varias anotaciones y preguntas tales como:

Organizar la redacción

¿Dónde sale la información de las afirmaciones?

Existe información del tema

Colocar referencias pertinentes

El Correlator realizo complementación del tema.

No hubo más intervención al tema por parte de los asistentes.

6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS

La metodología utilizada fue los medios electrónicos para la exposición de los temas; ejecutando los roles establecido para cada participante y en los tiempos adecuados para la ejecución de la relatoría.

7. CONCLUSIONES

Se concluye que las dificultades más relevantes de implementar la RSE son por falta de conocimiento del tema que la misma gestión para desarrollarla.

Por otro lado las pequeñas empresas carecen de planeación para ejecutar sus actividades y programas.

8. TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN

Beneficios económicos de la implementación de RSE.

RELATORIA - SESION 3

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA RELATORIA

Sesión 3.

Seminario: Seminario de Investigación sobre la responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Principales dificultades que manifiestan los empresarios para aplicar la RSE

Presentado Por: Miguel Fernando González Reyes

Fecha: 13 de Abril de 2016

1. OBJETIVO (PERSPECTIVA DE LA RELATORIA): Identificar las principales dificultades a que se enfrentan las organizaciones para aplicar la RSE.

2. FUENTES DE INFORMACIÓN:

CEIPA. Disponible en: <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/132/259>

ORGANIZACIÓN CRANA. Estudio de percepción de rse. Disponible en: http://www.crana.org/themed/crana/files/docs/077/095/e1estudio_percepcion_rse_1.pdf
<http://leitat.org/descargas/noticias/ON0008.pdf>

3. PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACIÓN

¿Por qué se le dificulta a las empresas aplicar la responsabilidad social adecuadamente?

¿De qué manera se pueden identificar las dificultades u obstáculos para implementar RSE?

¿Qué motivaciones pueden llevar a la Dirección de una empresa integrar la RSE?

¿De dónde puede surgir la voluntad de las empresas para incorporar la RSE en la gestión interna?

¿Surge de alguno de los grupos de interés de la empresa, por imagen, hay un compromiso interno?

4. DESARROLLO DEL TEMA

INTRODUCCION

En el presente trabajo se abordara el tema de las dificultades que manifiestan los empresarios para la aplicación de la RSE (responsabilidad social empresarial), el cual hace un papel importante hoy en día en las organizaciones de la sociedad, el cual durante los últimos años se está despertando progresivamente y viene cobrando una fuerte importancia a nivel internacional, dados los impactos ambientales, sociales y económicos que el sector productivo ha venido generando en el mundo.

Es notable que cada día la responsabilidad social empresarial, logra un mayor grado de importancia, en gran parte debido a la preocupación evidente existente en materia de las repercusiones de la actividad industrial y empresarial para con el medio ambiente, aunado a la búsqueda de las empresas, de una mayor productividad y el estar calificados para enfrentar los cambios y exigencias que implica la globalización.

Con este documento se pretende, por tanto, recoger las dificultades detectadas en las organizaciones, de forma que las conclusiones que se obtengan puedan servir para orientar a una estrategia, programas y políticas de RSE para el desarrollo de las empresas y su influencia en el modelo de negocio, enfatizándonos en la ciudad de Bucaramanga.

OBJETIVO

Identificar las principales dificultades a que se enfrentan las organizaciones para aplicar la responsabilidad social empresarial RSE y cómo afectan a los diversos grupos de interés en el modelo de negocio para las empresas en Bucaramanga.

CUERPO DEL TRABAJO

Partiendo del concepto de responsabilidad social empresarial, el cual en términos generales es **el** compromiso social que se tiene con el medio que rodea a las empresas, conociendo y aplicando las cosas buenas que se pueden hacer por la sociedad para prevenir el daño que pueda ocasionar por su funcionamiento y modelo de negocio. Esta situación trae consigo consecuencias graves a nivel social, cultural y medioambiental por lo tanto vale la pena preguntarse:

¿Por qué se le dificulta a las empresas aplicar la responsabilidad social adecuadamente?

¿De qué manera se pueden identificar las dificultades u obstáculos para implementar RSE?

¿Qué motivaciones pueden llevar a la Dirección de una empresa integrar la RSE?

¿De dónde puede surgir la voluntad de las empresas para incorporar la RSE en la gestión interna?

¿Surge de alguno de los grupos de interés de la empresa, por imagen, hay un compromiso interno?

El objetivo de la RSE es desarrollar una metodología específica para la implantación de la misma en las empresas y llevarla a cabo para comprobar su utilidad y adecuación; y observar de qué manera interactúa en los grupos de interés y la importancia que estas tienen ante los individuos pertenecientes a dichos grupos cercanos a cualquier entidad.

1. PRINCIPALES DIFICULTADES QUE MANIFIESTAN LOS EMPRESARIOS PARA APLICAR LA RSE

La previsión de implantar la RSE en la empresa, o el hecho de dar los primeros pasos para poder alcanzar los beneficios de la RSE, es el papel de la empresa en una sociedad más sostenible y consciente es esencial, por lo que es necesario avanzar en una dirección clara para que las empresas se conviertan en protagonistas de una nueva relación con el entorno.

En este contexto, la profundización en el desarrollo de estrategias de acción como la RSE (Responsabilidad Social Empresarial) se configura como un pilar necesario para que la cultura ambiental y nuevas formas de gestión impregnen toda la estructura de la empresa y alcancen al conjunto de los trabajadores.

A nivel conceptual, los términos RSE y Desarrollo Sostenible confluyen en torno a sus tres dimensiones de actuación:

- Dimensión Económica
- Dimensión Ambiental
- Dimensión Social

Esto se traduce, en la práctica, en lo que se conoce como Triple Cuenta de Resultados, que implica que una empresa, para sobrevivir en el entorno actual, debe:

- Resultar económicamente viable.
- Ser medioambientalmente sostenible.

- Ser socialmente responsable⁶⁵.

Podemos apuntar, algunas otras cuestiones como el hecho de que el concepto de RSE sí se asocia a temas como la responsabilidad con los trabajadores y clientes, a las cuestiones ambientales y a los valores éticos, pero no se percibe que pueda existir una relación directa con la mejora de los resultados económicos, un motivo que puede contribuir a que el enfoque RSE no suela encontrarse hasta la fecha entre las prioridades de las empresas.

Y, a pesar de que se reconocen sus ventajas (mejor reputación, mejor clima laboral, contribución al desarrollo sostenible), se detectan también algunas barreras como la falta de conocimiento y formación, la insuficiente demanda y reconocimiento por parte de la sociedad o las dificultades existentes para involucrar a los trabajadores; es por eso que conocer las necesidades, dificultades e identificar los obstáculos en materia de RSE que tienen las empresas da pie a implantar una política de gestión de la RSE.

Al momento de indagar por aquellas prácticas de RSE al interior de una organización se identifica que los colaboradores las relacionan con aspectos enfocados al bienestar como lo son la recreación, el turismo, la cultura y el deporte brindado a los empleados, los asociados y las familias de cada uno de ellos, así como también con los beneficios adicionales como auxilios educativos, créditos con una tasa de interés mucho más baja para el empleado, crédito de vivienda, entre otros.

⁶⁵ 1. Iñaki Murguía Bergara, Sociedad de Promoción de la Economía Social (SOPRECS): Introducción a la RSE, Jornada de Responsabilidad Social Empresarial para el sector de la consultoría navarra, Pamplona, 15 de mayo de 2008.

En todo caso, para que la implantación de la RSE en las empresas reciba un impulso verdaderamente relevante, resulta imprescindible que se otorgue un mayor reconocimiento a las medidas que adoptan y la divulgación de las mismas, de modo que se ponga en valor el esfuerzo realizado y sirva además de ejemplo al resto de empresas, identificando los efectos positivos de su implantación.

Para conseguir esto es preciso en cualquier caso, una labor de sensibilización en el conjunto de la sociedad y que sean los grupos de interés (y particularmente los clientes) los que demanden en mayor medida a las empresas la implantación de RSE; medidas de sensibilización que también deben ir dirigidas a los directivos y trabajadores de las empresas.

Entre las dificultades que con más frecuencia se señalan, se destaca fundamentalmente la falta de información; este déficit de conocimientos y asesoramiento sobre cómo establecer y aplicar criterios de RSE, afecta tanto a la dimensión económica como a la dimensión social y, en menor medida, también a la dimensión ambiental.

La falta de planificación estratégica es otra de las dificultades que las empresas encuentran y que, aunque se plantea desde la dimensión económica, concierne realmente a las tres dimensiones, en tanto que afecta a la propia gestión de la organización, tiene una particular relevancia puesto que es precisamente la planificación estratégica la que puede lograr que la RSE funcione de manera efectiva en la empresa.

En relación con la dimensión económica, se menciona frecuentemente que por la propia naturaleza de la empresa, resulta más complicado avanzar en ciertos aspectos relacionados con el buen gobierno; otros de los obstáculos señalados en mayor medida son la dificultad de acometer inversiones, en particular en la actual situación de crisis y la falta de tiempo; además, se apuntan los problemas que las pequeñas empresas encuentran para entablar negociaciones con proveedores y

entidades financieras, que las obligan en muchos casos a aceptar condiciones no ventajosas.

En cuanto a la dimensión ambiental, se considera que la legislación es muy estricta y se modifica constantemente; la falta de recursos económicos y humanos supone otro obstáculo, al que se une el elevado coste económico que suponen las mejoras ambientales.

En relación con la dimensión social, el tipo de actividad también es un motivo por el cual se explica la escasa o nula contratación de personas de colectivos desfavorecidos y el reducido tamaño de la empresa también dificulta la flexibilidad y conciliación, así como la gestión de la seguridad y salud en el trabajo. El coste económico es considerado igualmente como un importante obstáculo por buena parte de las empresas.

1.1 DIFICULTADES POR DIMENSIONES

1.2 DIMENSIÓN ECONÓMICA

- Falta de información y asesoramiento sobre cómo establecer criterios de RSE.
- Naturaleza de la empresa que dificulta la progresión en ciertos aspectos del buen gobierno.
- Coyuntura económica actual de crisis que impide inversiones por falta de liquidez, créditos, tesorería, dependencia de pagos de clientes.
- El pequeño tamaño de la empresa impide la negociación con proveedores y entidades financieras por imponer condiciones no ventajosas.

- Falta de tiempo, exceso de burocracia y escaso apoyo de la administración.
- Bajo nivel de concienciación primando lo económico; falta cambio de mentalidad, también entre los grupos de interés incluido los clientes: falta de exigencia de la clientela final.
- Escasez de proveedores como para establecer criterios para elegirlos.
- Falta de planificación estratégica y dificultad para su evaluación.
- Falta de implicación y conocimiento de la RSE por parte de los Grupos de Interés.
- Competencia desleal y falta de transparencia.
- El sistema de homologación de proveedores solamente se puede aplicar cuando el proveedor tiene un tamaño importante, con certificaciones.
- No existe una política de retribución salarial en los niveles más bajos.

1.3 DIMENSIÓN AMBIENTAL

- La legislación es muy estricta y se modifica constantemente: falta de información, hay desconocimiento de requisitos legales, formación y asesoramiento.
- Falta personal / tiempo: Recursos humanos.

- Coste económico asociado a la certificación para mejoras ambientales.
- Desconocimiento y dificultades técnicas.
- Falta de sensibilización, exigencias por la empresa o grupos de interés.
- Dificultad para exigir a los proveedores los requisitos ambientales, escaso poder de negociación con los mismos.

1.4 DIMENSIÓN SOCIAL

- Falta de información y desconocimiento sobre cómo aplicar modelos concretos, no se conocen indicadores.
- Tipo de actividad de la empresa dificulta la contratación de mujeres y personas discapacitadas, gestión de la SST (Seguridad y salud en el trabajo).
- Tamaño de la empresa dificulta flexibilidad, conciliación.
- Coste económico y excesiva burocracia en PRL (Prevención de riesgos laborales), poca adaptación a características concretas de la empresa.
- Falta de concienciación, implicación en directivos y/o trabajadores (PRL).
- Dificultad en la implicación de los trabajadores.
- Situación actual de la empresa dificulta un proceso de cambio a corto plazo.

- Falta de Plan Estratégico, no existen estipulaciones sobre política de conciliación, política de igualdad, política de fidelización de clientes.
- Falta de proveedores locales y la dificultad de contactos.

2. COMO AFECTAN EN LOS GRUPOS DE INTERES

Como se puede apreciar, las dificultades comentadas, afectan a los diversos grupos de interés, de la forma que se sintetiza en los siguientes:

DIRECCIÓN

- Falta de profesionalización de gerencia: consecuencia de ausencia de planificación estratégica y gestión.
- Desconocimiento de la Inversión Socialmente Responsable por parte de las empresas y administraciones.
- Inversiones sociales que se recuperan sólo a largo plazo (coste económico).
- Falta de visión de la rentabilidad.

TRABAJADORES

- Conlleva una reorganización interna, conlleva costes y tiempo.
- Falta de implicación, sensibilización y participación de los trabajadores

ADMINISTRACIÓN

- Falta de amparo de la Administración Pública.

SOCIEDAD

- A igualdad de condiciones económicas es difícil valorar con criterios de RSE.
- Falta de concienciación y visión de la rentabilidad.

OTRAS CONSIDERACIONES

- Coyuntura económica actual: crisis.
- Pequeño tamaño y perfil de la empresa.
- Desconocimiento de RSE.
- Desconocimiento de requisitos o normativa muy exigente.
- Falta de recursos: económicos, tiempo y personal.

Dificultades para realizar acciones RSE

¿Qué dificultades puede encontrar la pyme en la aplicación de la RSE?

Si consideramos que la RSE es o debería ser una forma de gestionar bien la empresa podemos considerar que el coste está integrado en la gestión interna de la organización.

Ahora bien si consideramos que la RSE implica un esfuerzo más allá y desarrollar acciones, esto se puede traducir en una serie de dificultades como pueden ser: económicas, de personal, de recursos materiales, conocimiento; aun considerando los dos puntos de vista planteados, la pyme necesitaría una serie de recursos para poder desarrollar la política RSE.

Las dificultades que se puede encontrar la pyme están vinculadas a las características de la misma, algunas de estas dificultades pueden ser la escasez de recursos, la tendencia a la gestión del día a día, la falta de tiempo, la dificultad para aplicar herramientas de gestión específicas.

Hay mucha diversidad de pymes, a diferencia de las grandes corporaciones; estas últimas en la aplicación de la RSE pueden seguir todas más o menos los mismos patrones, a diferencia de las pymes.

El hecho de no poder seguir unos patrones, sino que hay que adaptarse, genera una dificultad; una de las dificultades principales que se debería resolver es el desconocimiento de la RSE por parte de las pymes, por lo cual esta es una cuestión que se debe seguir abordando y trabajando desde las administraciones y otras

entidades, para que las organizaciones de nuestro país no queden atrasadas en relación otros países que están desarrollando la RSE como mejora de la gestión empresarial.

Algunas de las opiniones interesantes recogidas en las entrevistas realizadas a las pymes son las siguientes:

- Una dificultad sería el desconocimiento de la RSE, entendida como la forma de gestionar bien las cosas que hasta hoy habían quedado al margen de la empresa.
- Si las pymes conocieran bien el concepto, los posibles costes no serían la primera razón por la cual no desarrollar la RSE; los costes son un argumento si no se conoce bien el concepto.
- No tienes que cambiar todo para integrar la RSE en la organización; una forma de empezar es hablar con tus interlocutores y este no implica un gran coste.
- La voluntad del gerente puede ser una barrera importante a la hora de integrar la RSE.
- Depende de lo que cada organización se plantee hacer; si quiere hacer una estrategia le pueden faltar recursos para implantarlo.
- La RSE es transversal a toda la estructura de la organización; la necesidad de recursos económicos y humanos se puede solventar, pero la voluntad si hace falta.
- Se disponen de pocos recursos económicos, personal no experto en desarrollar RSE, se puede requerir la contratación de servicios de asesoramiento y por lo tanto más recursos económicos, también el tiempo a destinar en desarrollar las políticas RSE.
- La dinámica de las empresas está para hacerlas más competitivas y tener beneficios, y si la RSE no se ve como un beneficio y compromiso con el entorno, esto tendrá muchas dificultades de ir hacia delante.
- Una de las dificultades es que en el marco de la RSE, estamos hablando con un lenguaje ajeno a las pymes.

CONCLUSIONES

Se puede ver que el desconocimiento manifestado por la mayor parte de las empresas es probablemente, como se ha señalado anteriormente, la dificultad de mayor envergadura; como lógica consecuencia de esto, la información, formación y asesoramiento son las necesidades que con mayor frecuencia se encuentran las empresas para implantar la RSE.

La planificación estratégica es otro de los temas que se señala más a menudo: la definición de criterios, la sistematización de las actuaciones y recoger las mismas en documentos oficiales.

Se considera igualmente necesario divulgar las actuaciones que ya se llevan a cabo, de modo que éstas tengan un mayor reconocimiento por todos los grupos de interés, para lo que también es preciso continuar una labor de sensibilización dirigida no solamente a estos grupos de interés, sino también a directivos y, en general, al conjunto de la sociedad.

INQUIETUDES

Con la realización de esta relatoría, nos queda la importancia de investigar cómo podemos lograr la aplicación de la RSE en Colombia y de qué manera establecerla en las empresas al modelo de negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

<http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/132/259>

http://www.crana.org/themed/crana/files/docs/077/095/e1estudio_percepcion_rse_1.pdf

<http://leitat.org/descargas/noticias/ON0008.pdf>

CORRELATORIA - SESION 3

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

DE GESTION EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORIA

Sesión 3. Seminario de Investigación sobre La Responsabilidad Social como Estrategia de Negocio para el Desarrollo de las Empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Principales dificultades que manifiestan los empresarios para aplicar la RSE

Presentado Por: LAURA JULIANA ALVAREZ PORTILLA

Fecha: 13 de abril de 2016

1. ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN

A. BARRERAS ENCONTRADAS SEGÚN ENCUESTA REALIZADA POR LA ANDI EN EL MARCO DEL QUINTO ENCUESTRO DE RSE.

La falta de aliados y cooperación tanto a nivel gubernamental como dentro del mismo gremio empresarial supone para las empresas una dificultad a la hora de llevar a cabo los planes estratégicos de RSE, pues si bien es cierto que para muchos las dificultades son económicas y para otros de conocimiento también es cierto que la falta de una socialización más acertada de los temas que comprenden la RS hacen que los empresarios se sientan dudosos de aplicar estas acciones.

El escaso seguimiento a las acciones realizadas por algunas empresas en materia de responsabilidad social y su aplicación aislada dificulta el entendimiento de ésta como una estrategia por lo cual no se ve como una inversión a mediano o largo plazo sino como un gasto.

B. PRINCIPALES DIFICULTADES QUE SE MANIFIESTAN SEGÚN LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

La errada creencia que la RSE es solo un asunto que compete a las grandes empresas o multinacionales y además que por ser empresas medianas o pequeñas su impacto no es relevante y por tanto no deben responder por ello.

El hecho de que los mayores aportes en cuanto a RSE o por lo menos los más socializados sean provenientes de grandes estructuras y por ende grandes inversiones, confunde a los empresarios pues creen que para realizar gestiones de RSE necesitan grandes inversiones de capital y desconocen que este proceso es gradual y que trae grandes beneficios a largo plazo.

Otra de las dificultades que encuentran los empresarios es el temor a enfrentar las relaciones con los grupos de interés debido a que no conocen las maneras de relacionarse con la comunidad que los rodea y desconocen por otra parte los beneficios que trae para las empresas una gestión correcta de la relación con el entorno.

“Las pymes, como primer paso, deben alinear sus objetivos y acciones al enfoque de sostenibilidad, entender los beneficios de la RSE y trabajar gradualmente en dar una respuesta adecuada a las necesidades de la organización y de su entorno. Lo que está claro es que si bien el proceso es gradual, ya es hora de dar el gran paso”, concluye Patricia González. Directora de RSE de la CCBOTA.⁶⁶

BIBLIOGRAFIA

⁶⁶Nieto, Eliana. Barreras para implementar la RSE, discapacidad y balance social, algunos de los temas revelados. Septiembre 23 de 2010. Disponible on line: http://gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=313

NIETO, Eliana. Barreras para implementar la RSE, discapacidad y balance social, algunos de los temas revelados. Septiembre 23 de 2010. Disponible on line: http://gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=313.

GESTRATEGICA. Pymes: barreras y retos para implementar estrategias de RSE. Redacción Gestrategica, junio 30 de 2011. Disponible on line: http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=502

B. REFLEXIÓN CRÍTICA

C.

a. Contenido:

Aspectos relevantes del tema: La relatoría permitió el reconocimiento de los principales aspectos que dificultan la aplicación de la responsabilidad social por parte del gremio empresarial, donde los más importantes son los costos y la falta de conocimiento adecuado del tema y por ende el desconocimiento de su importancia.

Acuerdos y desacuerdos: La relatoría evidencia una buena investigación de los temas pertinentes sin embargo queda claro que es necesario encontrar información que corresponda directamente al gremio empresarial de la ciudad de Bucaramanga.

b. Claridad de la exposición

La relatoría se realizó de una manera clara y bien explicada en lo que respecta al tema.

- c. **Capacidad de comunicar y liderar el grupo** La capacidad de comunicar del relator es adecuada y motiva la discusión en el grupo.

Anexo E. Documentos Sesión 4

Protocolo

Relatoría

Correlatoría

PROTOCOLO - SESION 4

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión 4.

Seminario: Seminario de Investigación sobre la responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Beneficios Económicos de la Implementación de la RSE.

Fecha: 4 de Mayo de 2016.

1. ASISTENTES Y FUNCIONES:

Siendo las 6:45 pm se da inicio a la sesión con los siguientes participantes:

Estudiantes:

Relator: MORENO MOLINA HAMILTON HARVEY

Correlator: GONZALEZ REYES MIGUEL FERNANDO

Protocolante: ALVAREZ PORTILLA LAURA JULIANA

Participante: SANABRIA FLOREZ MARIA FERNANDA

Director: SANABRIA FLOREZ MARIA FERNANDA

Tutores:

REMOLINA MARTÍNEZ ROBERTO

2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR

En la sesión anterior se encontró que es necesario, direccionar las investigaciones a las empresas de Bucaramanga, donde se pueda identificar las principales dificultades en materia de RSE y como éstas afectan el modelo de negocio.

3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA

La relatoría se realizó en el tiempo establecido con una presentación adecuada, mostrando investigación y manejo del tema sin embargo hizo falta resaltar en dicha presentación las preguntas planteadas para motivar la investigación.

La correlatoría fue un complemento adecuado para el tema de la sesión apoyando lo dicho por el relator y basada en una investigación previa.

4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN

Se da inicio a la sesión de la cuarta relatoría siendo las 6:45 p.m. por su relator Hamilton Harvey Moreno Molina, apoyándose en una presentación de power point. El relator inicia su exposición dando claridad que cuando una empresa aplica RSE se beneficia tanto ella como sus grupos de interés, como son sus empleados, clientes/consumidores, proveedores, accionistas, medio ambiente y la comunidad, aclarando también que la RSE, no es filantropía ni caridad, no es marketing ni maquillaje publicitario, no es una campaña mediática para las empresas.

El relator menciona la existencia de un estudio realizado por la universidad Santo Tomás acerca del conocimiento de los empresarios sobre el tema de RSE, donde se encontró que la mayoría de los empresarios conocen medianamente el tema, en este punto el tutor Roberto Remolina interviene, dando aclaraciones sobre la importancia de realizar un cuadro donde se muestren los estudios encontrados sobre el tema y los resultados que se obtuvieron en ellos pues estos forman parte fundamental del proceso investigativo que ayudará al planteamiento de los delineamientos que se deben establecer como parte final del seminario.

Los participantes del seminario intervienen mencionando que cada uno en sus investigaciones particulares sobre el tema, han encontrado información sectorizada sobre el perfil de la RS en las empresas de Bucaramanga, por lo cual el tutor solicita que la información encontrada sea publicada en el foro de comunicación de la plataforma, para que todos puedan acceder a ella y utilizarla de manera efectiva en el refuerzo de los temas ya planteados.

El tutor interviene nuevamente mencionando la importancia de encontrar un soporte actual y de la ciudad de Bucaramanga que fortalezca la investigación, y de acuerdo a esto se habla de la posibilidad de encontrar un experto en RSE que conceda una entrevista donde brinde información actual y pertinente sobre la situación de las empresas de la ciudad en cuanto a la RS.

El relator continúa hablando sobre los beneficios y ventajas de implementar RSE, haciendo énfasis en los decretos y leyes que soportan algunos de los beneficios a que tienen derecho los empresarios que implementan acciones de RS, entre los que están la ley 361 y la ley 1429 del decreto 4910 de 2011.

Durante la exposición se habló de la necesidad de realizar una tabla que contenga la información de las empresas que tienen buenas prácticas en RS, en la ciudad de Bucaramanga.

El relator menciona la existencia de normas para adoptar actividades de RSE, entre las que están:

- AA 1000 en involucramiento de grupos de interés.
- ISO 26000 en gestión de RSE.
- ISO 14001 en gestión de medio ambiente.
- Norma SGE21:2008 en gestión ética y RSE.
- SA8000 en condiciones laborales.

Para concluir, el relator continúa con la exposición sobre si existen en Bucaramanga empresas certificadas en RSE, donde menciona que son muy pocas debido a que no existen leyes que obliguen a las empresas a certificarse, por lo cual las que se han certificado lo han hecho por las exigencias de los mercados internacionales, menciona también que en Bucaramanga la Cámara de comercio y Fenalco se dan a la tarea de realizar talleres con los empresarios sobre el tema, a través de los cuales Fenalco ha certificado a empresas como CAMPESA, ORBIS Y UNILEVER, también comenta sobre las empresas que mantienen buenas prácticas de RSE entre ellas, DISTRAVES S.A, FURGORIENTE S.A, EMPASS SA. ESP, y BAVARIA S.A, las cuales están orientadas por la Cámara de Comercio.

El Correlator hace su intervención agregando que antiguamente el tema de RSE lo aplicaban solo las multinacionales, por lo que la comisión Europea promueve su implementación en la pyme, que representan la mayoría de empresas y señala que cada vez son mayores los esfuerzos de los gobernantes para que estas empresas implementen RSE, siendo que los beneficios que este tipo de empresas puede obtener son diferentes a los beneficios que obtienen las multinacionales.

Para finalizar el tutor manifiesta la importancia de realizar las diapositivas de las presentaciones con argumentos, que sirvan de complemento al texto incluido en ellas, recordando que el cuerpo del trabajo implica trabajar dichos argumentos,

teniendo en cuenta las preguntas formuladas, para la debida evaluación de la relatoría y el tema como tal.

El tutor, también ilustra al grupo sobre la gestión del conocimiento, el cual era de la sociedad del conocimiento como sabiduría colectiva, expresa que la sinergia implica que hayan canales efectivos de comunicación, para que la información fluya y se retroalimente, apuntando que en el conocimiento hay partes invisibles que se extraen con el análisis, por lo cual se pretende la apropiación de los temas y el aprovechamiento de la información en equipo.

5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES

El tutor realizo algunas anotaciones en el desarrollo de la relatoría como son:

- La relevancia de la realización de un cuadro que contenga las investigaciones encontradas sobre el tema y las conclusiones a que dieron lugar como fuentes para la elaboración de los delineamientos finales.
- Organización de las diapositivas de la presentación donde contengan los argumentos de la investigación.
- Mencionar las empresas que en Bucaramanga realizan buenas prácticas de RSE.
- La importancia de construir un producto con valor agregado de calidad que sirva de herramienta para las empresas.
- Los participantes mencionan que en Colciencias se puede indagar sobre los grupos de trabajo para la extracción de información acerca de la RSE.
- El Correlator menciona que los ejes o pilares de la RSE, son el social, el ambiental y el económico cuya gestión genera competitividad a largo plazo.
- La RSE aplicada en las pymes las puede adelantar a cambios futuros.

6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS

La metodología utilizada fue utilización de medio electrónicos para la exposición de los temas mediante diapositivas; ejecutando los roles establecido para cada participante y en los tiempos adecuados para la realización de la relatoría.

7. CONCLUSIONES

Se concluye que los beneficios y ventajas para las empresas son amplios y de diferentes tipos, pues no solo se beneficia la empresa como tal sino también sus grupos de interés.

La investigación hace notar que muchos de los empresarios de diferentes sectores, desconocen el tema de RSE y algunos consideran que por ser PYMES no están en la obligación de realizar programas de RSE y que solo las grandes multinacionales son los que deben ejecutar estos programas en sus empresas, sin tener en cuenta que los beneficios que la RSE trae para ellos son diferentes a los de las grandes multinacionales.

Las normas, decretos o leyes existentes en Colombia para incentivar a los empresarios en la implementación de los programas de RSE son muy pocas e insuficientes, según la corporación Fenalco solidario existen en Bucaramanga pocas empresas que realizan RSE y las que lo hacen son certificadas por dicha entidad como empresas que desarrollan buenas prácticas de RSE.

8. TEMA DE LA SIGUIENTE SESIÓN

La aplicabilidad de la RSE para la competitividad.

RELATORIA - SESION 4
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
DE GESTION EMPRESARIAL

FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESION Y PRESENTACION DE LA
RELATORIA

Sesión 4.

Seminario: La responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga.

Tema Específico: Beneficios Económicos de la Implementación de la RSE.

Presentado por: Hamilton Harvey Moreno Molina.

Fecha: 4 de Mayo de 2016.

1. **OBJETIVO:** Determinar los principales beneficios en la aplicación de la RSE, en las organizaciones.

2. FUENTES DE INFORMACIÓN:

- **Nohora Celedon-** la-responsabilidad-social-empresarial-no-es-solo-para-grandes -empresas [en línea], Bucaramanga, citado 6 de febrero de 2011, recuperado el día 2 de mayo de 2016.
- **Carlos A. Martínez M.-** la-responsabilidad [-responsabilidad-social-empresarial-una-estrategia-de-crecimiento](#)[en línea], Bucaramanga, citado 6 de febrero de 2011, recuperado el día 2 de mayo de 2016.

- **Alegría Meza Espinoza.**- la-responsabilidad –social-empresarial-como-factor-de competitividad/biblos/tesis/economía [en línea], Bucaramanga, citado año 2007, recuperado el día 2 de mayo de 2016.
- **María Paula Vergara, Laura Vicaria.**- ser- o –aparentar- la -responsabilidad -social -en -Colombia [en línea], Bucaramanga, citado Enero 2009, recuperado el día 2 de mayo de 2016.
- **Deisy Milena Sorzano Rodríguez, Mayra Alejandra Martínez Gelvez.**- responsabilidad –social-empresarial-y-su-desarrollo–en-las–grandes-empresas-de- Santander [en línea], Bucaramanga, citado Septiembre 2013, recuperado el día 2 de mayo de 2016.
- **Ricardo Villa veces.**-son-más-los-que-quedan-en-el-discurso-de-la-RSE [en línea], Bucaramanga, citado 6 de Julio de 2014, recuperado el día 2 de mayo de 2016.
- **Bavaria S.A."Responsabilidad social"**, [en línea].Septiembre 2013 [20 de Septiembre del 2013]. Disponible en la Web: <http://bavaria.co/index.php?lang=es>
- **Mireia Ferré, Abogado**, Beneficios de la responsabilidad social según la norma ISO 26000, citado el 15 de septiembre de 2010, recuperado el 21 de mayo de 2016, disponible en la web: [http://www.sdesostenible.com/beneficios,](http://www.sdesostenible.com/beneficios) [//pensemos.com/por-que-es-importante-para-las-compañías-implementar-responsabilidad-social-empresarial-rse](http://pensemos.com/por-que-es-importante-para-las-compañías-implementar-responsabilidad-social-empresarial-rse)

3. PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACION

¿Cómo se benefician las organizaciones cuando aplican responsabilidad social al tema del medio ambiente?

¿Qué beneficios o ventajas obtiene una organización, cuando aplica la RSE a los derechos humanos, lugar de trabajo, mercado y comunidad?

¿Existen en Bucaramanga empresas que aplican la RSE y se están beneficiando?

¿Hay beneficios tangibles?

¿Hay beneficios intangibles?

¿Cuáles fueron las estrategias que han utilizado las empresas para obtener beneficios?

4. DESARROLLO DEL TEMA

INTRODUCCION

La RSE se ha convertido en un tema de alto impacto para la sociedad, las empresas y el país en general por exigencias del entorno como la globalización, la competencia, los cambios culturales, sociales, económicos, políticos, tecnológicos, humanos y organizacionales que permita establecer liderazgo en el sector y sólo se puede desarrollar a partir de la responsabilidad social como característica fundamental de cada proceso, grupo y colaborador.

Para atender las exigencias de la sociedad, clientes, gobierno se creó la norma **ISO 26000** que contiene guías voluntarias que buscan alcanzar una gestión efectiva de **RSE** dado que iniciativas anteriores han tendido a centrarse en “responsabilidad social corporativa” mientras que la **ISO 26000** proporciona una guía clara y comprensible en **RSE** no sólo objetiva y aplicable para las organizaciones empresariales.

Lo anterior indica que todas las actividades en los diferentes niveles de la organización deben fundamentarse en el desarrollo sostenible a nivel social, económico y ambiental.

A menudo se escucha en múltiples instancias empresariales que la responsabilidad social empresarial comúnmente conocida como **RSE**, es simplemente uno de los costos que hoy en día deben asumir los empresarios del mundo para estar en sintonía con las tendencias internacionales que, en otras palabras más parroquiales, podremos denominar como simplemente “modas”.

La **RSE** como se define como ⁶⁷ “la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido”.

Afortunadamente, a medida que se comienza a comprender el verdadero fundamento de las acciones de RSE, se comienza también a entender su capacidad de hacer rentables las inversiones hechas en este rubro, con base en los resultados obtenidos en el resultado final, compuesto por aquellos económicamente viables, la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social.

En la **RSE** no todo está relacionado con la donación. Hay muchas actividades que pueden beneficiar a los stakeholders de la compañía y al mismo tiempo beneficiar las arcas de la empresa sin hacer mayores erogaciones o comprometer recursos financieros valiosos.

OBJETIVO

Determinar los principales beneficios en la aplicación de la RSE, para las organizaciones.

⁶⁷ https://Responsabilidad_social_corporativa

RSE en Bucaramanga.

La Responsabilidad Social empresarial, en Bucaramanga, no ha tenido gran acogida entre los sectores empresariales, debido a que muchos empresarios desconocen el tema y creen que es un gasto dentro de las organizaciones, muchos de ellos no tienen la asesoría necesaria para entender este tema y ni hablar de las **PYMES**, que creen que la **RSE** solo deben aplicarlas las grandes empresas a continuación veremos la apreciación sobre **RSE**, por parte de la gerente de **RSE** de la compañía **MANPOWER**.

⁶⁸“No obstante, ésta puede ser una herramienta útil para las grandes empresas, así como para las mí pymes. Según Clara Jaramillo Múnera, gerente de Responsabilidad Social de Manpower, los beneficios de la RSE son variados.”

“Una empresa logra retener su personal de planta cuando es socialmente responsable, cuando tiene una imagen corporativa posicionada en el medio. A lo anterior se suma un clima organizacional adecuado, un ambiente laboral adecuado que genera un sentimiento de pertenencia entre los empleados, los consumidores y los proveedores, afirmó Jaramillo Múnera.”

“Pero no se trata sólo de un tema relacionado con el factor humano. La RSE también genera beneficios económicos.”

“Cuando uno vincula personas en situación de discapacidad hay deducciones tributarias, hay una reducción en la cuota de aprendices Sena. Además, la empresa

⁶⁸ <http://www.vanguardia.com/economia/local/91451-la-responsabilidad-social-empresarial-no-es-solo-para-grandes-empresas>.

tiene preferencia en licitaciones públicas y obtiene preferencias en créditos públicos, agregó la experta.”

⁶⁹“Actualmente las empresas de Bucaramanga se encuentran en un proceso de internacionalización, y el que cuenten con estrategias de RSE es una ventaja, ya que para ingresar a mercados internacionales realizan auditorias y lo primero que preguntan es si tienen programas de RSE. En conclusión, les está cogiendo el tiempo, hay que dinamizar y reconocer que la RSE es una realidad, no una moda, puntualizó Clara Jaramillo.”

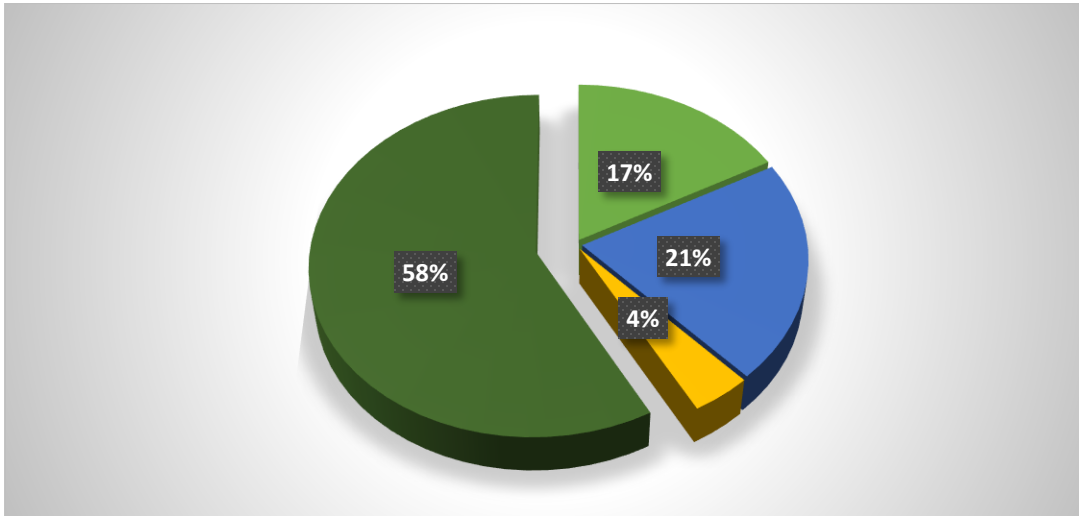
La apreciación de la gerente de responsabilidad social de Manpower, nos hace dimensionar el poco conocimiento que tienen algunos o por no decir todos los empresarios, debido a esto ⁴ la universidad de Santo Tomas de Bucaramanga realizo un estudio para ver que tanto conocimiento tienen los empresarios frente al tema, y los resultados arrojados por el estudio fueron los siguientes:

- El 17% conoce del tema
- El 21% más bien poco o no conoce nada
- El 4% no recuerda que es
- El 58% de los empresarios conocen medianamente del tema

⁶⁹ <http://www.vanguardia.com/economia/local/91451-la-responsabilidad-social-empresarial-no-es-solo-para-grandes-empresas>.

⁴ www.ustabuca.edu.co/.../vustabmanga269670420131021091152.pdf

Conocimiento de la RSE por parte de los empresarios



Cuando una organización cuida el medio ambiente y tiene buenas prácticas en cuanto al cuidado en el consumo de energía y agua, la cantidad de desperdicios sólidos producidos, las emisiones de CO₂, radiación, uso de material reciclable e impacto ambiental sobre la cadena de producción, genera ventajas competitivas y exenciones tributarias.

Estas consideraciones, como prácticas integrales, van más allá de las regulaciones gubernamentales. Globalmente, las empresas están considerando los beneficios que conlleva el ser ecológicamente responsable, debido a que no es sólo un compromiso con las futuras generaciones sino que a su vez genera un valor intrínseco y una ventaja competitiva para las organizaciones.

De acuerdo a información adquirida por la organización Business for Social Responsibility, de todos los temas relacionados con RSE las iniciativas ambientales

han producido la mayor cantidad de información medible vinculando a empresas pro-activas con resultados financieros positivos.

Sin importar el tamaño, sector o ubicación geográfica, la creatividad de las empresas en el desarrollo de prácticas eco-eficientes y de conservación ha demostrado que la protección del medio ambiente es, últimamente, beneficiosa para todos.

Cuando una organización implementa la RSE, al cuidado del medio ambiente recibe beneficios que otorga el gobierno nacional, es el caso de la empresa nacional Bavaria quien con su planta de aguas residuales, está aportando a la conservación del agua y de acuerdo a la legislación Colombiana esta compañía ha estado exenta de pagar IVA por los equipos comprados para realizar este proceso dentro de sus instalaciones.

Otro caso es el de comercial Nutresa, empresa perteneciente al grupo Nutresa que dentro de su sistema de gestión ambiental, ha incorporado el manejo adecuado de residuos sólidos y empaques, que son generados por las averías y las devoluciones en mal estado que realizan los clientes, esto le ha permitido a Nutresa certificarse en gestión ambiental con la norma ISO 14.001.

Lo cual le ha generado a esta compañía ser una de las más atractivas para invertir en cada uno de sus negocios y ha otorgado muy buenos dividendos a sus accionistas en el mercado de los alimentos a nivel nacional.

Comercial Nutresa, empresa perteneciente al grupo Nutresa, también trabaja arduamente en conservar y seguir aplicando la RSE, no solo al medio ambiente también posee diferentes programas de RSE enfocados a los consumidores y clientes, proveedores, comunidad, accionistas y colaboradores.

En nuestro país la legislación premia aquellos empresarios que les dan la oportunidad a personas discapacitadas de laborar dentro de sus organizaciones. A continuación veremos algunos beneficios y ventajas que tienen las organizaciones cuando aplican RSE.

Los Beneficios económicos obtenidos al aplicar la RSE a los derechos humanos:

- El artículo 31 de la Ley 361 de 1997 señala que los empleadores obligados a presentar declaración de impuesto de renta y que ocupen trabajadores en condición de discapacidad tienen derecho a deducir de la renta el 200% del salario y prestaciones sociales pagado durante el periodo gravable mientras la condición de discapacidad subsista.

Adicionalmente, la Ley 1429 de 2010, reglamentada por el Decreto 4910 de 2011, estableció algunos beneficios tributarios para las empresas que contraten personas en condición de discapacidad.

Este beneficio consiste en la opción de tomar como descuento tributario, para efectos de la determinación del impuesto sobre la renta, los aportes a las cajas de compensación familiar, ICBF y Sena, así como el aporte en salud a la subcuenta de solidaridad del Fosyga y el aporte al Fondo de Garantía de Pensión Mínima a cargo del empleador.

Ventajas

- Protección de los activos de la empresa: recursos humanos, propiedad, marca y reputación.
- Cumplimiento y respeto de leyes nacionales e internacionales.

- Promoción de los estándares laborales para la realización de negocios transparentes y justos.
- Evitar las sanciones comerciales, campañas negativas y boicots.
- Aumento en la productividad, rendimiento y retención del personal.
- Satisfacción de las preocupaciones sociales del consumidor.
- Mejoramiento de bienestar en la comunidad donde opera.
- Implementar métodos para comunicar –eficientemente- la misión corporativa de la empresa.
- Protección y fortalecimiento de imagen, reputación y marca.
- Atracción y retención de nuevos consumidores.
- Fortalecimiento de la lealtad del consumidor hacia la marca del producto o servicio.
- Brinda una ventaja competitiva por su posicionamiento confiable y honesto

Lugar de Trabajo

La responsabilidad social en el lugar de trabajo corresponde a métodos y políticas establecidas por la empresa que impactan positivamente en la vida profesional y personal del empleado.

Por mencionar un caso nos centramos en Comercial Nutresa, organización que desde 2011 está implementando un programa denominado empresa familiarmente responsable, que consiste en brindar al colaborador y a su grupo familiar calidad de empleo, salud y bienestar, convenios empresariales, apoyo a la familia, desarrollo personal y profesional, compensación, beneficios, horas laborables flexibles, balance entre vida y trabajo.

El Corporate Social Responsibility Newswire indica el sentir de los empleados con respecto a sus trabajos, el cual va mucho más allá de un oficio. Es imposible divorciar un empleo de su ambiente. La salud mental de la empresa y la salud mental de su personal son uno mismo.

Los Beneficios de la RSE en el Lugar de Trabajo:

- Reducción de costos de operación
- Aumento del rendimiento financiero de la empresa
- Aumento de ventas

Ventajas

- Mayor productividad del personal y la empresa.
- Capacidad de atraer y retener a un personal de calidad.
- Aumento en el compromiso, empeño y lealtad del personal.
- Disminución de ausencias y tardanzas del personal.
- Personal más capacitado y entrenado.
- Mejor imagen ante los empleados, clientes, proveedores y accionistas.

Comunidad

La inversión social o la práctica por la cual se lleva a cabo esta filosofía, tiene como fundamento el que las empresas retribuyan a la sociedad lo que éstas toman de ella.

Las empresas no sólo comprenden que la inversión social es necesaria, sino que su práctica conlleva beneficios y ganancias para sus compañías. Es más, el papel y la ejecución de programas sociales se consideran hoy en día un factor importante en el fortalecimiento de la imagen, el reconocimiento de marca y la lealtad tanto del consumidor como del personal de la empresa.

Muchos empresarios se preguntarán ¿de qué manera puede su empresa colaborar en un cambio significativo y de impacto en la sociedad? La inversión social se puede llevar a cabo de diversas y creativas maneras, que varían dependiendo de la afinidad entre la empresa y la causa. No hay una manera fija de llevarla a cabo, pero se distingue por encontrarle soluciones innovadoras a problemas sociales por medio de la participación empresarial, Las investigaciones han demostrado que el público espera que las empresas “devuelvan” más a las comunidades, y a menudo perciben en forma negativa a las empresas que no lo hacen o no lo dan a conocer. En el largo plazo, invertir en la comunidad y comunicarlo contribuyen a crear capacidades en ella, dándole estabilidad, sanidad y sustentabilidad; a menudo será

la misma comunidad la que suministrará un número importante de los empleados de la empresa, y probablemente de sus clientes también.

A continuación vemos como se beneficia una empresa que aplica RSE a la comunidad.

Los Beneficios:

- Aumento en la actividad financiera de la empresa
- Atracción de nuevos consumidores e inversionistas Tradicionalmente la inversión social ha sido percibida como caridad o beneficencia; sin embargo, hoy las empresas comprenden el inmenso valor detrás de su participación comunitaria.
- Disminuyen las probabilidades de sufrir demandas legales, criminales y boicots comerciales.

Ventajas:

- Mejores relaciones comunitarias
- Mejor imagen ante los consumidores
- Aumento en la lealtad de marca
- Integración a los valores corporativos y refuerzo de misión

En Colombia la legislación no es muy clara con este tema y no hay una ley que exija que las empresas se certifiquen.

Pero si encontramos empresas que realizan buenas prácticas en RSE y que por ende se han beneficiado de los incentivos que otorga el gobierno nacional, tanto a aquellas que protegen al medio ambiente con sus sistemas de gestión y las que dan la oportunidad a personas en calidad de discapacidad, género y raza de tener un empleo justo y digno.

De lo anterior destacamos empresas que por sus buenas prácticas en RSE, son ejemplo, de las cuales tenemos:

- Tesicol
- Campesa

- Orbis
- Comercial Nutresa
- Essa

En Colombia no es obligación presentar el informe, pero a nivel internacional si lo exigen para realizar negociaciones.

En nuestro país hay entidades que realizan cursos para certificar a las empresas en RSE, no porque esto es una exigencia en nuestro país si no porque muchas lo necesitan para realizar transacciones, una de ellas es corporación Fenalco solidario. Cabe destacar que en Bucaramanga el 90% de las empresas son PYMES y como observamos al inicio del informe, según lo dicho por la gerente de RSE de la empresa MANPOWER, Clara Jaramillo Múnera no hay preocupación de estas por implementar programas de RSE y siguen creyendo que este tema solo es obligación de grandes emporios empresariales.

- **AA 1000 en involucramiento de grupos de interés:** son desarrollados por la ONG Accountability que promociona la innovación en la forma como las empresas asumen su responsabilidad frente al desarrollo sostenible.
- **ISO 26000 en gestión de RS:** es una guía técnica directriz para la implantación de medidas de RSE aplicable a todo tipo de organizaciones. Ofrece orientaciones sobre los principios esenciales la RSE.
- **ISO 14001 en gestión de medio ambiente:** Este estándar orienta varios aspectos de la gestión ambiental. Los estándares ISO 14001:2004 y el ISO 14004:2004 trabajan con los sistemas de gestión ambiental: requerimientos y orientaciones para su establecimiento. El estándar es aplicable a cualquier tipo de organización.

- **Norma SGE21:2008 en gestión ética y RS:** Es el primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en gestión ética y RS. Sistematiza las relaciones con 9 grupos de gestión.
- **SA8000 en condiciones laborales:** La certificación SA 8000, mundialmente reconocida, es un estándar social que se refiere al desarrollo y auditoría de un sistema de gestión que promueve prácticas laborales socialmente aceptables que aportan beneficios a toda la cadena de suministro. Es aplicable a todos los sectores industriales.

Leyes creadas por el gobierno para beneficiar al empresario:

- El artículo **31 de la Ley 361 de 1997** señala que los empleadores obligados a presentar declaración de impuesto de renta y que ocupen trabajadores en condición de discapacidad tienen derecho a deducir de la renta el 200% del salario y prestaciones sociales pagado durante el periodo gravable mientras la condición de discapacidad subsista.
- Adicionalmente, **la Ley 1429 de 2010**, reglamentada por el **Decreto 4910 de 2011**, estableció algunos beneficios tributarios para las empresas que contraten personas en condición de discapacidad.

BAVARIA, UNA RENOVADA APUESTA POR LA SOSTENIBILIDAD

⁷⁰ El año 2014 estuvo marcado por importantes hitos en la historia de la compañía. Al celebrar 125 años de operaciones en Colombia, se implementó la nueva Estrategia de Sostenibilidad de SABMiller, Prosperar, la cual sobre la base de una ya instaurada cultura corporativa orientada a la responsabilidad social y ambiental al interior de la empresa busca profundizar el trabajo y los impactos en estas materias a través de toda la cadena de valor y con los diferentes públicos de interés de la empresa.

Por tal motivo queremos resaltar el caso de la empresa Bavaria que con su estrategia denominada prosperar la cual se enfoca en cinco ejes o mundos, ha logrado posicionarse en el mercado en cuanto a marca y reconocimiento.

Bavaria también busca contribuir al país a través del trabajo en alianzas con organizaciones y otros pares de la industria conforme a generar un ambiente propicio para realizar negocios y contribuir al bienestar social. La empresa actualmente es parte de la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia (ANDA), la Asociación Nacional de Industriales de Colombia (ANDI), la Cámara de Comercio Colombo Británica, la Cámara de Industrias Asociadas de Bebidas Alcohólicas (CABA), la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), el Instituto de Ciencia Política

⁷⁰ <http://www.bavaria.co/docs/default-source/default-document-library/informe-de-desarrollo-sostenible-2014.pdf?sfvrsn=0>

UN MUNDO SOCIABLE	A través de la cadena de valor de la compañía y en las comunidades donde esta ópera, las personas enfrentan diversos obstáculos como el desempleo, la falta de acceso a los mercados donde vender y comprar productos, falta de Oportunidades de capacitación, e incluso dificultad para acceder a los servicios básicos. Bavaria debe contribuir a un Mundo próspero, aportando al desarrollo social a través de su cadena de valor.
UN MUNDO RESISTENTE	La cerveza tiene una larga historia en celebraciones y encuentros sociales y es un producto que contribuye a disfrutar diversos momentos para la gran mayoría de los consumidores. No obstante, su consumo en forma irresponsable puede ser perjudicial para las personas y sus familias. Bavaria debe hacer de la cerveza la opción del consumidor moderado y trabajar en alianzas para impedir el consumo irresponsable.
UN MUNDO LIMPIO	El acceso a fuentes de agua segura es una necesidad que enfrentan empresas, comunidades y ecosistemas en conjunto. La creciente presión sobre los recursos hídricos urge la toma de medidas para asegurar un Suministro de agua constante y el mantenimiento de los ecosistemas y la biodiversidad. Bavaria debe asegurar los recursos hídricos que comparte con otros Actores y hacer un uso eficiente del agua.
UN MUNDO PRODUCTIVO	Generar la menor cantidad posible de residuos y contribuir a frenar el cambio climático a través del control de emisiones de gases de efecto invernadero, son desafíos que apelan a la gran mayoría de las personas, Los gobiernos y las empresas alrededor del planeta. Bavaria debe buscar oportunidades para gestionar y agregar valor a sus residuos, y reducir sus emisiones en toda la cadena de valor de la empresa.
UN MUNDO PROSPERO	Generar la menor cantidad posible de residuos y contribuir a frenar el cambio climático a través del control de emisiones de gases de efecto invernadero, son desafíos que apelan a la gran mayoría de las personas, Los gobiernos y las empresas alrededor del planeta. Bavaria debe buscar oportunidades para gestionar y agregar valor a sus residuos, y reducir sus emisiones en toda la cadena de valor de la empresa.
PROVEEDORES	El 85% del producto local sembrado en Colombia es comprado por Bavaria, para la fabricación de sus productos.
VOLUNTARIADO	Realizan voluntariados en las zonas donde operan.
GENERACIÓN DE EMPLEO	En Bavaria, el empleo esta primero para las personas que están alrededor o que pertenecen al sector donde opera la empresa.
RECURSO HÍDRICO	Al contar con una planta de tratamiento de agua, requieren solo de 3.1 litro de agua para la producción de 1 litro de cerveza.
CONSUMIDOR	Bavaria efectúa programas de moderación en el consumo de cerveza y reducir el consumo en menores de edad.
MEDIO AMBIENTE	El 81% de los envases retornables en Bavaria son fabricados, con material reciclable obtenidos de eventos masivos.
CAPACITACIÓN	Bavaria tiene un programa de capacitación denominado 4e, el cual cobija a todos los tenderos de la región.

⁷¹ Fuente Bavaria

Otra empresa que apuesta a ser sostenible aplicando la RSE es comercial Nutresa, esta compañía al igual que Bavaria se centra en unos ejes específicos, que han contribuido al desarrollo económico y social de las comunidades.

⁷² **Nutrición:**

Voluntariado, entrega de productos y aportes en dinero para mejorar la nutrición en los sectores más necesitados. Más de 64.000 personas beneficiadas.

⁷³ **Educación:**

Apoyo a 551 entidades educativas para el mejoramiento de la calidad de la gestión educativa, capacitación a docentes en el manejo de nuevas tecnologías, cuatro ludotecas apadrinadas para más de 6.000 beneficiarios, útiles escolares para más de 4.600 niños cada año, apoyo en procesos educativos en zonas rurales.

⁷⁴ **Salud:**

Respaldo a 25 entidades de salud reconocidas por la calidad de la atención médica y su acción social.

⁷¹ <http://www.bavaria.co/docs/default-source/default-document-library/informe-de-desarrollo-sostenible-2014.pdf?sfvrsn=0>

⁷² <http://gruponutresa.blogspot.com.co/2011/05/nuestra-responsabilidad-social.html>

⁷³ <http://gruponutresa.blogspot.com.co/2011/05/nuestra-responsabilidad-social.html>

⁷⁴ <http://gruponutresa.blogspot.com.co/2011/05/nuestra-responsabilidad-social.html>

⁷⁵ **Emprendimiento:**

Apoyo a más de 40.000 mujeres empresarias que conforman la red comercial del canal no tradicional del canal de venta directa, escuela de tenderos y apoyo a agricultores de café y cacao.

⁷⁶ **Arte y cultura:**

Aportes a orquestas, museos y patrocinio de eventos lúdicos y culturales.

Con esta estrategia enfocada a las comunidades donde Nutresa desarrolla sus operaciones, los productos fabricados y comercializados por Nutresa tiene gran valor para los consumidores, puesto que ellos prefieren los productos que ofrece la compañía porque les están dando un valor agregado a sus comunidades y por ende han tenido siempre el apoyo de esta compañía a sus procesos de desarrollo social y esto ha hecho que Nutresa hoy en día sea una de las compañías más reconocidas a nivel nacional, en el sector de los alimentos.

CONCLUSIONES

Dentro de la investigación realizada, notamos como muchos de los empresarios de diferentes sectores, desconocen el tema de RSE y algunos argumentan que por ser PYMES no están en la obligación de realizar programas de RSE y que solo los grandes emporios empresariales son los que tienen que aplicar estos programas en sus empresas.

⁷⁵ <http://gruponutresa.blogspot.com.co/2011/05/nuestra-responsabilidad-social.html>

⁷⁶ <http://gruponutresa.blogspot.com.co/2011/05/nuestra-responsabilidad-social.html>

Notamos de la misma manera que son muy pocas las entidades que ofrecen a los empresarios capacitación y vemos como el gobierno nacional no le da la importancia a este tema tan interesante.

Son muy pocas las normas, decretos o leyes que ha expedido el gobierno para incentivar a los empresarios a crea programas de RSE, según la corporación Fenalco solidario existen en Bucaramanga pocas empresas que realizan RSE y las que lo hacen son certificadas por Fenalco como empresas que desarrollan buenas prácticas de RSE.

Otra de las organizaciones que ha estado al frente de capacitar e informar al empresario es la cámara de comercio de Bucaramanga, la cual cuenta con un programa llamado Ecoprofit es un programa que aspira a introducir conceptos de producción más limpia y de eco eficiencia en el sector productivo regional de Bucaramanga.

Los beneficios que ha dejado el programa regional Ecoprofit en las empresas son los siguientes:

- Optimización en el uso de materias primas, energía y agua, con significativos ahorros monetarios, resultado de la reducción en el consumo de estos recursos.
- Aplicación de alternativas de mejora ambiental, incluyendo prevención, minimización y control de vertidos de residuos sólidos, líquidos y gaseosos.
- Eficiencia de los procesos productivos, mediante el uso de materias primas alternativas, rediseño de procesos y productos, reciclado y reutilización de flujos residuales.

- Adopción de alternativas para la recuperación y reutilización de subproductos.
- Refuerzo de la organización institucional y empresarial, lo que ha facilitado la puesta en marcha de Programas de Gestión Ambiental.

⁷⁷ En este programa implementado por la cámara de comercio de Bucaramanga, para incentivar al empresario a aplicar RSE, otorgan premios a las empresas que están comprometidas con todo lo que tiene que ver con medio ambiente, a continuación veremos algunas de esas empresas que funcionan en Bucaramanga:

- Furgoriente S.A.
- Avícola El Madroño S.A.
- Centro Tecnológico Empresarial de la Fundación Cardiovascular de Colombia
- Distraves S.A. – Planta El Diamante
- Baterías Faico Ltda.
- Dana Transejes
- Empas S.A. ESP
- Acueducto Metropolitano De Bucaramanga, AMB.

⁷⁷ <http://www.fenalcosolidario.com>

- Bavaria S.A
- Grupo Nutresa

CORRELATORIA - SESION 4
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
DE GESTION EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORIA

Sesión 4. Seminario de Investigación sobre La Responsabilidad Social como Estrategia de Negocio para el Desarrollo de las Empresas en Bucaramanga.

Tema específico: **Beneficios económicos de la implementación de rse.**

Presentado Por: MIGUEL FERNANDO GONZALEZ REYES

Fecha: 27 de abril de 2016

5. ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN

Los beneficios de realizar acciones RSE

La RSE inicialmente fue desarrollada por y para multinacionales⁷⁸. La Comisión Europea fomenta que las prácticas y los instrumentos RSE deberían adaptarse a la pyme ya que representan la mayoría de empresas europeas, "Think small first."

En estos últimos años los gobiernos han realizado muchos esfuerzos para

⁷⁸ Comunicación CE la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible (2002) <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/>

Potenciar la RSE en las pymes. Los beneficios que pueden tener las multinacionales no son los mismos que los que se puede encontrar una pyme.

En la comunicación de la comisión CE se cita lo siguiente. “numerosas pymes reconocen que obtienen ventajas comerciales, tales como mejores relaciones con sus clientes y la comunidad local.” así como también cita. “las pymes orientadas hacia la innovación, la calidad y el crecimiento presentan resultados más prometedores en términos de compromisos sociales presentes o futuros.”

Estos pueden ser algunos de los beneficios que la Comisión considera que puede experimentar una pyme que haya integrado la RSE dentro la organización. Otro beneficio que se podría considerar es la competitividad

¿La RSE permite que la empresa sea más competitiva? ¿Cuál es la relación entre RSE y competitividad? Algunos expertos apuntan que a largo plazo, la Responsabilidad Social puede favorecer la competitividad de las empresas en el mercado. A corto término algunas acciones que promueven la RSE, no tienen por qué fomentar la competitividad de la empresa, es más en algunos casos puede ser todo el contrario.

Según la comunicación de la Comisión sobre el informe de la competitividad en Europa⁷⁹, la RSE repercute positivamente en la competitividad de las empresas. El impacto positivo de la RSE en la competitividad se pone de manifiesto en los recursos humanos, la gestión del riesgo, la reputación y la innovación. Pone de manifiesto la relación positiva importante entre RSE y competitividad en la gestión de los recursos humanos, aunque al principio puede conllevar unos costes adicionales superiores a los beneficios.

⁷⁹ Comunicación CE Informe de 2008 sobre la Competitividad en Europa (2008) <http://eurlex.europa.eu/>

La RSE es un componente muy importante para la gestión del riesgo y la reputación. Fomentar los puestos de trabajo en condiciones favorables para el personal puede conllevar a la mejora de la capacidad innovadora de la empresa. Así como también establece que para que la RSE marque diferencia en la competitividad de la empresa debe formar parte de la estrategia global de la empresa. En aquellas que siga siendo una preocupación de segundo orden perderán oportunidades de mejorar su competitividad. En muchas publicaciones podemos encontrar un listado teórico de los beneficios que puede aportar a una empresa realizar acciones RSE. Como por ejemplo:

- **A nivel interno:** aumenta la fidelidad a la marca y el compromiso; incrementa la motivación interna y la productividad, refuerza la comunicación y la credibilidad, fomenta la cultura de conciencia social, facilita la negociación con los interlocutores.
- **A nivel externo:** elemento diferencial respecto de la competencia; el cliente está dispuesto a cambiar de marca o empresa por este motivo: el 90% de los clientes no les importa pagar algo más por un tipo de producto o servicio que esté asociado a este tipo de proyectos⁸⁰; los medios de comunicación se interesan más en este tipo de compañías y esto se traduce en la mejora de la imagen pública de las mismas; se consigue aumentar la fidelidad de los clientes.

Los beneficios de la RSE en la pyme pueden ser muy variados y diferentes entre una pyme que realice RSE y otra. Que sean unos u otros los beneficios, depende de las características de la pyme: sector, dimensión, entorno, y de cómo integren la

⁸⁰ Datos publicados por la Fundación Empresa y Sociedad. 2004)

RSE en la organización. Por ejemplo una pyme puede desarrollar acciones RSE más enfocadas al ámbito ambiental como implantar un sistema de gestión ambiental (SGMA), reciclaje de residuos en origen. Mientras otras pueden trabajar más el aspecto social: plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, medidas de conciliación.... Los beneficios de una serán diferentes a los de la otra.

Si cabe destacar que tanto una como las otras no van a incumplir en el aspecto no tratado en la RSE. Es decir que la primera no incumplirá en temas sociales y la segunda en temas ambientales. Por lo tanto los beneficios citados anteriormente, se harán realidad dependiendo de cada pyme. Pero cabe decir que este listado de beneficios puede ser un punto de referencia para conocer los beneficios que puede obtener la pyme de forma positiva integrando la RSE.

Algunas de las opiniones interesantes recogidas en las entrevistas realizadas son las siguientes:

- La RSE nos puede adelantar a cambios que se puedan generar en un futuro; es decir, lo que hoy es una práctica de Responsabilidad Social, mañana puede ser una cuestión regulada por una normativa y de obligado cumplimiento. Por lo tanto una política RSE activa nos puede ayudar a adaptarnos a los cambios que puedan venir.
- La RSE puede ayudar a la pyme a retener el talento en las organizaciones y reducir riesgos en materia laboral y ambiental.
- A largo plazo aumenta competitividad, a mediano plazo o corto aumenta la capacidad de controlar su propio funcionamiento.
- Dedicándose seriamente a la RSE descubren debilidades o potencialidades que antes desconocían de la organización. Se pueden evitar ciertos riesgos

como por ejemplo el riesgo ambiental, multas, riesgos laborales que reducen los gastos y pueden genera valor.

- Ayuda a replantearse como se están haciendo las cosas en profundidad. Nos permite ver cómo está funcionando la empresa. Contribuye a la mejora de la gestión empresarial puertas a dentro y fuera de la empresa.
- Reconocimiento social, del entorno empresarial y la administración. Aunque tendrían que recibir más las ayudas de administraciones por encima de otras que no lo hacen.
- Si está bien aplicada la RSE en la organización, esta mejora la productividad vinculada a la buena gestión.
- La RSE es un valor añadido para la empresa.
- Cuando una empresa dice ser responsable hay que ser conscientes de lo que se dice sino el beneficio de la RSE se puede volver en la contra.

BIBLIOGRAFIA

ORGANIZACIÓN LEITAT. Disponible en:
<http://leitat.org/descargas/noticias/ON0008.pdf>

6. REFLEXIÓN CRÍTICA

a. Contenido:

Aspectos relevantes del tema: La relatoría permitió el reconocimiento de los principales beneficios económicos para implementar la rse por parte del gremio empresarial en la ciudad de Bucaramanga, donde lo más

importante es la competitividad q es importante para la gestión del riesgo y la reputación o reconocimiento social de las empresas.

Acuerdos y desacuerdos: La relatoría muestra una adecuada investigación de los temas requeridos; sin embargo hay que seguir buscando la información necesaria que corresponda directamente al gremio empresarial en la ciudad de Bucaramanga.

b. Claridad de la exposición

La relatoría se llevó a cabo de manera clara, entendible y explicada en lo que respecta al tema de la sesión.

c. Capacidad de comunicar y liderar el grupo

La capacidad de comunicar del relator es acertada lo cual logra impactar el grupo, para fomentar la discusión del tema en sesión.

Anexo F. Documentos Sesión 5

Protocolo

Relatoría

Correlatoria

PROTOCOLO - SESION 5

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

**INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA
DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DEL PROTOCOLO

Sesión 5.

Seminario: Seminario de Investigación sobre la responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Aplicabilidad de la rse para la competitividad

Fecha: 18 de mayo del 2016

1. ASISTENTES Y FUNCIONES:

Siendo las 6:30 pm se da inicio a la sesión con los siguientes participantes:

Estudiantes:

Relator: LAURA JULIANA ALVAREZ PORTILLA

Correlator: MARIA FERNANDA SANABRIA FLOREZ

Protocolante: HAMILTON HARVEY MORENO MOLINA

Participante: LILIANA PATRICIA CABALLERO MENDOZA

Director: MIGUEL FERNANDO GONZALEZ REYES

Tutor: ROBERTO REMOLINA MARTÍNEZ

2. COMENTARIOS DEL PROTOCOLO ANTERIOR

Se evidencio en el protocolo anterior que la información plasmada en las relatorías debe enfocarse en las empresas u organizaciones que operan actualmente en la ciudad de Bucaramanga y mirar el manejo que estas le están dando a l tema de Responsabilidad Empresarial.

3. EVALUACIÓN DE LA RELATORÍA Y CORRELATORÍA

En el tema de la relatoría se evidencio investigación y coherencia con los temas que se han venido tratando, las preguntas realizadas por la relatora para realizar las investigaciones fueron puntuales y se enfocaron siempre en el tema de la competitividad de igual manera vimos como en las diapositivas utilizadas para la presentación hubo bastante información que permitió conocer bien el tema.

4. DESARROLLO DE LA DISCUSIÓN

Se da inicio a la relatoría siendo las 6:30 de la tarde, con el tema correspondiente Aplicabilidad de la rse para la competitividad, la cual es presentada por su relatora

Laura Juliana Álvarez, con ayudas visuales realizadas en PowerPoint y la debida sustentación de la investigación.

5. ANOTACIONES Y PREGUNTAS DE LOS PARTICIPANTES

El tutor nos recuerda el compromiso que tenemos de desarrollar los formatos pendientes y enviárselos por correo para su revisión, de igual manera se dan unas pautas para el desarrollo del poster.

Se concluye con la sesión llegando a un acuerdo con todos los integrantes del grupo en ponerse al día con los formatos pendientes y se fija una fecha para la entrega al tutor.

6. REGLAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS:

En esta sesión al igual que las anteriores, se utiliza la metodología de exposición con ayuda de medios visuales y diapositivas presentadas en PowerPoint, respetando los tiempos asignados para la actividad con preguntas al final de la exposición y resaltando los temas más importantes de la presentación.

7. CONCLUSIONES

Se concluye la relatoría identificando los aspectos más relevantes que deberían aplicar las empresas en sus entornos para ser más competitivas, tomando como ejemplos empresas del sector alimentos e industrial, las cuales han sobresalido en sus operaciones, en mercados tanto nacionales como internacionales y hoy en día están por encima de sus competidores, lo cual las han hecho diferentes por ser organizaciones que se enfocan en la Responsabilidad Social Empresarial.

RELATORIA - SESION 5

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA DE GESTION EMPRESARIAL

FORMATO PARA EL DESARROLLO DE LA SESION Y PRESENTACION DE LA RELATORIA

Sesión 5.

Seminario: La responsabilidad social como estrategia de negocio para el desarrollo de las empresas en Bucaramanga

Tema Específico: La aplicabilidad de la RSE para la competitividad.

Presentado por: Laura Juliana Álvarez Portilla

Fecha: 18 de mayo del 2016

1. **OBJETIVO:** Dar a conocer los diferentes aspectos que hacen de la RSE una herramienta para la competitividad.

2. **FUENTES DE INFORMACIÓN:**

- ECHEVERRI SEVILLA, Diana Carolina. La Competitividad En El Desarrollo Empresarial. {En línea}. {Fecha de consulta: 23 de abril de 2016}. Disponible en:
(web.usbmed.edu.co/usbmed/mercatura/nro8/docs/**competitividad.doc**).
- EAFIT. Boletín 16. Las Exigencias Del Mercado: Cambiar o Cambiar. {En línea}. {Fecha de consulta: 26 de abril de 2016}. Disponible en:
(<http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio->

[contable/Documents/Boletin%2016%20Las%20exigencias%20del%20Mercado%20Cambia%20o%20Cambiar%20Definitivo.pdf](#)).

- PORTER, Michael y KRAMER, Mark R. La creación de valor compartido - Copyright ©2011 Harvard Business School Publishing Corporation. {En línea}. {Fecha de consulta: 28 de abril de 2016}. Disponible en:(<http://es.slideshare.net/ivanss3/la-creacin-de-valor-compartido-michael-e-porter-y-mark-r-kramer>).
- SEPULVEDA CHAVERRA, Juan David. LIZCANO MONTOYA, Tania. QUINTERO BARRIOS, Iván y DIAZ PINEDA, Edwuard. Perfil de responsabilidad social empresarial del sector de calzado de la ciudad de Bucaramanga. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte. Año 2013. No. 39, Mayo-Agosto. {En línea}. {Fecha de consulta: 28 de abril de 2016}. Disponible en: ([file:///C:/Users/FLIA/Downloads/437-2194-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/FLIA/Downloads/437-2194-1-PB%20(2).pdf)).
- TAPIA FIGUEROA, Liliana. “Con responsabilidad social, las empresas ganan competitividad” 09 de agosto de 2014. [Versión electrónica] Disponible en <http://www.paginasiete.bo/economia/2014/8/9/responsabilidad-social-empresas-ganan-competitividad-28913.html>. Acceso: 22 octubre de 2015.
- Comisión de las Comunidades Europeas .Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 18.7.2001. {En línea}. {Fecha de consulta: 30 de abril de 2016}. Disponible en:(<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>).
- BANCOLDEX. Formación empresarial. La responsabilidad social de las empresas. {En línea}. {Fecha de consulta: 01 de mayo de 2016}. Disponible

en:

(https://www.bancoldex.com/.../4557_10_Responsabilidad_social_empresarial.pdf).

- LACRUZ MORENO, Félix Fernando. La empresa ambientalmente responsable. Una visión de futuro. Economía número 21. 2005. Enero-diciembre. {En línea}. {Fecha de consulta: 02 de abril de 2016}. Disponible en: (http://iies.faces.ula.ve/revista/Articulos/Revista_21/Pdf/Rev21Lacruz.pdf).

3. PREGUNTAS QUE MOTIVAN LA INVESTIGACION

- ¿Qué es la competitividad?
- ¿Es la RSE una herramienta para la competitividad?
- ¿Cómo aplican la RS los empresarios en Bucaramanga?
- ¿Qué resultados obtiene una organización al aplicar la RSE?
- ¿Cómo se reconoce una organización socialmente responsable?

4. DESARROLLO DEL TEMA

INTRODUCCION

Para la elaboración del presente trabajo se realizó una investigación de diversos documentos con la temática de responsabilidad social empresarial, los cuales fueron analizados con el fin de dar respuesta a los interrogantes planteados en esta materia.

A lo largo del documento se encuentran aspectos importantes que evidencian la aplicación de la RSE para la competitividad, siendo ésta un factor importante a tener en cuenta por parte de los empresarios cuya visión involucre mantenerse en el mercado globalizado y cambiante de los tiempos actuales y futuros.

OBJETIVO

Identificar los aspectos que hacen de la RSE un factor importante para la competitividad empresarial.

APLICABILIDAD DE LA RSE PARA LA COMPETITIVIDAD

La RSE no es una cultura de la filantropía, no se trata de que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables, es decir, generar ganancias para cumplirles a sus socios capitalistas. Esto implica que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones. Es una forma de hacer negocios que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo y por ende un mayor crecimiento económico.

COMPETITIVIDAD

La competitividad empresarial se refiere principalmente, a las diferentes estrategias que utilizan los empresarios en sus negocios, cuyo objetivo es establecer una serie

de ventajas, que le permitan a la empresa sobresalir en el mercado, y mantenerse en él a través de una búsqueda constante de eficacia y efectividad para sostener altos niveles de productividad con el propósito de sostenerse en una buena posición respecto a sus competidores.

Según Michael Porter, la diferenciación es un factor clave para el logro de las ventajas competitivas en el mercado, pues permite a las empresas destacarse en el medio y atraer a los clientes a través de una buena imagen corporativa que la haga diferente a sus competidores.

La modernización de los sectores industriales, junto con las diversas variaciones en el mercado y las demandas con mayores exigencias de los consumidores, hacen que los cambios a nivel empresarial, sean una obligación en la búsqueda de estrategias corporativas que vayan del individualismo poco ventajoso a la conformación de equipos que trabajen en armonía entre sus colaboradores, sus demás interlocutores y el medio ambiente.

Los empresarios deben darse a la tarea de conocer las opiniones que tienen sus stakeholders sobre su empresa y la forma en que desarrolla sus actividades, empezando por sus colaboradores quienes son fuentes de ideas innovadoras y cuya participación y fidelidad es crucial en el desarrollo corporativo.

La filosofía de calidad es otro factor relevante en materia de competitividad y para lograr los mejores estándares de calidad a nivel empresarial se necesita de la participación de todos los miembros de la organización, partiendo de los altos ejecutivos hasta los obreros de producción y a través de mecanismos de motivación permanentes que permitan concientizar a todo el personal que es con su esfuerzo y el de su equipo que se logran los objetivos.

De esta manera la filosofía de calidad genera confianza para una organización, por parte de sus clientes, proveedores, inversionistas e incluso la de sus propios colaboradores y esta a su vez mantiene en alto la imagen corporativa.

LA RSE COMO HERRAMIENTA PARA LA COMPETITIVIDAD

La gestión de las relaciones con sus stakeholders debe ser considerado como una inversión, pensada en términos del futuro de la compañía, incluyendo las actividades de RSE en su gestión financiera y formando parte de las estrategias empresariales, puesto que dichas relaciones contribuirán con el logro de los retos que representan los cambios a nivel de la globalización, donde las exigencias son cada vez mayores y no es suficiente con hacerlo bien, es necesario destacarse y ganar reconocimiento, de esta manera el sentido comercial de la Responsabilidad Social, se hace indiscutible favoreciendo a mediano y largo plazo la permanencia y crecimiento de la organización.

Las empresas pueden obtener varios puntos a su favor al realizar RSE, según lo afirma la experta en el tema, Liliana Tapia (2014):

“Gana competitividad, la empresa tendrá una reputación corporativa enorme; segundo, se ordena; (tercero) nunca más será multada, fiscalizada o en peligro de ser cerrada; cuarto, gana más clientes. Cuando una empresa es buena, la gente lo sabe y gana la fidelidad y productividad de los trabajadores. Ellos se sienten felices, seguros y saben que una empresa buena no va a desaparecer y están comprometidos en apoyar esto, se comprometen. Una empresa buena tiene trabajadores buenos, felices y productivos. También gana en inversión. Hay gente que tiene dinero y son como cazadores de talentos y hay grandes conglomerados en el mundo que se mueven

buscando donde invertir, y las empresas socialmente responsables son las que más atraen inversión.”⁸¹

Con la implementación de un modelo de gestión de la RSE, lo que se busca es realizar acciones que tengan consecuencias positivas no solo para la empresa, sino también para sus grupos de interés y donde los resultados a largo plazo son bienestar social para el entorno y herramientas competitivas para la empresa que ejecuta dichas acciones.

La responsabilidad social empresarial, en el marco de la internacionalización de los mercados y de la acelerada mutación social, va más allá de cumplir las leyes o requisitos que los organismos gubernamentales hayan estipulado, según lo señala la Comisión Europea en el libro verde con la siguiente afirmación:

“Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía

⁸¹ TAPIA FIGUEROA, Liliana. “Con responsabilidad social, las empresas ganan competitividad” 09 de agosto de 2014. [Versión electrónica] Disponible en <http://www.paginasiete.bo/economia/2014/8/9/responsabilidad-social-empresas-ganan-competitividad-28913.html> Acceso: 22 octubre de 2015.

para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.”⁸²

Con lo expuesto anteriormente se hace cada vez más evidente que la aplicación de diversas políticas de responsabilidad social se convierte en herramienta de éxito para la competitividad, no solo local sino internacionalmente, con el fortalecimiento y valorización de la marca comercial.

IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE POR ALGUNOS SECTORES PRODUCTIVOS DE BUCARAMANGA

Según el estudio del perfil de responsabilidad social de los empresarios del calzado en Bucaramanga, realizado por algunos estudiantes de la Universidad Manuela Beltrán, cuyos resultados se publicaron en la revista Virtual de la Universidad Católica del Norte año 2013, se concluye que los empresarios de Bucaramanga pertenecientes al sector del calzado, en su mayoría no tienen programas de gestión de la RSE y por supuesto no lo ven como estrategia competitiva , en gran parte por la falta de conocimiento al respecto y por los costos que para ellos acarrear dichas acciones, pues para este tipo de empresas las labores realizadas en materia de Responsabilidad Social tienden a ser más un gasto que una inversión.

También se destaca el hecho de que la mayoría de actividades que tienen que ver con la Responsabilidad Social, son realizadas en favor de un solo grupo de interés como es el de sus colaboradores y dichas actividades son realizadas por medio de convenios con otras entidades y el apoyo de las cajas de compensación familiar

⁸² Comisión de las Comunidades Europeas .Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 18.7.2001.{En línea}.{Fecha de consulta: 30 de abril de 2016}.Disponible en:(<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>)

como Comfenalco y Cajasan, ya que de esta manera el costo para el empresario es mínimo.

Respecto a las acciones hacia la comunidad quedo en evidencia, que las pequeñas y medianas empresas del sector del calzado de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, no implementan operaciones que generen un impacto positivo a nivel externo o que estén encaminadas a la disminución de la huella que deja la realización de sus actividades en el medio ambiente.

Por consiguiente, el estudio del perfil de responsabilidad social del sector hotelero de Bucaramanga, elaborado por estudiantes de la universidad Manuela Beltrán, que forma parte del proyecto titulado *“Diseño de modelos de Responsabilidad Social Empresarial aplicados a diferentes sectores productivos de Bucaramanga”*, donde se investigó y analizó las acciones de gestión de la de RSE que adelantan las empresas del sector hotelero, el cual devuelve resultados muy parecidos al estudio anteriormente mencionado para el sector del calzado, aunque se muestra una mayor organización a nivel interno en las empresas del sector hotelero.

En el estudio de ambos sectores se encontró que aún cuando existen agremiaciones a las cuales pertenecen los empresarios analizados, las actividades relacionadas con la RSE son adelantadas por estos de forma particular y en lo que tiene que ver con la comunidad, en la mayoría de los casos no tienen seguimiento sobre las acciones realizadas.

EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES

En el marco de la Responsabilidad social empresarial, para que una organización sea reconocida por su compromiso con el tema, ya no es suficiente el logro de los rendimientos financieros, la generación de empleo, el pago de los impuestos y la utilización de una parte de sus utilidades para la realización de acciones de beneficencia, tal como lo describe Bancoldex. Formación empresarial, en su escrito

sobre la RS, una empresa hoy en día debe contar con las siguientes condiciones para ser considerada como socialmente responsable:

- *“Relaciones constructivas y participativas con los empleados.*
- *Respetar y promover el respecto a los derechos humanos, entre sus empleados y las comunidades con quién tiene relación.*
- *Defender la transparencia de sus operaciones financieras y su información.*
- *Preservar la competencia leal y las transacciones respetuosas y provechosas, tanto para proveedores como para distribuidores y usuarios finales.*
- *Reducir el impacto ambiental y la protección de su entorno inmediato.*
- *Además incluir, si así lo prefiere la acción social de la empresa y las donaciones que protegen a las comunidades vulnerables o promocionan el deporte y la cultura, pero sin suponer que estas nobles acciones eximen a las empresas de responder por los antes mencionados criterios”.*⁸³

En pocas palabras, una empresa es competitiva y a la vez socialmente responsable cuando garantiza el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores internos, y a su vez genera un impacto positivo en su entorno, para lo cual es necesario moldear las estrategias empresariales de manera que éstas favorezcan la adaptabilidad de las organizaciones, a las exigencias y necesidades de la sociedad, siempre tratando de ir un paso adelante, con una planeación adecuada de las actividades empresariales, logrando la integración de la RSE con los objetivos y estrategias generales para que ésta a su vez se convierta en un mecanismo importante a la hora de mantenerse en el mercado y ser más competitivos.

⁸³ BANCOLDEx. Formación empresarial. La responsabilidad social de las empresas.{En línea}.{Fecha de consulta: 01 de mayo de 2016}. Disponible en: (https://www.bancoldex.com/.../4557_10_Responsabilidad_social_empresarial.pdf)

A estas alturas es significativo dejar en claro que la aplicabilidad de la RSE para la competitividad, se da cuando se deja de realizar actividades aisladas en beneficio de los grupos de interés y se integran dichas actividades en una estrategia como mecanismo para el logro de los objetivos de la organización, que pueda ser medible, tenga un apropiado seguimiento y que dé cuentas de su conducta en las tres dimensiones principales de la RSE, como son económica, social y ambiental.

ASPECTOS IMPORTANTES DE LA RSE PARA LA COMPETITIVIDAD

Entre los aspectos que justifican y hacen importante la aplicabilidad de la RSE para la competitividad encontramos:

- Una gestión adecuada de recursos que permite mantener un estilo de producción con bajo consumo de energía, agua, y el mejor aprovechamiento de las diversas materias primas utilizadas de acuerdo a las actividades propias de cada organización. Donde al mismo tiempo que se cuida el medio ambiente, se refleja la disminución de los costos que derivan de estos ítems para una organización.
- La implementación de programas de bienestar y formación para los trabajadores incentiva la productividad y la fidelidad de los mismos para con la empresa.
- Su implementación le abre puertas comerciales a las empresas en mercados donde no tendría acceso si no cumple con estos requisitos y le aporta un factor diferenciador.
- Genera el desarrollo de proyectos innovadores que pueden aportar tanto nuevos productos como nuevas formas de producir, lo que a su vez se refleja en oportunidades para la empresa.
- Eleva la imagen corporativa, aportándole mayor credibilidad, por parte de sus colaboradores, proveedores, clientes y entidades financieras.

TESTIMONIOS

A continuación mencionamos algunos testimonios sobre RS por parte de grandes líderes empresariales, tomados de la revista Santander Responsable y Sostenible:

“En mi opinión las empresas exitosas del futuro serán aquellas que decidan alinear los valores de la empresa con los valores personales de sus empleados. Los mejores talentos quieren hacer un trabajo que contribuya a la sociedad, con una empresa cuyos valores compartan, donde sus acciones cuenten y sus opiniones importen” JEROEN VAN DER VEER, SHELL.

“Con la riqueza extrema viene una responsabilidad extrema. y la responsabilidad para mi es invertir en crear nuevas empresas, crear trabajos, emplear a personas y separar dinero para afrontar problemas en los que podamos hacer la diferencia” RICHARD BRANSON, FUNDADOR DE GRUPO VIRGIN.

“Las empresas que están rompiendo el molde son aquellas que están viendo más allá de la responsabilidad social y hacia la innovación. estas empresas son la vanguardia de un nuevo paradigma: ven en las necesidades de la comunidad oportunidades para desarrollar ideas y demostrar tecnologías, para encontrar y servir a nuevos mercados y para resolver problemas de negocio” ROSABETH MOSS KANTER, HARVARD BUSINESS REVIEW.

“La rse debe ser intrínseca al negocio, y no ajena a éste. además, las empresas tienen que dejar de ver sus iniciativas filantrópicas ajenas al proceso de gestión. La rse debe formar parte integral de las estrategias de negocio y planeación”. MARTHA HERRERA, DIRECTORA GLOBAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE CEMEX.

“Crear un negocio fuerte y construir un mundo mejor no son metas contradictorias: ambas son ingredientes indispensables para el éxito a largo plazo” WILLIAM CLAY FORD JR, FORD MOTOR COMPANY.

*“La responsabilidad social corporativa es una decisión de negocios. no porque es algo bonito o porque la gente nos obligue...sino porque es buena para el negocio”*NIALL FITZERALD, EX CEO, UNILEVER⁸⁴.

1.7 MODELOS DE RSE

Debido a la gran importancia ya mencionada, de las acciones en materia de RSE, y lo mucho que favorece su implementación como factor competitivo, es que las empresas se han dado a la tarea de crear e implementar programas de Responsabilidad Social, algunas organizaciones empresariales que dan ejemplo de ello y desarrollan actividades en la ciudad de Bucaramanga son: IDUPALMA, COMERCIAL NUTRESA, HOMECENTER, ESSA, ECOPETROL, entre otras

⁸⁴ SANTANDER RESPONSABLE Y SOSTENIBLE. Testimonios. {En línea}.{Fecha de consulta: 16 de abril de 2016}. Disponible en: (<http://www.santanderresponsable.com/>).

Cuadro 1.1 Modelo de RSE INDUPALMA

EMPRESA: INDUPALMA	
PROGRAMA Y/O ESTRATEGIA DE RSE: LO SOCIAL PAGA	
Indupalma entiende la responsabilidad social corporativa como la manera de gestionar su negocio teniendo en cuenta como éste, impacta positivamente a todos sus grupos de interés. Para Indupalma los principios y medios utilizados son tan importantes como el fin y los resultados económicos y financieros que se buscan.	
Desde la esencia misma del negocio, Indupalma lleva a cabo acciones encaminadas a promover el desarrollo integral de la comunidad de sus zonas de influencia, así como de todos y cada uno de los seres humanos involucrados en el día a día de la operación empresarial.	
SU MODELO DE RSE INCLUYE:	ESTRATEGIAS
*Generación de valor a los accionistas y grupos de interés,	Promoviendo negocios y prestando servicios que agragan valor económico y social.
*Generación de acceso a propiedad y riqueza – Construir modelos de negocios inclusivos	Creciendo con los habitantes en su zona de influencia, brindándoles la oportunidad de acceder a la propiedad de la tierra y de un cultivo, de construir y fortalecer su patrimonio, de capacitarse y de superar la pobreza.
*Oportunidades de Emprendimiento fomentando cohesión social y solidaridad.	Realizan acompañamiento a sus aliados a través del equipo de Desarrollo Empresarial quienes brindan las herramientas, capacitaciones y asesorías necesarias para consolidar UAE sostenibles. Convirtiendo a los campesinos asociados, en clusters de activos orientados al mejoramiento de la calidad de vida de sus socios.
*Apoyo la educación como herramienta de desarrollo	La educación es la columna vertebral del modelo. Fortaleciendo, con educación formal e informal, el nivel de educación en su zona de influencia. -
*Promoción del sentido de pertenencia ante las oportunidades .	Busca que tanto sus empleados, como los asociados a Unidades Autónomas Empresariales y los nuevos dueños de tierra y de cultivos, interioricen y saquen el mayor provecho de las oportunidades que la empresa promueve.
*Implementación de prácticas sostenibles y amigables con el medio ambiente	A través de inversiones en nuevas tecnologías limpias, de iniciativas que promueven la responsabilidad ambiental y de programas para el uso y cuidado eficiente de los recursos naturales, generando conciencia de que todas las acciones ambientales impactan directamente en la productividad empresarial y en los recursos que son de todos.

Fuente: Los datos para la elaboración de la tabla se tomaron de:

www.indupalma.com

CUADRO 1.2 MODELO DE RSE ECOPETROL

GRUPOS DE INTERÉS	COMPROMISO	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Accionistas e inversionistas	Asegurar la sostenibilidad del negocio a través de una gestión ética, transparente y	Maximizar de manera sostenida el valor para los accionistas. Asegurar la gobernabilidad corporativa y promover comportamientos éticos y transparentes. Fortalecer relaciones con accionistas e inversionistas.
Empleados, pensionados y sus familiares	Construir un gran lugar para trabajar en un marco de relaciones de confianza, transparencia y	Garantizar una compensación equitativa en un marco de competitividad empresarial. Contar con un liderazgo que apalanque el desarrollo de los empleados y el ambiente laboral de la empresa. Asegurar estándares internacionales de HSE para los empleados. Actuar en un marco de respeto y promoción de los derechos laborales y sindicales. Contribuir a la calidad de vida de los empleados, pensionados y familiares.
Contratistas y sus empleados	Transparencia y reglas claras dentro de una relación de beneficio mutuo.	Asegurar transparencia en la cadena de abastecimiento. Asegurar estándares internacionales de HSE en la operación conjunta. Asegurar el cumplimiento de las condiciones contractuales de la partes. Promover prácticas responsables de nuestros contratistas.
Socios	Asegurar negocios sostenibles dentro de un marco de actuación transparente, confiable y de liderazgo compartido	Ofrecer y mantener relaciones comerciales justas y con reglas claras para el beneficio mutuo. Asegurar estándares internacionales de HSE en negocios conjuntos. Contribuir conjuntamente a la viabilidad del negocio asegurando el desarrollo del entorno.
Clientes	Asegurar la satisfacción del cliente con excelencia en el servicio	Maximizar el valor de los productos y servicios para el cliente.
Estado	Contribuir a la construcción de un Estado Social de Derecho mediante el cumplimiento de nuestras obligaciones y el apoyo al fortalecimiento institucional	Asegurar y promover el cumplimiento de las obligaciones con las instituciones del Estado. Apoyar el fortalecimiento de entidades territoriales para que gestionen adecuadamente sus obligaciones.
Sociedad y Comunidad	Participar en el desarrollo sostenible del país, en un marco de corresponsabilidad y respeto de los derechos humanos	Fortalecer relaciones de corresponsabilidad fundadas en el diálogo y la participación Desarrollar todas las actividades con responsabilidad social y ambiental Impulsar procesos colectivos de desarrollo regional Actuar en un marco de respeto y promoción de los DD. HH.

Fuente: <http://www.ecopetrol.com.co/wps/portal/es/ecopetrol-web>

CUADRO 1.3 MODELO DE RSE GRUPO NUTRESA

EMPRESA: GRUPO NUTRESA	
PROGRAMA Y/O ESTRATEGIA DE RSE: EMPLEADOR Y CIUDADANO RESPONSABLE	
SU MODELO DE RSE INCLUYE:	ESTRATEGIAS
<p>Respeto de los derechos humanos</p> <p>Mantiene sus relaciones colectivas de trabajo en un marco de respeto y cumplimiento de los derechos humanos y de las normas de los países donde la Organización opera.</p>	<p>Consolidar los comités táctico y estratégico de derechos humanos.</p> <p>Identificar riesgos en derechos humanos.</p> <p>Generar cultura de respeto y protección de los derechos humanos.</p>
<p>Generación de empleo digno, incluyente y de calidad</p> <p>Promueve el desarrollo integral de su gente, procurando contar con empleados competentes, comprometidos y en permanente superación, por lo que apoya programas de formación y bienestar para elevar la calidad de vida y las competencias del capital humano, de forma que pueda afrontar adecuadamente los desafíos de productividad y competitividad que tiene el sector de alimentos.</p>	<p>Establecer e implementar buenas prácticas de diversidad e inclusión.</p> <p>Desarrollar a los líderes y planificar el talento y medición del desempeño para el alcance de los resultados.</p> <p>Adoptar estándares de clase mundial relacionados con prácticas laborales.</p> <p>Acompañar la gestión de terceros en prácticas laborales.</p> <p>Gestionar el clima y la seguridad laborales.</p>
<p>Creación de valor compartido con las comunidades de influencia</p> <p>Impulsa el capital social mejorando su interacción con los grupos de interés</p>	<p>Robustecer los programas propios de apoyo a la educación.</p> <p>Asistir la gestión de los Bancos de Alimentos.</p> <p>Generar ingresos y fomentar el emprendimiento en comunidades.</p> <p>Promover el voluntariado y ponerlo al servicio de la comunidad.</p>

Fuente: Los datos para la elaboración del cuadro se tomaron de:
<http://www.gruponutresa.com/sostenibilidad/empleador-y-ciudadano-responsable>

CONCLUSIONES

- La competitividad empresarial, se logra principalmente con el factor de la diferenciación que permita a una empresa sobresalir de entre las demás y la aplicación de la responsabilidad social hoy en día, es una pieza clave para alcanzar este objetivo.
- La responsabilidad social empresarial es una de las herramientas principales a la hora de alcanzar la competitividad pues a partir de ella se realizan acciones que optimizan el desarrollo de los procesos y mejoran la productividad.
- Los empresarios de Bucaramanga pertenecientes al sector del calzado y el sector hotelero, aplican la responsabilidad social de una manera aislada y no poseen programas estructurados ni políticas definidas al respecto, por cuanto para ellos ésta supone más un gasto que una inversión, según lo refleja el estudio realizado por los estudiantes de la Universidad Manuela Beltrán sobre el perfil de Responsabilidad social de estos sectores productivos.
- Cuando una organización aplica la responsabilidad social empresarial empieza a generar confianza tanto de sus colaboradores como de la comunidad y demás grupos de interés, lo cual permite la fidelización de sus clientes actuales y la consecución de los nuevos además que mejora su imagen corporativa ante las entidades financieras y sus mismos socios y accionistas.
- Según el grupo de formación empresarial de Bancoldex, una empresa es considerada socialmente responsable, cuando involucra en sus operaciones: la participación de sus colaboradores, el respeto por los derechos humanos, la transparencia en la información, la competencia leal y respetuosa, la

minimización del impacto ambiental y demás acciones de carácter social que generen progreso para la comunidad que le rodea.

INQUIETUDES

En el desarrollo de estas relatorías se deja ver una situación a nivel general en las empresas que es preocupante, debido a que existen muchas empresas que quieren realizar compromisos respecto a la RSE pero no encuentran la manera de realizarlo de forma que signifique para sus organizaciones ventajas competitivas.

La RSE, es un tema serio no solo por el desarrollo de las empresas sino por lo que implica para la conservación del medio ambiente y el desarrollo de una sociedad justa y equitativa, pero es necesario dejar de hablar acerca de él y desarrollar actividades que realmente sean de peso.

BIBLIOGRAFIA

- ECHEVERRI SEVILLA, Diana Carolina. La Competitividad En El Desarrollo Empresarial. {En línea}. {Fecha de consulta: 23 de abril de 2016}. Disponible en:
(web.usbmed.edu.co/usbmed/mercatura/nro8/docs/**competitividad**.doc).
- EAFIT. Boletín 16. Las Exigencias Del Mercado: Cambiar o Cambiar. {En línea}. {Fecha de consulta: 26 de abril de 2016}. Disponible en:
(<http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/Boletin%2016%20Las%20exigencias%20del%20Mercado%20Cambia%20o%20Cambiar%20Definitivo.pdf>)
- PORTER, Michael y KRAMER, Mark R. La creación de valor compartido - Copyright ©2011 Harvard Business School Publishing Corporation. {En línea}. {Fecha de consulta: 28 de abril de 2016}. Disponible en:(

<http://es.slideshare.net/ivanss3/la-creacin-de-valor-compartido-michael-e-porter-y-mark-r-kramer>)

- SEPULVEDA CHAVERRA, Juan David. LIZCANO MONTOYA, Tania. QUINTERO BARRIOS, Iván y DIAZ PINEDA, Edward. Perfil de responsabilidad social empresarial del sector de calzado de la ciudad de Bucaramanga. En: Revista Virtual Universidad Católica del Norte. Año 2013. No. 39, Mayo-Agosto.{En línea}.{Fecha de consulta: 28 de abril de 2016}. Disponible en: ([file:///C:/Users/FLIA/Downloads/437-2194-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/FLIA/Downloads/437-2194-1-PB%20(2).pdf)).
- TAPIA FIGUEROA, Liliana. “Con responsabilidad social, las empresas ganan competitividad” 09 de agosto de 2014. [Versión electrónica] Disponible en <http://www.paginasiete.bo/economia/2014/8/9/responsabilidad-social-empresas-ganan-competitividad-28913.html> Acceso: 22 octubre de 2015.
- Comisión de las Comunidades Europeas .Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 18.7.2001.{En línea}.{Fecha de consulta: 30 de abril de 2016}.Disponible en:(<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>).
- BANCOLDEx. Formación empresarial. La responsabilidad social de las empresas.{En línea}.{Fecha de consulta: 01 de mayo de 2016}. Disponible en: (https://www.bancoldex.com/.../4557_10_Responsabilidad_social_empresarial.pdf).

- LACRUZ MORENO, Félix Fernando. La empresa ambientalmente responsable. Una visión de futuro. Economía número 21. 2005. Enero-diciembre. {En línea}. {Fecha de consulta: 02 de abril de 2016}. Disponible en: (http://iies.faces.ula.ve/revista/Articulos/Revista_21/Pdf/Rev21Lacruz.pdf).

CORRELATORIA - SESION 5
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
DE GESTION EMPRESARIAL

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA CORRELATORIA

Sesión 5. Seminario de Investigación sobre La Responsabilidad Social como Estrategia de Negocio para el Desarrollo de las Empresas en Bucaramanga.

Tema específico: Aplicabilidad de la RSE para la competitividad.

Presentado Por: MARIA FERNANDA SANABRIA FLOREZ

Fecha: 18 de Mayo de 2016

5. ASPECTOS QUE COMPLEMENTAN EL TEMA DE EXPOSICIÓN

a. Razones para que las empresas incorporen la RSE

Primero que todo se debe aprender a mirar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un medio para que las empresas se beneficien, al mismo tiempo que también benefician a la sociedad que los rodea. Aunque siendo sensatos de que la RSE no es la solución a los problemas, tanto locales como mundiales; Pero si logra identificar razones por las cuales las empresas deberían adoptarla como estrategia para su competitividad.

Dichas razones encontradas son:

- ✓ **Innovación.** En el contexto de la RSE, la innovación supone un importante beneficio para las compañías y la sociedad; brindando cada día importantes y relevantes mecanismos de avance y desarrollo.

Como por ejemplo en una charla de Geoff McDonald, vicepresidente de Recursos Humanos, Marketing, Comunicación y Sostenibilidad de Unilever, éste afirmó que ⁸⁵*sin la RSE, la investigación y los esfuerzos de Unilever por evolucionar no hubieran sido los mismos*".

- ✓ **Ahorro.** Dentro de las compañías es claro que una de las mejores maneras de empezar a aplicar la sostenibilidad es utilizarla para rebajar costes; como menor consumo agua o menos energía implicarán un rápido ahorro; entre otros recursos que se pueden ahorrar.

Hoy en día hay empresas que tiene claro esto y ya le apuestas a poner en práctica la RSE con estos fines, Por ejemplo, la empresa de alimentación General Mills esperaban llegar al 20% de ahorro en 2015; Como una compañía de alimentación dependiente de la agricultura, el cambio climático y su posible efecto en las cosechas es una preocupación capital y que según su página web en 2011 ahorraron más de 600.000 dólares, tras instalar un sistema de monitorización de las emisiones.

- ✓ **Diferenciación de marca.** Desde años atrás la diferenciación de marca era una de las principales razones por las que las compañías

⁸⁵ <http://www.compromisorse.com/rse/2012/02/23/seis-razones-para-que-las-empresas-incorporen-la-rse/>

adoptaban la RSE, ya que las empresas podían incorporar fácilmente los valores de la compañía y su modelo de negocio a los de la RSE.

Sin embargo, hoy en día es mucho más común que sea utilizado por las compañías, por lo tanto el manejarlo para diferenciar una marca se ha vuelto más complicado debido a su alza en el uso.

Como por ejemplo el caso de Coca-Cola y Pepsi, que siguen estrategias de RSC muy similares para posicionamiento de su marca.

- ✓ **Planificación a largo plazo.** *“⁸⁶La Responsabilidad social empresarial es un esfuerzo por los intereses de la compañía a largo plazo, así como para asegurar que su futuro será sostenible. Supone pasar de pensar en los resultados financieros del próximo trimestre a pensar en el impacto de dentro de diez años”.*

Logrando con todo ello una visión clara del futuro de la empresa al aplicar la RSE y así utilizarla para crear sus estrategias presentes y futuras que logren sus sostenibilidad en el tiempo.

- ✓ **Compromiso del consumidor.** Es muy importante que las acciones de RSE se conozcan y salgan para conocimiento de todo público, como lo han mostrado algunas compañías.

Como por ejemplo la empresa Walmart, la cual se ha establecido como líder en esfuerzos medioambientales porque en el año 2008 diseñó una campaña para prevenir al consumidor sobre los productos que elegía comprar y cómo éstos podían afectar al medio ambiente.

⁸⁶ **Planificación a largo plazo.** En línea: <http://www.compromisorse.com/rse/2012/02/23/seis-razones-para-que-las-empresas-incorporen-la-rse/>

Así las empresas por medio de estas actividades se hacen más visibles y atractivas ante el medio y el exterior y por lo tanto incrementando sus posibilidades de mayor competitividad.

- ✓ **Compromiso de los empleados.** Así como las acciones de RSE deben conocerse públicamente, los empleados también tienen que ser conscientes de dichas acciones, las cuales trabajan en sus diarias labores.

Como por ejemplo La empresa Sara Lee creó un Equipo de Trabajo Sostenible para buscar una estrategia de sostenibilidad; y la Solo Cup Company, una red de acciones sostenibles para promover la actividad de los empleados en servicios comunitarios afines a las prioridades de la RSE de la empresa.

“⁸⁷En la página web de la compañía Sara Lee se explica que “para que la sostenibilidad se convierta en parte integral de una estrategia empresarial, la compañía debe determinar qué impactos causará dicha sostenibilidad y cómo será impactada por la cultura, misión y modelo de la compañía”.”

De esta manera el crear grupos y programas de RSE enfocados en la intervención y participación de los empleados es muy importante para el éxito en los resultados que e deseen lograr con estos.

⁸⁷ Compromiso de los empleados - <http://www.compromisorse.com/rse/2012/02/23/seis-razones-para-que-las-empresas-incorporen-la-rse/>

6. BIBLIOGRAFIA

Compromiso RSE. Seis razones para que las empresas incorporen la RSE. La revista Forbes publica los motivos por los que las empresas deberían adoptar una estrategia de RSE. 23 de Febrero del 2012. Disponible on line: <http://www.compromisorse.com/rse/2012/02/23/seis-razones-para-que-las-empresas-incorporen-la-rse/>

7. REFLEXIÓN CRÍTICA

a. Contenido:

Aspectos relevantes del tema: La relatoría dio a conocer los diferentes aspectos que hacen a una empresa más competitiva al aplicar la RSE; como su mejor visualización en el mercado frente a otras empresas, mejorando su posicionamiento de marca; ahorros considerables por medio de programas con este fin, logrando mayor dinero para inversión y desarrollo, al igual que buenos niveles de innovación lo cual de la mano con grupos de trabajo motivados llevan a la excelencia de las operaciones y por lo tanto a resultados de mayor satisfacción y reconocimiento.

Acuerdos y desacuerdos: La información de la Relatoría fue clara con respecto al porque las empresas pueden ser más competitivas al aplicar la RSE; así mismo se brindan formatos de algunas empresas las cuales ya tienen la RSE dentro de sus políticas de trabajo; pero evidenciando que a un falta mucho reconocimiento de los empresarios de Bucaramanga sobre el tema para lograr aplicar la RSE y tomarla como una estrategia para su mayor competitividad.

Así mismo se siguió evidenciando la poca información concreta que se encuentra sobre la RSE en Bucaramanga.

b. Claridad de la exposición

La Relatora tuvo dominio sobre el tema de exposición, claro y puntual sobre la información investigada; haciendo una relatoría productiva y despejada con ayuda de una presentación en power point bien estructurada.

c. Capacidad de comunicar y liderar el grupo

La capacidad de comunicar por parte del relator fue adecuada y clara, logrando una clara discusión y debate del tema de exposición.