

**ENSAYO OPCIÓN DE GRADO CURSO INTERNACIONAL PROGRAMA  
ACADÉMICO EN EL MARCO DE LAS RELACIONES COLOMBIA-PERÚ**

Angiee Carolyn Peña Cañón  
Enero 2020.

Universidad Militar Nueva Granada  
Facultad de Ingeniería  
Ingeniería Industrial  
Curso Internacional  
Bogotá, D.C.

## **Introducción**

En el mundo actual un número considerable de empresas perciben la importancia de la responsabilidad social para permanecer en funcionamiento y continuo crecimiento. Cubriendo aspectos sociales, económicos y ambientales efectuados en el respeto por las personas, el entorno, los valores éticos y la comunidad, el capital humano, el medioambiente y la interacción de diversas entidades relacionadas con la organización. De esta forma la responsabilidad social no es algo añadido a la empresa. Por el contrario, puede representar una ventaja competitiva para la misma, llevando una actuación correcta, consiente y comprometida, brindando una mejora continua y sólida ya que genera un valor agregado a todos los grupos de interés y medios implicados.

Implementar RS en las organizaciones permite maximizar el desempeño empresarial generando estrategias que permitan potencializar la relación y contribución de la empresa con la sociedad en general, sacando provecho a nivel de mercadotecnia, desarrollo e impulso del producto, porque al interesarse por las diversas partes que la componen tanto interna como externamente, es capaz de incorporar a sus actividades todo lo escuchado e intentar satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin afectar las futuras buscando el enfoque del triple balance.

## **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO UN VALOR AGREGADO PARA LA SOSTENIBILIDAD Y CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS EN EL MUNDO MODERNO**

A nivel interno y externo la responsabilidad social contempla intereses como el capital humano, la seguridad laboral, la formación y desarrollo continuo de los trabajadores, así como la equidad y la inclusión, los recursos naturales seguros y el crecimiento a nivel económico buscando opciones vivibles, viables y equitativas para la sostenibilidad de la empresa y todos los sistemas en general (IZAITE, 2012).

Actualmente uno de los mayores retos para las empresas es lograr que los trabajadores permanezcan en la organización, por esta razón se han tomado medidas de aprendizaje permanente, mejoras en la comunicación interna de la empresa, prácticas responsables de contratación y lo más importante en el mundo moderno; equilibrio entre vida familiar y profesional.

Se entiende que la familia y el trabajo ocupan un lugar importante para el bienestar y la satisfacción desde un punto de vista global para la calidad de vida de las personas. De esta forma permite que los trabajadores; el capital humano de la empresa, sea más productivo y aprovechable en el desarrollo de sus actividades mejorando el desempeño laboral en general, ya que reduce significativamente los niveles de ausentismo. Esto lleva a entender que las empresas están en la capacidad de ofrecer entornos saludables y políticas flexibles que brinden al trabajador un nivel propio de participación y un alto nivel de comunicación, para que se sienta en un clima organizacional adecuado. Esto refuerza su autonomía y la seguridad de su estabilidad laboral y familiar (Andrés Jiménez, Emilio Moyano, 2008). De acuerdo a lo anterior la

empresa puede dar cumplimiento en la sostenibilidad social en equidad e inclusión al interior de ella.

A partir del cumplimiento en la sostenibilidad social se tiene una unión equitativa con la economía, pues al obtener un mejor desempeño laboral, la productividad aumenta con el crecimiento sustentable, creando un beneficio económico para las accionistas y la sociedad en conjunto. Para que esto suceda se deben tener en cuenta tres pilares fundamentales, el primero es una comunicación transparente entre la empresa y los interesados abarcando todos los temas de interés (riesgos, amenazas, oportunidades, retrocesos, entre otros). El segundo es la colaboración, donde se busca que todo lo que se hace sea en beneficio de todos y el tercero el compromiso de la empresa frente a sus grupos de interés.

Con el cumplimiento de los tres pilares se pueden conocer los logros de las partes interesadas y la empresa para poder crear estrategias y satisfacer la demanda. Este tipo de estrategias deberían tener un valor agregado socialmente, el cual puede ser utilizado en mercadotecnia para el desarrollo e impulso del producto de la mano con las tendencias actuales, lo que también le permite su crecimiento económico. Actualmente una empresa que entiende la importancia de la RS y la aplica adecuada y concienzudamente es *Dove*, que a través de sus comerciales muestra mujeres reales, dando mensajes como: *“La belleza no se define por la forma, el tamaño o el color, la belleza se siente como la mejor versión de sí mismo. Auténtica. Única. Real”* (Dove, 2019) . De esa forma mejora su imagen corporativa y su reputación pública, incrementando su notoriedad en el mercado y produciendo una influencia positiva de la empresa en la sociedad.

Analizando el enfoque del triple balance finalmente tenemos el ambiental con recursos naturales seguros que en relación con lo anterior se une para dar viabilidad con respecto a la sostenibilidad económica y permitir un entorno vivible con la sociedad y su entorno. Las empresas deben incluir políticas ambientales donde incluyan la reducción de consumo en recursos energéticos, disminución de la emisión de residuos y vertidos, implementación de logística inversa, análisis de las repercusiones del producto a lo largo de su ciclo de vida y ejecución de una economía circular. Brindando la seguridad de que el desarrollo de la empresa no atente con el medio ambiente. (Universidad de Lima, 2019)

En el mundo actual un número considerable de empresas perciben la importancia de la responsabilidad social para permanecer en funcionamiento y continuo crecimiento, pero no tienen en consideración la implementación de la misma por diversos motivos. Principalmente por la falta de conocimiento y/o guía en la implementación del RS. Actualmente cuentan con la norma **ISO 26000 RESPONSABILIDAD SOCIAL** que proporciona orientación a todo tipo de empresas independientemente de su tamaño, sobre: conceptos, términos, definiciones, antecedentes, tendencias, características, prácticas, implementación, identificación, compromiso y demás aspectos importantes que ayuda a las organizaciones en la contribución del desarrollo sostenible. (Isable Sánchez, Raul Gregorio, 2013)

## **Conclusión**

La responsabilidad social tiene un impacto positivo en las empresas, que se puede ver reflejado en sus empleados y en la motivación que se les brinda, en el crecimiento de la economía de la organización a partir del mejoramiento en las ventas, mayor confianza con la empresa, entidades interesadas y principalmente con el cliente. Logrando un equilibrio sostenible del enfoque del triple balance que le permite mejorar continuamente la reputación corporativa de la empresa y su posicionamiento en el mercado. Asimismo, la adopción de las prácticas RS y la guía de la ISO 26000 le brinda competitividad y valor agregado a la empresa.

### Lista de Referencias

- Andrés Jiménez, Emilio Moyano. (2008). FACTORES LABORALES DE EQUILIBRIO ENTRE TRABAJO Y FAMILIA: MEDIOS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA. *Revista Universum*, 116-133. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-23762008000100007](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-23762008000100007)
- Dove. (2019). Obtenido de <https://www.dove.com/co/home.html>
- Isable Sánchez, Raul Gregorio. (2013). *Herramientas de gestión para la RS*. Obtenido de Universidad de Valladolid: <https://mail.google.com/mail/u/0/?pli=1#search/MEMORIAS/FMfcgxwGCGzLdTVfZrVTrZHgjwZpZLKn?projector=1>
- IZAITE. (2012). Asociación de empresas vascas por la sostenibilidad. *Guía para la implementación de la RSE en la empresa*.
- Universidad de Lima. (2019). Responsabilidad Social Empresarial. Lima, Perú.