

REPUBLICA DE COLOMBIA
IDENTIFICACION PERSONAL
CEDULA DE CIUDADANIA



NUMERO 1.022.359.003

URREGO SALCEDO

APELLIDO

JUAN CAMILO

NOMBRES



FECHA DE NACIMIENTO 13-SEP-1989

TUNJA
(BOYACA)
LUGAR DE NACIMIENTO

1.71 ESTATURA O+ G.S. RH M SEXO

17-SEP-2007 BOGOTA D.C.
FECHA Y LUGAR DE EXPEDICION

INDICE DERECHO

REGISTRACION NACIONAL
CARLOS ANSEL SANCHOZ TORRES



A-1500150-00148688 M-1622359003-20090131 0009779400A 1 1150035898

2014

Bogotá, Colombia

**UNA MIRADA A LAS PRÁCTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL DESDE LAS MICROEMPRESAS COLOMBIANAS**

Presentado por: Juan Camilo Urrego Salcedo
C.C. 1.022.359.003

Docente: Miguel Augusto García Bustamante

Universidad Militar Nueva Granada



Facultad de Ciencias Económicas

Especialización Alta Gerencia

2014

El desarrollo de la economía Colombiana, está representada en gran proporción por empresas de pequeño y mediano tamaño como lo identifica la universidad del Rosario (Desafíos actuales de las empresas en Colombia). Estas representan el 81,2% frente a 1.1% del total de empresas de gran tamaño. Esta relación plasma la necesidad de ahondar y generar mecanismos que permitan que estas organizaciones incrementen sus habilidades de crecimiento y aporten no solo al ámbito monetario, sino también al desarrollo comunitario, cuidado del medio ambiente, y demás características que identifican el marco de la globalización ético Y responsable.

Principalmente ha de atacarse los problemas de aislamiento y bajo nivel competencia y productividad, es decir que los organismos de control y supervisión de los gobiernos deben adoptar un papel de mediador que establezcan reglas y herramientas de ayuda para las industrias sobre las que estas operan. Sin embargo todas las actividades que enmarcan la actividad empresarial , deben ir alineadas por las practicas Socialmente responsables con el fin de generar beneficio a todos aquellos que se puedan ver afectados positiva y negativamente por su accionar y aquellos que tengan relación directa e indirecta con estas empresas.

(Dahlsrud, 2008) “explica el término como el conjunto de políticas y acciones que las firmas adoptan de manera voluntaria para contribuir a la sociedad, proteger la naturaleza y mantener buenas relaciones con los agentes interesados (Stakeholders)”. Es El estudio de la evolución del término, ha demostrado que este se enfoca a un ambiente “progresivo” como lo menciona (Carroll,1999), enmarcada en un desarrollo conceptual en forma de escalera, es decir, parte de lo más elemental y macro como la incursión en definiciones muy generales de los conceptos de la RSE complementándolo con estudios sociales, económicos, políticos entre otros, entre lanzándolos unos con otros para así poder formar unas definiciones más específicas y concretas llegando a identificar actores y problemas individuales de cada uno (Stakeholders).

El enfoque holístico, propone que la Responsabilidad social corporativa debe poseer elementos importantes como el compromiso de las empresas que a su vez referencia el compromiso del sector de tal forma que agreguen valor a la sociedad. La decisión voluntaria, los beneficios para la sociedad y públicos de interés, el desempeño ambiental, la conducta ética son factores humanos que se trabajan en la RSC y se ha de adaptar al contexto y realidad de las sociedades en la que operan las empresas se establece por necesidades que la organización identifica y ve la necesidad de abarcar de forma autónoma, es decir que debe estar presente un modelo de RSC que considere las particularidades del entorno en que se desenvuelven, un modelo de RSC no puede plantearse de una forma arbitraria o creer que servirá para todos los ambientes sociopolíticos y socioeconómicos ya que integran varios factores únicos donde

intervienen factores externos que se tendrán que manejar adecuadamente, con estudios pertinentes e identificando los principales actores.

Teóricamente la RSC se presenta una primera definición en la década del 50 en el que se planteaba la RSC desde la experiencia personal de los directivos y propietarios de las empresas a nivel individual con un enfoque basado en la filantropía y la caridad en los negocios. Esta evolución no ha sentado hasta el día de hoy una verdad absoluta ya que esta sujeta a las actividades comerciales lucrativas que se enmarca en la última década hacia una práctica empresarial humanizada se desarrolla a través de una serie de sucesos en todo el mundo y en especial en las empresas de tamaño mediano y pequeño. A pesar de esto en el mundo Empresarial se cree que solo las empresas de gran tamaño son las que tienen un marco de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) debido a que representan un gran “músculo financiero” y pueden implementarlo y sostenerlo en el tiempo, pero realmente las PYMES son aquellas que más se preocupan por tener un marco de RSE por las mismas necesidades, situaciones y problemáticas que comparte

El texto “Guía para la Gestión Ética en PYMES” de la Pontificia Universidad Javeriana (Rethos;2005), refiere el desenvolvimiento de las organizaciones medianas y pequeñas de la siguiente forma: “1 Las PYMES dinamizan el 80% de la economía nacional, 2.Las MIPYMES condensan el 57% de los trabajadores del sector industrial del país, el 93% de los trabajadores independientes y 63% del empleo urbano, 3. Estas empresas generan el 70% del empleo nacional, 4.Contribuyen con cerca del 50% del PIB total del país, 5.De acuerdo con la información contenida en el registro mercantil custodiado por las cámaras de Comercio, durante

el año 2004 se registraron y renovaron un total de 57.249 Pymes, que representan el 7.45% del universo empresarial del país 6.Las Pymes representan cerca del 60% de las empresas proponentes del país.7.En el año 2004 exportaron US \$900 millones de dólares, duplicando su participación en las exportaciones comparadas con las que realizaron en 1998; esto representó el 6% del total de exportaciones del país”.

El desarrollo de las actividades económicas en Colombia direccionado a las Pymes ha de enlazarse con las practicas éticamente responsables en el que se haga uso de herramientas cualitativas y cuantitativas, así implementar la teoría de los Stakeholders que buscar esclarecer los actores principales sobre los que las organizaciones han de enfocar los objetivos. Lo anterior es posible ejemplificarlo por medio de la aplicación de encuestas y entrevistas de profundidad a muestras representativas de cada uno de los sujetos plenamente identificados. las plantillas “Ethos” , permiten cualificar las fortalezas y debilidades frente a los pilares de la etica , comunicación, enfoque social , crecimiento economico y demas que influyen en la RSE. Estas permiten ser modificadas y adaptadas para el ejercicio de analisis de mejora interno .

De acuerdo a los índices expuestos por Vives. A(2005) el 63 y el 73% del empleo total de la nación , ha sido fomentado por parte de las pymes de las cuales el 43,9% de ellas estan implementando actividades enmarcadas en la RSE. Esta situación genera cierta tranquilidad , puesto que se ubica en el sexto puesto de los países que conforman el grupo de los 8 estados latinoamericanos que representan la región frente a la iniciativa de los mecanismos de responsabilidad.

El aporte significativo de este grupo de empresas se ve representado sobre la producción bruta de la industria Colombiana mientras que el comercio y los servicios, representa un rango entre el 37% y el 53% sobre el total de la economía.

Categorización de los Stakeholders

(Urrego.C, 2012) “Hoy en día las empresas necesitan reconocer las externalidades de índole negativa por medio de internalización con el fin ofrecer garantías a aquellos grupos específicos que se ven afectados por las actividades de la empresa. Con el objeto de identificar los grupos de interés se recomienda diseñar un diagrama de grupos de interés que influyen sobre las actividades y decisiones de la denominada Matriz de consolidación para la Identificación de Stakeholders. Referida herramienta debe estar compuesta por tres niveles de pre-ponderación: 1. los grados de poder, 2. legitimidad 3. urgencia. Estos atributos preponderados, están determinados bajo aquellos “Grados” que permiten medir los niveles influencia y se reconocen y agrupan de la siguiente manera: el grado de poder, representa el grado en que los grupos de interés son capaces de persuadir a otros grupos o individuos en un sin número de actividades de conducta y como sus expectativas influyen en la organización. El grado de Legitimidad el cual representa el grado de percepción frente a las acciones de cada grupo de interés son apropiadas dentro de algunos medios creados bajo normas, creencias y valores, el cual se convierte en un bien común que puede ser negociado de modo distinto en los niveles sociales de la organización. Por último el grado de Urgencia, define como la importancia

en el que a los Stakeholders se les considera importante frente a sus reclamaciones en la organización y estos mismos exigen solución inmediata por parte de la empresa. La ponderación del valor atribuido para cada actor deber ser “totalizado”, esta muestra el grado de poder designado a cada grupo de interés plenamente identificados para cada empresa. Está representado por un número no acumulable de 1 a 10 siendo este último el carácter representativo de mayor influencia sobre el poder y el numero 1 representa el carácter de menos influencia”.

El índice de preponderancia es un referente que permite ver la ponderación del valor normalizado de cada uno de los atributos frente al valor designado en el total de los grados”.

El diagnostico de identificación de los stakeholders, los atributos, las influencias y demás características de análisis inicial para la implementación de tareas enfocadas a la responsabilidad organizacional, deben complementar el argumento de los objetivos estratégicos y estar en pro del desarrollo de los intereses del núcleo corporativo. Es decir, que a pesar de la intención de cooperar con los grupos de interés es importante que estas prácticas acompañen el fundamento de existencia y de desarrollo de la organización por medio de la balanza frente al aporte externo e interno. Para ello es importante revisar las actividades del management de la entidad que va a implementar el modelo y este debe ir mas allá de la política y la sociología (Lee et al., 2008). Debe ir por resultados universales, que no se enmarque únicamente en el cumplimiento de la responsabilidad social y las normativas jurídicas sino por una equidad universal frente a todos los grupos de interés plenamente identificados.

Como se infirió inicialmente, la construcción del concepto de RSE y sus respectivas actividades, son evolutivas y no estáticas y cada vez por la necesidad del entorno, solicitara que esta se vaya modificando, agregándole mayores desafíos y retos para las organizaciones. Lo anterior expone que no hay un modelo exacto para dar cumplimiento a cabalidad con el marco de la RSE, pero hay algunas alternativas que intentan abarcar los ámbitos implícitos en ella bajo “Medidas alternas de la RSE”. Perdomo y Escobar (2011) Identifican 4 variables identificadas que sustentan lo anterior : “1. Constructos : Desempeño social empresarial, Responsabilidad social empresarial , Capacidad de Respuesta Social Empresarial , Creación de valor compartido ,Ciudadanía corporativa, Responsabilidad con los Stakeholders empresaria, y los Roles percibidos sobre la ética y responsabilidad social PRESOR como lo traducen sus siglas en inglés; 2. Indicadores parciales : Políticas , planes , programas , donaciones ,acciones o medidas ambientales, comportamientos irresponsables, integración de minorías y mujer en el trabajo , igualdad de oportunidades laborales , trabajo justo , relaciones con la comunidad, crimen corporativo y publicidad responsable; 3. Índices : Fortune 500, Kinder, Lydenberg y Domini-KLD , Domini Social Index 400-DSI 400, FTSE4 Goodindex, Dow Jones Sustainability Index, y otros índices nacionales de inversión Socialmente Responsable (ISR – SRI Socially Responsible Investing);4 . Informes, Estándares y auditorías Sociales: GRI, AA100, CSR-EFQM, SA8000, ISO2600” (p.202) . Los conceptos, mecanismos , índices y normas expuestas anteriormente plasman aportes significativos enmarcados en la experiencia global ; que se relacionan con el marco del pacto global de acuerdo a que es una iniciativa voluntaria, es decir que no son obligatorias pero no restan importancia a la necesidad de ser implementadas y ser referenciadas en las actividades de las organizaciones. Es válido aclarar que al implementar esta terminología

las entidades generan un compromiso frente a la gestión de alineación de sus estrategias a los principios de los cuatro marcos (Pacto Global) derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción.

Para dar cumplimiento a la alineación de la RSE frente a la estrategia corporativa , es importante transmitir el interés de implementarlas y como se va a desarrollar . Esta transmisión interna no siempre es eficiente o genera la repercusión esperada , ya que como la misión y la visión en la mayoría de ocasiones no es comprendida de acuerdo a su núcleo de concepción. Para ello es importante tener en cuenta y contextualizarnos frente al concepto de Comportamiento Ciudadano Organizacional (CCO) . Un acercamiento preciso es el que nos ofrece Podsakoff (2000) en el que expone el término como el comportamiento específico de cada persona que promueve efectividad sobre actividades de la organización. El grupo directivo debe velar por que este comportamiento se relacione con las conductas de un ciudadano y un actor laboral es decir que dentro del ejercicio profesional se identifique con el grupo de trabajo lo cual desarrolla una identidad social del como persona representativa del grupo laboral enmarcado en dos categorías Iniciativa individual que es la intención propia de generar un cambio y una diferenciación y los comportamientos de afiliación y es la caracterización social frente a la relación (Choi, 2007). La línea de mando, puede identificar los aspectos de CCO de su equipo de trabajo por medio de la pro actividad frente a aspectos de cambiantes, donde se debe percibir ausencia de riesgo frente a su reacción a los hechos y permitirá que tome iniciativa de reacción frente al medio cambiante.

Las actitudes, perspectivas , aportes , aspiraciones y demás actividades que son innatas del ser humano , deben procurar ser tenidas en cuenta por parte de la empresa , ya que del resultado de estas depende el éxito del ambiente laboral y el desempeño de la organización . Al

generar compromiso con ello el grupo organizacional puede encaminar sus percepciones de crecimiento y sostenibilidad general no solo económica frente al desarrollo de la industria en la que opera y generar actividades éticamente responsables.

Al asumir buscar implementar acciones enmarcadas en la RSE, la organización adopta el papel de actor mediático sobre los grupos de interés que pueden crear vínculos con las actividades de la empresa, esto significa que está asumiendo un gran reto y es aportar positivamente a los niveles de pobreza, inequidad que han caracterizado a naciones que se encuentran en vía de desarrollo y que marcan la diferencia entre los que están en auge y aquellos que tienden al declive, lo anterior se esclarece de acuerdo a Rueda y Uribe (2011) “Es menester que todo conocimiento, en particular el que generen las ciencias sociales y económicas, contribuya a mejorar las condiciones de vida de la población y trascienda a las discusiones sobre el crecimiento, la competitividad y la eficiencia”. Las teorías del buen gobierno, respalda lo que hoy se denomina RTS o Responsabilidad Empresarial con Trascendencia Social, y es una iniciativa que busca contribuir con el bienestar, que hoy en día ya se ha adoptado en Colombia (Confecamaras, 2003) y hemos podido evidenciarla en las actividades que desarrollan las empresas de gran trayecto y algunas que son relativamente nuevas, sin embargo aún hay un gran camino por recorrer. Es necesario estandarizar algunos procesos que son indispensables para gestionar ejemplos de buen accionar frente a los temas ya tratados y transmitirlos a aquellos organismos que poseen la intención pero no conocen el proceder o quedan enfrascados del cómo actuar frente a esta temática. Tal vez el informe que más se acerca a ello es el GRI, el cual es un medio que estandariza los reportes globales de iniciativa de sostenibilidad y permite la divulgación de información por parte de las empresas que se acogen voluntariamente a la

asociación. Este arroja una significativa suma de indicadores que influyen sobre tres aspectos que se encuentran interrelacionados entre si y que de su desempeño sinérgico, permite demostrar eficiencia autosostenibles: Económico , ambiental y social.

Los tres marcos de la RSE deben ir acompañados de 4 ámbitos de la RSE expuestos por Ferrell, Friedrich (1991): 1. Responsabilidad legal, es decir, el cumplimiento de los parámetros reglamentarios frente a los aspectos establecidos como fundamentales en la organización y de regulación. 2. Ética, que se enfoca a la moral que se desarrolla en el mundo de los negocios y son fundamentales en las relaciones sociales 3. Económica, que hace mención de todas las actividades de ingresos y egresos; 4. Filantrópica, analiza actividades que se desarrollan en pro de la humanidad por gusto y necesidad de una convivencia sana y productiva”

Se infiere bastante sobre el impacto que se debe generar frente a actividades ambientales y sociales , pero en el marco económico, ¿Cómo podemos gestionar actividades que influyan en la RSE desde mi gestión ?. A pesar de dar cumplimiento a los aspectos expuestos en el GRI , los cuales contienen parámetros de índole económica los cuales son denominados información para la RSE tradicional, las organizaciones deben declarar contablemente y financieramente no solo en índices y valores de crecimiento o decrecimiento monetario enmarcados en las utilidades , rentabilidad e índices de inversión operativa sino también como se está gestionando por medio de indicadores de eficiencia en recursos e inversión de proyectos ambientales, comunitarios , internos de gestión administrativa y demás ya que las el 33% de las Pymes Colombianas un gestiona actividades de impacto ambiental . Para ello Rueda y Uribe et al .(2011) categorizan las empresas de acuerdo a su gestión financiera frente a Cinco cuadrantes o escenarios que permiten identificar o clasificar en que categoría se encuentra cada una y con ello gestionar actividades de

mejora : Categoría A1 es el mejor escenario ya que está enmarcado entre las RTES y la contabilidad para el entorno e incluyen en sus informes notas aclaratorias sobre los impactos contables de sus decisiones de responsabilidad social. Categoría A2 es similar al escenario A1 , pero discrepaban en la no presentación de las notas contables de impacto. En la Categoría B1 las empresas adoptan la RSE tradicional por medio de políticas y prácticas comunes internas pero a su vez incluyen notas aclaratorias para los stakeholders y así mismo divulgan las prácticas implementadas por la organización . Aquellas que se encuentran en la Categoría B2, no están interesadas en divulgar ni las notas contables y tampoco la gestión de información ambiental y social . La Categoría C es la más crítica ya que no asumen la RSE y tampoco involucran sus notas contables frente a gestión ambiental y social. Vale aclarar que no implica solo inferir en que se es socialmente responsable si no también demostrarlo por medio de la contribución entre el alcance real y lo propuesto y tal vez por ello herramientas como el Balance Score Card debe inferir esta información.

A pesar de gestionar metodologías y mecanismos de RSE que acompañen los procedimientos de las organizaciones desde la perspectiva de micro entorno frente a los actores tales como los proveedores, colaboradores, shareholders y demás es importante analizar que repercusión puede tener sobre los actores del macro entorno , con el fin de generar bienestar frente a todos los grupos de interés que se ven involucrados. La proyección de escenarios , permite ver cuál va a ser la disposición y la tendencia de stakeholders como los consumidores. Frente a ellos es importante analizar cuáles son los factores que influyen sobre la decisión de adquisición y como esta posición influye sobre la RSE. Para ello los doctores Arredondo , Maldonado y Garza (2011) indican dos aspectos distintos de compra basados en los principios de

mercadeo: Disposición de compra en la que el cliente pide un consejo de compra y la compra de rutina la que se identifica como la conducta exacta del consumidor. Lo anterior permite analizar que para que el consumidor adquiera una posición de responsabilidad, debe partir de una conducta y disposición de compra la cual debe ser analizada por la organización para influir sobre ella en el caso de quien opta por dejarse aconsejar e influir de manera directa despertando los deseos acompañados de bienes y/ o servicios que contribuyan a la producción ecológicamente amigable, que los ingresos percibidos por ello aporte a la evolución de las comunidades, que permita el crecimiento de la organización en la que se contribuya no únicamente con los shareholders sino también con proveedores, colaboradores y se genere en posteriores procesos de comercialización retribución a todos sus consumidores.

Dentro de los procesos de identificación de los tipos de consumidores para influir sobre sus decisiones de elección, Webster (1975) argumenta que aquellos consumidores que poseen conciencia social, pueden ser detectados por sus cualidades y deficiencias en su personalidad y asociados a la actitud del nivel socioeconómico al que pertenece y que estas en ocasiones son débiles y hay que aprender a despertarlas para ser identificadas. De acuerdo al estudio desarrollado por Rosati (2007) frente a la decisión de consumidor, detectaron que aquellos productos o servicios que fueron desarrollados dentro del comercio justo, son mayormente favorecidos sobre la decisión de adquisición. Esta es la oportunidad para generar buenos hábitos de consumo y contribuir al consumo responsable. Las grandes compañías están cada día más comprometidas con dar a conocer los alcances de sus productos y las contraindicaciones de ellas, con el fin de generar sensibilidad frente al cliente final. En contradicción de ello la ética ha demostrado que a pesar de implementar procesos que plasman transparencia sobre los resultados

de adquisición , generan otros perjuicios no anunciados . Esto se evidencia en la situación de las petroleras el cual ya está siendo rechazada por comunidades que contemplan la disposición responsable.

A pesar de la evidencia de implementación de la RSE en Colombia como lo refiere Vives (2010) en el Tercer Encuentro Internacional ComprometeRSE en el que en proporción de existencia y de la creación de nuevas pymes de 8 a 2 están interesadas o ya están implementando estrategias de RSE , se evidencia todavía la urgencia de existencia de organismos socialmente responsables ya que recae en ellas una gran responsabilidad por cubrir las exigencias de la sociedad Colombiana.

Es importante cambiar de una visión comercial a una de protección a nivel social ya que consideramos indirectamente que los recursos son inagotables y que siempre la capacidad global de renovación está presente , sin embargo este es un pensamiento erróneo ya que el accionar frente a la renovación de recursos ha sido bastante precario . A esto hay que sumarle que la presencia de la fuerza comercial extranjera está presente y la extracción de recursos y explotación de fuentes ha estado latente en la nación y las labores de retribución no son suficientes , por lo que es necesario implementar barreras de entrada que protejan tanto el comercio de las fuentes propias como los yacimientos naturales. Para el generar una conciencia favorable frente al consumismo , es importante que los entes reguladores incursionen en los sectores donde las pymes presentan una fuerte presencia y estimular actividades de desarrollo enmarcado en la ética y en las actividades que permitan generar aportes al desarrollo social , preservación de los ecosistemas y demás metodologías que aportes al desarrollo compacto del

país . Al promover estas prácticas por medio de incentivos de capacitación, permitirá generar control sobre la producción de bienes y prestación de servicios medidos . Esto influiría sobre la disposición de compra del consumidor y dará a entender que a pesar de que hay diversidad , variedad e innovación sobre sus necesidades , la producción está limitada y lo obligara tal vez a utilizar eficaz y eficientemente sus adquisiciones.

Otros mecanismos que se han de brindar para la generación de reducción y control sobre la promoción y producción de ellos es la innovación en áreas de I+D. En la actualidad pocas empresas ofrecen elementos que se compran una vez y mejoran por medio del desarrollo de actualizaciones. Esto en gran medida reduciría la comercialización del Coltan, eficiencia sobre las fuentes de energía , reducción de la explotación de mercurio y demás elementos que son hoy en día minerales y recursos costosos y reducirían el impacto natural y a su vez disminuiría la demanda de ello, por lo que generaría reducción en las problemáticas sociales que se presentan en África y Asia.

Dar a conocer todas estas problemáticas sociales y medioambientales permitiría generar conciencia de repercusión sobre la percepción de compra en el que se imparte una necesidad social y no individual , donde se plasme el beneficio que traería la compra de un artículo o la opción de adquisición de un intangible. En el caso de los organismos reglamentarios distritales de la ciudad de Bogotá y Medellín, se ha optado por impartir normativas que regulen y velen por operaciones verdes , positivas a la comunidad , ética y transparentes ; y a pesar de que la RSE mas que obligatoria es voluntaria , el gobierno en general tiene la obligación de preservar los principios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Así mismo después de haber generado claridad sobre la realidad de la RSE en Colombia y de una breve contextualización, se recomienda a las pequeñas y medianas empresas, identificar plenamente las actividades que la organización está implementando y cuales están en curso (CEDIS, 2004). Los puntos clave a reconocer han de valorarse por medio del estado real de cada variable caracterizada en: Existencia, En curso o si no existe. Los ítems a evaluar están enmarcados en 5 variables: 1. Visión, en ella se juzgan puntos tales como: Efectividad de la misión y visión, si estas son compartidas, si se Integra la Visión a la Misión en una declaración de cumplimiento de las metas, si es revisada la declaración periódicamente, adicionalmente en este punto se evalúa si se identifican plenamente y se articulan los valores éticos claros, si aplica estos valores para resolver problemáticas, si el fuerza humana ha sido capacitada en estos temas, si implementa ambientes abiertos de discusión, cantidad de auditorías e intervenciones de rendición de cuentas genera interna y externamente, socialización de los resultados de estas auditorías. 2. Ambiente laboral en el que se especifican como buscan las personas idóneas para cubrir vacantes en la organización y si existe variedad en ella, si implementa programas internos para crecer personalmente, si busca y como se garantiza el desarrollo del talento, como se delega la autoridad, que planes de compensación y beneficio tiene estructurado para toda la organización, como promueve mecanismos de control de salud, si se está adopta un código de conducta, como involucra los derechos humanos a la organización. 3. Mercadeo responsable, en ella se evalúa si se Promueve el uso de productos con seguridad y responsabilidad, si evita la publicidad toxica y Prohíbe el uso de técnica comerciales no éticas. 4. Medio ambiente allí se pregunta si existen política de operaciones, como genera procesos de minimización de residuos, si existe prevención de la contaminación en los procesos de operación, si hay precisa de

mecanismos de uso eficaz de la energía y el agua, que proyectos ecológicos ha implementado y cuáles van a generarse. 5. Inspección Global que enmarca puntos tales programas de inversión en la comunidad, si se hace del compromiso de la comunidad una prioridad en su administración, si posee instalación en comunidades carecientes y si están presente acuerdos con otras empresas. Esto permite evaluar la realidad frente a la temática ya que hoy en día se ha desdibujado la verdadera conceptualización de ella.

Erróneamente las compañías confunden la filantropía con la RSE siendo la primera parte de muestra sobre la segunda y no un concepto que totaliza las actividades que enmarcan al término.

Este tipo de compañías plasma una proporción sobre la producción y comercialización en el interior del país y representa aproximadamente el 80% y un 20% restante se exporta, lo cual explica que su interés por implementar acciones de colaboración y acompañamiento a la población nacional es bastante influyente. La anterior afirmación de proyección interna, se contrasta frente a la actividad de exportación la cual es inferior y expresa un 13.1% de frente a la implementación de actividades sobre las operaciones extranjeras.

CONCLUSIONES

La RSE es un concepto que evoluciona a raíz de la identificación de necesidades de acuerdo a los contextos que denotan los entornos de las organizaciones adicionalmente partió del ámbito general de lo Macro-social a un enfoque Micro-organizacional que desina el entorno de los negocios éticos. La importancia de aplicar un plan estratégico que se enmarque en la RSE radica en su valor como activo intangible, que busca un equilibrio entre sus actores internos (empleados y socios) frente a los grupos de interés externos. La finalidad de llevar a cabo una serie de actividades socialmente responsables, debe incluir los valores éticos mas no debe ser confundida con la ética de los negocios.

Los stakeholders junto a la ética, son los temas centrales que hoy en día necesitan ser estudiados y expuestos como eje central que ejercen presión social sobre la toma de decisiones organizacionales frente a los aspectos legales, de Mercadeo, Recursos Humanos y demás áreas de interés, que a su vez se ajusten a los planes estratégicos de presupuesto y de utilización de recursos. La satisfacción de las necesidades de todos los grupos de interés , debe ir de la mano de la ética ya que esta representa los negocios basados en responsabilidad, legitimidad, calidad y actividades transparentes, que permite generar cierto grado de confianza por parte de los consumidores, empleados, sociedad, gobierno y demás stakeholders. Es importante demostrar y

ejecutar acciones de RSE por medio de la creación de medios escritos que regule la ética de conducta y de valores corporativos, publicar un informe anual sobre algunas posibles repercusiones sobre el medio ambiente, por parte de las actividades en ese periodo, analizar los resultados operativos, financieros frente a los recursos ejecutados y la manipulación de los desperdicios, pueden generar efectos positivos, sobre la inversión de sistemas de investigación ambiental, esto como ejemplo de las actividades que se deberán realizar a cada uno de los Stakeholders relevantes de la compañía.

Es indispensable generar mecanismos de control al consumismo, lo que lleve a generar una posición reflexiva de la ética del consumidor en los que se genere un equilibrio entre la oferta y la demanda evitando excesos. Lo anterior en consecuencia a generar mayor inversión en proyectos de RSE en las Pymes para incrementar mínimo a 64% de inversión e la misma de la región en pro de superar a Chile quien ocupa el primero lugar en el escalafón de naciones latinoamericanas que implementan la metodología.

REFERENCIAS

- Arredondo, F. G., Rosas. J.A., & Villa, L. E. (2011). Comportamiento ciudadano organizacional y RSE (Cuadernos de administración N° 43), Bogotá.
- Arredondo, F. G., Rosas. J.A., & Villa, L. E. (2011). El consumidor ante la responsabilidad social corporativa. Actitudes según edad y género (Cuadernos de administración N° 43), Bogotá.
- Asociación Colombiana de facultades de administración (Ascolfa) (2008), *Nuevos retos y perspectivas del pensamiento administrativo: Responsabilidad social ambiental para la construcción de una cultura ambiental empresarial*, Bogotá, Fundación universitaria Konrad Lorenz.
- Brañes, R. 1991, Banco internacional de desarrollo Washington.
- Carrillo.T.,Toca.C., & Grueso .M., (2013), En Colombia todavía no existen empresas socialmente responsables ,Bogotá, [Versión electrónica]. http://www.larepublica.co/responsabilidad-social/%E2%80%9Cen-colombia-todav%C3%ADa-no-existen-empresas-socialmente-responsables%E2%80%9D_34130

- Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), (2012), *Concepto ESR en América Latina*. México, DF. [Versión electrónica].http://www.cemefi.orgesr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf.
- Dávila, C. (Ed.), (2001), *Teorías organizacionales y administración, enfoque crítico*, Mc Graw Hill, 600 – 640.
- Fernández Gago, R. (Ed.). ((2005) *Administración de la responsabilidad social corporativa*, España, Thomson.
- Hoyos Vásquez, G. “et al.”. (2007). *Programa implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas colombianas*, Bogotá, centro Colombiano de responsabilidad empresarial (CCRE).
- Monaghan, P., Fostater, M. Sillanpa, M., Krick, T, (2006).Manual para la práctica de las relaciones con los grupos de Interés. *Stakeholders Research Associates Canadá Inc*. Nóos, Montreal, [Versión electrónica].<http://www.accountability.org/images/content/2/0/204.pdf>.
- Nieto, E., (2010). Las Pymes son un terreno fértil para la RSE', Bogotá, [Versión electrónica].http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=242
- Pontificia Universidad Javeriana, *Guía para la gestión ética en pymes*. (2005). Rethos; [Versión electrónica].<http://www.bibliotecavirtual.info/2011/05/guia-para-la-gestion-etica-en-pymes/pdf>.
- Portafolio (2012, 16 de Febrero), “*Industria Colombiana creció 5,9%, el mayor de A. Latina*”, Bogotá, Grupo editorial El Tiempo.
- Rovira, S. (2002: 33). *Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)*, Autor.

- Rueda, G., & Uribe, M. V. (2011). Aporte de la información contable a una responsabilidad empresarial acorde con las necesidades de la sociedad. Una mirada crítica (Cuadernos de administración N° 43), Bogotá.
- Sierra, M. (2008). *Nuevas lecciones de responsabilidad social empresarial*. Bogotá, Panamericana formas e impresos s.a.
- Universidad Cema, Definición de responsabilidad Social Empresarial. (2012). *Actores internos que participan en la RSE*, Ferrell, Friedrich, [Versión electrónica]. [Http://www.ukena.edu.ar/ulm/etica_y_negocios_articulos/la_responsabilidad_social_de_las_empresas.pdf](http://www.ukena.edu.ar/ulm/etica_y_negocios_articulos/la_responsabilidad_social_de_las_empresas.pdf).
- Urrego, J (2012). Diagnóstico de prácticas de responsabilidad social empresarial en la empresa Inemflex S.A.S.
- Universidad del Rosario. (2007). Desafíos actuales de las empresas en Colombia, Facultad de Administración de empresas, área de investigación, [Versión electrónica]. http://www.urosario.edu.co/Universidad-Ciencia-Desarrollo/ur/Fasciculos-Anteriores/Tomo-II-2007/PDF/2007_fasciculo6/
- Vives . A (2005). Responsabilidad Social de la empresa en las Pymes de Latino America http://www.mapeorse.info/sites/default/files/Responsabilidad_social_de_la_empresa_en.pdf