

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR DE  
CRECIMIENTO EN EL DEPARTAMENTO DEL CAQUETÁ



AURA NATALIA TORRES PRADA  
CODIGO 5200618

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

**Especialista en Alta Gerencia**

Asesor:

Doctor. JOSÉ EDUARDO PADILLA BELTRÁN, PH. D.

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA  
BOGOTÁ, COLOMBIA  
NOVIEMBRE 28 DE 2016

# LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR DE CRECIMIENTO EN EL DEPARTAMENTO DEL CAQUETÁ

## RESUMEN

El siguiente ensayo es una revisión documental, que tiene como objetivo exponer la importancia de la implementación y aplicación de acciones claves en Responsabilidad Social Empresarial por parte de los agremiados de la Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá. La RSE genera en las empresas mayor productividad, lealtad del cliente, acceso a mercados y credibilidad, por ende se resalta el papel de las Cámaras de Comercio las cuales impulsan el respeto y transparencia como base en las operaciones mercantiles, sirviendo de esta manera como facilitador de acciones en RSE.

Palabras claves: Ética, Sostenibilidad, Crecimiento, Empresa

## ABSTRACT

The following essay is a documentary review, which aims to expose the importance of the implementation and application of key actions in Corporate Social Responsibility in the members of the Chamber of Commerce of Florence for Caquetá. RSE generates greater productivity, customer loyalty, access to markets and credibility, thus highlighting the role of the Chambers of Commerce, which foster respect and transparency as a basis in mercantile operations, thus serving as a facilitator of shares in RSE.

Keywords: Ethics, Sustainability, growth, Company

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día se vive en un mundo de constantes cambios, los mercados verdes, la innovación tecnológica, los productos orgánicos, el aumento del poder de los mercados emergentes y los cambios demográficos, imponen nuevas tendencias que cambian a un ritmo acelerado la canasta de consumo, incrementando la exigencia de las organizaciones con un comportamiento socialmente responsable y comprometido con el medio ambiente, con acciones sociales y con negocios justos, estas tendencias cambiaron la forma de hacer negocios.

Por consiguientes son muchas las razones por las cuales los gerentes, administradores, directivos de las compañías nacientes, deben tener una mente abierta al cambio y al desafío en la implementación de la RSE en su planeación estratégica.

La Responsabilidad Social Empresarial es pieza clave que conduce a la sostenibilidad y crecimiento empresarial. Las empresas socialmente responsables buscan un equilibrio entre los intereses propios de la organización, y la creación de valor sostenible, contribuyendo simultáneamente con el desarrollo económico social y el equilibrio con el medio ambiente. Cuando se habla de sostenibilidad se hace referencia “al *desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades*”. (ORGANIZACIÓN UNESCO, s.f.).

El propósito de este trabajo es evidenciar las fortalezas que ofrece la implementación de una política en RSE en las organizaciones, lo que conllevará a un crecimiento sostenible. Por lo cual el ensayo se desarrolla en tres partes, el primer tema que se aborda es la historia, definición y marco ético de las RSE, en el segundo tema se evidenciará como la RSE es una fuente de ventaja competitiva, demostrado con ejemplos de empresas reales en Colombia y en el mundo. Y por último se explicará el papel que juegan las Cámaras de Comercio con la RSE en el país, se expondrá las regulaciones que tienen las Cámaras en esta materia, los trabajos realizados hasta el momento y las posibles acciones que fortalecerá los agremiados en Responsabilidad Social Empresarial como estrategia competitiva y crecimiento sostenible en un escenario futuro en el Caquetá.

La metodología que se utilizó en el desarrollo de este ensayo argumentativo, se fundamenta en revisión documental, la cual es una técnica de observación, igualmente se aplicarán tipos de investigación explicativa, descriptiva, y exploratoria basados en fuentes de información primaria y secundaria, esto conllevará a resolver el planteamiento del problema el cual es, ¿Con que acciones la Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá podrá fortalecer a los agremiados en Responsabilidad Social Empresarial como estrategia competitiva y crecimiento sostenible en un escenario futuro? .

## 1. HISTORIA, DEFINICIÓN Y MARCO ÉTICO RSE

Responsabilidad social empresarial es un tema que en la actualidad cobra una gran importancia en las empresas, aunque su uso se remonta hasta la antigua Grecia y Roma donde se evidencian algunos principios fundamentales como lo fue la filantropía (Castillo & Parragué, 2008), realmente aparece en la década de los cincuenta con el libro de Howard Bowen, “Social responsibilities of the businessman” en donde se cuestionan cual deben ser las responsabilidades que los empresarios deben asumir con la sociedad,(Raufflet et al, 2012; Crespo, 2010; Garriga y Melé, 2004, Paladino, 2004), Mientras que para Raufflet, los beneficios económicos deben ser equitativos con la sociedad y busca asociar las decisiones de la empresa con el entorno. (Raufflet et al, 2012, Crespo 2010, villa et al 2011).

En la década de los sesenta Milton Friedman (1970) publica un artículo en el New York Times Magazine “The social responsibility of business is to increase its profits” en donde hace una crítica sobre el percepción de la RSE, y enfatiza en que las empresas no deben tener otra responsabilidad más que la de maximizar sus beneficios (Fontrodona & Argandoña, Milton Friedman (1912-2006), 2006), para los años ochenta la RSE es entendida como la capacidad de respuesta empresarial, *“de esta forma P. Druker (1978), la propone como un oportunidad de negocios para las organizaciones desde la perspectiva de crecimiento económico al concebir el impacto de la organización no solo como un efecto no deseado si no como una oportunidad de negocio”*, (Herrera R. D., 2013);

Por su parte Richard Edward Freeman, propone la teoría de los grupos de interés o stakeholders, el cual lo define en su obra “*Strategic Manegement: A stakeholders Approach*”, un stakeholders es “Cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa” esta teoría enmarca aspectos muy importantes utilizados actualmente cuando se desarrollan propuestas de RSE, y expone que la empresa no es vista como cosa de una sola persona (propietarios, accionistas o empleados), debe ser tomada como un todo, e inquietar a todos los que en ella intervienen, y su implicación no es meramente legal por lo contrario debe verse desde la perspectiva moral, por ultimo teniendo en cuenta los dos aspectos anteriores la RS es entendida en sentido ético de la organización empresarial (Esteban, 2007).

En Colombia no se hizo esperar los cambios y las implementaciones en RSE, sobre la década de los sesenta se crean las primeras fundaciones, y a partir de este punto el proceso de cambio es evidente, aspectos importantes ocurrieron en el país tales como: en el año 1977 las organizaciones antioqueñas Fabricato y Enka toman la iniciativa de medir por primera vez su gestión social a través del primer balance social, En la década de los años ochenta la se evidencias las primeras evaluaciones de impacto de la RSE en las organizaciones del país. En 1991 la Constitución Nacional de Colombia introduce el principio de función social de la propiedad, esto buscaba que derechos de propiedad deben estar limitados y regulados por el estado, de tal manera que los dueños tengan además de derechos, responsabilidad con la sociedad. (Corte Constitucional República de Colombia, 2016).

En 1993 la ANDI dio un nuevo significado a la RSE cuando la definió de la siguiente manera “La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familiar y la comunidad en general” (Manual de Balance Social ANDI-OIT, 2001, p.12). Por lo anterior se puede decir que al igual que las grandes potencias cambiaban la visión frente al mundo, Colombia no se quedó atrás, se pasa de la filantropía a las acciones y estrategias claras en las organizaciones frente al impacto que conlleva con sus trabajadores, clientes, proveedores y la comunidad en general.

#### Definición

En aras de fortalecer la definición de RSE, se investigaron diferentes perspectivas dentro de las cuales se encuentran: La del libro verde de Responsabilidad Social de la Comisión Europea

publicado en el 2001 la definen como “*la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento*”. (COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 2001). Mientras que la Organización Internacional del Trabajo (OIT) define la RSE como la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tiene sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con lo demás actores, es una actividad de iniciativa voluntaria y que solo depende de la empresa. (Organización Internacional del trabajo). Mientras para Nietzsche, (1887) la define como el hecho de responder por sus actos, frente a los demás y responder por el futuro en general “Disponer por anticipación del futuro” (Vallaey, 2012). Para la ISO la responsabilidad de una organización se mide ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente (ISO, 26000:2010, p.4). La norma de aseguramiento AA 1000, afirma que la RSE está constituida por: Transparencia para rendir cuentas a las partes interesadas, Capacidad de respuesta para atender las preocupaciones partes interesadas y Cumplimiento para lograr los estándares con los cuales se compromete voluntariamente, y las normas y regulaciones que se deben cumplir por razones legales” (Accountability: 2003, p. 29). Otro aporte muy significativo lo hace Global Reporting Initiative (GRI), con su posición basada en la sostenibilidad es la forma en la cual contribuye la organización en el futuro a las mejoras de las tendencias, avance y condiciones económicas, ambientales y sociales (Global Reporting, 2011). El 25 de octubre de 2011 la Comisión Europea (2011; 681final), redefinió la social en términos de responsabilidad por impactos y la asocia claramente a la responsabilidad jurídica, en la misma norma de la ISO 26000, lo que permite establecer las bases de la “RS”.

- 1. Se trata de una responsabilidad de las organizaciones por sus impactos: los impactos negativos (sociales y ambientales) de sus actividades deben (idealmente) progresivamente desaparecer. Esto constituye la promesa exigida.*
- 2. Esta responsabilidad exige, pues, un modo de gestión cuya finalidad es la sostenibilidad de la sociedad, suprimiendo los impactos negativos insostenibles y promoviendo modos de desarrollo sustentables.*

3. *La responsabilidad social no está más allá y fuera de las leyes sino que se articula con las obligaciones legales. Las leyes deben definir cuáles son los impactos negativos prohibidos y motivar a la responsabilizarían social de todos.*
4. *La responsabilidad social pide una coordinación entre las partes interesadas capaces de actuar sobre los impactos negativos diagnosticados, en situación de corresponsabilidad, a fin de buscar las soluciones mutuamente beneficiosas (construir valor para todos los actores sociales, soluciones “gana-gana”, y no sólo valor para algunos a costa de los demás). (Vallaey, 2012)*

Con las anteriores definiciones queda claro que la Responsabilidad Social Empresarial es más que cumplir obligaciones meramente jurídicas, nace de una iniciativa con moral, actuando correctamente, es el compromiso que se adquiere desde el mismo momento de nacer, con nosotros mismos y con las personas que nos rodean, no es voluntario es un deber adquirido.

### 1.3 Marco Ético

Para iniciar se debe definir la palabra ética con una descripción sencilla, “Es la disciplina de la filosofía que estudia el bien y el mal y las relaciones con la moral y el comportamiento humano” (Porto, 2008). La ética está regida por las normas que provienen del interior de cada persona, estas normas se adquieren con el proceso evolutivo de cada individuo y se ven influenciadas por las condiciones sociales, políticas y geográficas que rodean a cada sujeto, en otras palabras la ética es la esencia de cada ser, la palabra ética proviene del griego *ethos*, en una primera estancia significó “lugar en donde vivimos” pero tiempo después se entendió como “*el carácter*”, “*el modo de ser*” que una persona adquiere en el transcurso de su vida. Se debe tener claro este concepto para no confundirlo con moral, la moral son las normas que provienen del exterior, y corresponde a las creencias, normas, costumbres y leyes que rigen a una sociedad, igualmente hace referencia al código de conducta que guía los actos de una persona, el término de moral procede del latín *mos, moris*, que inicialmente significaba “costumbre” pero este significado cambió por “carácter” o “modo de ser”, por lo anterior el origen etimológico de los términos de ética y moral significan todo aquello que se refiere al carácter adquirido como el resultado de practicar ciertos hábitos considerados buenos. (Herrera H. M., 2005).

Por lo anterior la ética es una extensión del ser humano, de su realidad, de su ser, razón por la cual se encuentra intrínsecamente relacionada con la empresa. Los resultados en una organización son la suma de las conductas y valores de las personas que la conforman, esto incluye desde las directivas hasta los funcionarios de base. La ética juega un papel fundamental en la implementación y ejecución de la RSE en cualquier organización, ya que es la reflexión sobre el papel y las acciones que juega la empresa en la sociedad, en otras palabras es el compromiso moral de las organizaciones con la construcción de una mejor sociedad. La RSE en las organizaciones va más allá de solo una acción social, es

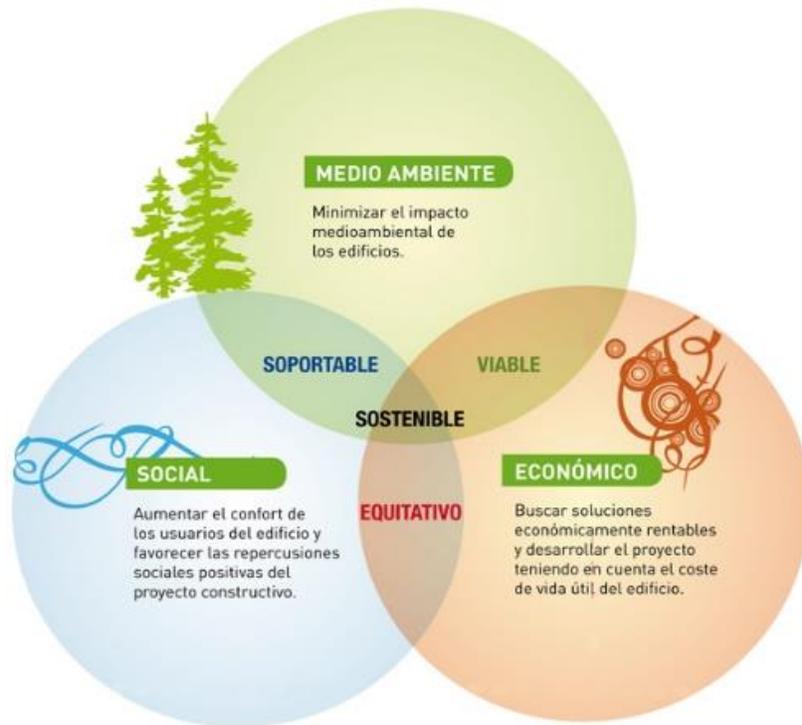


Ilustración 1 Tomado de : <https://www.linkedin.com/pulse/r%C3%A9quiem-por-la-rse-pasiva-existe-herald-arroyo-salazar>

poder entender desde la dirección como todas las acciones que realiza la misma, tenga inmersas criterios socialmente responsables en sus procesos en los tres aspectos medio ambientales, sociales y económicos. En lo ambiental por medio de la prevención en contaminación y el uso racional de los recursos naturales como agua, energía, reducción de emisiones, biodiversidad; en lo social promoviendo el respeto de los derechos humanos, de la cultura, promoviendo un sano equilibrio entre la empresa y los trabajadores, generando gestión de impacto con acciones conjuntas con ONG; en lo económico desarrollando programas que contribuyan a la disminución de la pobreza, ejecutando códigos de conducta anticorrupción. No se busca que la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas se convierta en una ciencia filantrópica, lo que se pretende es que las empresas adopten una actitud activa y responsables frente al impacto de sus operaciones.

## 2. EJEMPLOS DE EMPRESAS ÉXITOSAS, SOCIALMENTE RESPONSABLES EN COLOMBIA.

- En el año 2015, Alpina ganó el premio de responsabilidad social y ambiental, incluso fue la primera compañía certificada en ese año “con el sello de sostenibilidad gracias a sus prácticas responsables con el medio ambiente y la sociedad, y un proceso de gestión de la sostenibilidad alineado con su estrategia de negocio.” (Economía y Negocios, 2015).

<b>Empresa</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Impactos</b>
<b>Alpina</b>	1. Sociedad más equitativa.	Colombia puede llegar a tener una menor brecha entre quienes son ricos y quienes son pobres, con lo que se disminuya el crimen.
	2. Impacto positivo en el medio ambiente	La naturaleza cada vez ha demostrado en forma más potente las consecuencias del mal cuidado que se le está dando, por lo cual es indispensable que todas las empresas se concienticen en ese tema e implementen prácticas que disminuyan dichos efectos.
	3. Erradicación de pobreza extrema en algunos municipios del país.	Toda persona tiene el derecho a vivir en condiciones dignas. Algunos pueblos del país están en situaciones de pobreza extrema, al erradicar esto, se mejora la calidad de vida de sus habitantes y a su vez se incrementa la del país en general.
	4. Gestión de sostenibilidad.	Al tener acciones que garanticen la sostenibilidad de la compañía, a su vez se garantiza la generación de empleo en el país, lo cual es importante teniendo en cuenta que esta empresa genera más de 6.000 puestos de trabajo (Colfondos, 2012).
	5. Productos alimenticios saludables.	Es importante que las personas estén bien alimentadas para evitar la propagación de enfermedades relacionadas con ello.

*Tabla 1: Elaboración Propia; información tomada Economía y Negocios, 2015*

- Sucroal, “es una empresa Biotecnológica que posee dos plantas de producción que generan un impacto mínimo en el medio ambiente y se encuentra ubicada en el Valle del Cauca” (Sucroal S.A., s.f.). Esta empresa se ha centrado en la educación en principios y en valores de la primera infancia, creando un programa piloto e innovador a través de la Fundación Trascender. “También adelanta un proyecto de tratamiento anaeróbico de residuos líquidos con tecnología de punta y con un una inversión de US\$5 millones.” (Cámara de Comercio Colombo Británica, 2013).

Empresa	Fortalezas	Impactos
Sucroal	1. Plantas con impacto mínimo en el medio ambiente.	La empresa se ha concientizado en que se debe cuidar el medio ambiente para garantizar un mundo sostenible.
	2. Educación en principios y valores a la primera infancia.	La base de una sociedad desarrollada es la educación y la disciplina, si se comienza por dar una buena educación desde pequeños, la sociedad tendrá mejores personas que contribuyan a su desarrollo.
	3. Tratamiento anaeróbico de residuos líquidos.	Mejorar la calidad del ambiente al darle un tratamiento más adecuado a los residuos.
	4. Gestión de sostenibilidad.	Al ser parte del Grupo Ardila Lule, Sucroal se encuentra respaldada y puede tener una sostenibilidad en el tiempo que le permita continuar desarrollando su objeto social y generando empleos.
	5. Nuevo enfoque en el tema de responsabilidad social.	No solo preocuparse por el medio ambiente como lo hacen la mayoría de las empresas, sino llevar a cabo otro tipo de acciones para el mejoramiento de la sociedad como la formación en valores de los menores.

*Tabla 2; Elaboración Propia; Información tomada: (Cámara de Comercio Colombo Británica, 2013).*

- Colombina S.A, “Para César Caicedo, Presidente de Colombina, los programas de Responsabilidad Social Empresarial deben desarrollar estrategias que le apunten a incentivar y facilitar la educación y generación de empleo y no con acciones asistencialistas que lo que hacen es perpetuar la pobreza. Colombina se ha enfocado en temas de desarrollo social, preocupación por calidad de vida dentro del trabajo, producción responsable y medio ambiente, competitividad y ética en los negocios, todo enmarcado en los 10 principios del Pacto Global.” (Cámara de Comercio Colombo Británica, 2013)

Durante el año 2014, Colombina invirtió cerca de 12 millones de dólares en sus programas de responsabilidad social. Las iniciativas más importantes que ha desarrollado son las siguientes (Colombina S.A., 2014):

- Programa vivienda para todos: con el cual han beneficiado a 192 de sus colaboradores.
- Acuerdo de Voluntades para la implementación del Sello de Equidad laboral para disminuir la brecha de género.

Empresa	Fortalezas	Impactos
Colombina	1. Incentivar educación.	Al incentivar la educación de las personas se garantiza que tengan las capacidades de salir adelante, y no con acciones asistencialistas con las que solo se promueve y perpetua la pobreza.
	2. Generación de empleo.	Con la generación de empleo se va erradicando la pobreza y a su vez disminuyen los robos.
	3. Calidad de vida dentro del trabajo.	Mantener a los empleados en buenas condiciones propicia que sean eficientes en su trabajo y con ello la compañía pueda continuar creciendo.
	4. Producción responsable con el medio ambiente.	La forma en que se producen los bienes y cómo se tratan los residuos es vital para el sostenimiento de un medio ambiente saludable para todos.
	5. Programa de subsidios para vivienda.	Al ayudar a sus colaboradores a adquirir vivienda, está contribuyendo con el patrimonio de las personas y a su vez del país.

*Tabla 3 Elaboración; Elaboración Propia; tomado de (Colombina S.A., 2014)*

Todas las empresas que llevan a cabo actividades de responsabilidad social, demuestran a sus empleados el compromiso que tienen para mejorar las condiciones del entorno en que se desarrollan, por lo que, según un estudio realizado por Valores & Marketing y el IESE (citado por Gómez, 2004, 141), “el 65% de las empresas consultadas ha declarado que la «actuación social» ha tenido un impacto muy alto entre sus empleados. El impacto positivo en los empleados es tan alto, que afirman sentir mayor grado de lealtad hacia la compañía, enorgulleciéndose de formar parte de ella.”

### 3. PAPEL QUE JUEGA LAS CÁMARAS DE COMERCIO CON LA RSE EN EL PAÍS. TRABAJOS REALIZADOS HASTA EL MOMENTO Y LAS POSIBLES ACCIONES QUE FORTALECERÁ LOS AGREMIADOS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA Y CRECIMIENTO SOSTENIBLE EN UN ESCENARIO FUTURO EN EL CAQUETÁ.

Las Cámaras de Comercio son personas jurídicas de derecho privado, cumplen por delegación legal algunas funciones públicas como lo es el caso de los registros públicos: mercantil, proponentes y entidades sin ánimo de lucro. Estas funciones son expresamente señaladas en la Ley y han de cumplirse en la forma taxativa señalada en los ordenamientos que las consagran y las regulan (Confecámara; Red de Cámaras de Comercio, s.f.). Son vigiladas por la Superintendencia de Industria y Comercio, y sus funciones se rigen por medio de la “circular única” la cual informa en el título VIII Cámara de Comercio, numeral 2.1.2.1 Información periódica programa anual de trabajo, “*que las actividades que en este programa se incluyan corresponderán a aquellas que tienen como finalidad perfeccionar lo que se hace cotidianamente para incrementar la eficiencia y la calidad en la prestación del servicio de registro.*” (Industria y Comercio, Superfinanciera, s.f.).

La superintendencia se presenta como un limitante en la ejecución de programas de RSE con la utilización de recursos públicos, según lo mencionado anteriormente solo podrá desarrollar “*funciones públicas como lo es el caso de los registros públicos: mercantil, proponentes y entidades sin ánimo de lucro.*”. Los programas que la Cámara de Comercio estructure diferentes a estos deberán ser desarrollados con recursos privados, los cuales son limitados, ya que la función principal de recaudo proviene de funciones públicas. Por lo anterior sus programas en RSE son enfocados a la formación para los agremiados en la aplicación de modelos metodologías y herramientas que contribuyan al diseño y desarrollo de estrategias de sostenibilidad para cada una de las organizaciones. Sin embargo algunas Cámaras han logrado sortear dificultades económicas,

y con apoyo de entes externos han retribuido a la sociedad y al medio ambiente obras con carácter humano digno de resaltar, algunos de estos son:

### 3.1 TRABAJOS REALIZADOS HASTA EL MOMENTO POR ALGUNAS CÁMARAS DE COMERCIO.

La Cámara de Comercio del Cauca, ha puesto en marcha una campaña institucional, en el marco de la cultura ciudadana, encaminada a la construcción del tejido social, como escenario de comunicación, Bajo el slogan “Soy ciudadano responsable” se quiere incentivar, en los comerciantes formalmente establecidos y en sus clientes, el respeto y la legalidad, como principios fundamentales de la cultura ciudadana. La Cultura de la Legalidad es el conjunto de comportamientos, valores y reglas que fomentan el respeto y el cumplimiento de las leyes y normas. La Cámara de Comercio del Cauca aporta así, con su gestión, a la puesta en marcha de proyectos de responsabilidad social y cultural, preocupándose por incluir este tipo de iniciativas en el cumplimiento de sus funciones (CCC, s.f.).

Cámara de Comercio de Pereira en 2003 adoptó el programa de conciliación escolar para ejecutarlo como su programa de responsabilidad social empresarial a través del Centro de Arbitraje y Conciliación. Inicialmente el programa adoptó el nombre de "Ariadna" en sintonía con el programa adoptado a nivel nacional desde la Cámara de Comercio de Bogotá. Al principio se vincularon 6 instituciones educativas del sector público de Pereira. Para el 2015, buscando que la comunidad en general se identificara fácilmente con el programa de conciliación escolar, se definió un cambio de imagen y de nombre, acordes con la realidad local y nacional. Llamándolo Tejiendo Paz, y constituye en una red en la que la Cámara de Comercio y la comunidad educativa establecen una alianza para generar una cultura de la conciliación, aportando de esta forma a la construcción de la paz desde las acciones cotidianas. El objetivo de este programa es implementar en las instituciones educativas la conciliación escolar como una opción válida y eficaz para que los jóvenes solucionen directamente sus conflictos con la ayuda de un tercero denominado conciliador escolar. Con el programa se fortalecen valores como el respeto, compromiso, tolerancia, responsabilidad, entre otros. (CCP, s.f.)

Desde hace 10 años Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá, ha venido trabajando año tras año en el programa “Sonrisas de Vida”. Esta actividad está encaminada a realiza cirugías reconstructivas, secuelas congénitas y quemaduras, labio leporino, paladar hendido a niños vulnerables, involucrando a al sector comercio y empresa privada, los cuales son los aportantes de parte de los recursos utilizados para desarrollar el programa. Este programa desarrolla una labor humanitaria ejemplar exaltando valores como compromiso, eficacia, eficiencia, generosidad, profesionalismo, equidad. Igualmente la entidad desarrollo otro programa el cual se llama “Acuerdo de subsidio de microcapital entre el programa de naciones unidas para el desarrollo y la cámara de comercio de Florencia”, y consiste en una alianza de público- privadas efectuada entre la cámara de comercio de Florencia y el PNUD, es un proyecto de cooperación enmarcado en documento CONPES 3616, lineamientos de la política de generación de ingresos para la población en situación de pobreza extrema y/o desplazamiento”, ha venido implementando desde 2009 estrategias productiva y de desarrollo económico incluyente que responden a las principales barreras para grupos poblacionales en situación de pobreza y vulnerabilidad (CCF, s.f.)

La Cámara de Comercio de Bogotá desarrolla un programa “Huella Social” el cual enfatiza en fortalecer las unidades de negocios en RSE. La presidenta Mónica De Greiff, enfatiza en que más que programas de responsabilidad social, son aportes de sostenibilidad. Lo desarrollan en dos frentes , uno a través de programas en el sector empresarial y el mejoramiento del entorno de los negocios y desde la gestión interna como organización comprometida con los principios del pacto global, los cuales son los guías del gobierno corporativo y la relación con los colaboradores y proveedores y medio ambiente (CCB, s.f.).

### 3.2 POSIBLES HERRAMIENTAS QUE FORTALECERÁ LOS AGREMIADOS EN RSE COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA Y CRECIMIENTO SOSTENIBLE EN UN ESCENARIO FUTURO EN EL CAQUETÁ.

El Caquetá puerta de oro de la amazonia, tierra que promete. Caquetá pertenece a la región Amazo-Orinoquía la cual para el año 2013 exportó \$8,5 millones de dólares de productos no mineros, obteniendo una participación del 2%, este departamento también rico en diversidad de frutos amazónicos y biología, producción láctea, cárnicos, cacao, plátano, caucho, turismo,

riqueza hídrica, entre otros son los atractivos que fortalecen la región haciéndola atrayente para inversión extranjera. Por lo anterior la Cámara de Comercio como parte fundamental de esta estructura, debe iniciar fortaleciéndose, en primera medida con la reestructuración de su plan estratégico en el cual materialice un programa de RSE, y que incluya a los tres componentes (ambiental, social, económico) y comprometa a todos sus stakeholders a trabajar hacia un mismo objetivo; y en un segundo término la conformación de un equipo de trabajo, especializado que permita transmitir a los agremiados herramientas en la implementación de prácticas de responsabilidad social empresarial. Para los agremiados del Caquetá es fundamental que la Cámara de comercio se apersoné de ser el vocero de los beneficios que brinda la RSE como estrategia competitiva y crecimiento sostenible. Por ende a continuación se plantean algunas estrategias que permiten evidenciar la relación de crecimiento, sostenibilidad con RSE.

Según Canals (2000) se entiende por crecimiento la expansión que realiza la empresa hacia nuevos mercados, tanto geográficos como de proveedores. Mientras que para Cardona y Cano (2005, p24) el crecimiento es un proceso intangible, que solo depende de elementos tangibles (Capital físico y humano) y sobre todo de un adecuada organización y estructura interna. De acuerdo con Canals ((2000, pp. 341, 342), el crecimiento es el objetivo final de cualquier organización, el crecimiento permite que la empresa logre obtener una planta de personal con mejores habilidades y competencias, lo que puede llegar a constituir una ventaja competitiva, Charan (2004, p. 229). (Castro & Becerra, Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social, 2012).

- El crecimiento empresarial puede tratarse desde dos aspectos, los internos (Edad de la empresa, tamaño, motivación, la estructura de propiedad, y la gestión del conocimiento) y los externos (entorno político, social, económico, tecnológico, y sectorial constituido por los proveedores, competidores y clientes). El objetivo del crecimiento empresarial se basa en la necesidad de buscar beneficio, o como lo menciona Cnals Margalef (2000) que afirma que el crecimiento no es en sí mismo un objetivo empresarial, sino un medio recurrente para alcanzar otros objetivos.
- Crecimiento económico sostenible.

La sostenibilidad empresarial inicia a tomar fuerza en la última década, su objetivo principal es erradicar la pobreza y mejorar las condiciones de vida de la población vulnerable. La sostenibilidad no tiene solamente el enfoque ambiental que se le ha dado, enfatiza en una

competitividad duradera y transparente que promueve la prosperidad y la seguridad de las generaciones presentes y futuras; el futuro de cualquier organización depende completamente de la sostenibilidad, que no es más que la capacidad que tiene las empresas de mantenerse a través del tiempo, garantizando el equilibrio y utilizando racionalmente los recursos para su actividad productiva sin afectar el futuro, La base fundamental de la sostenibilidad es la veracidad y la credibilidad. El Doctor Carlos Raúl Yepes, presidente del Grupo Bancolombia, asegura que todas las iniciativas de inclusión deben ser rentables y sostenibles, es la base de ser una entidad financiera exitosa, igualmente para Ignacio Hojas, presidente de Unilever para la región centro y andina, “La estrategia de sostenibilidad debe estar en el corazón de cada empresa para que tenga éxito” (Revista Semana, 2014). Para Montserrat Tarrés, directora de Comunicación y RSC del Grupo Novartis España,” las políticas de RSE se traducen en beneficios para la sociedad que repercutirán en la propia compañía. “La gestión responsable tiende hacia un modelo en el que los beneficios sociales y medioambientales forman parte de la definición del éxito corporativo empresarial y ello ofrece oportunidades para la innovación y la competitividad”, asegura. Y continúa: “Una buena conducta empresarial influye no sólo en la reputación y en la credibilidad de la compañía, sino también en los resultados económicos. Una mejora en las relaciones con la comunidad, una mayor satisfacción de clientes, empleados e inversores y, en conjunto, una mejora de la reputación de la compañía se va a ver reflejada en un incremento en la competitividad y, como consecuencia, en la rentabilidad de la empresa” (Compromiso RSE, 2013).

- La reputación de la empresa

Para Gregorio de Castro (2008, p.29) y Petric, Scherer, Bridzinski, Quinn y fall (1999) consideran que la reputación se puede considerar el proceso por el cual las empresas transmiten sus resultados, un instrumento indispensable para los grupos de poder (stakeholders), fortaleciendo su estatus socioeconómico. (Castro & Becerra, Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social, 2012). Para Michael Pullen, director de Reputation Institute de Chile, sostuvo que el 80% de las decisiones que toman las personas están medidas por emociones, por tal razón hace énfasis en la importancia que tiene las percepciones que generan las empresas, ya que sobre ellas se construye la reputación de cada compañía, igualmente planteó, que una buena reputación empresarial fortalece las conductas de apoyo de los grupos

de interés “Stakeholders” internos y externos, lo que hace que en el día a día sus empleados trabajen con empeño y compromiso y sus clientes construyan lazos positivos con las empresas.

- Acciones Socialmente Responsables

Para Murray y Montanari (70), las acciones socialmente responsables deben generar ingresos para las empresas y aumento en sus ventas; del 70% y 80% de las decisiones de compra son tomadas en forma inconsciente y el 30% restante de conciencia no actúa con la libertad que se piensa afirma el experto en neuromarketing Hans-Georg Häusel. Lo cual las empresas que realizan esta clase de acciones son recompensadas por los clientes con una buena percepción de imagen y reputación creando una mayor lealtad y respaldo. Ejemplo de este aspecto lo hace la Puma, a través de su programa '**Bring me back**', (tráeme de vuelta) promueve el reciclaje de productos usados de la misma marca que tengan un ligero desgaste. El dril de algodón es reutilizado como material de aislamiento para casas y automóviles, mientras que en el caso del tenis reciclado pueden ser utilizados para crear pistas de atletismo. (Herrera C. , 2012).

- Valores Responsables

La ética es fundamentos de la RSE, y está inmersa en todo el actuar de ser humano, según Manuel Guillen (2006, 308-309), las empresas que actúan con ética en el desarrollo de su objetivo crean una confianza y legitimidad con sus clientes.

- Segmentos de bajos ingresos

*Los negocios inclusivos pueden no solamente contribuir a la reducción de la pobreza, sino también generar mayor acceso a oportunidades a las personas de la base de la pirámide, facilitando que ellas, a su vez, generen ingresos y puedan ejercer el derecho a la libertad económica.* (Lariú & Strandberg, 2009). Con un enfoque de innovación en bienes y servicios esta clase de negocios va en aumento ya que generan beneficios mutuos, con una producción de bajo costo y adaptables a las necesidades de todas las poblaciones Prahalad (73), Prahalad y Hammond (74).

- Creación de Valor

Las organizaciones deben identificar nuevas oportunidades para incrementar su competitividad, por medio de generación de valor compartido. El valor compartido no es más que crear valor económico de una manera que también se cree valor para la sociedad al abordar sus necesidades y desafíos; valor compartido no es responsabilidad social ni filantropía y ni siquiera sustentabilidad, sino una nueva forma de éxito económico (Kramer, 2011). Para Almudena Rodríguez Beloso, directora de RSE de Accenture, cree que la RSE "es el camino más rentable y fiable para que una organización sea capaz de generar valor real a sus diferentes grupos de interés, a las generaciones futuras y a las sociedades en las que desarrolla su actividad" y explica que esa idea les conduce a ofrecer las soluciones innovadoras que el mercado demanda, al tiempo que invertimos en el desarrollo de las personas y promovemos el respeto del medio ambiente. "Esta forma de entender el negocio se traduce en una mayor competitividad a corto y medio plazo y asegura la sostenibilidad de nuestra organización en el tiempo" (Gálvez, s.f.).

## CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial no es una filosofía filantrópica, solo busca un equilibrio entre las organizaciones y el impacto que estas generan con sus operaciones, obligándolas desde un marco ético-legal a buscar nuevas estrategias que contribuyan a garantizar acciones que sean instrumentos hacia la excelencia empresarial. *"Para que las empresas logren una competitividad sostenible es necesario traducir las estrategias comerciales en términos de impacto económico, social y ambiental"* (Pizzolante, 2013).

La Responsabilidad Social Empresarial no solo contribuye a la obtención de beneficios ambientales o sociales, su implementación trae en sin número de oportunidades de crecimiento sostenible para las organizaciones, fortaleciendo su imagen corporativa, proporcionando más opciones de competitividad en el mercado.

La responsabilidad social empresarial se basa en las políticas del valor compartido, en la creación de valor identificando las conexiones entre los avances económico y social.

En concordancia por lo señalado por Richard Edward Freeman, la empresa debe ser vista como un organismo integrado, por lo cual la RSE no puede ser un área de la empresa, un capítulo o una tarea de la organización, debe estar inmersa en su todo, va mucho más allá, es un equilibrio que se vive de adentro hacia fuera, en donde todos lo perciben, en donde todos son stakeholders.

Las Cámaras de Comercio y en este caso la Cámara de Comercio de Florencia para el Caquetá, es una pieza esencial en el proceso inicial de las RSE en las organizaciones, ya que es el único ente que reúne a todos los gremios, por lo cual debe ser el divulgador número uno de los beneficios que brinda su acción, teniendo en cuenta que la ubicación del departamento conlleva a un sin número de bondades medioambientales que los empresarios deben considerar en beneficio propio, teniendo en cuenta que el Caquetá es considerado como “la puerta de oro de la amazonia” y sus actividades económicas principales se centran en los sectores primarios y terciarios, esto puede utilizarse como una ventaja competitiva, haciendo que los comerciantes tengan desde el momento de la constitución de una empresa una actitud activa frente a aspectos sociales, económicos, y medioambientales, de esta manera se crea más opciones de inversión y de exportación.

Sin embargo muchas empresas en Colombia piensan que la Responsabilidad social empresarial es una utopía de las organizaciones, ya que desde el mismo gobierno no se evidencia la responsabilidad y las acciones propias en la materia, razón por la cual no se toma en serio su aplicación, y si se hacen solamente es por cumplir con las exigencias de los órganos de control. El desinterés de los directivos de las organizaciones, el desconocimiento, la apatía en las causas sociales, el marco legal Colombiano y la baja deducción de impuestos, son otras de las causas que dificultan su implementación y puesta en marcha. A pesar de todos estos inconvenientes las expectativas son grandes, en según información de encuesta encontrada en la página del Tiempo multimedia, el 87% de empresarios opinan que la RSE contribuye al mejoramiento de la imagen y la reputación (EL TIEMPO, s.f.), y esto lo ratifica un estudio de 2015 por Merco (Monitor empresarial de reputación Colombiana) en el cual clasifica las 100 mejores empresas con programas en RSE en el país, en donde lideran Alpina, Bavaria, Nutresa, Grupo Éxito, Avianca, Cementos Argos, Bancolombia y Corona, y en donde uno de los principales instrumentos de

medición es la reputación de las empresas (Jiménez, 2015), el resultado de estos informes y otros más hacen pensar que si vale la pena realizar inversión de tiempo y recursos en materia de RSE.

Para concluir las RSE se ha desarrollado a través del tiempo en un torbellino de ideas en donde se tejen opiniones de responsabilidad, beneficios propios, sociales, ideas filantrópicas, de equidad, de sostenibilidad etc. todas estas se unen en un punto, la sociedad; Estas ideas no se pueden reducir, ni totalizar, si no hacerlas reflexivas para un mejor análisis, según Edgar Morin, existe una relación inevitable e interminable entre los individuos y la sociedad, pues “las interacciones entre individuos producen la sociedad y ésta retroactúa sobre los individuos (Morin, s.f.) por lo que ambos se conectan y se sostienen mutuamente. Esto es lo que ha permitido el avance en RSE.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amariles, J. H. (18 de Mayo de 2010). *Katharsis - Institución Universitaria de Envigado*, (9), 73-92. Obtenido de <https://scholar.google.es/scholar?hl=es&q=Amariles%2C+J.+H.+B.+%282016%29.+La+%C3%A9tica+de+la+responsabilidad+social+empresarial.+Katharsis%2C+%289%29%2C+73-92.&btnG=&lr=>
- Bigné, E., Andreu, R. C., & Swaen, V. (2005). *PERCEPCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UN ANÁLISIS CROSS-CULTURAL*. Obtenido de *Universia Business Review*, primer trimestre, número 005 : 28078967\_Percepcion\_de\_la\_responsabilidad\_social\_corporativa\_Un\_analisis\_cross
- Cámara de Comercio Colombo Británica. (2013). *Cámara de Comercio Colombo Británica*. Recuperado el 8 de Julio de 2016, de Cámara de Comercio Colombo Británica: <http://www.colombobritanica.com/web/la-camara/responsabilidad-social/libro-los-top-30-de-la-rse-en-colombia/284-los-top-30-de-la-responsabilidad-social-en-colombia.html>
- Cámara de Comercio de Pereira. (s.f.). *CCP*. Obtenido de <http://www.camarapereira.org.co/es/inicio.html>
- Carné, D. M. (2007). *Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías*. Obtenido de *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, (65), 50-67: [file:///D:/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialDeLaEmpresaUnaRevisionCritica-2533611%20\(4\).pdf](file:///D:/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialDeLaEmpresaUnaRevisionCritica-2533611%20(4).pdf)
- Castillo, C. C., & Parragué, M. M. (12 de 2008). Recuperado el 06 de 10 de 2016, de [https://www.researchgate.net/profile/Christian\\_Cancino/publication/43650508\\_RESPONABILIDAD\\_SOCIAL\\_EMPRESARIAL/links/53f1a1f50cf23733e815be14.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Christian_Cancino/publication/43650508_RESPONABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIAL/links/53f1a1f50cf23733e815be14.pdf)
- Castro, A. A., & Becerra, D. P. (Julio de 2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión No. 32*, 32. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000100002&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762012000100002&script=sci_arttext&tlng=en)
- Castro, A. A., & Ortiz, V. V. (2014). *REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS*. Obtenido de VOLUMEN; NUMERO 6: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v7n6-2014/RIAF-V7N6-2014-3.pdf>
- CCB. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de <http://www.ccb.org.co/>

- CCC. (s.f.). *CÁMARA DE COMERCIO DEL CAUCA*. Obtenido de <https://www.cccauca.org.co/>
- CCF. (s.f.). *Cámara de Comercio de Florencia*. Obtenido de <http://ccflorencia.org.co/>
- CCP. (s.f.). *Cámara de Comercio de Pereria*. Obtenido de <http://www.camarapereira.org.co/es/inicio.html>
- CHÁVEZ, D. (20 de Julio de 2014). *Responsabilidad social empresarial gana espacio en A. Latina;*. Obtenido de Portafolio: <http://www.portafolio.co/internacional/responsabilidad-social-empresarial-gana-espacio-latina-41748>
- Colfondos. (2012). *Colfondos*. Recuperado el 8 de Julio de 2016, de Colfondos: <https://www.colfondos.com.co/cuales-son-las-empresas-que-mas-generan-empleo-en-colombia>
- Colombina S.A. (31 de Marzo de 2014). *Colombina S.A.* Recuperado el 08 de Junio de 2016, de Colombina S.A.: <http://www.colombina.com/corporativo/noticias.php?id=4344>
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. (2001). *eur-lex.europa*. Obtenido de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>
- Compromiso RSE. (21 de 01 de 2013). Obtenido de <http://www.compromisorse.com/reportajes/2013/01/21/la-rse-como-factor-clave-para-aumentar-la-competitividad/>
- Confecámara; Red de Cámaras de Comercio. (s.f.). *Funciones de las Cámaras de Comercio*. Obtenido de <http://www.confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/funciones-de-las-camaras-de-comercio>
- Correal, A. I. (13 de Julio de 2009). *El significado de la responsabilidad social empresarial*. Obtenido de Gestión & Sociedad: Universidad LA SALLE; Vol. 3, Núm. 1 : <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/view/977/884>
- Corte Constitucional República de Colombia. (19 de 10 de 2016). Obtenido de <http://corteconstitucional.gov.co/relatoria/1999/C-595-99.htm>
- DANE. (2014). *Informe conyuntural económico Regional*. Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/icer/2014/ICER\\_Caqueta\\_2014.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2014/ICER_Caqueta_2014.pdf)
- EL TIEMPO. (s.f.). *Multimedia EL TIEMPO*. Obtenido de Más sobre la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia: <http://www.eltiempo.com/multimedia/infografias/mas-sobre-la-responsabilidad-social-empresarial-en-colombia/14968843#comentarios>

- EMPRENDER, F. (Enero de 2016). *Sostenibilidad en los Mercados Emergentes*. (R. a. Empresas, Productor) Obtenido de Instituto Ethos; Fundación Emprende y Redes; 1era Edición: <http://cedice.org.ve/wp-content/uploads/2012/12/Sostenibilidad-en-Mercados-Emergentes.pdf>
- Esteban, E. G. (2007). ((. 2.-2. VERITAS: revista de filosofía y teología, Ed.) Obtenido de Esteban, E. G. (2007). La teoría de los " stakeholders": un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. VERITAS: revista de filosofía y teología, (17), 205-224.
- Estefanía, R. C. (2015). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE AMBATO*". Obtenido de Repositorio Universidad Técnica de Ambato : <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/18283/1/T3207e.pdf>
- FAO "Agricultura, O. d. (s.f.). *El concepto del desarrollo sostenible*. Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/x5600s/x5600s05.htm>
- Fontrudona, J., & Argandoña, A. (NOVIEMBRE de 2006). *IESE BUSINESS SCHOOL, Univerddidad la Navarra*, Occasional Paper OP No. 07/9. Obtenido de Una visión panorámica de la ética empresarial: <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-07-09.pdf>
- Fontrudona, J., & Argandoña, A. (Mayo de 2011). *IESE Business School – Universidad de Navarra*, UNIVERSIA BUSINESS REVIEW |segundo trimestre 2011 | ISSN: 1698-5117. Obtenido de file:///D:/Downloads/785-1834-1-SM.pdf
- Gálvez, M. (s.f.). *competitividad ysostenibilidad*. Obtenido de [http://www.compromisorse.com/upload/reportaje/000/72/76-85\\_reporconsejo.pdf](http://www.compromisorse.com/upload/reportaje/000/72/76-85_reporconsejo.pdf)
- Global Reporting. (2011). *GRI e ISO 26000: Cómo usar Directrices de GRI, en conjunto con la norma ISO 26000*. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-GRI-ISO-Linkage-Documents-Updated-Version.pdf>
- Gómez, D. R., & Roquet, J. V. (s.f.). *Universidad Oberta de Catalunya*. Obtenido de [http://zanadoria.com/syllabi/m1019/mat\\_cast-nodef/PID\\_00148556-1.pdf](http://zanadoria.com/syllabi/m1019/mat_cast-nodef/PID_00148556-1.pdf)
- Herrera, C. (octubre de 2012). *Responsabilidad empresarial verde*. Obtenido de Colombia Digital: <https://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/3967-responsabilidad-empresarial-verde.html>
- Herrera, H. M. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Colección Biblioteca del Profesional.

- Herrera, J. C. (Marzo de 2008). *Cómo gestionar la responsabilidad social en las pymes Colombianas*. Obtenido de International Journal of Good Conscience. 3(1) : 395-425.: [http://www.spentamexico.org/v3-n1/3\(1\)%20395-425.pdf](http://www.spentamexico.org/v3-n1/3(1)%20395-425.pdf)
- Herrera, R. D. (ABRIL de 2013). *Biblioteca Digital, Universidad del ICESI*, Indagación sobre el origen del concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Obtenido de [https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/76413/1/indagacion\\_responsabilidad\\_social.pdf](https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/76413/1/indagacion_responsabilidad_social.pdf)
- Hurtado, F. A. (Enero- abril de 2008). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ENTRE LA ÉTICA DISCURSIVA Y LA RACIONALIDAD TÉCNICA*. Obtenido de Revista EAN No.62 enero-abril de 2008 p.125-140: file:///D:/Downloads/433-1231-1-PB%20(1).pdf
- Industria y Comercio, Superfinanciera. (s.f.). *Circular Única*. Obtenido de ACTUACIONES ANTE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/co/co078es.pdf>
- Jiménez, D. A. (12 de marzo de 2015). *La Republica, Ecopetrol, Alpina y Bavaria son las líderes en RSE, según Merco*. (M. C. Ramírez, Editor) Obtenido de [http://www.larepublica.co/ecopetrol-alpina-y-bavaria-son-las-1%C3%ADderes-en-rse-seg%C3%BAmerco\\_230436](http://www.larepublica.co/ecopetrol-alpina-y-bavaria-son-las-1%C3%ADderes-en-rse-seg%C3%BAmerco_230436)
- Kramer, M. E. (Enero de 2011). *La creación de valor Compartido*. (R. R1101C-E, Editor) Obtenido de [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39438984/Valor\\_compartido\\_porter.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1477539186&Signature=Ze3SC3rTnQw7iRbdfdfLqNnJ2D0%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DValor\\_compartido\\_Porter](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39438984/Valor_compartido_porter.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1477539186&Signature=Ze3SC3rTnQw7iRbdfdfLqNnJ2D0%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DValor_compartido_Porter)
- Lariú, A. I., & Strandberg, L. (2009 de 11 de 2009). *Negocios inclusivos: creando valor para las empresas y para la población de bajos ingresos*. (U. d. Navarra, Editor) Obtenido de Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo: [http://www.iese.edu/en/files/Cuaderno%20No%205\\_tcm4-39620.pdf](http://www.iese.edu/en/files/Cuaderno%20No%205_tcm4-39620.pdf)
- Melé, D. (2007). *Responsabilidad Social de la Empresa: Una revisión crítica a las principales teorías*, Ekonomiaz: Revista vasca de economía, (65), 50-67. Obtenido de Universidad de Navarra: [file:///D:/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialDeLaEmpresaUnaRevisionCritica-2533611%20\(3\).pdf](file:///D:/Downloads/Dialnet-ResponsabilidadSocialDeLaEmpresaUnaRevisionCritica-2533611%20(3).pdf)
- Morin, E. (s.f.). *Los siete saberes necesarios del futuro*. (S. Pasternac., Productor) Obtenido de pag. 79: <http://biblioteca.itam.mx/estudios/60-89/68/EdgarMorinLaeticadelgenerohumano.pdf>

Organización Internacional del trabajo. (s.f.). <http://www.ilo.org/>. Recuperado el 6 de 10 de 2016, de [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---multi/documents/publication/wcms\\_142694.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf)

ORGANIZACIÓN UNESCO. (s.f.). <http://www.unesco.org/>. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/>

Pizzolante, Í. (13 de Marzo de 2013). *Artículo de RL La República* . Obtenido de [http://www.larepublica.co/responsabilidad-social/%E2%80%9Cen-colombia-todav%C3%ADa-no-existen-empresas-socialmente-responsables%E2%80%9D\\_34130](http://www.larepublica.co/responsabilidad-social/%E2%80%9Cen-colombia-todav%C3%ADa-no-existen-empresas-socialmente-responsables%E2%80%9D_34130)

Porto, J. P. (2008). *Definición de Ética* . Obtenido de Disciplina filosófica que estudia el bien y el mal y sus relaciones con la moral y el comportamiento humano.

Proexport Colombia. (2014). *Amazonía y Orinoquía*. Obtenido de La revista de las Oportunidades : [http://www.procolombia.co/sites/default/files/revista\\_de\\_oportunidades\\_proexport\\_amazonas\\_y\\_orinoquia.pdf](http://www.procolombia.co/sites/default/files/revista_de_oportunidades_proexport_amazonas_y_orinoquia.pdf)

Revista Semana. (26 de marzo de 2014). Obtenido de <http://sostenibilidad.semana.com/seccion/especiales-comerciales/las-20-mas-sostenibles/123>

Sucroal S.A. (s.f.). *Sucroal S.A.* Recuperado el 8 de Julio de 2016, de Sucroal S.A.: <http://sucroal.com.co/nuestra-empresa/>

Vallaes, F. (2012). *Definir la responsabilidad social: Una urgencia filosófica*. Obtenido de [http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45997166/Definir\\_la\\_responsabilidad\\_social\\_una\\_urgencia\\_filosofica.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1476919676&Signature=vudsDnL%2BcNEv1XMjWXjIDQR7f9Y%3D&response-content-disposition=inline%3B%](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/45997166/Definir_la_responsabilidad_social_una_urgencia_filosofica.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1476919676&Signature=vudsDnL%2BcNEv1XMjWXjIDQR7f9Y%3D&response-content-disposition=inline%3B%3D)