

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS
PYMES COLOMBIANAS**

**PRESENTADO POR:
ROBERT BENÍTEZ SÁNCHEZ**

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTADA DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
CARTAGENA DE INDIAS**

2012

La Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes colombianas como acción hacia al avance de estrategias orientadas a mejorar su competitividad y asegurar su sostenibilidad.

La responsabilidad social empresarial (RSE), es un modelo o sistema de trabajo elaborado con el propósito de acrecentar la productividad y sustentabilidad de las empresas. La RSE ofrece beneficios a través del bienestar de los diferentes grupos de interés (StakeHolders) como son los empleados, la comunidad etc. Al implantar el modelo de responsabilidad social se desarrollan estrategias encaminadas a mejorar los procesos y tecnologías del ente económico, para elevar su nivel de bienestar. La RSE es fundamental para el avance y desarrollo en las industrias colombianas. La mayoría de las empresas en Colombia están conformadas por pequeñas y medianas empresas (Pymes), que representan la mayor parte de su economía. Es relevante insertar un modelo de RSE en las pymes colombianas para aumentar su competitividad y su sostenibilidad, que haga posible mantener y mejorar su productividad y estabilidad (CCRE, 2004).

Se debe puntualizar que en el siguiente trabajo de responsabilidad social empresarial en el estadio colombiano, al hablar de Pymes se hace referencia a las micro (incluidas las famiempresas), pequeña y media empresas que la ley colombiana cobija en la ley 590 de 2000 y la ley 905 de 2004.-

Las prácticas económicas colombianas subestiman el poder de la RSE. La sinergia colombiana ha demostrado poca relevancia a los elementos de desarrollo de social como sujetos de desarrollo empresarial, que en la actualidad son de suma importancia; como por ejemplo el compromiso en materia medioambiental y social, que puede optimizar las condiciones laborales y mejorar las relaciones con la comunidad de influencia del ente, para finalmente obtener beneficios sociales tanto para la comunidad como para la empresa. Otros puntos relevantes son los compromisos con trabajadores y clientes, de donde se desprende la premisa “*empleados satisfechos clientes satisfechos*”; un buen clima laboral genera sentido de pertenencia que se refleja en la producción, y a mayor satisfacción de las expectativas del cliente mayores beneficios, un cliente a gusto se fideliza. Todos estos factores son determinantes para el sostenimiento y competitividad de la empresa (Momberg, 2007).

De acuerdo a las cifras del DANE las Pymes en Colombia representan el 96,4 % del sector empresarial, esto los convierte en la base del sostenimiento de la economía nacional, son fuente de empleo e ingresos. Adoptar buenas prácticas administrativas puede direccionar a las empresas hacia mejores políticas empresariales y a utilizar eficientemente sus recursos para el pleno desarrollo de la empresa, mejorando la calidad de sus servicios y minimizando su impacto social (DANE, 2005).

Es por estas razones, dada la importancia de las Pymes para la economía doméstica, que la academia, el estado y sector privado deben promover estudios concienzudos que puedan orientar las acciones empresariales hacia el fortalecimiento de dicho sector.

IMPORTANCIA Y CONCEPTO DE LA RSE:

La definición de RSE varía dependiendo de los componentes éticos económicos y sociales que abarcan la economía de un país. Este concepto también puede obedecer y cambiar, debido a los costumbres y políticas de un territorio, que de acuerdo a sus expectativas y necesidades conviene a una definición que se ajuste a sus requerimientos y propósitos, sin perder la esencia ni abandonar el objetivo primordial de la RSE. Es por ello que resulta difícil tener un solo concepto que se mantenga idealizado de manera global, y que resuelva las expectativas de todos los usuarios que requieran de ella. Es por ello que la RSE se ajusta a cualquier medio o circunstancia en donde se precise su actuación (FOMIN & BID, 2009).

Es importante aclarar que el concepto de la RSE, ah sido cristalizado a lo largo de su estudio, por diferentes organizaciones y entidades, es un tema complejo que aborda diferentes temas (éticos, económicos, ambientales y sociales) (FOMIN & BID, 2009).

Existen instituciones dedicadas especialmente a su preparación e implementación, lo que nos proporciona más confiabilidad y respaldo en lo grande de su estudio. Muchos de lo que los empresarios colombianos no se encuentran informados correctamente de los beneficios que esta nos ofrece y nos sorprendería el conocer el verdadero alcance de su estudio (FOMIN & BID, 2009).

De acuerdo a entidades dedicadas especialmente al estudio e implementación, tales como «Business for Social Responsibility» (BSR), «Corporate Social Responsibility» (CSR-Europe), Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, «International Finance Corporation» (IFC), «Sustainability Institute, Institute of

Social and Ethical Accountability» y otras diversas organizaciones para el desarrollo sustentable, la RSE “...es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (Stakeholders), a corto y a largo plazo. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprenden innumerables organizaciones de interés civil social-ambiental, además de aquéllos usualmente reconocidos por los gestores –público interno, accionistas y consumidores/ clientes (ETHOS, 2005).

En Colombia existe una organización encargada a su estudio llamado, el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) que define la Responsabilidad Social como “...la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (Stakeholders o grupos de interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno...” (CCRE, 2004).

ORIGEN DE LA RSE

Es necesario contemplar la historia de la RSE y sus diferentes sucesos a través del tiempo. Ya que vamos a emprender un camino en que su implementación, sería conveniente averiguar e indagar el ¿por qué?, de su importancia. Su origen algunos lo suscitan en los “...Estados Unidos en los años 70, cuando aparece el término “Responsabilidad Social Corporativa” –RSC-, otros, en Alemania, en los tiempos de la posguerra. También se manifiesta

que a lo largo del siglo XIX y principios del XX en países como Inglaterra, grupos de empresarios se preocuparon por aspectos más allá de lo económico, asumiendo responsabilidades de tipo social...” (Carbal, 2009).

De acuerdo a lo anteriormente plasmado, para la creación de un sistema de desarrollo se necesita tiempo y estudio. A continuación se plantea, según Canessa y García (2005), de manera esquemática un breve recorrido por la historia de la responsabilidad social empresarial centrándose fundamentalmente en el siglo pasado y como a correspondido a lo largo del tiempo su estudio:

Época Empresarial (1880):”....Esta fase se caracterizó por el espíritu emprendedor y la filosofía del laissez-faire (“dejar hacer, dejar pasar”). Durante esta época de conflictos laborales y prácticas depredatorias de los negocios, tanto los ciudadanos como el gobierno empezaron a mostrar cierta preocupación por la actividad empresarial que se tornaba cada vez más desenfrenada...”(Canessa y García, 2005).

La Gran depresión (1929): “...En los años treinta, mucha gente culpó del fracaso de los negocios y los bancos y de la amplia pérdida de trabajos, a un clima general de avaricia de los empresarios y de extrema preocupación por sus propios intereses. Como resultado de ello, surgieron nuevas leyes que describieron y ampliaron el papel de las empresas para proteger e incrementar el bienestar general de la sociedad. Asimismo, el concepto de responsabilidad social hacia los grupos de interés surgió en la década de 1930, junto con el desarrollo de responsabilidades gubernamentales más amplias para combatir los estragos de la Gran Depresión...” (Canessa y García, 2005).

La época del activismo social (1965): “...La tercera fase comenzó con la inquietud social que se presentó claramente en las décadas de los sesenta y setenta. Con el paso del tiempo, el incremento del activismo social motivó una mayor reglamentación gubernamental en diversas áreas. En esta época aparecen los movimientos sociales (1968 -1969), cambios en las exigencias de los consumidores, aparición de la responsabilidad social en Latinoamérica, el modelo social empresarial y el Balance Social...”(Canessa y García, 2005).

La conciencia social contemporánea (1980): “...Esta etapa, se caracteriza por una mayor conciencia de la globalización económica y por campañas intensas de los movimientos ambientalistas y ecológicos además de un mayor desarrollo en lo referente a la responsabilidad social empresarial. Estos factores se han combinado de manera que en la actualidad, muchas empresas son más sensibles con sus entornos y, por lo tanto, son cada vez más responsables socialmente. En la década de los ochenta, la responsabilidad social empresarial se ve complementada con el desarrollo del concepto de Desarrollo Sostenible. Asimismo, se produce la consolidación del Balance Social como el instrumento de medición por excelencia de la responsabilidad social y aparecen una serie de herramientas para el reporte y medición de la misma...”(Canessa y García, 2005).

En latino América, se puede decir que solo en “...1965 aparece la Asociación de Reguladores Cristianos de las Compañías del Brasil (ADCE), que para 1977 mutaría a la ADCE UNIAPAC Brasil...” En la década de los 80 comenzó a tener un mayor auge en latino América con eventos y convocatorias,“...empresas brasileras empiezan a utilizar de manera incipiente el Balance Social ...”. Solo en los noventa nacieron instituciones de estudio en diferentes

países como “..Perú 2021 (ingresa en el tema 1996), el Instituto Ethos de Brasil (1998), Acción RSE (2000), Fundemás de El Salvador (2000), entre otras...”. En el año 1997 “...se lanzó la idea de una alianza hemisférica de organizaciones empresariales de RSE y otras (ONG’s, Universidades e Instituciones Públicas) consiguiendo así la creación de Forum Empresa12...” (Canessa y García, 2005).

LAS PYMES: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y PAPEL EN LA ECONOMÍA.

De acuerdo con la **definición** de la ley 590 de 2000 y la ley 905 de 2004 las Mipymes (micro, pequeña y mediana empresa), se entiende como toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rurales o urbanos, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

1. Mediana empresa:

- a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) a treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña empresa:

- a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
- b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3. Microempresa:

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes. (La ley 905 de 2004)

En cuanto a las **características** de las pymes, existen ciertas particularidades que nos permite conocer acerca de su comportamiento y sus necesidades.

Por lo general las pymes tienen ciertas particulares las cuales Rodríguez (2003), las plante de la siguiente manera:

El dueño de pyme o gerente, tiene un magnifico entendimiento de su labor, que en la mayoría es aprendido y limitado en la gestión del que hacer de su empresa. En la mayoría de los casos es de tipo familiar (Rodríguez 2003).

La mitad de los propietarios de las empresas que gestionan las Pymes son los dueños (Rodríguez 2003).

En cuanto su experiencia laboral, el 50% de ellos tienen 15 años como empresarios, y que estos han pasado de un negocio a otro. El 24 % de ellos han tenido entre 11 a 15 años experiencia como empresarios. El 14 % entre 5 a 10 años como empresarios y el 10 % tiene menos de 5 años de experiencia en su propia empresa (Rodríguez 2003).

La función principal en un 64% de los gestores de la pyme en Colombia, se encuentra en la administración, le sigue las ventas con el 16 % y luego con un 7 % el rol de gerente o representante legal, en cuarto lugar están la producción u otras funciones con el 6% (Rodríguez 2003).

El nivel educativo de los empresarios pymes se encuentra relacionado así: 56 % con estudios universitarios, el 16% de postgrado el 12 % tienen un nivel técnico, y el 2 % con educación primaria (Rodríguez 2003).

La edad de la empresarios de las Pymes son gerentes jóvenes, el 56 por ciento tiene entre 25 y 45 años (Rodríguez 2003).

Un estudio realizado por FUNDES, muestran que los principales obstáculos de las Pyme en el desarrollo de sus actividades económicas son. *La situación económica del país* con 26 % de participación, *Acceso al financiamiento* con 20 % de participación, *Sistema tributario* con 13 de participación, *Acceso al mercado interno* 11 de participación (Rodríguez, 2003).

Por otro lado, según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE el 96,4% del sector empresarial colombiano está conformado por microempresas, el 3,0% por pequeñas empresas, el 0,5% por medianas empresas y sólo el 0,1% por grandes empresas. Estos datos también reflejan el valioso aporte que hacen en materia de empleo: la micro, pequeña y mediana empresa en Colombia. Por personal ocupado, las microempresas representan el 50,3% del empleo, las pequeñas el 17,6%, las medianas el 12,9%, y las grandes el 19,2% (Carbal, 2009).

Las anteriores estadísticas reflejan la importancia que tienen las Pymes en la generación de empleos e ingresos para la mayoría de los colombianos, la cobertura regional, el crecimiento del aparato productivo y el mejoramiento de la posición competitiva del país (Carbal, 2009).

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LAS PYMES

La RSE es definida como...la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las actividades de las empresas y en las relaciones con sus diversos grupos de interés (stakeholders). Sin embargo, La RSE también nace a partir de la necesidad de las grandes empresas de generar nuevos beneficios, donde los costos y los gastos juegan un papel secundario y ya no son suficientes para generar mayores ganancias (European comisión, 2007).

Teniendo en cuenta lo anterior, las evidentes ventajas que ha proporcionado la RSE también lo ha convertido en una... herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las pymes. Estos beneficios son claros, a pesar de que sus resultados no se pueden ver a un corto plazo y tampoco en datos concretos (European comisión, 2007).

La RSE generará ventajas competitivas en las Pymes de la siguiente manera (European comisión, 2007):

Mejora de los productos y/o procesos de producción, que generará mayor lealtad y satisfacción a los clientes (European comisión, 2007).

Mayor motivación y fidelidad por parte de los trabajadores, que mejora su creatividad e innovación (European comisión, 2007).

Obtendrá un mejor lugar en el mercado laboral y mejor interrelación con otros socios empresariales y autoridades, tendrá mayor acceso a las ayudas públicas gracias a la mejor imagen de la empresa (European comisión, 2007).

Ahorrrará costos e incrementará la rentabilidad, a causa de la mayor eficiencia y aprovechamiento en el uso de los recursos humanos y productivos (European comisión, 2007).

Incremento en la facturación y en las ventas, como consecuencia en los elementos citados (European comisión, 2007).

A la hora de existir la posibilidad de implantar un modelo de RSE en cualquier tipo de empresa ya sea Pymes o grandes, existen 3 factores que lo condicionan: el marco legal y político, las presiones sociales y la estructura del mercado. Sin embargo para las Pymes, además de estas tres condiciones, se encuentran una serie de factores específicos que se deben tener en cuenta, ante una futura implantación de la RSE (Grupo de trabajo de INSA- ETEA, 2007):

Influencia competitiva de la gran empresa: la presión de la gran empresa de manera positiva o negativa es un factor decisivo, lo que implicaría más que un elemento estratégico sería de un cambio al modelo de gestión (Grupo de trabajo de INSA- ETEA, 2007).

Recursos limitados (humanos y económicos): la RSE es una inversión con una recuperación y obtención de ganancias a largo plazo (por creación de puestos, departamentos, Etc.). Esto puede interferir en las Pymes por su limitación de recursos. Especialmente, cuando su modelo administrativo prefiere resultados inmediatos que mediatos (Grupo de trabajo de INSA- ETEA, 2007).

El ámbito reducido de actividad de muchas PYMES: una de las razones por la cuales se busca la RSE es la reputación y legitimidad. Sin embargo existen empresas muy pequeñas donde estos factores no muestran gran importancia para la Pyme debido

al estrecho y reducido ejercicio de comercio (Grupo de trabajo de INSA- ETEA, 2007).

La necesidad de formación especializada: la formación en la Pyme, capacitar y formar empleados, suscita tiempo de disposición (Costo) y gastos en capacitación. Estos son temas de discusión para la empresa (Grupo de trabajo de INSA- ETEA, 2007).

La RSE es un modelo de desarrollo, que si genera resultados e impactos positivos en la pymes, y estos factores anteriormente mencionados no ha dejado a los empresarios atreverse a tomar la decisión al cambio, al desarrollo seguro y sostenible. En las Pymes la RSE puede tener múltiples aproximaciones, donde el empleo de dicha estrategia no debe ser por obligación ni complejas ni costoso. Además, sin lugar a dudas esté se reconoce como un modelo activo de desarrollo en sus diferentes campos: mercado, medioambiente, sociedad, empleados y enfoques de conjunto (Grupo de trabajo de INSA- ETEA, 2007).

VENTAJAS DE LA RSE

Ahora teniendo un concepto más claro de RSE, seria relevante analizar las diferentes ventajas competitivas que nos ofrecen su desarrollo e implantación en las Pymes colombianas.

El Centro Colombiano de Responsabilidad Social (CCRE) (2004) apunta que "...la RSE ayuda a fortalecer la gestión empresarial a través de la implementación de prácticas y procedimientos de la empresa, de sus directivos y demás miembros en cada una de sus relaciones con todos los grupos de interés (Stakeholders)...".

Implementar procesos de responsabilidad social al interior de las empresas genera los siguientes beneficios (CCRE, 2004):

- Aumento de la productividad y la rentabilidad.
- Fidelidad y aprecio de sus clientes.
- Confianza y transparencia con los proveedores.
- Compromiso y adhesión de sus empleados.
- Respaldo de las instancias gubernamentales.
- Imagen corporativa positiva y estima de la sociedad.
- Oportunidades para nuevos negocios.
- Disminución de los riesgos operacionales (financiero, calidad, seguridad y medio ambiente).
- Incremento en la participación del mercado.
- Mejoramiento de la cultura organizacional.
- Capacidad de atraer el mejor talento humano.
- Incremento del valor de la empresa.
- Mejoramiento de la comunicación interna y externa.
- Confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas (CCRE, 2004).

La Responsabilidad Social Empresarial "...previene los riesgos sociales que se pueden traducir en demandas, sanciones, excesiva regulación gubernamental, pérdida de imagen y mercado y puede llevar a la desaparición del negocio"... (CCRE, 2004).

En el primer foro de Responsabilidad Social Empresarial del MERCOSUR (2008) las posibles ventajas económicas de la RSE quedaron reflejadas de la siguiente manera:

Resultados con los empleados: “...Motivación y mayor productividad de los trabajadores, orgullo de pertenecer a la empresa, identificación y compromiso con la empresa y su destino, mejoramiento del clima laboral, pacíficas y fértiles negociaciones para casos de conflictos, menor rotación de personal, mejoras en los índices de salud y seguridad ocupacional...”.

Resultados con el medio ambiente: “...Reconocimiento de los órganos de control ambiental, Prevención de conflictos con la sociedad civil y/o movimientos ambientales, reducción de los costes de la producción, disminución del consumo de materiales, reconocimiento de los consumidores responsables, mayores recursos naturales disponibles...”.

Resultados con la comunidad: “...Mayor legitimidad de la empresa en su accionar, licencia social para operar, mejoramiento de las relaciones con la comunidad de entorno, identificación del liderazgo empresarial, mayor cooperación de la comunidad para con la empresa...”.

Resultados globales para la empresa: “...Favorece al crecimiento económico, aumenta las posibilidades de nuevos mercados socialmente responsables, incrementa la competitividad, mejora la calidad de sus productos, mayor satisfacción y lealtad del cliente, se anticipa a futuras regulaciones y/o exigencias legales, logra controlar riesgos, mejora su imagen pública, mejora su posibilidad de acceso a ayudas públicas, aumenta su posición en el mercado laboral y comercial, favorece la interrelación con otros socios

empresariales y/o autoridades, favorece expectativas de las grandes empresas (para Pymes proveedoras)...”.

Otros organismos tales como «Business for Social Responsibility» (BSR), «Corporate Social Responsibility» (CSR-Europe), Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social, «International Finance Corporation» (IFC), precisan que los principales beneficios se ven reflejados en tres aspectos fundamentales que son base para los demás:

- Mejoramiento del desempeño financiero.
- Reducción De Costos Operativos.
- Mejora de la Imagen de Marca y Reputación. (Acción RSE, 2003)

CÓMO IMPLEMENTAR LA RSE EN LAS PYMES

Existen varios modelos de implementación de RSE, los cuales difieren dependiendo a los intereses de la corporación, o los grupos de interés, por los que la empresa le es prioridad trabajar. Sin embargo, los modelos tienen un mismo fin y por lo tanto sus procedimientos, no difieren uno del otro en cuanto su funcionalidad y finalidad (FOMIN & BID, 2009).

No existe aún, un modelo único con mayor aceptación. Sin embargo, las empresas deberían acogerse al que mayor cumpla con sus expectativas. Para tener en cuenta la implementación de un modelo de RSE, hay que tener en cuenta que la empresa debe cuestionarse, y generar las preguntas que crea son necesarias responder a través del proceso de la implementación (FOMIN & BID, 2009).

El modelo de RSE el cual considero adecuado para su elaboración e implementación, en empresas principiantes está apoyado del libro: **“Guía De Aprendizaje Sobre La Implementación De Responsabilidad Social Empresarial En Pequeñas Y Medianas Empresas”**. Lanzado por el Fomin, integrado por un equipo de especialistas Dan Shepherd y Estrella Peinado, responsables de la coordinación final del proyecto, y desarrollado por los consultores Eva Ramos, Mercedes Korin, Aurelio García y José Pérez, miembros de la Fundación Ecología y Desarrollo (Ecodes). Es relevante resaltar, que este se sujeta a sus actividades de mejora continua (como la PHVA Planificar, Hacer, Verificar y Actuar).

De acuerdo a lo anterior, para la implementación de la RSE, se deben realizar los siguientes 7 pasos, donde los refiere como unidades didácticas y los considera necesarios para preparar a la empresa: Preparación y análisis preliminar, Diagnóstico, Planificación, Implementación, Monitoreo y evaluación, Comunicación, Revisión y ajuste (FOMIN & BID, 2009).

Preparación y análisis preliminar o Reflexión inicial, en este paso es indispensable primero pensar ¿por qué debemos mejorar?. Antes es mejor pensar que actuar, sabiendo ya lo que queremos podremos planificar con mayor seguridad. “...Para ello, se formaliza el compromiso de la dirección, se elabora un plan de trabajo, se inicia la movilización del equipo RSE, y se elabora el caso de negocio para justificar la mejora de la gestión sobre la base de argumentos empresariales y no únicamente éticos...” (FOMIN & BID, 2009).

Diagnóstico, aquí surge la siguiente inquietud ¿Dónde estamos?, es fundamental saber dónde estamos para saber a dónde vamos, establecer que prioridades tenemos, ¿que tanto nos falta para llegar a nuestro objetivo?, “... permite identificar las oportunidades de mejora mediante el análisis de las prácticas actuales de la empresa, las expectativas de nuestros grupos de interés y las mejores prácticas de nuestro sector...” (FOMIN & BID, 2009).

Planificación, después de haber establecido la empresa su estado actual, es fácil responder las siguientes preguntas “¿qué queremos? y ¿Hacia dónde queremos ir?”. Es necesario tener una orientación previa para la búsquedas de nuestros objetivos, establecer un marco de conducta y objetos del cual dependa nuestro comportamiento para la obtención de lo que se quiere, esto es prioridad cuando a la hora de implementar un plan de acción que vaya de acuerdo a los alcances de los objetivos establecidos. La planificación le permite a la empresa “... asegurar que la orientación estratégica de la empresa incorpore una perspectiva de sostenibilidad. Para ello se revisan o formulan la misión, visión, valores y políticas de la empresa, se determinan los objetivos y metas operativos a alcanzar, y se especifican los indicadores del cuadro de mando...” (FOMIN & BID, 2009).

Implementación, Aquí debemos preguntarnos ¿Cómo avanzamos?. Para la obtención de los resultados esperados es ahora fundamental ejecutar un plan de acción, el cual ayude a mejorar todas aquellas falencias encontradas, que impiden a la empresa tener un desarrollo responsable y sustentable. Aquí surgen los procedimientos que vamos a seguir, la metodología con la cual nos iremos a direccionar, que tipo de implementación

utilizará la empresa y las acciones que vamos a utilizar para el alcance de los objetivos ya expuestos con anterioridad, lo que llevara consigo capacitaciones, inversiones, mejoramiento de tecnologías, etc. La “...**Implementación**, permite ejecutar las acciones planificadas. Para ello se capacita a los empleados, se documentan los procedimientos más importantes, se ejecutan las acciones y se registran las evidencias de lo ejecutado...”(FOMIN & BID, 2009).

Monitoreo y evaluación, es determinante luego de haber ejecutado un plan, saber que tanto hemos avanzado en donde surge la siguiente inquietud “¿Hemos avanzado todo lo que esperábamos?”. Este paso es importante para establecer la medición del todo el proceso llevado a cabo, analizarlo y si es necesario mejorarlo. El “...**Monitoreo y evaluación**, permite comprobar los cambios producidos, verificar si se han alcanzado los objetivos esperados, e introducir acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones. Para ello se miden los indicadores, se analizan los datos y se proponen mejoras...” (FOMIN & BID, 2009).

Comunicación y reporte, todo proceso en evaluación deber ser informado y comunicado a todas la partes participantes, que deben estar al tanto de cómo vamos. Lo que permitiría explicar “como lo hemos hecho y que tanto hemos logrado”. Es recomendable informar a los usuarios un reporte que indique como se ha desarrollado el proceso y los objetivos que hemos alcanzados. Esto es un proceso de validación y aceptación, el cual demostrará: que cambios han habido , los beneficios que han traído consigo, y en que han contribuido al desarrollo sustentable

de la empresa. El reporte “...permite comunicar el desempeño de la empresa desde una perspectiva de sostenibilidad económica, social y ambiental. Para ello se elabora el plan de comunicación, el reporte de sostenibilidad y se valida su contenido...” (FOMIN & BID, 2009).

Revisión y ajuste, esta etapa es fundamental para el mejoramiento continuo de la empresa. Ayudaría a mejorar las metas y a proponer nuevas que sean necesarias para el alcance de los objetivos. Es aquí donde nace el siguiente interrogante “¿En qué podemos mejorar?”. Sería un medio de ajustes y mejora con objetivos nuevos a implementar para el progreso de la empresa. También “...permite decidir si el enfoque de gestión de RSE adoptado es adecuado para la empresa. Para ello se identifican las oportunidades de mejora para el siguiente ciclo de gestión y se efectúan los cambios necesarios para continuar mejorando...” (FOMIN & BID, 2009).

CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta lo plasmado anteriormente, se plantea que ante la importancia que adquiere cada día más el cuidado del planeta y el respeto a los derechos del trabajador, temas que generan polémica y han despertado el interés de toda la sociedad, las organizaciones han respondido con la construcción de sistemas de gestión que guían integralmente los procesos y actividades empresariales, en pro de la mejora continua y progresiva y el tratamiento responsable de todos los elementos relacionados con la protección de los derechos de los empleados y del medioambiente. Todo esto trae consigo mejoras, creando estrategias que dan resultados positivos, influenciando la cultura empresarial hacia el desarrollo de la industria moderna y limpia (Barroso, 2007).

Se plantea que una empresa debe basar sus decisiones con compromiso social para ser socialmente responsable, que todas estas decisiones deban aplicarse en toda la organización. Esto, a través de la acción de los directivos y todo su jefe de personal, por medio de programas y políticas para implantarse con mayor seguridad, alcanzando un mayor compromiso con los gobernantes de la empresa y con quienes la integran. Transmitiendo con prioridad una cultura empresarial con valores éticos, de manera voluntaria en pro a la mejora del medio ambiente y sistema de trabajo de la empresa. Así también, la empresa velará por disponer de productos y servicios limpios que representará un beneficio hacia la empresa, al mostrarse como un aporte que hace al medio y su comunidad. De la misma manera obtendrá nuevos beneficios en la producción en cuanto su eficiencia y calidad.

Esto, sin descuidar a su talento humano (mejorando su bienestar y competitividad), como parte fundamental para el alcance de sus metas proyectadas (Momberg, 2007).

Para alcanzar esta cultura de desarrollo, las Pymes deben introducirse más en el plano de la responsabilidad social empresarial; comprometerse responsablemente con su comunidad, al interior de su empresa y el medio ambiente, para convertirse por completo en empresas con responsabilidad social (Momberg, 2007).

Para poder implementar este método desarrollo sustentable, las Pymes deben disponer de una inversión y un área dedicada especialmente a su gestión e implementación; existen dudas que hace que las empresas aun no le apuesten por completo a la RSE, quizás por ser nuevo en el concepto de la economía colombiana; confundiendo RSE con marketing, lo que impide ver esta herramienta como medio de sustentabilidad para la empresa, a pesar de su carácter sistemático de los programas y acciones que brinda al integrarlos en su misión, visión y objetivos (Barroso, 2007).

La responsabilidad social empresarial lleva a que la empresa identifique y explote puntos de ventaja por sobre la competencia, desde el momento mismo en que se incorpora a la gestión, por la diferenciación que se produce de las demás empresas de su industria y los beneficios que son reconocidos en los ámbitos comerciales, legales, medioambientales, hacia su comunidad interna y en el área financiera (Momberg. , 2007).

Para obtener estos puntos de ventajas sobre la competencia y tener un verdadero punto de partida en la construcción de una base sólida de responsabilidad social empresarial, las Pymes deberían determinar un nivel de inversión de acuerdo a sus

ingresos, para determinar las iniciativas estratégicas de éstas y poder medir así su impacto en el valor de la empresa de manera más objetiva y comprometida. (Momberg , 2007).

Se debe analizar que la RSE representa un sistema de desarrollo estudiado y puesto en marcha por protagonistas empresariales de países desarrollados, en donde los costos y la calidad a la hora de elegir el resultado final del producto no son suficientes. Este método de desarrollo sustentable, haría tener a las empresas colombianas un elemento fundamental y diferenciador en los mercados altamente exigentes de nuestra economía, que vuelve a las empresas altamente competitivas (Momberg , 2007).

Adoptando la RSE, las empresas se convierten en una entidad más eficiente, maneja mejor sus procesos, recursos naturales y de personal, gracias a las políticas y programas aumenta su rendimiento, reduce sus costos, es atractiva al mercado y potencia la preferencia y fidelización de este a sus productos y servicios (Momberg, 2007).

Si analizamos el desarrollo empresarial de manera global, para que las empresas colombianas puedan desarrollarse y subsistir, deben de cambiar su manera de pensar a través del tiempo como requisito indispensable y obligatorio, si quieren estar a la vanguardia y mantenerse en el mercado (CCRE, 2004).

Ahora bien, si incorporamos cada una de estas estrategias en las acciones de cada una de las partes e integrantes de la empresa a diario, y que hagan de esta cultura empresarial parte de su estilo de vida en su sistema de trabajo, se lograría tener personas que contribuyan en todo momento al éxito de la empresas, convirtiéndolas en empresas líderes y pujantes (Comisión europea, 2.002) .

BIBLIOGRAFÍA

- Acción RSE, (2003). El ABC de la responsabilidad social empresarial en Chile y en el mundo. Acción Empresarial: Santiago de Chile. Disponible desde internet en: <http://www.accionrse.cl/app01/home/pdf/documentos/ABC.Pm.pdf>
- Barroso Tanoira (2007). Responsabilidad social empresarial: concepto y sugerencias para su aplicación en empresas constructoras. Disponible desde internet en: <http://www.revista.ingenieria.uady.mx/volumen11/responsabilidad.pdf>
- Canessa, G. y García, E. (2005). El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú y en el Mundo. Disponible desde internet en: <http://www.wbcds.org/DocRoot/.../ABC-de-la-rse.pdf>
- Carbal, A. (2009). Responsabilidad Social Empresarial y Contabilidad: Apuntes Críticos. Universidad Libre Cartagena. Disponible desde Internet en: http://unilibrectg.edu.co/PDF/RESPONSABILIDAD_SOCIAL.pdf.
- CCRE (2004). Artículo CCRE - Construyendo Confianza: ¿Que es Responsabilidad Social Empresarial. Disponible desde internet en: <http://ww.ccre.org.co>
- CCRE (2004). Artículo CCRE - Responsabilidad Social Empresarial, El Nuevo Paradigma Para Las Pymes En La Región (Hugo Vergara Director Ejecutivo Forum EMPRESA). Disponible desde internet en: <http://ww.ccre.org.co>

- Comisión Europea, (2002). Libro Verde. la responsabilidad social de las empresas: Una contribución empresarial al desarrollo sostenible. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- DANE (2005). Censo Nacional 2005. Departamento Administrativo Nacional estadístico. Disponible desde internet en: http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124
- Equipo de trabajo de INSA- ETEA (2007). Manual de responsabilidad Social Para PYMES. disponible desde internet : <http://es.scribd.com/doc/13662598/RESPONSABILIDAD-SOCIAL-PARA-PYMES>
- European commission (2007). Folleto basado en el estudio CSR and Competitiveness European SMEs' Good Practice. Disponible desde internet en: http://www.csr-in-smes.eu/downloads/brochure_spanish.pdf
- ETHOS, (2005). Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. Disponible desde internet en: <http://www.ethos.org.br>
- FOMIN & BID, (2009). Guía de aprendizaje sobre la implementación de Responsabilidad Social Empresarial en pequeñas y medianas empresas Disponible desde internet en: <http://www.ecodes.org/responsabilidad-social/guia-de-aprendizaje-sobre-rse-para-pymes>
- Ley 905 de 2004. Disponible desde Internet en: http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/8DCDB7D4-FABE-42DA-BD74-00F7C40AD9D0/0/Ley905_2004_MIPYMES.pdf

- Manuel Reyno Momberg (2007). Responsabilidad Social Empresarial (Rse) Como Ventaja Competitiva. Disponible desde internet en: <http://www.eumed.net/libros/2008c/436/RESPONSABILIDAD%20SOCIAL%20EMPRESARIAL%20COMO%20VENTAJA%20COMPETITIVA%20CONCLUSION.htm>
- MERCOSUR, (2008). Primer Foro de Responsabilidad Social Empresarial Del Merco Sur – Acciones concretas e integración regional. Disponible desde internet en: <http://www.inwent.org.br/forumcsr.html>
- RODRÍGUEZ, G. (2003). La realidad de la Pyme colombiana - Desafío para el desarrollo. Disponible desde internet en: http://www2.fundes.org/?cat=5&key_search=&country_list=1005&tema=&serie=&form-search=Buscar