



**INFLUENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA
COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS**

AUTOR: OSCAR LEONEL SOLANO CURTIDOR



MODALIDAD DE TRABAJO DE GRADO: ARTÍCULO
UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
11 DE NOVIEMBRE DE 2017

INFLUENCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS

RESUMEN

Las empresas con el paso de los años han tenido que enfrentarse a diferentes desafíos, además la competencia es cada vez mayor, por lo cual han tenido que actuar de manera distinta y tomar el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial para el desarrollo de sus actividades. Así, cada vez son más las empresas que desean un cambio realmente sostenible que además, trae beneficios tanto para la institución como para los diferentes grupos de interés, pues el actuar de manera socialmente responsable contribuye a aumentar el nivel de competencia de las empresas y las motiva al mejoramiento continuo.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial, competitividad, sostenible, empresas.

ABSTRACT

SUMMARY

Companies over the years have had to face different challenges, and competition is increasing, so they have had to act differently and take the approach of Corporate Social Responsibility for the development of their activities. Thus, more and more companies want a truly sustainable change that also brings benefits for both the institution and the different interest groups, since acting in a socially responsible manner contributes to increasing the level of competition of companies and companies motivates continuous improvement.

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility, competitiveness, sustainable, companies.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial, es un factor importante en todas las organizaciones, y como lo afirman Yepes, Peña y Sánchez ¹“es una obligación de los actores sociales con el resto de individuos y comunidades con los que tiene relación, y está determinada por el uso social y el sentir de la colectividad respecto de lo que debe hacerse porque es lo justo, lo aceptado moral, política o legalmente” , por lo tanto la Responsabilidad Social engloba tres aspectos, el social; el ambiental y el económico, enfocado hacia el desempeño y desarrollo de las organizaciones, empresas o universidades, las cuales están catalogadas en Responsabilidad Social Corporativa, Responsabilidad Social Empresarial y/o Responsabilidad Social Universitaria.

De esta manera, cada vez son más las empresas y otras organizaciones que quieren que sus operaciones sean sostenibles y también está ganando terreno la idea de que la rentabilidad a largo plazo debe ir de la mano de la justicia social y la protección del medio ambiente. Tales expectativas seguirán creciendo y adquiriendo intensidad a medida que los proveedores de capital, los clientes y otros grupos de interés de las empresas y organizaciones comprendan que es necesario adoptar un modelo económico verdaderamente sostenible²

Es decir, un modelo económico que contribuya con el desarrollo de la sociedad en general, que se preocupe no sólo por el enriquecimiento sino también por aportar beneficios a todas las esferas sociales. En este sentido, “la visión moderna de la Responsabilidad Social Empresarial tiene como preocupación principal el desarrollo de acciones durante los procesos productivos en que una empresa es responsable con trabajadores, proveedores y cualquier otro interesado que participe o se vea afectado por el proceso de transformación que genere una

¹ YEPES, Gustavo; PEÑA, Wilmar; SANCHEZ, Luis. Responsabilidad social empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. Universidad del Externado Colombia. 2007. Pag 21.

² GUIA PARA LA ELABORACIÓN DE MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD. 2013. Pág.23

empresa”³. Por lo tanto, es de gran importancia que las empresas trabajen responsablemente y que integren todos los grupos que la componen. Sin embargo, no todos los seres humanos ni todas las compañías son o se interesan por ser socialmente responsables y esto, hace un efecto en cada una, entre los cuales se encuentra la competitividad, la cual es natural en un negocio y en los seres humanos.

La competitividad, es relevante en una empresa, pues el ser competente le genera más ganancias y éxito en el cumplimiento de sus objetivos, además el ser competente implica ofrecer un buen servicio, vender calidad y preocuparse por el bienestar de quienes hacen posible el desarrollo y crecimiento de la misma. De esta manera, este trabajo pretende ahondar sobre la influencia que ha tenido la responsabilidad social en la competitividad de las empresas a partir de estudios realizados y documentados por otros autores y profesionales.

De acuerdo con lo anterior, es importante plantearse como pregunta eje de investigación ¿cómo ha influido la Responsabilidad Social Empresarial en la competitividad de las empresas?, además, es relevante plantear otras preguntas que contribuyan con el desarrollo del presente trabajo como: ¿las empresas que trabajan con RSE son más competentes que las que no lo hacen?; ¿Es la responsabilidad social empresarial un medio para el éxito de las empresas?; ¿Es importante para las empresas actuar con responsabilidad social?; ¿la calidad del servicio o del producto que ofrece una empresa hace parte de la Responsabilidad social?; ¿Por qué la Responsabilidad social es un factor de competencia en las empresas?. Todos estos interrogantes se resolverán a lo largo del presente escrito.

³ CASTILLO, Cristhian Y PARRAGUÉ, Mario. Responsabilidad Social Empresarial. facultad de economía y negocios, Universidad de Chile.2008. Pág. 10

MATERIALES Y MÉTODOS

Este texto por medio de la cual se pretende llegar a la exposición de la R.S.E como factor de competitividad para una empresa, cualquiera que esta sea, metodológicamente asume recopilar argumentos que desde diferentes perspectivas que estructuren un criterio más amplio y sólido para la sustentación de este planteamiento. Estos argumentos aunque no excluyen las fuentes tradicionales de la teoría de la R.S.E, si se inclinan en autores bastante actuales.

Se pretende realizar una revisión de bibliografía que recopile la máxima información sobre el tema propuesto. Para recolectar dicha información, se tomarán fuentes confiables como libros, artículos de revistas indexadas, trabajos de grado de universidades reconocidas y búsqueda en bases de datos actualizadas. A partir de esto se realizará el desarrollo de un artículo que permita exponer el tema de la mejor manera y realizar un diálogo entre los diferentes autores. Para facilitar la recopilación y el orden de la información, se realizarán fichas bibliográficas por cada texto que se tome como herramienta para construir este trabajo.

Es importante tener en cuenta, que todo trabajo investigativo, debe estar respaldado por fundamentos teóricos, en este sentido, se tomará como referente para la discusión del presente trabajo, la teoría de la competitividad planteada por Michael E. Porter y la teoría de los Stakeholders que está directamente relacionada con la Responsabilidad Social Empresarial.

La teoría de la competitividad, plantea que

La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación a los

competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados⁴.

En este sentido, la ventaja competitiva puede presentarse al tener un enfoque de Responsabilidad Social, pues esto genera productos de mejor calidad con beneficios en términos económicos, sociales y ambientales que se relaciona con la teoría propuesta por Porter.

Por otra parte, se encuentra la teoría de los Stakeholders, la cual está estrictamente vinculada a la Responsabilidad Social Empresarial. Esta teoría, según Argandoña⁵, amplía, esa responsabilidad a una gran gama de agentes con los que se relaciona la empresa, desde los propios accionistas hasta la comunidad local, la sociedad en general y el mundo entero; pasando por directivos, empleados y trabajadores, proveedores, clientes, grupos de interés, sindicatos, competidores y otros partícipes. Es decir, tiene mayor atractivo ético y moral para el accionar de las empresas.

Para la realización de este trabajo, se trazaron algunos objetivos, principalmente, se busca explorar a través de una revisión documental la influencia de la responsabilidad social empresarial en la competitividad de las empresas para obtener como producto la elaboración de un artículo, para cumplir con ello, se debe realizar una búsqueda de bibliografía sobre la responsabilidad social y la competitividad de las empresas; describir cómo ha influido la RSE en la competitividad de las empresas a partir de lo encontrado en la bibliografía y realizar un análisis sobre lo encontrado en la revisión.

La responsabilidad Social Empresarial, ha ido influenciando a las empresas en los últimos años para lograr que sus prácticas sean coherentes con su labor objetiva y percibida. De esta manera, las organizaciones “deben alcanzar el éxito comercial en formas que honren los valores éticos y de respeto a la gente, las comunidades y medio ambiente e incluir un conjunto integral de políticas, prácticas y programas

⁴ PORTER, Michael, citado por RIQUELME, Matías. La Ventaja Competitiva según Michael Porter. 2014

⁵ ARGANDOÑA, Antonio. La teoría de los Stakeholders y el bien común. 2008. Pág. 3

que se integren en las operaciones comerciales, cadenas de suministro y procesos de toma de decisiones en toda la empresa”⁶. Es por esto, que la R.S.E es un factor que ha tomado gran importancia y a su vez se ha convertido en un factor estratégico para las empresas.

De esta manera, es importante la realización de un artículo, que de muestra a partir de investigaciones, escritos y teorías planteados por otros autores, cómo ha influido la Responsabilidad Social en el la competitividad de las compañías, así, plasmar en un documento que pueda ser fuente de información para investigaciones futuras o para que las mismas empresas se interesen por implementar prácticas de R.S.E en el desarrollo de sus actividades.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para la elaboración del presente trabajo, es necesario describir algunos conceptos claves que serán utilizados en el desarrollo del mismo. En primera instancia es necesario definir el concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Para ello, es necesario descomponerla; “la palabra responsabilidad hace alusión a una virtud, a una cualidad, a una disposición que comprende el asumir las consecuencias de cualquier decisión tomada consiente y libremente”⁷. Por lo cual La empresa entonces, toma sus decisiones de manera libre, consiente y voluntaria, pero estas implican resultados, efectos y consecuencias, las cuales la empresa debe asumir.

Por otro lado, la palabra social es el adjetivo que sigue al sustantivo responsabilidad dirigiendo y delimitando su significado a lo social, a todo aquello inherente a la sociedad, es decir, como lo afirma la misma autora, “a todas aquellas personas que conviven y se relacionan dentro de un mismo espacio y

⁶ PARDO, Deissy Y RANGEL, Diego. Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Bucaramanga y su área metropolitana. Universidad Industrial de Santander. 2016. Pág. 22

⁷ ESPINOZA, Alegría. La Responsabilidad Social como factor de competitividad. Universidad Javeriana. 2007. Pág.24

·ámbito cultural”⁸. En este sentido, comprende, tanto a la sociedad del entorno, aquella comunidad en la que se encuentra la empresa y todas aquellas que se puedan ver afectadas por la misma, como a la sociedad que existe al interior de la misma empresa, refiriéndose a todas aquellas personas que la conforman, desde los accionistas hasta los trabajadores.

Por último, al hablar de empresarial dentro del término de la R.S.E, “se hace referencia a las empresas en general, y que es sobre ellas que recae tal responsabilidad. La palabra empresarial no discrimina ningún tipo de empresa, hace referencia a todas ellas, sin importar su categoría o clasificación empresarial”.⁹

Ahora, al haber definido cada palabra que compone la Responsabilidad Social Empresarial, en conjunto, este concepto puede ser entendido según como “una seria consideración del impacto en la sociedad, de las acciones de las compañías”¹⁰ Esta definición deja muy en claro tanto la importancia, como la trascendencia del tema cuando habla de la seriedad que este debe tener. A su vez, “es también precisa la definición en cuanto a la conciencia, la atención y el reparo que se debe tener en la toma de las decisiones de las compañías, pues estas al ser llevadas en acción, ejercen un impacto sobre la sociedad”¹¹ Una sociedad de la cual, como ya antes se ha hablado, la empresa es responsable, teniendo así que responder por tales impactos, tanto a ésta como a la misma empresa.

Por otra parte, es importante definir el concepto de competencia, del cual se liga el de competitividad. La competencia es “una de las fuerzas más poderosas en la sociedad, que permite avanzar en muchos ámbitos del esfuerzo humano. Es un fenómeno generalizado, tanto si se trata de empresas que luchan por el mercado,

⁸ ESPINOZA. Op. Cit., Pág. 26

⁹ Ibíd., Pág. 26

¹⁰ KOONTZ, Harold; WEHRICH, Heinz y CANNICE, Mark. Administración, una perspectiva global y empresarial. 2012. Pág. 74

¹¹ ESPINOZA. Op. Cit., Pág. 27

de países que se enfrentan a la globalización o de organizaciones sociales que responden a necesidades sociales. Toda organización precisa de una estrategia para ofrecer un valor superior a sus clientes”.¹² Es decir, que la competencia se ve reflejada en la manera en que cada empresa busca superar a otras que ofrecen sus mismos productos o servicios.

En este sentido, la competitividad según Alic citado por el Banco de la república significa “la capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado nacional e internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”¹³, es decir, querer ser mejor que otros y lograrlo con estrategias de mercado que lo permitan.

Ahora bien, es importante resaltar el marco legal del presente escrito, existen Leyes que rigen y regulan la economía de los países, así como el actuar de las empresas de manera responsable. En Colombia, el Artículo 333 de la constitución política plantea que “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley; La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.”¹⁴

Del mismo modo, existen normas internacionales que rigen la Responsabilidad Social Empresarial, entre ellas se encuentra principalmente la ISO 26000, la cual fue publicada en el 2010 por la International Standard Organization (ISO), y es lo que “guía a las compañías en la construcción del desarrollo sostenible y en la adopción de un comportamiento socialmente responsable”¹⁵. Esta misma norma:

¹² PORTER, Michael. Ser competitivo. 2009. Pág. 6

¹³ BANCO DE LA REPÚBLICA. La competitividad. 1997

¹⁴ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 333. 1991. Pág. 91

¹⁵ ISO 26000. 2010

comprende la delimitación de sus objetivos y campo de aplicación, la determinación de términos y definiciones, la comprensión de la responsabilidad social, la enunciación de sus principios (rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de los stakeholders, al principio de legalidad, a la norma internacional de comportamiento y a los derechos humanos), la orientación sobre sus materias fundamentales (gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medioambiente, prácticas justas de operación, asuntos de los consumidores y participación activa y desarrollo de la comunidad) y la integración en toda la unidad económica, así como el reconocimiento, la incorporación y la vinculación de las partes interesadas. Está protegida por derechos de autor y no tiene como finalidad certificar, regular o incluir su contenido en ningún clausulado contractual¹⁶.

En este orden de ideas, también se crea la norma SA 8000, la cual “busca mejorar las condiciones laborales a escala planetaria apoyándose, complementándose y tomando como referente diversas normas internacionales de derechos humanos, sometiendo en consecuencia a la empresa al cumplimiento de una serie de requisitos, particularmente de gestión (documentación, políticas, compromisos, etc.) y de responsabilidad social (donde se aciertan pautas en temas como el horario, el trabajo infantil, el trabajo forzado, la salud y la seguridad en el empleo, la negociación colectiva, la libertad de asociación, entre otras)”.¹⁷

Para Colombia, existe la Norma GTC 180 (Guía Técnica Colombiana de Responsabilidad Social), la cual “es una herramienta cuyo andamiaje busca establecer, implementar, mantener, evidenciar y mejorar de forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión, aplicable a cualquier tipo de empresa. Se predica el respeto a la dignidad humana, la responsabilidad legal, la

¹⁶ ACEVEDO, Javier; ZÁRATE, Ruth y GARZÓN, William. Status jurídico de la Responsabilidad Social en Colombia. Universidad Industrial de Santander. 2013. Pág. 13

¹⁷ *Ibíd.* Pág. 14

autorregulación ética, la participación, la solidaridad y el desarrollo humano integral como principios que la orientan”¹⁸

Finalmente, es necesario abordar lo que se denomina el “Pacto Mundial”, este pacto, es una invitación extendida con el interés de promover la cultura de la RSE en el planeta, como un llamado que más tarde se consolidaría alrededor de diez principios universalmente aceptados, que acogidos por más de 6000 empresas distribuidas en algo más de 130 países, abarcan la defensa y promoción de los derechos humanos, los estándares laborales, el medio-ambiente y la lucha contra la corrupción”¹⁹. Todas las normas mencionadas anteriormente, deben hacer parte del actuar de las empresas, se deben aplicar y cumplir, de este modo se ejerce la Responsabilidad Social y se crea mayor competitividad entre aquellas que respeten estas Leyes y Normas, generando bienestar tanto a nivel interno como externo, así, se procede a obtener beneficios de manera correcta.

Los principios establecidos por el pacto global se pueden evidenciar en la siguiente imagen:

¹⁸ *Ibíd.* Pág. 14

¹⁹ *Ibíd.* Pág. 15

Imagen 1. Principios del pacto global

Área	Principio
Derechos humanos	1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.
	2. Deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.
Estándares laborales	3. Deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
	4. Deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
	5. Deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
	6. Deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
Medioambiente	7. Deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
	8. Deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
	9. Deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.
Anticorrupción	10. Deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Fuente: ONU, Pacto Global, 2016.

A lo largo de la historia, la relación de la responsabilidad social y los factores económicos en las empresas, se ha caracterizado por unos altos niveles de conflictividad, debido a las contradicciones propias de estos dos conceptos. Según Volpentesta²⁰ el altruismo o generosidad discrecional han sido dos maneras históricas del desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial; sin embargo, actualmente no se considera la actuación filantrópica o caritativa como RSE, sino que ésta se expresa a través de un desempeño empresarial comprometido, imbuido de responsabilización y gestionado a través de valores. Es decir, un

²⁰ VOLPENTESTA, Jorge. Las acciones sociales en empresas con responsabilidad social, Visión de futuro. 2012. Pág.7

compromiso que deben tener las empresas con la sociedad en general para contribuir con el bienestar, lo que se plantea en la teoría de los stakeholders.

Ahora bien, en un mundo globalizado, el sector empresarial no puede seguir negando la necesidad de adoptar la responsabilidad social como estrategia para alcanzar beneficios externos e internos, pues sigue latente cierto comportamiento dominante de rechazo hacia ella²¹. O sea, que muchas empresas aún no cumplen con la ejecución de la Responsabilidad Social en las mismas, y tampoco muestran mucho interés por aplicarla.

Se plantea que “La integración de los mercados y la caída de barreras comerciales representan para las empresas el desafío de mantenerse en niveles de competitividad y productividad, desafío acompañado de una preocupación creciente por la legitimidad de su actuación social y su papel como constructora del bien común”²². Es por eso, que la RSE es un factor de gran importancia en una organización que se preocupa por ser competitiva y además pretende ofrecer lo mejor de sí para obtener el éxito. Lo mencionado anteriormente, se fundamenta en la teoría de la competitividad planteada por Porter, pues propone a la competitividad como la clave del éxito, además de la mano con la teoría de los stakeholders, pues para ser competitiva debe cumplir un papel de contribución social, ética y del bien común.

De igual modo, Salgado y Hernández dicen que “Las empresas comprometidas con la responsabilidad social experimentan importantes beneficios cualitativos y cuantitativos, tales como el desempeño financiero positivo, la reducción de costos operativos, la mejora de su imagen, reputación, lealtad de sus clientes y empleados e incremento en sus ventas, entre otros”²³. Por lo cual, fomentar la RSE es una opción que genera múltiples ventajas, además es el deber de las organizaciones cumplir con ésta, pues una empresa se desarrolla de manera

²¹ SALGADO, Patricia Y HERNÁNDEZ, Patricia. la responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. 2007. Pág. 119

²² *Ibíd.* 2007. Pág. 121

²³ *Ibíd.* 2007. Pág. 123

efectiva a través de todos los grupos que la rodean, desde el microambiente y el microambiente.

Además, “con la RSE se generan beneficios al interior de la empresa, tales como una mejor calidad del entorno laboral, relaciones más cordiales y sólidas con los grupos de interés, entre otros; asimismo, beneficios al exterior de ella mediante una mayor vinculación con la comunidad y un mayor involucramiento con temas medioambientales”²⁴. Estos beneficios pueden ser traducidos como ventajas competitivas sobre el resto de los competidores, por tanto, se puede decir, que las empresas, organizaciones o corporaciones que cumplen con la norma ISO 26000, la cual es la de Responsabilidad Social son más competentes en el mercado.

Por otra parte, Volpentesta afirma que la presencia de mayor o menor integración estratégica de la RSE, entendiéndose ésta como un modelo de gestión empresarial, permite diferenciar a las empresas en las que el diseño de las acciones sociales adquiere características especiales, puesto que la consideración de la RSE es asumida desde una visión propia del accionar empresarial, de aquellas otras que toman esas acciones como un acontecimiento o un acto especial²⁵. Un acto que les conduce por el camino de la sostenibilidad, pues la implementación de una estrategia de RSE no sólo beneficiaría a las empresas o al sector mediante el incremento de su competitividad, sino también generaría beneficios en el desarrollo de las comunidades con un enfoque sustentable. Este enfoque es coherente con lo que realmente debería aportar una empresa a la sociedad y con lo que desde lo social, político, económico y ambiental se espera que aporte.

De esta manera, la implementación de una estrategia de RSE no sólo beneficiaría a las empresas o al sector mediante el incremento de su competitividad, sino también generaría beneficios en el desarrollo de las comunidades con un enfoque

²⁴ VIDALES, Katia y ORTIZ, Dante. Responsabilidad Social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. 2014. Pág. 225

²⁵ VOLPENTESTA, Jorge. Las acciones sociales en empresas con responsabilidad social, Visión de futuro. 2012. Pág. 11

sustentable. Este enfoque es coherente con lo que realmente debería aportar una empresa a la sociedad y con lo que desde lo social, político, económico y ambiental se espera que aporte.

Es importante resaltar que Espinoza (2007), plantea desde su investigación que

“El término competitividad es hoy muy utilizado en el ámbito empresarial, en la gestión política y el desarrollo socioeconómico. Así mismo la R.S.E es en la actualidad un instrumento de competitividad no sólo en el ámbito empresarial, sino entre los países que están en la búsqueda de un posicionamiento en nuevos espacios comerciales. Las empresas adoptan la R.S.E como una herramienta de competitividad, encuentran a esta como una opción legítima que se ha convertido en una necesidad para la supervivencia de las empresas y una actividad inseparable de la práctica empresarial”²⁶.

En este sentido, ser socialmente Responsables se ha convertido en la clave del éxito de las compañías, ha ido influenciando a las empresas en los últimos años para lograr que sus prácticas sean coherentes con su labor objetiva y percibida. De esta manera, las organizaciones “deben alcanzar el éxito comercial en formas que honren los valores éticos y de respeto a la gente, las comunidades y medio ambiente e incluir un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se integren en las operaciones comerciales, cadenas de suministro y procesos de toma de decisiones en toda la empresa”²⁷. Es por esto, que la R.S.E es un factor que ha tomado gran importancia y a su vez se ha convertido en un factor estratégico.

En este sentido, la competencia debe verse como una oportunidad para las empresas, una oportunidad que les obliga y les compromete a ser mejor cada día. Para lograrlo deben actuar de manera socialmente responsable, generando

²⁶ ESPINOZA. Op. Cit., Pág. 35

²⁷ PARDO, Deissy Y RANGEL, Diego. Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Bucaramanga y su área metropolitana. Universidad Industrial de Santander. 2016. Pág. 22

bienestar social a todos sus grupos de interés y el medio que les rodea, además es una acción que está regida por leyes y normas que se crearon por la preocupación del daño indiscriminado que algunas corporaciones en el desarrollo de sus actividades le ocasionan al ambiente y la sociedad. Esto demuestra, que si es posible y viable que exista desarrollo económico pero que esté ligado al desarrollo social, político, ambiental, que sea realmente sostenible y le permita a las comunidades vivir mejor.

CONCLUSIONES

- Las empresas cada vez actúan de manera más responsable, apostándole a la sostenibilidad y ofreciendo mejores productos y servicios. Esto, se ha convertido en la clave del éxito de las compañías y ha logrado que sus prácticas sean coherentes con su labor objetiva y percibida para con la empresa y la sociedad.
- Fomentar la RSE es una opción que genera múltiples ventajas, además es el deber de las organizaciones cumplir con ésta, pues una empresa se desarrolla de manera efectiva a través de todos los grupos que la rodean, desde el microambiente y el macroambiente. Actuar de forma responsable las convierte en instituciones cada día mejor y más competitivas
- La competencia es un factor clave en las empresas que las lleva al éxito, las obliga a esforzarse por ser mejor cada día y ofrecer mejores productos o servicios a sus clientes, contribuyendo con la satisfacción de los mismos.
- La Responsabilidad Social es una oportunidad que le permite a las empresas crecer cada día y ser mejor en el mercado, ofreciendo mejores servicios y productos frente a sus competidores.

Bibliografía

- Acevedo, J. A., Zárate, R., & Garzón, W. F. (2013). Status jurídico de la Responsabilidad Social en Colombia. *Universidad Industrial de Santander*.
Obtenido de <http://dikaion.unisabana.edu.co/index.php/dikaion/article/view/3258/3490>
- Argandoña, A. (2008). La teoría de los Stakeholders y el bien común. *Universidad de Navarra*. Obtenido de <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0355.pdf>
- Castillo, C. C., & Parrague, M. M. (2008). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. *Facultad de economía y negocios, univesidad de Chile*.
Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/122747/Cancino_Morales_2008.pdf?sequence=14
- Constitución Política de Colombia. (1991). Obtenido de <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia%20-%202015.pdf>
- Espinoza, A. M. (2007). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD. *Universidad Javeriana*. Obtenido de www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis27.pdf
- ISO 26000. (2010). Guía de Responsabilidad Social. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf
- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración, una perspectiva global y empresarial*. Obtenido de https://www.soy502.com/sites/default/files/administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_14_edi_koontz.pdf
- Pardo, D., & Rangel, D. (2016). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero de Bucaramanga y su área metropolitana. *Universidad*

Industrial de Santander. Obtenido de
<http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/164834.pdf>

Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Obtenido de
<https://www.leadersummaries.com/ver-resumen/ser-competitivo>

Riquelme, M. (2014). *La ventaja competitiva según Michael Porter*. Obtenido de
<https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>

Salgado, P. M., & Hernández, P. G. (2007). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EMPRESAS DEL VALLE DE TOLUCA (MÉXICO). UN ESTUDIO EXPLORATORIO. Obtenido de www.redalyc.org/articulo.oa?id=21210205

Vidales, K. B., & Ortiz, D. A. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Contaduría y Administración*. Obtenido de www.redalyc.org/articulo.oa?id=39531859010

Volpentesta, J. R. (2012). Las acciones sociales en empresas con responsabilidad social. *Visión de futuro*, 16. obtenido de www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082012000200004

Yepes, G., Peña, W., & Sanchez, L. (2007). *La Responsabilidad Social Empresarial: Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.