

La responsabilidad social, modelo para mejorar la competitividad de las mipymes metalmecánicas de La Provincia del Tundama

Social responsibility model to improve the competitiveness of MSMEs metalworks The Province of Tundama

Hilda Lucía Jiménez Orozco

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia

hildalucia50@hotmail.com

Resumen

Alcanzar la sostenibilidad supone encontrar el equilibrio entre las necesidades económicas, ambientales y sociales actuales, sin comprometer los objetivos y proyectos futuros de las empresas. En términos prácticos, todos los esfuerzos que se realicen contribuyen a la sostenibilidad de la empresa: generar empleo, brindar bienestar a los empleados, contribuir al desarrollo socioeconómico de la comunidad, ofrecer productos y servicios de calidad a los clientes, conservar el medio ambiente o tener un balance saneado. Los futuros administradores y empresarios, cada vez más deben tomar conciencia que un factor esencial para generar competitividad en las unidades empresariales, es la responsabilidad social, pues los mercados cada día son más exigentes y la internacionalización de la economía exige que en los gerentes y en las organizaciones se genere un compromiso para garantizar la estabilidad del ecosistema, la sostenibilidad y la rentabilidad. El presente trabajo tiene como objetivo establecer si las empresas metalmecánicas de la provincia del Tundama, cumplen con el compromiso de responsabilidad, para ello, fue importante considerar ante quién la

tienen, para ello se tuvo en cuenta a los inversionistas, el estado, los clientes, los colaboradores, los proveedores, los competidores y el medio ambiente.

Palabras claves. Responsabilidad social, competitividad, sostenibilidad, modelo de gestión.

Abstract

Achieving sustainability means finding the balance between current economic, environmental and social needs without compromising the objectives and future projects of enterprises. In practical terms, all efforts made contribute to the sustainability of the company: to create jobs, provide welfare to employees, contributing to the socioeconomic development of the community, offering products and quality services to customers, preserve the environment or have a healthy balance sheet. Future managers and entrepreneurs increasingly need to be aware that a key to generate competitiveness in business units factor is social responsibility, as markets are increasingly more demanding and internationalization of the economy requires that managers and organizations generate a commitment to ensure ecosystem stability, sustainability and profitability. This work aims to establish whether the metalworking companies in the province of Tundama comply with the commitment of responsibility, for it was important to consider before who have it, for it was considered to investors, the state, customers , employees, suppliers, competitors and the environment.

Key words: social responsibility, competitiveness, sustainability, management model.

Fecha recepción: Agosto 2013

Fecha aceptación: Octubre 2013

Introducción

Desde la década del 90 del siglo pasado, el país ha venido enfrentando el proceso de apertura comercial, esto ha puesto al descubierto una serie de debilidades y amenazas que deben afrontar todas aquellas unidades económicas que no se encuentran preparadas para lidiar ni con las nuevas exigencias, reglas y condiciones internacionales que presenta el nuevo modelo del sistema de comercio, ni con los desequilibrios ya existentes entre los países.

A partir de la década de los sesenta del siglo XX se comienza a generar una conciencia acerca de la problemática relacionada con los conflictos sociales y la crisis ambiental, principalmente por el impacto del crecimiento económico, industrial y tecnológico, los cuales crean costos a nivel social, económico, cultural y ambiental.

Las Mipymes Colombianas y el caso particular de las Mipymes industriales de la rama productiva de la metalmecánica de la Provincia de Tundama hoy día enfrentan dificultades que se convierten en debilidades a la hora de ser competitivas. Las Mipymes metalmecánicas de la Provincia Tundama como la gran mayoría de las del país, suelen carecer de una claridad estratégica, ya que el empresario está generalmente atendiendo emergencias, descuidando los aspectos importantes, de ahí que la definición del negocio y sus ventajas competitivas y el establecimiento de prioridades se diluyen entre las urgencias y el inmediatez lo que hace que sus organizaciones sean vulnerables ante los cambios económicos y en consecuencia deficientemente competitivas.

Surge la inquietud entonces de establecer nuevos modelos de gestión, como la Responsabilidad Social Empresarial, que conduce a las empresas hacia un nuevo modelo de gestionar los negocios, relacionándose con sus grupos de interés, los que a su vez contribuyen, al logro de mejores condiciones de competitividad.

Según Ernesto Mercado(2007) señala que con el surgimiento de la teoría de las partes interesadas (Stakeholders), la responsabilidad social empresarial ha evolucionado: se ha avanzado a través de las responsabilidades jurídicas, luego por la sensibilidad social de la

empresa (filantropía), hasta llegar a la actuación social de las empresas; esta concepción implica una evaluación de la responsabilidad de la organización como la institución central de producción, la organizadora de los recursos sociales y la entidad que gestiona aspectos vitales de la sociedad.

De tal manera que el auge del tema de la responsabilidad Social Empresarial comenzó a tener mayor importancia en la década de los noventa del siglo pasado, como resultado de diferentes procesos como la globalización, la integración de economías, el aceleramiento de la actividad económica, la conservación del medio ambiente y el desarrollo de nuevas tecnologías, entre otros.

Partiendo del concepto de George Enderle académico de la Universidad de Notre Dame, citado por Yepes (2007), señala que la responsabilidad social es el impacto que tiene la actividad económica de una empresa en la sociedad, en lo relacionado con el trato a los empleados, los clientes, los consumidores, los accionistas, la comunidad y el medio ambiente. Igualmente, De acuerdo con la definición de la Comisión Europea, la Responsabilidad Social Empresarial “...es 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 cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores”(Libro Verde, 2001).

La competitividad a su vez es definida por Hugo Chavarria (2001), como la medida en que produce un país bienes que superen a las expectativas del mercado y contribuyan al bienestar de sus ciudadanos.

Desde estos puntos de vista, La intención de este trabajo es presentar inicialmente los elementos conceptuales que faciliten la comprensión del papel de la responsabilidad social empresarial como estrategia para alcanzar la competitividad empresarial en las empresas de

la metalmecánica, rama productiva de las más importantes del sector secundario de la economía en el contexto de la provincia de Tundama (Boyacá). Igualmente, se hace explícita una forma de acercamiento a las realidades en las que se desenvuelven las Mipymes de la metalmecánica desde diversas perspectivas conceptuales de la competitividad. El interés es determinar los criterios que caracterizan la acción de la responsabilidad social empresarial sobre la competitividad para estos actores como estrategia. Es de suponer que hoy la Responsabilidad social y la competitividad cobran mayor importancia como estrategia de las naciones y de las empresas en la medida que estas se encuentran inmersas en la globalización.

Para realizar este estudio se efectuó una investigación con diseño metodológico no experimental, de tipo descriptivo, cuyo propósito principal fue caracterizar la situación prevaleciente en el objeto de investigación en el momento de realizarse y el cual consta de tres etapas definidas: observación, descripción y explicación. Para adelantar la recolección de la información básica para el correspondiente análisis del aspecto de investigación, se diseñó y utilizó un formulario estructurado con base a preguntas abiertas, de selección múltiple y algunos cuadros referentes a los factores que intervienen a la competitividad y que se relacionan como el modelo de gestión de responsabilidad social empresarial, los cuales son objeto de estudio. La población objetivo para esta investigación estuvo constituida por las empresas de la rama productiva de la metalmecánica de la Provincia de Tundama, las que según tamaño (micro, pequeñas y medianas empresas), ascienden a un total de 70 (Setenta) empresas. A esta población se le tomó una muestra del 52% aproximadamente, es decir treinta (37) empresas.

El objetivo general de esta investigación se circunscribe entonces en analizar la responsabilidad social empresarial y la competitividad a nivel empresarial, como estrategia que puede generar los impactos que específicamente en la eficiencia productiva de las Mipymes de la rama productiva de la metalmecánica de la provincia de Tundama.

Para el logro de este objetivo general se definieron los siguientes objetivos específicos:

- Evaluar la gestión de responsabilidad social en las empresas metalmecánicas.
- Analizar el nivel de competitividad de las empresas según la gestión de la responsabilidad social.
- Precisar la incidencia de la RSE en la productividad empresarial y en la competitividad de las Mipymes metalmecánicas de la Provincia del Tundama como estrategia.

1. Resultados y discusión

2.1 Gestión de la Responsabilidad Social En La Empresas Metalmecánicas

El objetivo es básico de la RSE es suministrar elementos de dirección y gestión consistentes para el desarrollo de un modelo de empresa sostenible, que satisfaga la necesidades de los grupos de interés y que genere externalidades socialmente responsables.

Para lograr estos objetivos la empresa debe partir de unos principios básicos congruentes con el concepto de RSE y las necesidades de los grupos de interés. Tales principios son: Transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de la organización.

El principio de transparencia constituye la pieza básica en la que se sustenta el comportamiento socialmente responsable de las organizaciones; las organizaciones poco transparentes no asumen el concepto ni los objetivos de la RSE.

El último aspecto se refiere a los elementos o implicancias de la RSE sobre la dirección y gestión de las organizaciones. En este sentido se han observado implicaciones sobre cinco áreas funcionales, gobierno corporativo, dirección estratégica, gestión y control interno, información y verificación, y certificación, además surgen otras dos facetas de la actividad de las organizaciones, inversión socialmente responsable y comunicación y reconocimiento externo. Sin embargo, para muchos estudiosos de la administración, el éxito de cualquier compañía depende fundamentalmente de un efectivo o inefectivo proceso de dirección (Bernal, 2007). A través de las funciones de planear, organizar dirigir y controlar, se puede realizar una mejor gestión que oriente los resultados hacia la obtención de una mayor productividad, un incremento de la rentabilidad, la competitividad y su sostenibilidad en el tiempo.

Para cumplir con el objetivo principal de este trabajo se inició por establecer que conocimiento tienen las mipymes metalmeccánicas de la Provincia del Tundama en materia de Responsabilidad social, para lo cual y de acuerdo al cuadro 1 se pudo observar que el 67.6% de las empresas tienen conocimiento de este modelo y el 32,4 % lo desconoce.

Cuadro 1. Conocimiento de lo que es la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas metalmeccánicas de la Provincia del Tundama.

Tamaño empresa	Si	No	Total
Micro	10	8	18
Pequeña	12	4	16
Mediana	3		3
Total	25	12	37
%	67.6	32.4	100

Fuente: Encuesta 2011

Teniendo en cuenta que la Guía 180 de responsabilidad social, se constituyó como una herramienta para las empresas que quieren estrechar las relaciones, generar fidelidad y satisfacción creciente en los stakeholders, esta a su vez se centra en proporcionar lineamientos para:

1. Establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión
2. Involucrar a las partes interesadas (stakeholders) en una gestión socialmente responsable.
3. Proveer los criterios mínimos para procesos voluntarios de verificación y auditoría ética y social, mejorando sistemáticamente el desempeño social de las organizaciones, y así determinar la sostenibilidad de las organizaciones en materia económica, ambiental y social.

Producto de lo anterior, mejora la capacidad de generar confianza pública y protege e incrementa la reputación de las organizaciones (ICONTEC, 2008).

Ahora bien, para establecer si las empresas metalmecánicas de la Provincia del Tundama, cumplen con el compromiso de responsabilidad social empresarial, es importante considerar ante quién tiene responsabilidad la empresa, como los inversionistas, el estado, los clientes, los colaboradores, los proveedores, los competidores y el medio ambiente.

En el caso de los accionistas, es importante determinar si la retribución es transparente y si la información que la gerencia les suministra es confiable. También la transparencia está basada en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales.

En el contexto de esta variable se evidencia en el cuadro 2, que el 80% de las micro, el 71,4% de las pequeñas y el 66,6% de las medianas empresas metalmecánicas aseguran transparencia en el manejo de las finanzas a través del manejo de la contabilidad.

Cuadro 2. Mecanismos mediante los cuales las empresas metalmeccánicas de la Provincia del Tundama aseguran transparencia en el manejo de las finanzas e información de su actividad económica.

Tamaño	Contabilidad	Auditoría interna	Revisoría Fiscal
Micro	80%	20%	0
Pequeña	71,4%	15,6%	13%
Mediana	66,6%	33,3%	0

Fuente: Encuesta 2011

La relación con los clientes se ve reflejada en el trabajo por parte de las empresas en satisfacer las necesidades de estos. A la vez los clientes exigen un buen trato y el cumplimiento de sus expectativas así como el respeto por el medio ambiente. Esto llevara a mantener buenas relaciones y confianza en la empresa.

Los clientes se consolidan como la razón de ser de la empresa, la obligación de las organizaciones se centra en brindar productos y servicios con altos estándares de calidad.

Por tal razón, en el marco de este estudio se definen cuáles son los mecanismos de que dispone la empresa para conocer y solucionar las insatisfacciones presentadas por los clientes. Al respecto, se puede precisar cómo se puede observar en el cuadro 3, que las micro empresas metalmeccánicas en un 70,6% le dan atención inmediata a las inconformidades presentadas por los clientes, las pequeñas en un 57,14% y las medianas en un 100%. De igual manera le dan importancia al servicio posventa en un 66,6% las medianas y un 28,57% las pequeñas y a las encuestas de satisfacción el 21,4% de las pequeñas empresas y el 66,6% de las medianas.

Cuadro 3. Mecanismos para conocer y solucionar las insatisfacciones presentadas por sus clientes, en las empresas metalmecánicas de la Provincia del Tundama.

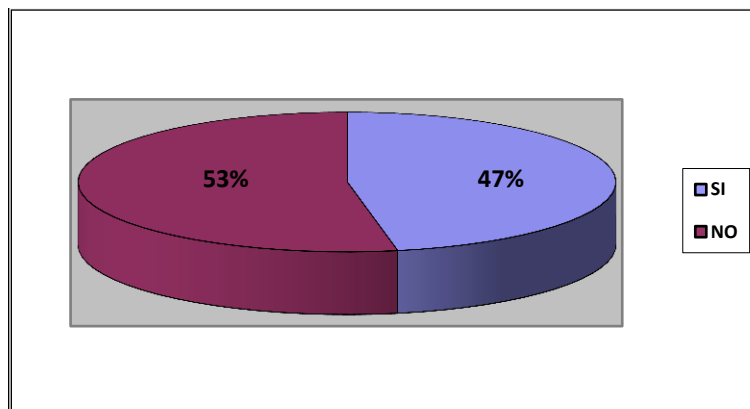
Tamaño	Atención inmediata a inconformidades	Servicio Postventa	Encuestas de satisfacción
Micro	70,6%	15,3%	0
Pequeña	57,14%	28,57%	21,4%
Mediana	100%	66,6%	66,6%

Fuente: Encuesta 2011

La manifestación de los principios y valores que mueven a la empresa, se ve reflejada en la confidencialidad que la empresa tiene sobre la información de sus clientes, además de una gestión y acción ética que es expuesta para un mejor entendimiento de los grupos de interés que conforman este entorno empresarial.

La confidencialidad en el manejo de la información de los clientes es un factor importante en las unidades metalmecánicas, como se refleja en la figura 1. Sin embargo, preocupa el hecho de que el 47% de estas empresas, no disponen de mecanismos para asegurar la confidencialidad de la información de sus clientes.

Figura 1. Disposición de mecanismos que permitan asegurar la confidencialidad de la información de los clientes en las empresas metalmeccánicas de la Provincia del Tundama.

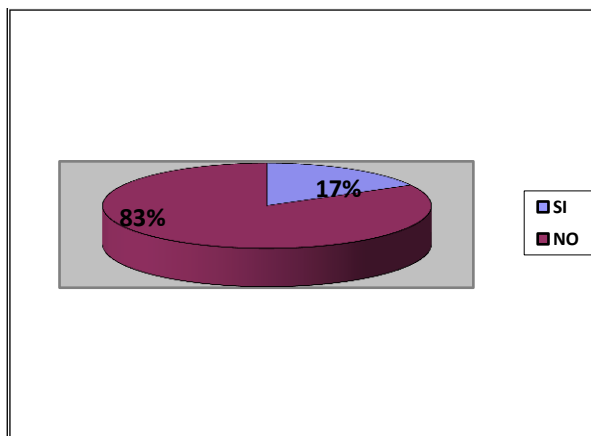


Fuente: Encuesta 2011

Llevar a cabo un plan de responsabilidad social requiere del trabajo sinérgico al interior de la empresa, donde todos los actores se sientan comprometidos e identificados con los propósitos planteados.

En el modelo de responsabilidad social empresarial los colaboradores juegan un papel muy importante, la empresa debe cumplir lo pactado y respetar los derechos contemplados en la constitución, uno de ellos tienen que ver con la asociatividad, la discriminación y el derecho al trabajo. En relación con este aspecto y como se puede observar en la figura 2, las empresas de la Provincia del Tundama en un 17 % fomentan la libre asociación, como derecho de los trabajadores.

Figura 2. Fomento a la libre asociación y castigo a la discriminación y el trabajo forzado en las empresas metalmecánicas de la Provincia del Tundama.



Fuente: Encuesta 2011

En el modelo de responsabilidad social empresarial también se tienen en cuenta los competidores. La relación que se establece entre empresas competidoras, al trabajador en conjunto puede producir un mayor impacto de sus prácticas de RSE que si trabajan individualmente.

Vale la pena resaltar que en este ítem las empresas metalmecánicas prefieren jugar limpio y evitar las prácticas desleales como se evidencia en el cuadro 4, donde la mediana, lo hace en un 100%, las pequeñas en un 85,71% y las micro en un 60,53% le prestan mayor atención a este aspecto.

Cuadro 4. Manejo de las relaciones con la competencia en las empresas metalmeccánicas de la Provincia del Tundama.

Tamaño	Evita Acciones restrictivas	Evita Acuerdos de precios	Evita Prácticas desleales
Micro	6,71%	32,76%	60,53%
Pequeña	0	14,28%	85,71%
Mediana	0	0	100%

Fuente: Encuesta 2011

En el escenario de la competitividad, la gestión ambiental es reconocida como uno de los factores más importantes, hecho que no se puede desconocer cuando uno de los objetivos de este estudio se centra en generar condiciones de sostenibilidad y crecimiento en las unidades de producción metalmeccánica. La responsabilidad social se centra en hacer que las actividades que desarrolla la empresa no contaminen ni degraden el espacio físico en el que ejerce su actividad, por otro lado las acciones de responsabilidad social se traducen en no contaminar el agua, controlar los residuos sólidos, controlar las emisiones de gases tóxicos y controlar el ruido.

Cuadro 5. Acciones que adelantan las empresas metalmeccánicas de la Provincia del Tundama.

Tamaño	Recolección Residuos	Reciclaje	Sistema Control ambiental	Ninguna
Micro	12,6%	0	0	87,4%
Pequeña	26,6%	21,4%	0	52%
Mediana	0	66,6%	33,3%	0

Fuente: Encuesta 2011

En relación con este ítem se pudo establecer que el 87,4% de las micro empresas y el 52% de las pequeñas no adelanta ninguna acción como se observa en el cuadro 5, sin embargo, algunas pequeñas empresas que están en proceso de certificación están tomando medidas para fortalecer este sistema de gestión, pues se pudo establecer que el 100% de las medianas, el 70,4% de las pequeñas y el 18,3% de las microempresas analizadas conocen el objetivo y contenido de las normas ISO 14000. En cuanto a la aplicación de éstas, se expresa en el cuadro 6, ya que solo un 66,6% de las medianas, el 71,4% de las pequeñas y el 15,3% de las micro las aplica parcialmente y solo un 33,3% de las medianas las aplica totalmente.

Cuadro 6. Conocimiento y aplicación de las normas ISO 14000 por las empresas metalmeccánicas de la Provincia del Tundama.

Tamaño	Conocen y aplican normas ISO	No conocen y aplican normas ISO	Aplicación Total	Aplicación parcial
Micro	18,3%	81,6%		15,3%
Pequeña	70,4%	29,6%		71,4%
Mediana	100%	0	33,3%	66,6%

Fuente: Encuesta 2011

Las empresas incorporan en sus acciones criterios de responsabilidad social para elegir a sus proveedores, ya que consideran el cumplimiento por parte de estos, un factor importante. Esto para mantener la coherencia de sus prácticas y las de sus socios comerciales. Además, otro factor importante es, el no establecer condiciones injustas y degradantes con las empresas proveedoras, para ello las unidades metalmeccánicas de la Provincia le dan importancia a la forma cómo se manejan estas relaciones.

Cuadro 7. Relaciones de las empresas metalmecánicas de la Provincia del Tundama con los proveedores.

	Evita negociaciones desiguales	Fija una posición dominante	Ninguna de las anteriores
Tamaño			
Micro	30,76%	0	69,23%
Pequeña	40,76%	0	59,24%
Mediana	100%	0	0

Fuente: Encuesta 2011

En cuanto a las relaciones que mantienen con sus proveedores las medianas empresas evitan negociaciones desiguales en un 100%, las pequeñas en un 40.76% y las microempresas en un 30.76%. Ningún tipo de empresa fija una posición dominante como se puede observar en el cuadro 7.

Con este análisis se pudo establecer como las empresas metalmecánicas de la Provincia del Tundama, han asumido la responsabilidad social como modelo donde se refleja la honestidad, transparencia, respeto y sostenibilidad, como patrones del comportamiento de la empresa.

1. 2.2.La Responsabilidad Social Empresarial, la gestión y la competitividad.

Stephen Robbins (2008), define la RSE como la obligación que va más allá de lo que requiere la ley la economía, para que una empresa persiga metas a largo plazo que sean benéficas para la sociedad, agregando también que hay que proteger el bienestar de la sociedad evitando prácticas que contaminen el medio ambiente.

La responsabilidad social incluye una serie de actividades entre las que se pueden mencionar entre otras: relaciones con la comunidad y los colaboradores, el desarrollo del producto y la responsabilidad implícita, legislación para no negociar con países donde no se respeten los derechos humanos y protección ecológica (Robbins, 2008).

De acuerdo a lo anterior, se ha establecido que la responsabilidad social empresarial conduce a que las empresas mejoren su nivel de competitividad, lo que ha llevado a pensar a la alta gerencia que esta práctica puede consolidarse en un buen negocio para las organizaciones, por cuanto si las empresas que adoptan la responsabilidad social en su estrategia empresarial, la sustentan de una manera consistente ante los entes gubernamentales o instituciones especializadas, pueden recibir no solo exenciones tributarias, sino subsidios, certificados y reconocimientos públicos que finalmente pueden llevar a la empresa a posicionarse y a adquirir beneficios económicos; razón que nos permite entender a la responsabilidad social empresarial como factor de competitividad.

Para Tomas Perdiguero y Andrés García (2005) la Responsabilidad Social Empresarial concierne a la totalidad de las relaciones de las empresas con los grupos participantes y podría desplegarse en cuatro niveles o dimensiones esenciales. Desde este punto de vista, en este trabajo se tuvieron en cuenta estos aspectos, los cuales fueron resumidos en el cuadro 8. Y sobre los cuales se efectuó un análisis para determinar el vínculo entre responsabilidad social empresarial y competitividad a nivel empresarial.

Cuadro 8. Relaciones de las empresas metalmeccánicas de la provincia del Tundama y los grupos participantes.

Nivel	Factores	Porcentaje De Empresas Metalmeccánicas
Primer Nivel	Responsabilidad en las relaciones con los trabajadores y la calidad del trabajo.	35%
Segundo Nivel	Responsabilidades que afectan a la calidad, seguridad y utilidad social de los productos.	84,6%
Tercer Nivel	La implicación comunitaria	40%
Cuarto Nivel	Actitud responsable, de honestidad e integridad de la empresa con los stakeholders.	70%

Fuente: La Autora.

De acuerdo a lo descrito en el cuadro 8 se pudo determinar:

En las empresas metalmeccánicas de la provincia del Tundama, sólo el 35% cuenta con una unidad de talento humano. Sin embargo, en el resto de las empresas se vienen adelantando esfuerzos por fortalecer los procesos de gestión humana, buscando con esto propiciar un ambiente organizacional adecuado que les permita a estas empresas potencializar su capital humano como factor competitivo.

En cuanto a las responsabilidades que afectan a la calidad, seguridad y utilidad social de los productos, el 84,6 de las unidades estudiadas dentro de sus objetivos contemplan la política de calidad, en ellos se presenta el compromiso de la organización con este aspecto. En este ítem es importante hacer referencia que dentro de la misión que tienen formulada la mayoría de las empresas metalmeccánicas, estas contemplan la calidad como un objetivo, es importante resaltar que aunque en varias de las empresas ya se ha adelantado el proceso de certificación el control de calidad, es una práctica que se lleva a cabo en varias de las operaciones del proceso.

Suele decirse que una empresa será competitiva si está ayudando a mejorar el nivel de vida de la población. Bajo esta óptica se puede establecer que en un 40 % de las empresas se ha venido mejorando su responsabilidad frente a la protección del medio ambiente. En el escenario de la competitividad, la gestión ambiental es reconocida como uno de los factores más importantes, hecho que no se puede desconocer cuando algunos de los objetivos se concentran en generar condiciones de sostenibilidad y crecimiento en las unidades de producción metalmeccánica. La responsabilidad social entonces, se centra en hacer que las actividades que desarrolla la empresa no contaminen ni degraden el espacio físico en el que ejerce su actividad, por otro lado las acciones de responsabilidad social se traducen en no contaminar el agua, controlar los residuos sólidos, controlar las emisiones de gases tóxicos y controlar el ruido.

Con este análisis se pudo establecer como en el 70% de las empresas metalmeccánicas han asumido la responsabilidad social como modelo donde se refleja la honestidad, el respeto y la transparencia, como patrones del comportamiento de la empresa.

Lo anterior, nos lleva a presumir que Los micro, pequeños y medianos empresarios de la rama de la Metalmeccánica de la provincia del Tundama, ya han venido interiorizando que ser competitivos significa ser mejor que los demás, y esto a su vez implica cambios, esfuerzos, constancia y mejoramiento continuo, e implementación de nuevos modelos de gestión, como

la RSE (Responsabilidad Social Empresarial), como estrategia que los orientará hacia el logro de la competitividad.

Conclusión

Una vez analizados los comportamientos de las empresas frente a los diversos stakeholders se concluye que en promedio el 60% de las empresas tienen actitudes responsables en su desempeño.

La RSE debe consolidarse más que como un compromiso, como una cultura, la cual debe arraigarse en todas las empresas para de esa manera, proyectarlas a la satisfacción de las necesidades y expectativas de los stakeholders, para que en un futuro cercano estas cuenten con mecanismos de apoyo que las induzca a ser competitivas.

Para el caso concreto de las Mipymes metalmecánicas de la provincia del Tundama se puede decir que una de las estrategias para alcanzar la competitividad, está en formular planes que tengan como propósito el mejoramiento y fortalecimiento de iniciativas de RSE que redunden en pro del bienestar social de las comunidades de su entorno.

Se considera que una de las mayores debilidades en la incursión del tema de responsabilidad social en las Mipymes metalmecánicas de la provincia del Tundama, estaría dada en el hecho de que la mayoría de estas empresas no contempla un área que desarrolle y gestione este concepto, dentro de su estructura formal.

Es evidente que las medianas empresas de la provincia de Tundama dice conocer el impacto de sus actividades sobre los diferentes stakeholders, pero es interesante observar que no tienen una metodología para medir dicho impacto, lo más fácil es la medición del impacto ambiental, pero no poseen herramientas que permitan evidenciar su trabajo bajo prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Bibliografía

Bernal, César. (2007) Introducción a la Administración de las Organizaciones. Editorial Pearson. 2007.

Comisión Europea Libro Verde (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.

Chavarria, Hugo y Otros. (2001). Factores no económicos de la competitividad. IICA, Bogotá.

Icontec (2008). Guía Técnica Colombiana (CGT) 180 de Responsabilidad Social.

León, C. y otros Gestión empresarial para Agronegocios, Edición electrónica. www.eumed.net/libros/2007c/318. 2007.

Mercado Ramírez (2007). Productividad base de la competitividad. Limusa. Noriega Editores. México.

Perdiguero, Tomás; García, Andrés (2005). La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial. PUV Publicaciones. Universitat Do Valencia. Valencia, España.

Robbins, Stephen. Administración. Editorial Mc Graw Hill. Madrid, España. 2008.

Yepes. Gustavo. (2007). Responsabilidad social empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. Universidad Externado de Colombia, Departamento de Publicaciones, Bogotá.