

**Análisis de metodologías para implementar responsabilidad social
empresarial en las pymes: una visión desde las pymes colombianas**

Maria Camila Sierra Cote

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-
Administración de Empresas
Bogotá
2014**

**Análisis de metodologías para implementar responsabilidad social
empresarial en las pymes: una visión desde las pymes colombianas**

Maria Camila Sierra Cote

**Director:
Gerardo Gonzalez Uribe
Administrador de empresas
Con estudios de especialización en finanzas y mercadeo**

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-
Administración de Empresas
Bogotá
2014**

Contenido

1. INTRODUCCIÓN	3
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
3. JUSTIFICACIÓN	5
4. OBJETIVOS	6
5. METODOLOGÍA	6
6. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	7
6.1 EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS INSTITUCIONALES DE RSE	8
6.2 ANTECEDENTES TEÓRICOS	10
6.3 ASPECTOS CONCEPTUALES	12
6.4 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA VISIÓN DESDE LAS PYMES	16
7. CARACTERIZACIÓN DE LAS PYMES COLOMBIANAS	18
8. ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS DE RSE	25
8.1 MODELO DE RSE PARA PYMES: INSTITUTO DE INNOVACIÓN SOCIAL DE BARCELONA	27
8.2 GUÍA METODOLÓGICA PARA IMPLANTAR PLANES DE ACTUACIÓN DE RSE EN LAS PYMES NAVARRAS: METODOLOGÍA InnovaRSE	29
8.3 GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE RSE PARA PYMES: ADEC Y BID-FOMIN ...	33
8.4 MANUAL PARA LA CONSULTORÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: CONFECÁMARAS Y BID-FOMIN	36
8.5 PASO A PASO PARA PYMES: SEBRAE - INSTITUTO ARGENTINO DE RSE .	38
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	44

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las decisiones al interior de las organizaciones dependen en gran medida del entorno económico general, también llamado entorno macroeconómico, el cual se basa en un sistema denominado competencia de libre mercado en donde la acción empresarial es movida por los incentivos pecuniarios de las utilidades netas. En este sentido, la racionalidad del empresario se encuentra influenciada por el modelo neoclásico, es decir, el empresario persigue unos fines netamente monetarios, donde los incrementos en la productividad contribuyen a alcanzar elevados niveles de competitividad. No obstante, esta concepción empresarial se contrapone a las iniciativas altruistas que implica la responsabilidad social de las organizaciones. Por tal motivo, es necesario explorar la manera más eficiente de armonizar los fines económicos de los empresarios con las acciones filantrópicas que requiere la implementación de la responsabilidad social.

De este modo, las empresas han encontrado en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) una manera diferente de armonizar su fin económico con aspectos sociales, éticos y medioambientales. Ello debido a que incorporar la RSE en todos los niveles éticos de la organización es fundamental para lograr una sinergia entre aspectos legales, éticos, morales, económicos y ambientales, así como para involucrar a todos los grupos de interés en las acciones responsables que desarrolle la empresa.

Hace algunas décadas sólo las grandes empresas realizaban y difundían acciones de Responsabilidad Social Empresarial, ello debido, en gran medida, a que las primeras iniciativas destinadas a su ejecución solían ser muy costosas. No obstante, la RSE ha comenzado a ser un elemento validado, no sólo por las grandes empresas, sino también por las pequeñas y medianas empresas (Pymes)¹. La razón de que en las Pymes se estén incorporando modelos de

¹ ENDERLE, Georges. Global competition and corporate responsibilities of small and medium-sized Enterprises. *In: Business Ethics*. 2004. Vol. 13, N° 1, p. 55.

gestión basados en la responsabilidad social es que estas organizaciones se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las economías de los países emergentes, debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza.

Por lo general, al abordar el tema de la RSE se descontextualiza de las condiciones socioeconómicas en que se desenvuelve la empresa y pocas veces se contempla que las condiciones estructurales de una organización determinan sus prácticas éticas. Lo anterior implica que a la hora de establecer pautas generales que permitan desarrollar la RSE no se pueden obviar las particularidades con las que cuentan las Pymes. Es decir, es necesario que las organizaciones realicen un análisis detallado de las posibles metodologías de implementación de RSE, ello con el fin de determinar cuál es la metodología que mejor se adapta a su organización.

En este orden, y partiendo de las características específicas de las Pymes colombianas, esta investigación tiene como objetivo *analizar las metodologías de implementación de sistemas de RSE, con el fin de establecer cuál es el que más se adapta a las Pymes colombianas*. Ello, debido a que se busca dar respuesta al siguiente interrogante: ¿cuál de las metodologías de implementación de un sistema de RSE en las Pymes se adapta para su aplicación en las Pymes colombianas?

Teniendo en cuenta lo expuesto con antelación, es preciso señalar que en el desarrollo de este trabajo se profundiza en el marco teórico y conceptual sobre la implementación de sistemas de Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones, pero específicamente en las Pymes. De igual forma, se determinan las principales características de las Pymes en Colombia. Así mismo, se identifican y comparan las metodologías para implementar RSE, estableciendo los elementos claves de cada una y los de confluencia. Por último, se presentan las

principales conclusiones y recomendaciones, en las cuales se relacionan las características de las Pymes con los elementos claves de cada metodología.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad el tema de la Responsabilidad Social Empresarial ha dejado de ser un aspecto de la gestión empresarial solo de las grandes empresas y corporaciones. La necesidad de un desarrollo sostenible obliga a las organizaciones a pensar no sólo en sus pérdidas y ganancias, sino también a revisar su balance social.

Cuando un gerente asume el reto de implementar su sistema de gestión de Responsabilidad Social Empresarial encuentra múltiples alternativas metodológicas. Sin embargo, cada organización es un mundo único y más aún las Pymes, que como su nombre lo indica son pequeñas, por lo cual los recursos son pocos para abordar procesos de este tipo. De este modo, es necesario que las organizaciones realicen un análisis detallado de las posibles metodologías de implementación de RSE, ello con el fin de determinar cuál es la metodología que mejor se adapta a su organización.

Partiendo de las características específicas de las Pymes colombianas, en esta investigación se busca dar respuesta al siguiente interrogante: ¿cuál de las metodologías de implementación de un sistema de RSE en las Pymes se adapta para su aplicación en la Pymes colombianas?

3. JUSTIFICACIÓN

Actualmente, existe un consenso claro de la necesidad de generar un desarrollo sostenible y del papel que juegan las empresas en la generación de un entorno favorable. Por tal motivo, las Pymes colombianas se ven abocadas a implementar

sistemas de gestión de RSE, de este modo, es necesario analizar detalladamente las metodologías existentes con el fin de determinar cuál hace el camino más expedito para que las Pymes colombianas logren ser socialmente responsables.

4. OBJETIVOS

Analizar las metodologías de implementación de sistemas de RSE, con el fin de establecer cuál es el que más se adapta a las Pymes colombianas. Esto se llevara a cabo por medio de una determinación de las principales características de las Pymes en Colombia, más adelante Identificaré y compararé las metodologías para implementar RSE, estableciendo los elementos claves de cada una y los de confluencia y por último se Correlacionaran las características de las Pymes con los elementos claves de cada metodología.

5. METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación es una investigación de tipo exploratorio y descriptivo. Inicialmente, fue exploratorio debido a que se indagaron documentos existentes sobre el tema lo cual permitió adquirir conocimientos precisos en el ámbito de estudio e identificar las características más importantes sobre las metodologías de implementación de la RSE en las Pymes. En el desarrollo del trabajo se realizaron las actividades que a continuación se relacionan.

- a.** Búsqueda y lectura de bibliografía.
- b.** Caracterización de las Pymes en Colombia.
- c.** Se establecieron las metodologías a estudiar, tomando como parámetros, el que sean propuestas por entidades de reconocimiento y diseñadas para Pymes. Estas metodologías se analizaron mediante las siguientes pautas:
 - Descripción de las mismas, determinando los factores claves.
 - Análisis de la relación de los factores claves de las metodologías con las características de las Pymes en Colombia.

- d. Edición del documento.
- e. Entrega del documento.

6. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Las decisiones al interior de las organizaciones dependen en gran medida del entorno económico general, también llamado entorno macroeconómico, el cual se basa en un sistema denominado competencia de libre mercado en donde la acción empresarial es movida por los incentivos pecuniarios de las utilidades netas. En este sentido, la racionalidad del empresario se encuentra influenciada por el modelo neoclásico, es decir, el empresario persigue unos fines netamente monetarios, donde los incrementos en la productividad contribuyen a alcanzar elevados niveles de competitividad. No obstante, esta concepción empresarial se contrapone a las iniciativas altruistas que implica la RSE. Por tal motivo, es necesario explorar la manera más eficiente de armonizar los fines económicos de los empresarios con las acciones filantrópicas que requiere la implementación de la responsabilidad social.

Teniendo en cuenta lo expuesto con antelación, es preciso profundizar en el marco teórico y conceptual sobre la implementación de sistemas de Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones, pero específicamente en la Pymes. Por tal motivo, a continuación se realiza una descripción de la evolución de las iniciativas institucionales de RSE, seguida de la presentación de los antecedentes teóricos más relevantes al respecto, todo ello para detallar los aspectos conceptuales que involucran definiciones sobre RSE, por último, se realiza un análisis de la RSE desde la visión de las Pymes, especialmente de las pequeñas y medianas empresas colombianas.

6.1 EVOLUCIÓN DE LAS INICIATIVAS INSTITUCIONALES DE RSE

Tradicionalmente, diversas instituciones de carácter internacional se han involucrado en el debate respecto al rol y la responsabilidad de las organizaciones ante su entorno local, regional y global. Bajo este marco, organismos como la Caux Round Table, fundado en 1986, se propuso reducir las tensiones en el comercio internacional y desarrollar relaciones económicas y sociales constructivas, para lo cual formuló los principios para los negocios éticos. En este mismo sentido, The Global Sullivan Principles of Social Responsibility, en 1997 desarrolló un código de conducta para preservar los derechos humanos y la igualdad de oportunidades por parte de las compañías.

Adicionalmente, iniciativas como el Pacto Mundial, promovida por las Naciones Unidas en 1999 y presentada en el Foro de Davós, adoptó como eje transversal la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y se planteó como objetivos el impulso de este aspecto dentro de las empresas y la inclusión del sector empresarial en la solución de los retos que plantea la globalización².

Más precisamente, el Pacto Mundial fue una iniciativa voluntaria lanzada en México en el año 2005 en la que las organizaciones se comprometieron a armonizar sus estrategias y operaciones con 10 principios aceptados a nivel mundial. Estos principios se concentraron en cuatro temas específicos, a saber: derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y la lucha contra la corrupción³. También es relevante señalar que debido a que las acciones empresariales responsables constituyen confianza y capital social, contribuyen al desarrollo social y favorecen los mercados sustentables, el Pacto Mundial se enfocó en el logro de dos propósitos fundamentales⁴:

² RUIZ, José. Diseño de modelo de responsabilidad social empresarial en pyme constructora araucana. Tesis de maestría. Colombia: Universidad Nacional de Colombia Sede Orinoquia, Facultad de Administración, 2013. p. 13.

³ GÓMEZ, Dilia. El Pacto Global de las Naciones Unidas: sobre la responsabilidad social, la anticorrupción y la seguridad. En: Revista Prolegómenos. Diciembre, 2011. Vol. 14, N° 28, p. 221.

⁴ Ibíd., p. 222.

1. Incorporar los diez principios en las actividades que realizan las empresas a nivel local, regional, nacional e internacional.
2. Diseñar y llevar a cabo planes de acción para promover prácticas empresariales éticas.

Por su parte, la Comisión de las Comunidades Europeas, mediante su *Libro Verde*, publicado en el año 2001, manifestó su preocupación por fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas⁵, a través del cual las compañías integren voluntariamente las preocupaciones sociales y medioambientales a sus operaciones comerciales.

Cabe anotar que la idea de Responsabilidad Social Empresarial fue gestada en los países industrializados, sin embargo, en la última década del siglo XX empezó a cobrar relevancia en América Latina⁶. Esto último debido a que se empezaron a crear organizaciones empresariales con el propósito de difundir y fomentar la responsabilidad social al interior de las compañías. En lo que corresponde a América se puede mencionar que el Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas (EMPRESA) es una red de organizaciones que promueve la RSE tanto en América del Norte como en América Latina. Inició sus operaciones en 1997 con 150 empresarios y líderes de diferentes regiones de las Américas, en 2009 se integraron 19 organizaciones que representan a sus respectivos países, reuniendo cerca de 3000 empresas multinacionales y locales⁷.

En el caso específico de Colombia se destaca el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE), que es una fundación sin fines de lucro, cuya misión es procurar el desarrollo humano sostenible mediante la promoción y

⁵ COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas, 2001. p. 3.

⁶ PULIDO, Alejandro y RAMIRO, Pedro. La responsabilidad social corporativa de las multinacionales españolas en Colombia. En: Revista El Ágora USB. Junio, 2010. Vol. 10, N° 1, p. 111.

⁷ RUIZ, Op. cit., p. 51.

divulgación de las mejores prácticas de RSE, con la finalidad de alcanzar el bienestar común dentro de una convivencia equitativa y justa⁸.

Lo expuesto en líneas anteriores reitera el planteamiento de Rodríguez⁹ respecto a que en América Latina se está creando una nutrida red de organizaciones no gubernamentales, dedicadas a la difusión y trabajo conjunto con las empresas en el tema de la RSE, especialmente en inversiones hacia la comunidad y la acción social. Adicionalmente, se confirma que en el actual contexto global las empresas no sólo se conciben como unidades económicas de producción de bienes y servicios, sino que también son valiosas instituciones para la sociedad debido a su capacidad para impulsar grandes innovaciones que posibilitan el desarrollo económico del entorno donde se ubican.

6.2 ANTECEDENTES TEÓRICOS

Una exhaustiva revisión de la literatura más selecta en cuanto a las perspectivas teóricas sobre Responsabilidad Social Empresarial permitió identificar los antecedentes teóricos más relevantes para su explicación. Con base en lo expuesto por Alvarado, Bigné y Currás¹⁰, a continuación se presenta una síntesis de las principales corrientes de pensamiento que han abordado la RSE.

Tabla 1. Antecedentes teóricos de la RSE

Corriente teórica	Autores	Descripción
-------------------	---------	-------------

⁸ *Ibíd.*, p. 53.

⁹ RODRÍGUEZ, Gisella. La responsabilidad social empresarial: el reto que enfrentan las empresas a nivel mundial y nacional. *En: Revista Desarrollo Gerencial*. Mayo, 2010. N° 2, p. 101.

¹⁰ ALVARADO, Alejandro; BIGNÉ, Enrique y CURRÁS, Rafael. Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. *En: Estudios Gerenciales*. Marzo, 2011. Vol. 27, N° 118, p. 120.

Teoría Integradora del Contrato Social	Robin y Reidenbach (1987)	Integración de la RSE y la ética en los procesos de planeación estratégica de marketing.
Teoría de la Agencia	Beliveau, Cottrill y O'Neill (1994)	Propuesta de un modelo integrador de tres perspectivas teóricas para predecir la respuesta social corporativa.
Teoría Institucional	Menon y Menon (1997)	Ambientalismo corporativo como estrategia de marketing.
Ciudadanía Corporativa	Maignan y Hult (1999)	Ciudadanía corporativa y beneficios económicos.
Visión Estratégica de la Firma	Lantos (2001)	El rol del marketing como líder en las actividades estratégicas de RSE.
Bien Común	Smith (2001)	El rol de la ética normativa en el marketing y la necesidad de desarrollar una teoría y directrices éticas para el marketing.
Teoría de la Propiedad	Coelho, McClure y Spry (2003)	Crítica a la asunción de responsabilidades sociales por parte de las empresas.
Teoría de la Firma	Quazi (2003)	Determinantes de la percepción de la RSE de los gerentes.
Teoría de los Grupos de Interés o Stakeholders	Maignan y Ferrell (2004)	Marco para integrar la RSE y el marketing basado en la teoría de los stakeholders.
Ética Aplicada a la Empresa	Vitell y Paolillo (2004)	Efectos de la percepción de los mercadólogos de la RSE y la ética sobre el desempeño general de la firma.
Desarrollo Sostenible	Svensson (2005)	Necesidad de revitalizar los límites del marketing a una perspectiva que permita incorporar los aspectos económicos, ecológicos y sociales.
Respuesta Social Corporativa	Luo y Bhattacharya (2006)	Relación entre RSE, satisfacción del consumidor y valor de mercado de la firma.
Teoría del Servidor	Meijer, De Bakker, Smit y Schuyt (2006)	Motivos de los directores holandeses para el otorgamiento de donaciones corporativas.

Fuente: elaboración propia con base en ALVARADO, BIGNÉ y CURRÁS (2011).

Si se tiene en cuenta el grado de desarrollo y de aplicación de las investigaciones llevadas a cabo por estas corrientes teóricas se pueden considerar varios niveles de clasificación. En el primer nivel se encuentran las corrientes de pensamiento clásicas o tradicionales, como por ejemplo, las teorías de la agencia o de la firma. Seguidamente se ubican las teorías en pleno desarrollo, como la teoría de los Stakeholders o grupos de interés. Por último, están las perspectivas teóricas emergentes, dentro de estas se destaca la ciudadanía corporativa.

A partir de lo anterior es posible evidenciar que la responsabilidad social no es algo novedoso en el ámbito teórico de la gestión empresarial, sino que ha estado

en constante evolución, ello como respuesta a los cambios ocurridos en aspectos como el bienestar privado, individual y social. Esta evolución también ha llevado a que las prácticas empresariales socialmente responsables, al asumir voluntariamente compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, sean consideradas un factor primordial para cubrir los vacíos del Estado y las imperfecciones del libre mercado, así como para elevar los niveles de desarrollo social, protección del medio ambiente y respeto por los derechos humanos¹¹.

6.3 ASPECTOS CONCEPTUALES

En la actualidad, incorporar la RSE en todos los niveles éticos de la organización es fundamental para lograr una sinergia entre aspectos legales, éticos, morales y ambientales, así como para involucrar a todos los grupos de interés en las acciones responsables que desarrolle la empresa. De este modo, las empresas han encontrado en la RSE una manera diferente de armonizar su fin económico con aspectos sociales, éticos y medioambientales.

Más precisamente, la RSE es concebida como una filosofía empresarial que define una nueva forma de hacer empresa, en donde se incorporan las preocupaciones económicas, sociales, ambientales y éticas de los grupos de interés en la gestión de los negocios¹². Así mismo, Rodríguez¹³ sostiene que la Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria que realiza una empresa - en su gobierno, gestión, estrategia, políticas y procedimientos- de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de

¹¹ VÉLEZ, Ana. Un recorrido hacia la Responsabilidad Social Corporativa. En: Revista Ciencias Estratégicas. Junio, 2011. Vol. 19. N° 25, p. 68.

¹² ESCOBEDO, María. La responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas - Pymes. Monografía de especialización. Colombia: Universidad de la Sabana, Facultad de Psicología, 2008. p. 1.

¹³ RODRÍGUEZ, Op. cit., p. 92.

interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones.

Bajo este contexto, el concepto de RSE refleja el interés de las compañías por involucrarse y contribuir a la superación de los problemas de desarrollo social, por tal motivo, implica un compromiso activo por parte de las empresas por generar acciones que garanticen la viabilidad de sus operaciones, la sostenibilidad de los entornos en los que desarrollan sus actividades y el bienestar común¹⁴. Para el logro de estos objetivos, las empresas deben promover estrategias que proporcionen beneficios mutuos y den respuesta a las expectativas de los grupos de interés internos y externos (accionistas, inversionistas, socios, empleado, proveedores, clientes, entidades públicas, comunidades cercanas, empresas del sector, entre otros).

En este mismo sentido, Navarro establece que “la Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso de las empresas con los valores éticos que dan un sentido humano a su empeño por el desarrollo sostenible, buscando una estrategia de negocios que integre el crecimiento económico con el bienestar social y la protección ambiental”¹⁵. Por lo tanto, la RSE hace alusión al mecanismo sobre el cual las organizaciones le retribuyen a la sociedad y al medio ambiente el beneficio que se extrae de los mismos, de tal manera que se genere desarrollo y se minimicen los impactos negativos presentados¹⁶.

Bajo este marco, la RSE no es más que la actitud responsable de las empresas con todos sus grupos de interés o stakeholders. Desde la perspectiva organizacional, la empresa socialmente responsable es un ciudadano corporativo que más allá de sus obligaciones legales, fundamenta su gestión en políticas, procedimientos y programas que inciden positivamente en la gente, el entorno y

¹⁴ ESCOBEDO, Op. Cit., p. 1.

¹⁵ NAVARRO, Fernando. Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica. 2 ed. España: Esic editorial, 2012. p. 43.

¹⁶ RUIZ, Op. cit., p. 27.

las comunidades en que opera¹⁷. Sabiendo esto Camejo y Cejas¹⁸ argumentan que una empresa es responsable cuando alcanza los siguientes aspectos:

- Ofrecer productos y servicios que respondan a necesidades de sus usuarios, contribuyendo al bienestar.
- Tener un comportamiento que vaya más allá del cumplimiento de los mínimos reglamentarios, optimizando en forma y contenido la aplicación de todo lo que le es exigible.
- La ética ha de impregnar todas las decisiones de directivos y personal con mando, y formar parte fundamental de la cultura de empresa.
- Las relaciones con los trabajadores han de ser prioritarias, asegurando unas condiciones de trabajo seguras y saludables.
- Se debe respetar con esmero el medio ambiente.
- Ha de integrarse en la comunidad de la que forma parte, respondiendo con la sensibilidad adecuada y las acciones sociales oportunas a las necesidades planteadas, atendíéndolas de la mejor forma posible y estando en equilibrio sus intereses con los de la sociedad.
- La acción social de la empresa es importante, pero evidentemente no es el único capítulo de la RSE.

En este orden, conviene resaltar que dentro de los instrumentos para evaluar y certificar a las empresas respecto a su desempeño ético y la responsabilidad social se destacan, entre otros, *el Accountability 1000 (AA 1000)*, difundido en 1999 por el Institute of Social and Ethical Accountability, con el objeto de mejorar la contabilidad social y ética de las empresas; la norma *Social Accountability 8000 (SA 8000)*, a cuyas certificaciones basadas en los modelos ISO agregaron nuevos elementos sobre auditoría social; la *Global Reporting Initiative*, que diseñó, en el

¹⁷ *Ibíd.*, p. 19.

¹⁸ CAMEJO, Armando y CEJAS, Magda. Responsabilidad Social: factor clave de la gestión de los recursos humanos en las organizaciones del siglo XXI. *En*: *Nómadas*. 2009. Vol. 21, N° 1, p. 137.

año 2002, una guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad y transparencia informativa en materia de responsabilidad social corporativa¹⁹.

Dentro de esta perspectiva, el enfoque sobre RSE plantea que para que una empresa sea competitiva y exitosa no sólo se debe concentrar en conseguir beneficios económicos, sino que además tiene que hacer compatible su labor productiva con una política que actúe en beneficio del entorno en el que desarrolla su actividad, basándose en principios como el respeto a los derechos humanos, la mejora de las relaciones con la sociedad que le rodea y el respeto al medio ambiente.²⁰

En suma, la RSE es un compromiso voluntario que está armonizado con los principios de la empresa y con el cumplimiento integral de la visión que se ha establecido tanto a nivel interno como a nivel externo. Todo ello, considerando las expectativas de los grupos de interés, contribuyendo a la construcción del bien común y demostrando el respeto por los valores éticos, por la gente, por las comunidades y por el medio ambiente.

Para el caso colombiano, la sensibilidad empresarial frente a los temas éticos se gestó a partir de la segunda mitad del siglo XX. De hecho, la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) afirma que la RSE ha estado presente en Colombia durante los últimos sesenta años, y que gracias a las iniciativas filantrópicas de diversos empresarios se han creado importantes instituciones de responsabilidad social²¹.

Finalmente, conviene resaltar que en Colombia la relación entre empresa y sociedad se ha convertido en prioritaria debido a la necesidad de las empresas colombianas de conseguir nuevos mercados mediante una estrategia de expansión global. Esta nueva relación con la sociedad incluye preocupaciones y acciones relacionadas con el desarrollo sustentable, la conformación de capital

¹⁹ RUIZ, Op. cit., p. 36.

²⁰ SAAVEDRA, María. La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas. En: Cuadernos de Administración. Diciembre, 2011. Vol. 27, N° 46, p. 42.

²¹ PULIDO y RAMIRO, Op. cit., p. 112.

social, la ética corporativa y la construcción de valor para actores sociales relacionados directa o indirectamente con la organización.

6.4 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: UNA VISIÓN DESDE LAS PYMES

Hace algunas décadas sólo las grandes empresas realizaban y difundían acciones de Responsabilidad Social Empresarial, ello debido, en gran medida, a que las primeras iniciativas destinadas a su ejecución solían ser muy costosas. No obstante, la RSE ha comenzado a ser un elemento validado, no sólo por las grandes empresas, sino también por las pequeñas y medianas empresas (Pymes)²². La razón de que en las Pymes se estén incorporando modelos de gestión basados en la responsabilidad social es que estas organizaciones se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las economías de los países emergentes, debido a su contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza.

Por lo general, al abordar el tema de la RSE se descontextualiza de las condiciones socioeconómicas en que se desenvuelve la empresa y pocas veces se contempla que las condiciones estructurales de una organización determinan sus prácticas éticas. Lo anterior implica que a la hora de establecer pautas generales que permitan desarrollar la RSE no se pueden obviar las particularidades con las que cuentan las Pymes.

Cabe anotar que todas las empresas cuentan con tres factores que condicionan sus acciones de responsabilidad social, las cuales son: el marco legal y político, las presiones sociales y la estructura del mercado. Sin embargo, Ruiz²³ argumenta que, adicional a estos determinantes, existen cuatro factores específicos de las

²² ENDERLE, Op. cit., p. 55.

²³ INSTITUTO INSA-E TEA. Manual de responsabilidad social para Pymes. Córdoba, España: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Córdoba, 2007. 22 p. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/13662598/RESPONSABILIDAD-SOCIAL-PARA-PYMES>

Pymes que deben ser tenidos en cuenta en cualquier propuesta para implementar prácticas de RSE. Estos aspectos propios de las Pymes se detallan en seguida:

Influencia competitiva de la gran empresa: muchos de los obstáculos que encuentran las Pymes al embarcarse en la RSE se relacionan con la presión que hacen sobre ellas las grandes empresas y abuso de poder de mercado.

Recursos limitados (humanos y económicos): las grandes inversiones con recuperación a largo plazo y la creación de departamentos especializados son elementos de la gran empresa para transmitir su perspectiva de RSE. Ello choca con la visión de corto plazo de las Pymes sobre la RSE, la cual se soporta en la limitación de recursos, lo cual se traduce en un modelo de gestión muy centrado en el día a día, alejado de los planteamientos de futuro de la gran empresa.

El ámbito reducido de actividad de muchas Pymes: la legitimidad y la reputación social pueden capitalizarse con el ejercicio de la RSE. Sin embargo, las Pymes, por sus características, no suscitan la misma desconfianza que la gran empresa, por lo cual no se hace necesaria la búsqueda del reconocimiento social como elemento defensivo o competitivo.

La necesidad de formación especializada: en general, la formación y la capacitación son asignaturas pendientes para las Pymes, contrario a lo que sucede con las empresas de gran tamaño.

Finalmente, cabe anotar que la importancia de la implementación de la RSE en las Pymes radica en que puede afectar a una cantidad importante de personas y se constituye como un elemento que eleva la rentabilidad y competitividad de las empresas, reportando beneficios no sólo financieros, sino que sociales, ambientales y económicos.

7. CARACTERIZACIÓN DE LAS PYMES COLOMBIANAS

En Colombia, el actual marco legal, específicamente la Ley 905 de 2004, define a la Pyme como toda unidad de explotación económica, realizada por una persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros: valor total de los activos expresado en salarios mínimos mensuales legales vigentes (smmlv) y número de trabajadores de la planta de personal²⁴. En la tabla 2 se resumen los criterios para que las organizaciones del segmento empresarial colombiano sean consideradas como Pymes.

Tabla 2. Parámetros para la clasificación de las empresas según tamaño

Tamaño empresarial	Total activos (smmlv)	Número de trabajadores
Microempresa	Hasta 500	Menor a 10
Pequeña	Superior a 500 y hasta 5.000	Entre 11 y 50
Mediana	Superior a 5.000 y hasta 30.000	Entre 51 y 200
SMMLV para el año 2012 = \$566.700		

Fuente: elaboración propia con base en la Ley 905 de 2004.

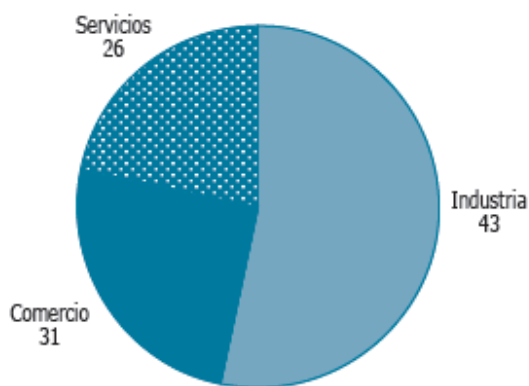
En la revista DINERO, en su versión digital del 12 de agosto de 2012, Santiago Baute, director en Colombia de Disitraining, empresa especializada en gestar el desarrollo humano y organizacional, reconoce que las Pymes del país deben superar los siguientes aspectos:

- La baja competitividad.
- La inmadurez en la gerencia.
- La falta de estrategias.
- El poco valor que se le da al recurso humano.
- La inconsciencia frente a aspectos claves de la empresa.
- La improvisación.

²⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 905 (2, agosto, 2004). Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Diario oficial. Bogotá, 2004. no. 45628. p. 1.

Tomando como referencia la Gran Encuesta Pyme²⁵ realizada en el primer semestre de 2014, pero que recoge información correspondiente al segundo semestre de 2013, en esta investigación se realiza un análisis detallado de los resultados más destacados en cuanto a la dinámica de las Pymes en Colombia. De este modo, se puede afirmar que las Pymes colombianas se distribuyen, según su actividad económica, en los sectores industria, comercio y servicios, con una participación de 43%, 31% y 26%, respectivamente. Esta distribución se presenta en el gráfico 1.

Gráfico 1. Distribución de las Pymes colombianas según sector (porcentaje)

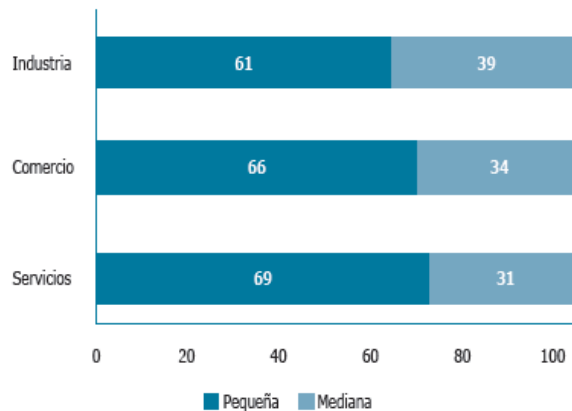


Fuente: Asociación Nacional de Instituciones Financieras (2014).

Así mismo, los resultados de la encuesta permiten observar que en cada uno de los sectores mencionados prevalecen las empresas pequeñas sobre las de tamaño mediano. Para el caso del sector industria, el 61% de las empresas son pequeñas y el 39% medianas. De las Pymes que realizan actividades del sector comercio el 66% son pequeñas y el 34% restante pertenecen al tamaño mediano. Esta dinámica no es ajena a las Pymes de servicios, donde el 69% son pequeñas y el 31% medianas. De este modo, en el gráfico 2 se muestra el comportamiento de las Pymes colombianas según sector y tamaño.

²⁵ ASOCIACIÓN NACIONAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS. La gran encuesta Pyme: informe de resultados. Colombia: ANIF, 2014. 142 p.

Gráfico 2. Distribución de las Pymes colombianas según sector y tamaño (porcentaje)



Fuente: Asociación Nacional de Instituciones Financieras (2014).

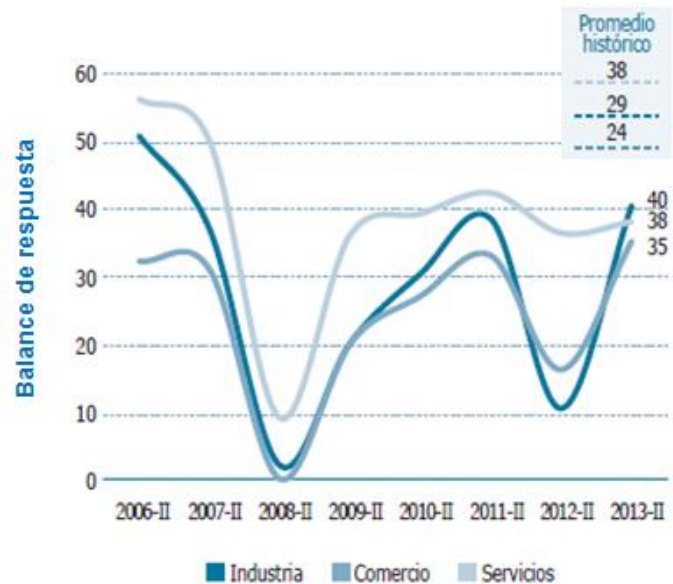
En general, los resultados de la Gran Encuesta Pyme reflejaron un comportamiento favorable en la percepción de los empresarios Pyme acerca de la evolución de sus negocios en el segundo semestre de 2013, para los tres macrosectores analizados. Por tamaño, las empresas medianas reportan una tendencia más positiva que sus pares pequeñas, aunque ambas experimentaron un ascenso importante en sus principales indicadores de desempeño. Cabe señalar que estos resultados van en línea con el buen ritmo en el crecimiento económico del país.

A partir de los resultados sectoriales es posible afirmar que la situación económica de las Pymes industriales mostró una notoria recuperación durante el segundo semestre de 2013, así, el *balance de respuestas*²⁶ de la pregunta sobre la situación económica de las Pymes industriales se ubicó en 40 puntos. Lo cual implica que el 50% de los empresarios encuestados manifestaron que el ambiente económico mejoró durante el segundo semestre de 2013, mientras que el 10% informó que su situación empeoró. De este modo, el 40% de los empresarios

²⁶ Corresponde a la diferencia entre las respuestas positivas y las negativas que proporcionaron los empresarios encuestados.

Pymes industriales percibió que en este periodo su situación económica se mantuvo igual (ver gráfico 3).

Gráfico 3. Situación económica de las Pymes colombianas según sector



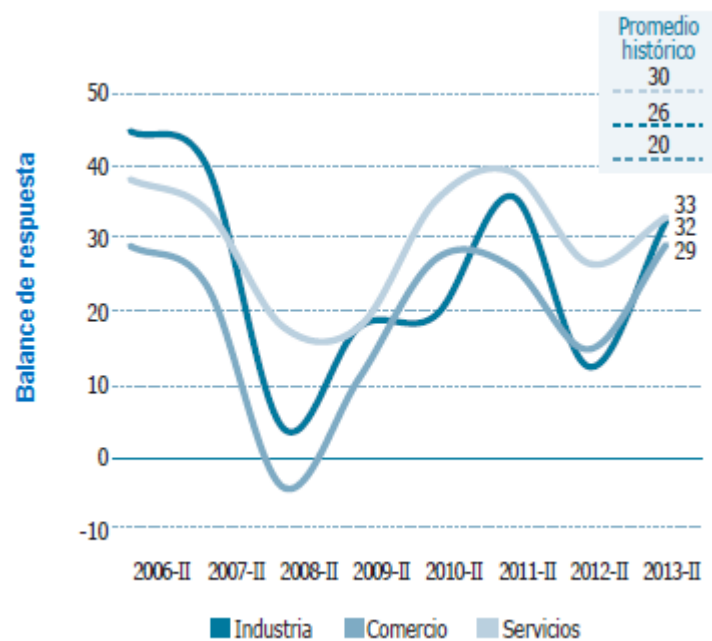
Fuente: Asociación Nacional de Instituciones Financieras (2014).

Entre tanto, los empresarios Pyme del sector comercio reportaron una percepción menos favorable con respecto a su desempeño económico en el segundo semestre de 2013, con un balance de respuestas de 35 puntos (ver gráfico 3), ello implica que el 46% de los empresarios reportaron un mejor escenario económico, el 11% un ambiente desfavorable y el 43% no registraron cambios considerables. En este mismo semestre, las Pymes de servicios fueron bastante optimistas respecto a su situación económica, puesto que el 49% de las empresas mejoraron su entorno económico, el 11% la empeoraron y el 40% la mantuvieron igual, para un balance de respuestas de 38 puntos (ver gráfico 3); este resultado es congruente con la tendencia macro que ha mostrado este sector en los últimos años.

Ahora bien, en cuanto a las ventas por sector, es notable la evolución que estas han tenido dentro de las Pymes industriales, de hecho, un 46% de los empresarios

industriales afirmó que sus ventas se incrementaron durante el segundo semestre de 2013, frente a un 14% que tuvo una percepción negativa, con lo cual el balance de respuestas se ubicó en 32 puntos (ver gráfico 4). El otro 40% de los empresarios industriales manifestó que en sus Pymes no hubo ningún cambio en las ventas.

Gráfico 4. Ventas de las Pymes colombianas según sector

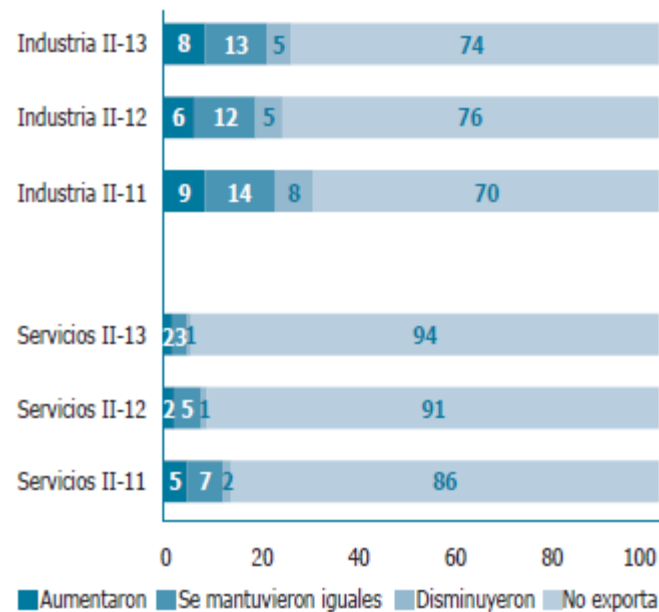


Fuente: Asociación Nacional de Instituciones Financieras (2014).

Para el total de Pymes comerciales el balance de respuestas en cuanto a las ventas mostró un comportamiento favorable al registrar 29 puntos en el segundo semestre de 2013, puesto que el 44% de estas empresas reportaron aumentos en las ventas, 15% disminución y 41% ventas iguales al periodo anterior. En cuanto al sector servicios, el 48% de las Pymes reportó un incremento en sus ventas en este semestre, 2 puntos porcentuales por encima de lo observado un año atrás, el 15% disminución y para el 37% restante no se produjeron cambios en las ventas, esto proporciona un balance de respuestas de 33 puntos (ver gráfico 4).

Los resultados de la encuesta también revelan los bajos niveles de exportación que han caracterizado históricamente a las Pymes colombianas, específicamente a las de los sectores industria y servicios. En concreto, durante el segundo semestre de 2013 el 74% de las pymes industriales y el 94% de las pymes de servicios no realizaron exportaciones. En este sentido, la dinámica exportadora de las pymes se puede observar en el gráfico 5.

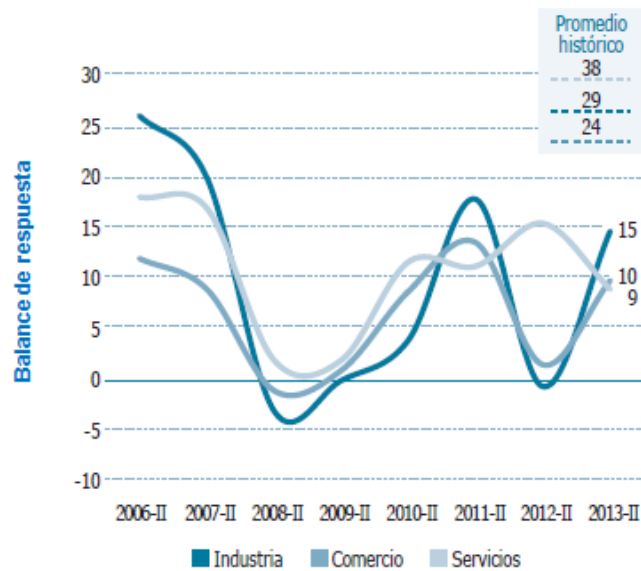
Gráfico 5. Exportaciones de las Pymes colombianas según sector (porcentaje)



Fuente: Asociación Nacional de Instituciones Financieras (2014).

En cuanto al empleo generado por las pymes se puede destacar que el sector industrial tuvo un repunte en el segundo semestre de 2013, ello gracias a que la proporción de empresas que generaron trabajos (26%) estuvo por arriba de la de aquellos que disminuyeron el número de trabajadores contratados (11%). Así, el balance de respuestas se ubicó en el plano positivo (15 puntos), evidenciando el mejor desempeño entre los tres macrosectores (ver gráfico 6). No obstante, el otro 63% de las pymes industriales no contribuyeron a la generación de empleo.

Gráfico 6. Empleo de las Pymes colombianas según sector

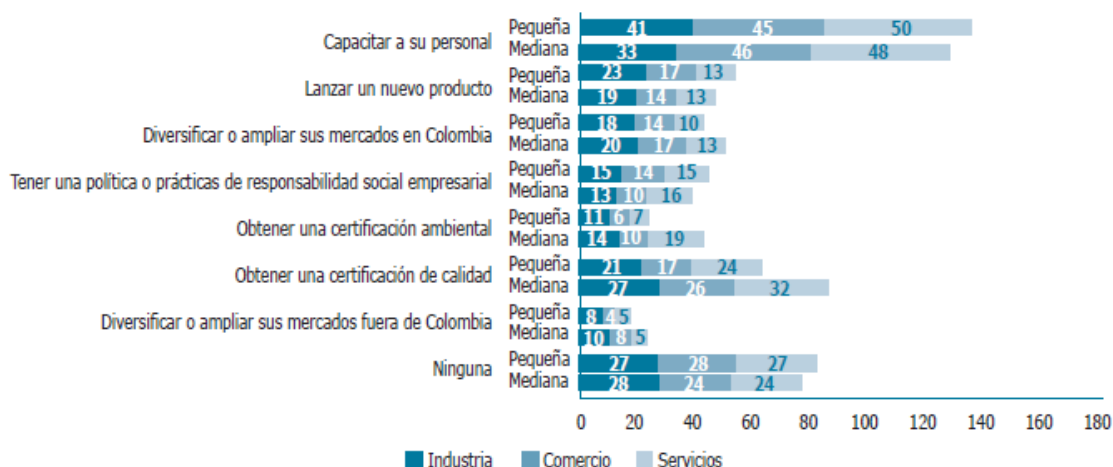


Fuente: Asociación Nacional de Instituciones Financieras (2014).

Por su parte, la recuperación de la actividad económica del sector comercio tuvo un ligero impacto positivo sobre la generación de empleo en este sector durante el segundo semestre de 2013. En efecto, mientras que el 66% de las Pymes de comercio mantuvo el número de trabajadores constante, el 22% lo incrementó y el 12% lo redujo. Lo anterior llevó a un crecimiento en el balance de respuestas de esta pregunta, el cual pasó de 2 en el segundo semestre de 2012 a 10 en el mismo semestre de 2013 (ver gráfico 6). De otra parte, el sector servicios se destaca por ser el único en donde el porcentaje de empresas que crearon empleos cayó a partir del segundo semestre de 2012, así, en el segundo periodo de 2013 el 22% de estas Pymes incrementó su planta de personal, el 65% la mantuvo igual y el 13% la redujo, esto generó un balance de respuestas a la pregunta sobre empleo de 9 puntos (ver gráfico 6).

Con este panorama en mente, conviene resaltar las acciones de mejoramiento que se desarrollaron en las Pymes colombianas durante el segundo semestre de 2013. En el gráfico 7 se muestran las estrategias que implementaron las pymes de cada actividad económica para incrementar su competitividad.

Gráfico 7. Acciones de mejoramiento de las pymes colombianas (porcentaje)



Fuente: Asociación Nacional de Instituciones Financieras (2014).

En consecuencia, el porcentaje de Pymes que realizaron alguna acción fue, en promedio, del 74% para los tres macrosectores en el segundo semestre de 2013. Por tamaño, se observa que cerca del 75% de las empresas medianas realizó al menos una acción de mejoramiento, mientras que este porcentaje en las empresas pequeñas llegó al 73%. Esto demuestra que las Pymes han sostenido elevados niveles de inversión en acciones que buscan consolidar estrategias favorables para la consecución del éxito empresarial, dentro de estas acciones se destacan: capacitar al personal, obtener certificaciones ambientales y de calidad, lanzar nuevos productos, diversificar o ampliar sus mercados dentro y fuera de Colombia y tener políticas de Responsabilidad Social Empresarial.

8. ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS DE RSE

En la revisión bibliográfica sobre las metodologías para implementar RSE en las Pymes, se accedió al documento preparado por la Unidad de Cooperación Nacional e Internacional de COMFAMA, titulado “Estado del arte con respecto al movimiento de difusión, normalización y certificación de la responsabilidad social a

nivel mundial”²⁷ de agosto de 2007, en el cual se presenta una compilación de normas, estándares y mejores prácticas de RSE. Este documento solo refiere como única norma o guía de referencia -dirigida exclusivamente a las Pymes- los manuales “Paso a paso para Pymes” e “Indicadores RSE para Pymes” elaborados por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE) en convenio con el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social y el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) de Brasil, hechos con base en 20 experiencias empresariales concretas de Pymes argentinas en el marco de una política integral de RSE.

Se encontraron múltiples documentos guías para la implementación de RSE de Pymes, en los cuales se pudo observar el constante esfuerzo del BID-FOMIN por desarrollar -mediante proyectos de cooperación- manuales guías que facilitan estos procesos, en Colombia con CONFECAMARAS, en Paraguay con la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) para todas las personas que trabajan en el sector de las pequeñas y medianas empresas.

Igualmente, se encontraron las metodologías desarrolladas en España por Marc Vilanova y Marta Dinarès del Instituto de Innovación Social de Barcelona y en Navarra la Guía Metodológica para Implantar Planes de Actuación de RSE en las Pymes Navarras resultado del proyecto “Ecoinnovación y Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes Navarras - EcoinnovaRSE”.

Se estudio la norma ISO 26.000, si bien está orientada a empresas en general y no específicamente para Pymes, es un referente de suma importancia a tener en cuenta.

²⁷ UNIDAD DE COOPERACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE COMFAMA. Estado del arte con respecto al movimiento de difusión, normalización y certificación de la responsabilidad social a nivel mundial. Colombia: Caja de Compensación Familiar, 2007. 72 p. Disponible en: http://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/sites/default/files/Estado_del_arte_con_respecto_al.pdf

8.1 MODELO DE RSE PARA PYMES: INSTITUTO DE INNOVACIÓN SOCIAL DE BARCELONA

En el año 2009 Vilanova y Dinarès²⁸ plantearon un modelo de RSE para Pymes, ello con el objetivo de que sirva como mecanismo para hacer frente al reto de aplicar y de gestionar una estrategia de RSE en el contexto específico de las Pymes. Este modelo parte de los diferentes instrumentos y marcos existentes, como la Global Reporting Initiative, el Global Compact o el modelo del Instituto Ethos, pero teniendo en cuenta los valores de las Pymes y centrándose en los principales grupos de interés que las afectan.

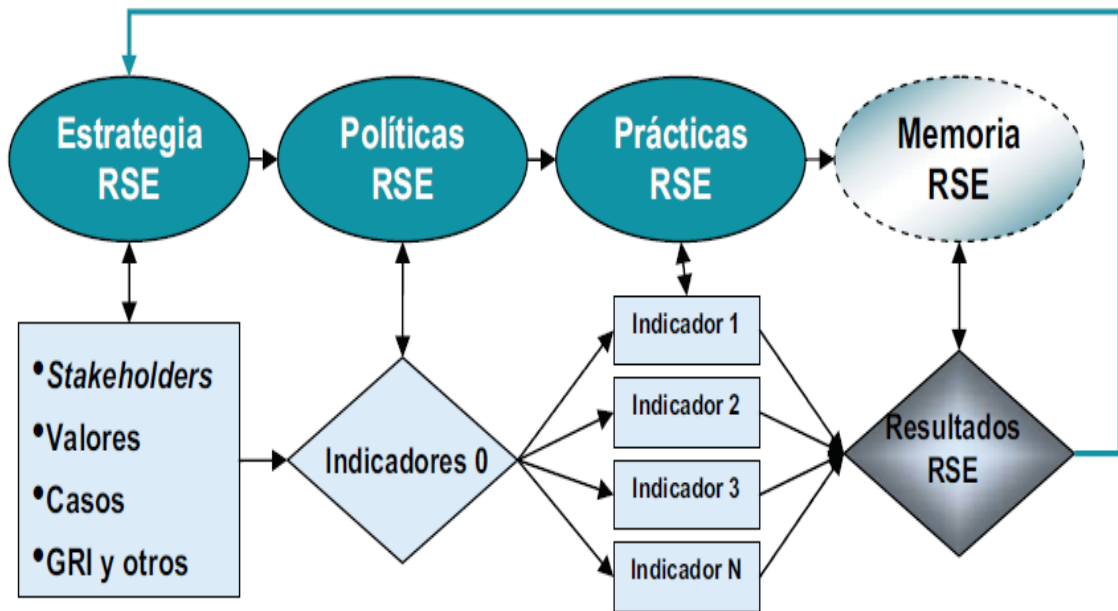
Específicamente, el modelo propone una aplicación progresiva en tres fases, donde cada una de las tres fases incrementa el grado de profundidad en el análisis de determinados aspectos respecto de la fase anterior, en relación con el número y la complejidad de los indicadores que se han de medir y gestionar. Así, el modelo se adapta gradualmente al nivel de implementación de la RSE en la empresa, así como a la naturaleza, la dimensión y el sector. Este sistema permite una gran flexibilidad del modelo y, por ende, una gran adaptabilidad a la realidad de cada Pyme. De este modo, la aplicación de este modelo de RSE pretende facilitar a las Pymes la consecución de cuatro grandes objetivos:

1. Entender qué ámbitos o temas de la RSE tienen más impacto en cada Pyme.
2. Valorar cuáles de estos ámbitos tienen mayor relevancia dentro de cada Pyme.
3. Analizar cuáles de estos ámbitos de impacto afectan a cada stakeholder de la Pyme.
4. Proponer un mecanismo que permita a la Pyme informar externamente de las políticas de RSE y gestionar internamente su desarrollo.

²⁸ VILANOVA, Marc y DINARÈS, Marta. Gestión de la responsabilidad social de la empresa (RSE) en las pymes: modelo de indicadores de RSE para pymes. Barcelona: Instituto de Innovación Social, Universitat Ramon Llull, 2009. p. 10.

Es decir, el modelo propone identificar los principales factores clave de la RSE para las pymes mediante el uso de indicadores que tengan impactos sociales, medioambientales y económicos para cada uno de los grupos de stakeholders clave de la empresa. El proceso para la gestión de la RSE mediante este modelo se muestra en la figura 1.

Figura 1. Diagrama descriptivo del modelo de RSE para Pymes



Fuente: VILANOVA y DINARÈS (2009).

En primer lugar, se propone un marco que permite a la Pymes definir una estrategia concreta de RSE. En segundo lugar, los indicadores, divididos por cada stakeholder afectado y por el tipo de impacto (social, económico o medioambiental), permiten a la empresa identificar los ámbitos en los que es necesario desarrollar políticas concretas de RSE. En tercer lugar, la batería de indicadores específicos tiene un objetivo muy concreto: ayudar a medir y a gestionar las prácticas concretas de RSE en la empresa.

Por último, es importante señalar que los indicadores específicos permiten que la empresa pueda ver cuáles son los resultados obtenidos a través de la aplicación de las políticas de RSE. Por último, la empresa puede utilizar los resultados para elaborar una memoria de RSE.

8.2 GUÍA METODOLÓGICA PARA IMPLANTAR PLANES DE ACTUACIÓN DE RSE EN LAS PYMES NAVARRAS: METODOLOGÍA InnovaRSE

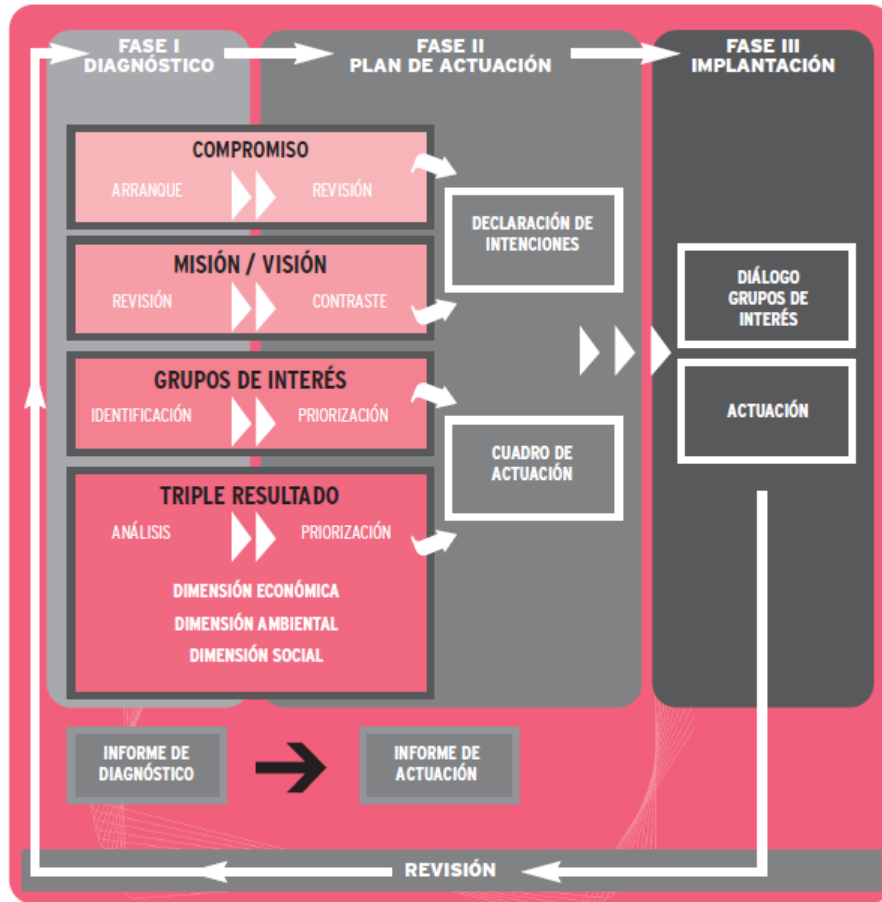
La metodología InnovaRSE es expuesta en la “Guía para la realización de diagnósticos RSE en Pymes de Navarra: diagnóstico de RSE”²⁹ y en la “Guía para implantar planes de actuación de RSE en las Pymes de Navarra: planes de actuación de RSE”³⁰.

Esta metodología tiene como propósito servir de herramienta para iniciar la incorporación de RSE en la Pymes, como parte de un proceso de mejoramiento continuo. Se desarrolla en tres fases: diagnóstico, plan de actuación e implantación. En estas fases se reflexiona y se trabaja con un enfoque de RSE en las dimensiones, económica, ambiental y social de la política de gestión de la organización.

²⁹ FUNDACIÓN CENTRO DE RECURSOS AMBIENTALES DE NAVARRA. Guía para la realización de diagnósticos RSE en Pymes de Navarra: metodología InnovaRSE, diagnóstico de RSE. Pamplona, España: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2010. 98 p. Disponible en: http://www.mas-business.com/docs/guia_diagnostico.pdf

³⁰ FUNDACIÓN CENTRO DE RECURSOS AMBIENTALES DE NAVARRA. Guía para implantar planes de actuación de RSE en las Pymes de Navarra: metodología InnovaRSE, planes de actuación de RSE. Pamplona, España: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2010. 72 p. Disponible en: http://www.mas-business.com/docs/Guia_Planes_Actuacion_InnovaRSE.pdf

Figura 2. Fases de la metodología InnovaRSE



Fuente: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (2010).

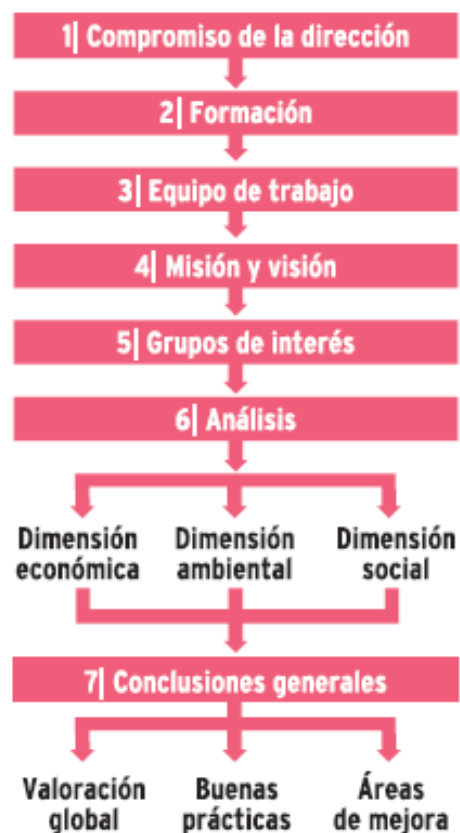
FASE 1. Diagnóstico.

En esta fase inicial se enfatiza en el compromiso de la dirección y/o de los dueños y en unos criterios muy importantes para iniciar un proceso de implementación, tales como:

- Son acciones ligadas al negocio y a la estrategia de la empresa.
- Son acciones voluntarias.
- Son acciones que tienen en cuenta las opiniones de los grupos de interés de la Pyme.
- Son acciones de carácter público.

Con el diagnóstico se obtiene una aproximación de cómo está la empresa con respecto al tema de la RSE, en cuanto a fortalezas y debilidades, a una visión clara y compartida, necesidades de formación y áreas de mejora, que permitan formular un plan de actuación que responda a las necesidades reales. A continuación se presenta un esquema que permite visualizar el proceso de diagnóstico.

Figura 3. Proceso de diagnóstico



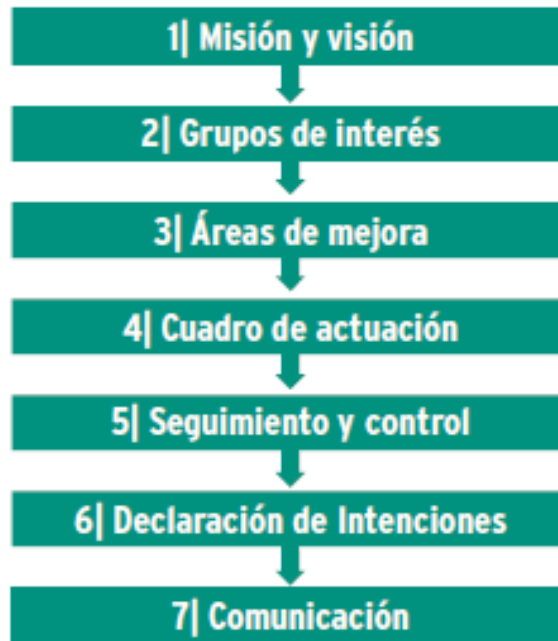
Fuente: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (2010).

FASE 2. Plan de actuación.

Esta fase comprende aspectos tales como la revisión de la misión y la visión de la empresa, los grupos de interés, la actualización y priorización de las áreas de mejora, la definición de objetivos y acciones de mejora, el control y seguimiento

del plan y la elaboración de una Declaración de Intenciones en materia de RSE para la empresa. Este plan sigue el esquema que a continuación se presenta:

Figura 4. Esquema del plan de actuación



Fuente: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (2010).

FASE 3. Implantación.

Al finalizar el plan de actuación se deberá hacer un documento sencillo y claro para que sea revisado y aprobado por la alta dirección e incorporado a los documentos de planeación de la empresa. Es importante que se asigne un responsable de la implantación y seguimiento periódico y realimentación con el fin de continuar con el ciclo de mejora.

8.3 GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE RSE PARA PYMES: ADEC Y BID-FOMIN

La “Responsabilidad Social Empresarial: Guía de Implementación para Pymes”³¹ fue elaborada por la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) de Paraguay con el apoyo del BID-FOMIN.

Dentro de este marco la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) define a la RSE como una forma de gestión surgida del compromiso personal del empresario y de los miembros que integran la empresa, basada en valores éticos y sustentables tanto en lo económico, social como ambiental, donde se reconocen los intereses de los distintos públicos con los que se relaciona, como los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y las generaciones futuras.

Esta metodología trabaja los Indicadores ADEC-Ethos, organizados en siete ejes, a saber: valores, transparencia y gobierno corporativo, proveedores, público interno, medio ambiente, clientes o consumidores, comunidad y gobierno y sociedad.

EJE 1: Valores, transparencia

Indicadores:

- Compromisos éticos.
- Cultura organizacional
- Gobierno corporativo.
- Relaciones con la competencia.
- Balance social.

EJE 2: Proveedores

Indicadores:

³¹ ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS CRISTIANOS. Responsabilidad Social Empresarial: Guía de Implementación para Pymes. Asunción, Paraguay: Asociación de Empresarios Cristianos, 2009. 67 p. Disponible en: http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf

- Criterios de selección y evaluación de indicadores.
- Trabajo infantil en la cadena de proveedores.
- Relaciones en las cadenas de proveedores.

EJE 3: Público interno

Indicadores:

- Salud, seguridad y condiciones laborales.
- Valoración de la diversidad.
- Compromiso con el desarrollo profesional.
- Gestión participativa.
- Relaciones con sindicatos.
- Política de remuneración y beneficios.
- Compromiso con el desarrollo infantil.
- Clima laboral.
- Compromiso con el futuro de los niños.
- Comportamiento en los despidos.
- Plan de retiro.
- Relaciones con colaboradores

EJE 4: Medioambiente

Indicadores:

- El medio ambiente como compromiso empresarial.
- Prácticas de cuidado del medio ambiente.
- Impacto medioambiental.
- Sustentabilidad de la economía forestal.
- Minimización de los residuos.

EJE 5: Clientes consumidores

Indicadores:

- Consideraciones de la opinión del cliente.

- Reclamaciones.
- Marketing y comunicación
- Conocimiento y gerenciamiento de los daños potenciales de los productos y servicios.

EJE 6: Comunidad

Indicadores:

- Política de apoyo a la comunidad.
- Voluntariado y participación.
- Financiamiento de acciones sociales.
- Relaciones con organizaciones locales.

EJE 7: Gobierno y sociedad

Indicadores:

- Participación política.
- Contribución a las campañas políticas.
- Practicas anticorrupción.
- Participación en proyectos sociales gubernamentales.
- Construcción de ciudadanía.

El desarrollo de la metodología contempla tres momentos:

1. Evaluación del estado actual de la empresa, tomando como base los Indicadores ADEC-Ethos.
2. Presentación un listado de acciones que permiten conocer y valorar el alcance de cada uno de los 7 ejes.
3. Definición del plan de RSE para la empresa que será el fruto de la selección de acciones consideradas prioritarias por su urgencia, importancia y factibilidad de implementación.

8.4 MANUAL PARA LA CONSULTORÍA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: CONFECÁMARAS Y BID-FOMIN

El “Manual para la consultoría de Responsabilidad Social Empresarial”³² es producto del programa ComprometeRSE dentro del convenio de cooperación del BID-FOMIN con Confecámaras y, a través suyo, con las Cámaras de Comercio.

Dentro de este contexto, el programa ComprometeRSE define a la Responsabilidad Social Empresarial como un sistema de gestión que considera las expectativas de los grupos de interés, además de los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de la actividad empresarial. Por lo anterior, un sistema de gestión socialmente responsable debe enmarcar el accionar de las empresas desde su misión, visión y valores consensuados con el objetivo de hacerlos prácticos en el día a día.

Para el programa ComprometeRSE, la Responsabilidad Social implica las siguientes áreas:

- Dirección y gobierno corporativo
- Organización interna
- Medio ambiente
- Comunidad
- Proveedores y distribuidores
- Bienes y servicios

Este modelo de RSE propone cinco fases y diez estrategias, cada una con sus instrumentos, su método de aplicación y sus respectivos entregables. En cada estrategia se explica el cómo, el para qué y los resultados.

FASE 1. Requisitos y línea de base

³² BID-CONFECÁMARAS. Manual para la consultoría de Responsabilidad Social Empresarial. 2 ed. Colombia: Confecámaras, 2008. 107 p. Disponible en: http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2011/03/manual_rse_comprometerse.pdf

En esta primera fase se trata de indagar y comparar todas las condiciones que hacen posible el éxito del modelo de RSE. Entre otras, éstas son:

- La comprensión explícita de RSE que tiene la dirección.
- La medición de variables relacionadas con RSE y competitividad.
- Los niveles deseables de cumplimiento de los requisitos legales.
- La revisión o construcción de principios de RSE.
- La integración de estos principios de RSE dentro de las decisiones estratégicas de la empresa.
- El análisis del estado de las prácticas.
- La identificación, priorización e interacción con los grupos de interés.

FASE 2. Planeación

En esta segunda fase se trata de generar una planeación que permita el avance de la empresa para hacerse coherente y consecuente con sus principios de Responsabilidad Social. Sus procesos son:

- Caracterización de las prácticas de RS que tiene la empresa.
- Conocimiento de los grupos de interés.
- Definición de políticas y estrategias con esos grupos de interés.
- Planeación de las acciones para mejorar el desempeño en RSE.

FASE 3. Implementación

En esta tercera fase lo que se ha planeado se lleva a la acción cotidiana de la empresa. Se pone especial atención a:

- Responsables de administrar el proceso.
- Procesos de formación que faciliten los cambios que se siguen de la planeación.
- Apoyo a través de las herramientas de comunicación interna y externa de la empresa.

FASE 4. Verificación

Esta fase consiste en evaluar los resultados en materia de responsabilidad social, que incluye el desempeño económico, social y ambiental de la empresa.

FASE 5. Aseguramiento

En esta última fase se realiza el proceso de construcción de planes de ajuste que permitan mejorar el desempeño de responsabilidad social de la empresa, contando con el aporte de realimentación de los grupos de interés, sobre el informe de sostenibilidad.

8.5 PASO A PASO PARA PYMES: SEBRAE - INSTITUTO ARGENTINO DE RSE

La guía “Paso a paso para Pymes”³³ parte de la definición de Responsabilidad Social Empresarial elaborada por el Instituto Ethos de Empresa Responsabilidad Social, el cual sostiene que la RSE es la forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

Esta guía contempla tres momentos para la implementación de la RSE en las Pymes:

1. Una reflexión inicial a partir de un cuestionario que le permitirá a la empresa entender que tan familiarizada está con el tema de la RSE, la cual se verá reflejada en las interacciones que mantenga la PYME con aspectos como:

³³ INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial: Paso a paso para Pymes. Córdoba, Argentina: Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, 2008. 96 p. Disponible en: file:///C:/Users/UserESCECO14/Desktop/83631_Indicadores-Pymes-Fusion.pdf

- Transparencia con que afronta sus obligaciones
- Proveedores
- Consumidores y clientes
- Comunidad
- Gobierno y sociedad
- Público interno
- Medio ambiente

2. Indicadores de Responsabilidad Social Empresaria para Pequeñas y Medianas Empresas:

la guía suministra un excelente cuestionario en los 7 temas que contempla el concepto de RSE y una ficha de evaluación con las respuestas del cuestionario y el cuadro de propuestas de acciones los cuales deberán ser compilados y documentados una vez al año, con el fin de contar con una referencia en cualquier momento del planeamiento diseñado para la construcción de los indicadores. El ejercicio de aplicación y análisis del cuestionario debe ser liderado por el dueño de la PYME, se sugiere se reúna un número representativo de personas vinculadas con la empresa en los diversos temas.

3. Análisis del desempeño: el cual contempla un análisis comparativo de desempeño por tema y un análisis del desempeño global.

- **Análisis comparativo de desempeño por tema:** se analiza la nota alcanzada por tema y se concluye el desempeño de cada uno de ellos, a partir del cual se diseña un plan de acción para priorizar los temas con las menores notas.
- **Análisis del desempeño global:** en éste análisis se debe tener en cuenta el Total General alcanzado por la suma de las notas de los temas de evaluación. La nota alcanzada posicionará la Pyme en su realidad con respecto a la RSE.

En el “Paso a paso para Pymes” se enuncian las directrices de la RSE, tomando en cuenta las 7 dimensiones enunciadas en el ítem 1:

1. Adopte valores y trabaje con transparencia
2. Valore a empleados y colaboradores

3. Aporte siempre más al medio ambiente
4. Involucre a socios y proveedores
5. Proteja clientes y consumidores
6. Promueva su comunidad
7. Comprométase con el bien común

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tradicionalmente, diversas instituciones de carácter internacional se han involucrado en el debate respecto al rol y la responsabilidad de las organizaciones ante su entorno local, regional y global. Bajo este marco, en América Latina se está creando una nutrida red de organizaciones no gubernamentales, dedicadas a la difusión y trabajo conjunto con las empresas en el tema de la RSE, especialmente en inversiones hacia la comunidad y la acción social.

Es posible evidenciar que la responsabilidad social no es algo novedoso en el ámbito de la gestión empresarial, sino que ha estado en constante evolución, ello como respuesta a los cambios ocurridos en aspectos como el bienestar privado, individual y social. En este orden, la RSE es un compromiso voluntario que está armonizado con los principios de la empresa y con el cumplimiento integral de la visión que se ha establecido tanto a nivel interno como a nivel externo.

En la actualidad, incorporar la RSE en todos los niveles éticos de la organización es fundamental para lograr una sinergia entre aspectos legales, éticos, morales, económicos y ambientales, así como para involucrar a todos los grupos de interés en las acciones responsables que desarrolle la empresa. De este modo, las empresas han encontrado en la RSE una manera diferente de armonizar su fin económico con aspectos sociales, éticos y medioambientales. Cabe resaltar que hace algunas décadas sólo las grandes empresas realizaban y difundían acciones de RSE, no obstante, la RSE ha comenzado a ser un elemento validado por las pequeñas y medianas empresas (Pymes).

Tomando como referencia la Gran Encuesta Pyme realizada en el primer semestre de 2014, pero que recoge información correspondiente al segundo semestre de 2013, se puede afirmar que las Pymes colombianas se distribuyen, según su actividad económica, en los sectores industria, comercio y servicios. Así mismo, los resultados de la encuesta permiten observar que en cada uno de los sectores mencionados prevalecen las empresas pequeñas sobre las de tamaño mediano. Los resultados de la encuesta también revelan los bajos niveles de exportación que han caracterizado históricamente a las Pymes colombianas, específicamente a las de los sectores industria y servicios.

Con este panorama en mente, conviene resaltar las acciones de mejoramiento que se desarrollaron en las Pymes colombianas durante el segundo semestre de 2013. Las Pymes han sostenido elevados niveles de inversión en acciones que buscan consolidar estrategias favorables para la consecución del éxito empresarial, dentro de estas acciones se destacan: capacitar al personal, obtener certificaciones ambientales y de calidad, lanzar nuevos productos, diversificar o ampliar sus mercados dentro y fuera de Colombia y tener políticas de Responsabilidad Social Empresarial.

En la revisión bibliográfica sobre las metodologías para implementar RSE en las Pymes, se accedió al documento de la Unidad de Cooperación Nacional e Internacional de COMFAMA, titulado “Estado del arte con respecto al movimiento de difusión, normalización y certificación de la responsabilidad social a nivel mundial” de 2007, en el cual se presenta una compilación de normas, estándares y mejores prácticas de RSE. Este documento se sustenta en los manuales “Paso a paso para Pymes” e “Indicadores RSE para Pymes” elaborados por el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE) en convenio con el Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social y el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE), realizados con base en 20 experiencias empresariales concretas de Pymes argentinas.

De igual forma, se encontraron múltiples documentos guías para la implementación de RSE de Pymes, en los cuales se pudo observar el constante esfuerzo del BID-FOMIN por desarrollar -mediante proyectos de cooperación- manuales guías que facilitan estos procesos. En Colombia se desarrolló el “Manual para la consultoría de Responsabilidad Social Empresarial” producto del programa ComprometeRSE dentro del convenio de cooperación del BID-FOMIN con Confecámaras. Mientras que la Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC) de Paraguay con el apoyo del BID-FOMIN elaboró la “Guía de Implementación de RSE para Pymes”.

Igualmente, se encontraron las metodologías desarrolladas en España por Marc Vilanova y Marta Dinarès del Instituto de Innovación Social de Barcelona y en Navarra la “Guía Metodológica para Implantar Planes de Actuación de RSE en las Pymes Navarras” resultado del proyecto “Ecoinnovación y Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes Navarras - EcoinnovaRSE”.

Con todo lo anterior queda claro que a la hora de establecer pautas generales que permitan desarrollar la RSE, no se pueden obviar las particularidades con las que cuentan las Pymes. Por tal motivo, a partir del análisis detallado de las principales metodologías de implementación de RSE, y teniendo en cuenta las características de las Pymes colombianas, se puede afirmar que por la complejidad de sus particularidades no es posible establecer una única metodología que se adapte a la implementación de la RSE, sino que es la complementariedad de los aspectos más relevantes de las metodologías analizadas lo que garantiza el éxito en la implementación de acciones socialmente responsables por parte de las Pymes colombianas.

Como bien se sabe, la cultura organizacional se fundamenta en los principios y valores que son compartidos por todos los miembros de la organización, los cuales determinan las actitudes y comportamientos frente a situaciones determinadas. Al pensar en la implementación de la RSE, sin lugar a dudas, la

cultura organizacional es un factor determinante del éxito. Así mismo, no podemos perder de vista que la cultura tiene sus raíces en la forma de pensar y actuar de los dueños y/o gerentes de las compañías, quienes juegan un papel importante en el moldeamiento de la cultura de su organización. Por lo anterior es fundamental el liderazgo, participación y compromiso de los dirigentes y/o dueños, en la implementación de estos procesos.

BIBLIOGRAFÍA

ALVARADO, Alejandro; BIGNÉ, Enrique y CURRÁS, Rafael. Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. En: Estudios Gerenciales. Marzo, 2011. Vol. 27, N° 118, p. 115-137.

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS CRISTIANOS. Responsabilidad Social Empresarial: Guía de Implementación para Pymes. Asunción, Paraguay: Asociación de Empresarios Cristianos, 2009. 67 p. Disponible en: http://www.empresa.org/doc/Libro_RSE.pdf

ASOCIACIÓN NACIONAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS. La gran encuesta Pyme: informe de resultados. Colombia: ANIF, 2014. 142 p.

BID-CONFECÁMARAS. Manual para la consultoría de Responsabilidad Social Empresarial. 2 ed. Colombia: Confecámaras, 2008. 107 p. Disponible en: http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2011/03/manual_rse_comprometerse.pdf

CAMEJO, Armando y CEJAS, Magda. Responsabilidad Social: factor clave de la gestión de los recursos humanos en las organizaciones del siglo XXI. En: Nómadas. 2009. Vol. 21, N° 1, p. 127-142.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 905 (2, agosto, 2004). Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Diario oficial. Bogotá, 2004. no. 45628. 14 p.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas: Comisión de las Comunidades Europeas, 2001. 35 p.

ENDERLE, Georges. Global competition and corporate responsibilities of small and medium- sized Enterprises. In: Business Ethics. 2004. Vol. 13, N° 1, p. 51-63.

ESCOBEDO, María. La responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas - Pymes. Monografía de especialización. Colombia: Universidad de la Sabana, Facultad de Psicología, 2008. 114 p.

FUNDACIÓN CENTRO DE RECURSOS AMBIENTALES DE NAVARRA. Guía para implantar planes de actuación de RSE en las Pymes de Navarra: metodología InnovaRSE, planes de actuación de RSE. Pamplona, España: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2010. 72 p. Disponible en: http://www.mas-business.com/docs/Guia_Planes_Actuacion_InnovaRSE.pdf

FUNDACIÓN CENTRO DE RECURSOS AMBIENTALES DE NAVARRA. Guía para la realización de diagnósticos RSE en Pymes de Navarra: metodología InnovaRSE, diagnóstico de RSE. Pamplona, España: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2010. 98 p. Disponible en: http://www.mas-business.com/docs/guia_diagnostico.pdf

GÓMEZ, Dilia. El Pacto Global de las Naciones Unidas: sobre la responsabilidad social, la anticorrupción y la seguridad. En: Revista Prolegómenos. Diciembre, 2011. Vol. 14, N° 28, p. 217-231.

INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial: Paso a paso para Pymes. Córdoba, Argentina: Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial, 2008. 96 p. Disponible en: file:///C:/Users/UserESCECO14/Desktop/83631_Indicadores-Pymes-Fusion.pdf

INSTITUTO INSA-ETEA. Manual de responsabilidad social para Pymes. Córdoba, España: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Córdoba, 2007. 72 p. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/13662598/RESPONSABILIDAD-SOCIAL-PARA-PYMES>

NAVARRO, Fernando. Responsabilidad Social Corporativa: teoría y práctica. 2 ed. España: Esic editorial, 2012. 437 p.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE ESTANDARIZACIÓN. Descubriendo ISO 26000: guía sobre responsabilidad social. Ginebra, Suiza: Organización Internacional de Estandarización, 2010. 8 p. Disponible en: http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf.

PULIDO, Alejandro y RAMIRO, Pedro. La responsabilidad social corporativa de las multinacionales españolas en Colombia. En: Revista El Ágora USB. Junio, 2010. Vol. 10, N° 1, p. 107-134.

RODRÍGUEZ, Gisella. La responsabilidad social empresarial: el reto que enfrentan las empresas a nivel mundial y nacional. En: Revista Desarrollo Gerencial. Mayo, 2010. N° 2, p. 86-117.

RUIZ, José. Diseño de modelo de responsabilidad social empresarial en pyme constructora araucana. Tesis de maestría. Colombia: Universidad Nacional de Colombia Sede Orinoquia, Facultad de Administración, 2013. 163 p.

SAAVEDRA, María. La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas. En: Cuadernos de Administración. Diciembre, 2011. Vol. 27, N° 46, p. 39-54.

UNIDAD DE COOPERACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE COMFAMA. Estado del arte con respecto al movimiento de difusión, normalización y certificación de la responsabilidad social a nivel mundial. Colombia: Caja de Compensación Familiar, 2007. 72 p. Disponible en: http://www.centroscomunitariosdeaprendizaje.org.mx/sites/default/files/Estado_del_arte_con_respecto_al.pdf

VÉLEZ, Ana. Un recorrido hacia la Responsabilidad Social Corporativa. En: Revista Ciencias Estratégicas. Junio, 2011. Vol. 19. N° 25, p. 55-74.

VILANOVA, Marc y DINARÈS, Marta. Gestión de la responsabilidad social de la empresa (RSE) en las pymes: modelo de indicadores de RSE para pymes. Barcelona: Instituto de Innovación Social, Universitat Ramon Llull, 2009. 66 p.