

GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE MEDELLÍN

Datos de los Autores

Claudia Helena Arias Alzate	claudiahe19@hotmail.com
Diana Cristina Ramírez Gómez	diagor9@yahoo.com
Sebastián Vásquez Arango	sebastianva@une.net.co

Asesor Temático

David Alberto Bedoya Londoño	dabedoy1@gmail.com
------------------------------	--------------------

GRADO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE MEDELLÍN

Obra de tal modo que los efectos de tu acción sean compatibles con la permanencia de una vida humana auténtica en la Tierra.

Hans Jonas. Principio de Responsabilidad.

Resumen

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un tema que se ha venido consolidando a nivel global y que dista enormemente de ser una moda *administrativa*. Las pequeñas empresas en Colombia, las cuales juegan un importante papel en la estructura económica del país, son las principales encargadas de reconocerse como parte del total de una comunidad, teniendo la obligación de ayudar a solucionar problemas sociales de importancia, crear ambientes laborales estables y agradables, detener la contaminación ambiental, el despilfarro de los recursos naturales, así como procurar por la promoción y divulgación de la cultura.

El objeto principal de las siguientes líneas es abordar el tema de la RSE desde una perspectiva general, para posteriormente identificar, con los resultados obtenidos de la encuesta realizada, el nivel de Responsabilidad Social que tienen las pequeñas empresas en Medellín.

Palabras claves

Responsabilidad Social Empresarial, Pequeñas Empresas, Stakeholders

Abstract

The Corporate Social Responsibility (CSR) is a subject that has been consolidating globally, and that far from being a tremendously administrative fashion. Small businesses in Colombia, which play an important role in the country's economic structure, are responsible for the main recognized as part of a community, taking an obligation to help solve social problems of importance, creating stable and pleasant work environments, stopping environmental pollution, waste of natural resources and ensure the promotion and dissemination of culture.

The main purpose of these lines is to address the issue of (CSR) from a general perspective, then identify with the results of the survey, the level of social responsibility that have small businesses in Medellín.

Keywords

Corporate social Responsibility, small businesses, stakeholders

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido ampliamente entendida, como la serie de donaciones e inversiones que hacen las empresas a la comunidad en la cual interactúan, dando a entender que la RSE se da en un nivel externo de la compañía y que involucra únicamente a una parte de sus stakeholder¹ (la comunidad); llevando a las empresas de menor tamaño, a ser simples espectadores del proceso de ser socialmente responsables.

Sin embargo, esto no es del todo cierto, la RSE va mucho más allá de la filantropía² empresarial o simple acción social; se puede considerar como un modelo de gestión empresarial, como una nueva filosofía administrativa, en la cual la empresa desarrolla diversas actividades o practicas para satisfacer las necesidades o requerimientos respecto a los principales grupos de interés con los que se relaciona, de manera equitativa, sin afectar la estabilidad de la compañía ni generar daño a los actores sociales. Es así, como hoy día no es suficiente ni adecuado hablar sólo de resultados financieros y de beneficios para los accionistas, porque la empresa es una organización socioeconómica que, además de producir bienes y prestar servicios para satisfacer necesidades y ganar dinero con ello, hace muchas otras cosas al tiempo: crea y difunde valores y patrones culturales, moldea y condiciona con fuerza la vida de las personas, impacta en el entorno medioambiental, finalmente, se convierte en un modelo y ejemplo para la comunidad,

Es así como la definición de la RSE representa un reto para quienes desean emprender un estudio sobre ésta o para las empresas que deciden aplicarla, debido a que el concepto ha sido relativo y abordado por académicos y empresarios desde diferentes ópticas (sustentándose en factores como el tamaño y estructura de las organizaciones, el carácter voluntario que involucra su aplicación o no, los diferentes impactos de las empresas en las comunidades, la legislación aplicable, los stakeholders, entre otros), llevando a concluir que no existe una definición exacta y excluyente sobre la RSE, como tampoco unas políticas o serie de prácticas para llevarla a cabo.

No obstante, la postura de RSE como filosofía empresarial, fue la que motivó la idea de investigar sobre el nivel de aplicabilidad de este concepto en las pequeñas empresas, las cuales se consideran hoy día el motor económico del país. Es necesario aclarar, que si bien con esta investigación no se logró solucionar el problema de desconocimiento y precariedad en actividades socialmente responsables, si permitió tener un diagnóstico del grado actual de RSE en las pequeñas organizaciones en Medellín, que servirá como precedente a futuras investigaciones, campañas o actividades que busquen generar conciencia de responsabilidad con la sociedad, además de aportar al debate que actualmente viene presentándose en torno al tema.

¹ Cualquier persona que puede resultar afectada por la realización de los objetivos de una organización, desde el punto de vista de la responsabilidad social de la empresa. Sean: socios, empleados, comunidad, consumidores, proveedores, gobiernos, sindicatos, entre otros.

² **Filantropía:** Puede entenderse como amor al género humano. Las acciones filantrópicas son múltiples y variadas, pero principalmente se vinculan con la donación de recursos económicos, entrega de tiempo personal (trabajo voluntario) o de conocimiento, u otras acciones concretas tendientes al mejoramiento de la condición humana. Preocupación y amor por el otro. Fuente: www.prohumana.cl

Filantropía Empresarial: Describe las contribuciones, donaciones en efectivo o en especie de las empresas en causas de caridad, instituciones educativas y otras organizaciones sin fines de lucro. Fuente: Roitter, Mario (1996), La razón Social de las Empresas, Buenos Aires, CEDES.

Por otra parte, la problemática de investigación tiene que ver con la ambivalente realidad donde las empresas desean incrementar diariamente sus ganancias, mientras que la comunidad, demanda la adopción de políticas en las que haya un equilibrio entre beneficios económicos privados e intereses sociales. De allí que la concepción tradicional de empresa, bajo la cual, la organización se considera un sistema cerrado que sólo vela por intereses particulares -de socios y accionistas-, sin tener en cuenta los intereses de las demás partes involucradas en ella, debe trascender a una concepción de organización conciente de que al determinar y ser determinada por el entorno, no debe desconocer sus responsabilidades, las cuales no son sólo económicas, sino también ambientales y sociales, tales como: el manejo adecuado de residuos, el mantenimiento de unas condiciones de trabajo seguras y saludables, colaboración a proyectos comunitarios, ofrecer productos y servicios de calidad a precios razonables, no emitir desechos contaminantes, difundir prácticas de buen gobierno, inculcar valores y comportamientos éticos, entre otros.

Como estrategia metodológica se implementó una encuesta en base al indicador Ethos del Brasil, el Manual de Autoevaluación del Instituto DERES de Uruguay y el Manual de Indicadores de Responsabilidad Social de Costa Rica.

Dentro de las líneas de investigación del programa de Contaduría Pública de la Universidad de Antioquia, la investigación se relaciona con el eje problémico Análisis Contable, más específicamente, en la línea “Análisis de Valor Agregado en las Organizaciones”, debido a que la RSE fortalece la imagen institucional, y por ende, su reputación social, sus relaciones de largo plazo y su credibilidad, lo que finalmente se traduce en la construcción de valor que beneficia no solo a los accionistas sino en general a todos los stakeholders.

Así mismo, es importante resaltar que si bien la investigación no se relaciona con la parte técnica contable, sí lo hace directamente con el Contador Público que tiene habilidades gerenciales y que ayuda a las empresas en las cuales presta sus servicios, a tomar decisiones que traigan beneficios económicos estables en el tiempo, lo cual se logra a través de la RSE, tal como quedará demostrado en el presente artículo.

De otro lado, es de aclarar que los debates sobre la RSE, han quedado estrechamente vinculados con el Balance Social como instrumento de medición de las relaciones de la compañía con su comunidad, y es allí, donde la participación del contador público se hace más activa, tanto por el aporte mismo que el profesional puede dar para su elaboración, como en el análisis de los efectos financieros de las políticas socialmente responsables implementadas por la organización.

1. CONCEPTO RSE

Actualmente, circundan en el mundo diversas expresiones que, para muchos, son sinónimos: Responsabilidad Social Empresarial, Responsabilidad Empresarial, Acción Social, Desarrollo Sostenible, Ética empresarial, Gobierno Corporativo y Filantropía empresarial. Para efectos de este artículo, se definirán y establecerán las diferencias entre algunos de estos conceptos y el de RSE; por ello, conviene aclarar por separado los términos que componen el concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

- Responsabilidad: “Es la virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones, respondiendo de ellas ante alguien. Responsabilidad es la capacidad de dar respuesta de los propios actos. Para que pueda darse alguna responsabilidad son necesarios dos requisitos:
 - *Libertad*: Para que exista responsabilidad, las acciones han de ser realizadas libremente. En este sentido, ni los animales, ni los locos, ni los niños pequeños son responsables de sus actos pues carecen de uso de razón (y el uso de razón es imprescindible para la libertad).
 - *Ley*: Debe existir una norma desde la que se puedan juzgar los hechos realizados. La responsabilidad implica rendir cuenta de los propios actos ante alguien que ha regulado un comportamiento.

El hombre responde de sus actos ante quien es capaz de dictarle normas, y esto sólo pueden hacerlo Dios (responsabilidad moral), uno mismo (juicio de conciencia) y otros hombres. A su vez, la responsabilidad ante los demás puede ser de varios tipos: responsabilidad jurídica (ante las leyes civiles), familiar-doméstica (ante la familia), laboral, etc.”³

Es así como la responsabilidad puede ser de dos formas: obligatoria o voluntaria. Ya sea porque es exigida por la ley, por alguien más o porque es dada por los valores sociales. Es decir, la responsabilidad que envuelve el concepto RSE, es aquella que va más allá de cumplir con las obligaciones legales adquiridas en materia laboral, tributaria o social; va más allá del simple “deber” para asumir responsabilidades surgidas de un compromiso sincero por encontrar soluciones realistas y prácticas que beneficien a una comunidad entera.

- Social: La sociedad a la que se refiere la RSE no sólo pone énfasis en la vinculación con el tercer sector, con la sociedad civil o con las ONG’s, sino que incide en el impacto socioeconómico de la empresa y las instituciones en las comunidades en las que operan. En otras palabras: la sociedad a la que se refiere la RSE no tiene que ver sólo con el apoyo a las clases desfavorecidas, sino con la capacidad de generar valor, riqueza y relaciones excelentes con los clientes, proveedores, empleados, medios de comunicación e instituciones (públicas y privadas) con las que se relacionan las compañías. ¿O acaso pensamos que un cliente, un empleado o un proveedor no es sociedad? Entendida así la palabra sociedad, se establece una clara diferencia entre la “S” que se esconde tras la RSE y la “S” que se esconde tras la Acción Social que será definida más adelante.
- Empresa: Es todo tipo de organización que tiene un objetivo y presta un servicio o produce y comercializa bienes; no sólo es la gran empresa multinacional y; por tanto, generan un impacto socioeconómico en la comunidad en la que están inmersas. ¿O es que un ente público, una PYME o incluso una ONG no puede aplicar los principios de la RSE? Si no se entiende así la palabra Empresa, se daría la paradoja que mientras a una compañía prestigiosa se le penaliza por un ejercicio no responsable de su actividad, un comportamiento semejante no sería relevante en el caso de una pequeña o mediana empresa.

Teniendo una visión general de los significados de cada uno de los términos que componen el todo, la RSE tiene que ver con la disposición de las empresas de asumir su compromiso con la sociedad,

³ La responsabilidad. <http://www.ideasrapidas.org/responsabilidad.htm> (5 de Mayo de 2007). S.D.

abarcando aspectos como: la “*forma en la que se generan los ingresos*” (ingresos sostenibles a largo plazo en todos los aspectos); con los “*procesos de gestión que tiene una organización para relacionarse con sus grupos de interés o stakeholders*” (gestión excelente de la compañía y de sus recursos); y con “*la capacidad de generar riqueza y bienestar en las comunidades en la que una compañía está desarrollando sus actividades*” (gestión comprometida con el entorno en términos de estabilidad, inversión o, en su caso, apoyo a determinadas causas).

En este concepto amplio de la RSE cabe la Acción Social (financiación de determinados proyectos en apoyo de las clases más desfavorecidas) y la Filantropía (apoyo financiero de causas nobles con fines altruistas) y cualquier otra cosa más. Pero la Responsabilidad Social Empresarial es algo más amplio y más difuso a su vez, porque sus límites no son nada precisos y tiene más que ver con la forma en la que se gestiona una organización, que con una función concreta más o menos reconocida dentro de una compañía.

De forma general, se podría decir que la Responsabilidad Social Empresarial es “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y la relación con sus interlocutores.” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003: 7).

Cabe aclarar la diferencia que existe entre Acción Social, Filantropía empresarial y RSE; y para esto, es conveniente precisar de entrada los dos primeros términos. La Real Academia Española define la filantropía como el amor al género humano, la filantropía empresarial trata, esencialmente, de la canalización de recursos monetarios –directamente o a través de una fundación- en forma de donaciones o para proyectos sociales tendientes al mejoramiento de la condición humana; es así como las empresas deciden destinar algo de sus recursos en beneficio de la comunidad, más allá de los empleos que generan, los impuestos que pagan, y los productos que venden. (Thompson, 2000) La acción social, por su parte, es la “dedicación de recursos empresariales a proyectos de desarrollo socioeconómico que apoyan a personas desfavorecidas, en las áreas de integración social, salud, educación, formación profesional y empleo.” (Fundación Empresa y Sociedad) Como se puede observar no existe mayor diferencia entre Filantropía Empresarial y Acción Social, ambas tienen que ver con la destinación de recursos –principalmente de tipo económico- para retribuir en parte a la comunidad el impacto socioeconómico que su actividad produce en ella. Hay quienes piensan que las empresas realizan, cada vez más, acciones filantrópicas con la finalidad de hacer relaciones públicas o publicidad, para promocionar la imagen o la marca de una empresa a través de campañas de marketing con causa⁴ u otras modalidades de patrocinio muy habituales para atraer a los consumidores (Porter y Kramer, 2003). Ahora bien, la RSE comenzó asociándose a la filantropía, lo que implicó que las empresas en nuestro medio insistan en asociar como “su gran logro” de responsabilidad social la filantropía, ya que eso es lo que muestran en sus informes sociales y daría a entender que sólo las grandes empresas pueden llevar a cabo prácticas y políticas de responsabilidad social empresarial. De tal manera que la filantropía constituye una parte de la RSE, que como se dijo anteriormente, es un concepto más amplio que abarca aspectos económicos, ambientales y sociales.

⁴ El marketing con causa es una herramienta mediante la cual una empresa se compromete a colaborar con un proyecto social a cambio de beneficios de imagen y por tanto económico o exclusivamente social.

La ética empresarial está muy ligada a la voluntariedad de la RSE, si las empresas únicamente buscan el beneficio económico sin importarles la consecuencia de sus actos -como violar las normas morales y legales convencionales-, muy probablemente, no aplicarán políticas y prácticas que mejoren las relaciones con los clientes, proveedores y trabajadores; y las condiciones ambientales y sociales de la comunidad, entre otros aspectos. Ya que esto representaría destinar esfuerzos y recursos que irían en contra del objetivo primordial de generar el máximo beneficio financiero a los accionistas. Por tanto, la ética es el estudio de lo que debería ser, de lo que es el bien máximo y de cómo se alcanza; la ética empresarial sería entonces, el estudio de la actividad empresarial a la luz de este criterio. Es decir, la ética debe formar parte del proceso de toma de decisiones de los directivos de las empresas, con el fin de definir las políticas y prácticas empresariales que beneficien de manera equitativa a las partes involucradas con la compañía.

Otros aspectos que son convenientes aclarar y están relacionados con el concepto de RSE son los stakeholders o grupos de interés y conflictos de interés.

Los *stakeholders* o grupos de interés son personas o grupos de personas que tienen sus propios intereses u objetivos dentro de la organización o tiene algún derecho sobre la misma. Estos grupos ejercen su presión, normalmente a nivel grupal más que de forma individual, para que la compañía considere y satisfaga sus objetivos y necesidades.

Se puede hacer una distinción entre los grupos de interés internos y los externos:

Los *stakeholders* internos ejercen su influencia o presión desde su posición interior de la empresa. Dentro de estos grupos, podemos identificar a:

- Accionistas: personas que proporcionan capital o recursos a la organización. Su objetivo principal es obtener beneficio o rentabilidad a sus inversiones.
- Alta dirección: personas que proporcionan sus habilidades y conocimientos, con el fin de obtener un buen salario, retribuciones no monetarias, prestigio y poder.
- Empleados: personas que proporcionan habilidades y capacidades, esperando a cambio una retribución justa, buenas condiciones de trabajo, seguridad y estabilidad en el empleo.

Los *stakeholders* externos ejercen su poder e influencia desde el exterior de la organización. Dentro de estos grupos localizamos a:

- Clientes: cuyo objetivo principal es obtener productos de buena calidad y un excelente servicio.
- Gobierno: cuya finalidad principal reside en asegurarse de que la compañía se mueva dentro del marco legal establecido y genera riqueza para la sociedad.
- Competidores: que lucharán por una competencia justa y leal.
- Proveedores: que tratarán de establecer una relación provechosa, estable y duradera con la compañía.
- Comunidades locales: van a fomentar y apoyar todas aquellas actuaciones de la empresa que generen valor o beneficio a la comunidad, y vigilar o evitar las actuaciones que puedan perjudicar o degradar a la misma.

Por otro lado, la satisfacción de los intereses de todos los grupos es inviable, ya que muchas aspiraciones van a ser incompatibles, o al menos van a generar conflictos. Por tanto, será necesario entablar negociaciones en las que intervengan todos los grupos de presión. La finalidad de las mismas será generar objetivos en los que se vean integrados todos los agentes. En el caso en que no

se consiga alcanzar dicha finalidad, siempre existirá un objetivo básico que agrupe a todos los grupos de presión como es la supervivencia de la empresa, para la cual se requiere generar beneficios a largo plazo. Esto es lo que se conoce como conflictos de interés.

2. REALIDAD DE LAS MIPYMES EN COLOMBIA

Las micros, pequeñas y medianas empresas colombianas constituyen un elemento clave de la estructura empresarial nacional; constituyen alrededor del 99% de los establecimientos y generan alrededor del 80% de los puestos de trabajo, el 52% se localiza en Bogotá, Antioquia, Valle y Cundinamarca (DNP y Mincomercio, 2007).

Jaramillo (2005), de otra parte, señala que las pequeñas y medianas empresas representan al menos el 90% del parque empresarial nacional, generan el 73% del empleo y aportan el 53% de la producción bruta de los sectores industrial, comercial y de servicios (Anif, 2003). De igual manera, representan el 31% de la inversión neta del país y participan con el 33% de las exportaciones, según datos suministrados por el Dane.

El Documento Conpes 3484 afirma que las Microempresas en particular se caracterizan por su alto nivel de informalidad entendida como el no cumplimiento de los requisitos exigidos por el Estado (54% no pagan impuestos, 42% no tienen contabilidad, 45% no tienen registro mercantil), baja asociatividad, la estrechez de los mercados que atienden, su bajo nivel tecnológico y de capital humano y limitado acceso a financiación del sistema financiero.

Las PYMES, por su lado, además de los problemas de informalidad debidos a los altos costos de operar formalmente, se caracterizan por su baja capacidad para innovar (escasa inversión y casi nula interacción con el Sistema Nacional Innovación (SIN)), el bajo uso de tecnologías de información y comunicaciones (TICs) (el sector empresarial muestra una baja utilización de los servicios de Internet para tareas productivas. Así mismo, el desarrollo del comercio electrónico es incipiente, con una participación apenas del 0.4% del total de Latinoamérica), el limitado acceso a fondos de financiación (el acceso a financiación mediante emisión de bonos o acciones, fondos de inversión u otros mecanismos aun es incipiente, la estructura básica de la deuda –el 73% de corto plazo– es: 33% crédito bancario, 28% crédito de proveedores, 16% utilidades reinvertidas, 8% *leasing*), diversos problemas de comercialización y aprovisionamiento (la mayoría de las empresas no conciben los mercados externos como una oportunidad), la limitada participación en el mercado de la contratación pública (DNP y Mincomercio, 2007).

Según un estudio realizado por FUNDES Colombia (2003), se identificaron cuatro grandes problemas que sufren los empresarios pymes: Deterioro de la economía en los últimos años, las dificultades en la consecución de recursos de financiamiento, el peso en los costos derivados de la estructura tributaria y la accesibilidad al mercado interno. Específicamente, en relación con los problemas de acceso al financiamiento, los dos componentes más importantes tienen que ver con las condiciones del crédito y la oferta de líneas de crédito. En efecto, el 67% de los empresarios manifestó que las condiciones de colocación de los créditos son demasiado restrictivas (tasa de interés, garantías, trámites y requisitos), mientras que el 23% calificó la oferta de líneas de crédito como problemática (escaso interés por financiar al sector, falta de información gubernamental, escasez de crédito para PYMES).

“De hecho, el grado y las características de la informalidad en la que subsisten las empresas agudizan los problemas de la relación con los intermediarios financieros ya que para los bancos no sólo puede resultar difícil tener una garantía que respalde una acreencia, sino que es más costoso adquirir información sobre un record de pagos de obligaciones en el pasado. Adicionalmente, para las pequeñas y medianas empresas, al igual que para las familias con ingresos escasos, la apertura y manejo de una cuenta de ahorros o corriente conlleva costos (la provisión de información, el costo mensual de administración que cobra el intermediario, los costos de depósito y retiro) que, en comparación con los bajos montos involucrados, pueden no justificar el uso de los servicios ofrecidos por los intermediarios.” (Sierra, 2007: 8)

3. VENTAJAS DE APLICAR PRÁCTICAS DE RSE EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

La implementación de acciones socialmente responsables trae numerosas ventajas para todo tipo de empresa, desde mayores ingresos, hasta la posibilidad de expandirse y abrirse a nuevos mercados; sin embargo, esto no es visto por el tipo de organizaciones que conservan la antigua filosofía de enriquecerse a costa del empobrecimiento de los demás, pero que están irremediamente destinadas a desaparecer, ya que el entorno demanda cada vez más el respeto a la dignidad humana y a un accionar dentro de los límites de sostenibilidad del medio ambiente.

Por lo anterior, cabe resaltar que tener una filosofía administrativa basada en la RSE, más que un costo para la organización, manifiesta su importancia en aspectos como:

- “La reputación adquirida por una organización, debido a su gestión social y ecológica, influye en el comportamiento de los clientes y posibles consumidores.
- Los profesionales cualificados aspiran trabajar y permanecer al servicio de empresas socialmente responsables.
- Cada vez más los inversionistas toman en cuenta el balance social para determinar su inversión.
- La implementación de la RSE permite la gestión estratégica algunos riesgos tanto internos como externos.
- Las iniciativas socialmente responsables ganan espacio en la atención pública a la vez que mejora su presencia en los medios de comunicación.” (Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo, 2004)

Paralelo a lo anterior, las pequeñas empresas se catalogan en el mundo en desarrollo, como organizaciones esenciales para la economía y la sociedad en general; siendo aún más importantes para un país como Colombia, donde su industria está compuesta principalmente por este tipo de compañías. Es por ello que practicar la RSE en estas empresas, se constituye en un imperativo para su competitividad y sostenibilidad, afortunadamente, gracias a su misma estructura posee mayores facilidades para su implementación:

- “Por su tamaño, es más sencillo adoptar enfoques flexibles. Al tener sistemas de Administración menos complejos que las grandes empresas, pueden invertir en gestionar su responsabilidad social sin demasiadas trabas.
- Forman parte natural de la cultura corporativa. Un claro ejemplo es que estas empresas suelen discriminar en menor cantidad a los empleados por razones de edad, que otras compañías.

- Suelen tener buena disposición para compartir experiencias y difundir mejores prácticas, trabajando en red con otras empresas o con asociaciones y gremios del sector.
- A diferencia de las grandes empresas la notoriedad pública o el posicionamiento de marca no suelen ser argumentos prioritarios para adoptar prácticas de responsabilidad social.
- Incrementa la competitividad y sostenibilidad de las empresas.
- Facilita el acceso al mercado financiero y asegurador.
- Condiciones más favorables para acceder a mercados internacionales.
- La empresa obtiene reconocimiento y diferenciación positiva en el mercado por adoptar prácticas de RSE a través de la calificación de riesgo corporativo.” (Cámara de Comercio de Cali.)

4. LA RSE EN LAS PYMES DE LATINOAMÉRICA

En Latinoamérica, las PYMES constituyen una pieza importante en el desarrollo de la economía de la región, éstas son las principales garantes del empleo y la generación de riqueza. Según Vives (2005), comprenden el 95% de las empresas de Latinoamérica y generan entre el 40% y 60% del empleo, asimismo, dependiendo del país, aportan entre un 30% y 50% al PIB.

Con lo anterior, en los últimos años las prácticas de RSE se han venido convirtiendo en un elemento esencial para la gestión de estas entidades por las destacables ventajas que la implementación de las mismas trae consigo, a la vez que propenden por la construcción de una mejor sociedad.

Un estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo –BID- , la consultora española IKEI Y FUNDES de Chile, sobre RSE en PYMES de Latinoamérica, muestra el alto grado de desconocimiento de la temática formal sobre este tema, constituyéndose en prueba de ello, la inexistencia de informes o metodologías que permitan la comparación entre diferentes regiones o tipos de empresas. Sin embargo, la investigación además mostró que en general “la gran mayoría de las empresas realizan actividades ligadas a la RSE, en diferentes grados de implantación, siendo las empresas de mayor tamaño, del sector de la manufactura, con actividad exportadora y que gozan de buena o muy buena situación económica, las que presentan mayores grados. Solamente un 3.5% de las PYMES latinoamericanas no desarrolla ningún tipo de actividad en el campo de la RSE.” (FUNDES Chile, 2003)

Al comparar los resultados de los diferentes países (Chile, Argentina, Venezuela, México, Colombia, Perú, El Salvador y Brasil), se encontró algunas diferencias debido al nivel de desarrollo y a la cultura propia de cada región. Así, Chile y Argentina son los países con mayores niveles de RSE en PYMES a nivel interno con el 66.2% y el 65% respectivamente, mientras que Perú y El Salvador ocupan los últimos puestos con el 46.5% y 43.9% respectivamente, los demás países presentan un comportamiento entre el 50% y 60%.

Estas tasas de participación muestran el carácter tradicional de la estrategia empresarial, en donde se manifiesta la importancia que se les da a los trabajadores y accionistas. Según la encuesta realizada, los principales aspectos que desarrollan las PYMES a nivel interno son: la conciliación trabajo-familia/igualdad de oportunidades, seguidos por salud/bienestar. No obstante, se evidencian algunas limitaciones en cuanto al cumplimiento de las obligaciones laborales.

En cuanto al nivel externo de la RSE, el estudio concluyó que el 40% de las PYMES no realizan ningún tipo de estas acciones y las que las realizan esporádicamente lo hacen más por concepciones religiosas y/o filantrópicas, y no bajo una concepción de responsabilidad social. Sin embargo, las empresas de mayor tamaño y capacidad económica tienen como incentivo los beneficios que pueden obtener en cuanto a promoción de imagen y prestigio.

Dentro del estudio se destacan como principales prácticas de RSE externas el apoyo a grupos desfavorecidos/marginados y a actividades educativas y formativas, en la mayoría de los casos a través de donaciones monetarias o de bienes y servicios. (FUNDES Chile, 2003)

En conclusión, el estudio afirma que las pequeñas empresas latinoamericanas poseen un nivel medio alto en cuanto a prácticas de RSE internas y un nivel bajo en relación a prácticas externas. Con respecto a lo anterior, algunas pequeñas empresas argumentan no poseer los recursos y conocimientos necesarios para implementar acciones de tipo externo, mientras que otras piensan que ser responsables es costoso, ya que implica la destinación de tiempo y dinero adicional al funcionamiento normal del negocio.

5. PROGRAMAS Y CERTIFICACIONES DE RSE EN COLOMBIA

En los últimos años en el país se han venido desarrollando múltiples campañas y programas en pro de la implementación de acciones socialmente responsables por parte de las empresas.

Hoy día existe un programa con un importante papel de promover prácticas de RSE en las pequeñas y medianas empresas, ComprometeRSE, el cual es cofinanciado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), quien actúa como Administrador del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), las Cámaras de Comercio de Bogotá, Cali, Medellín, Cartagena y Barranquilla y CONFECAMARAS como Organismo Ejecutor.

Este programa es importante, pues está trabajando de la mano con las PYMES afiliadas a las cámaras de comercio mencionadas, capacitando y dando a conocer la importancia de la incorporación de este concepto dentro de sus estructuras administrativas. Sin embargo, es aún muy desconocido por la gran mayoría de pequeñas empresas, lo que demuestra una falencia trascendental en cuanto a su difusión masiva para el cumplimiento de los objetivos que se han propuesto.

Al igual que ComprometeRSE, está el Centro Colombiano de Responsabilidad Social (CCRE) que busca abarcar la población empresarial incluyendo grandes, medianas y pequeñas empresas.

“El CCRE comenzó con una donación de la Fundación Social (FS) y ahora busca ser autosostenible a través de consultorías y proyectos de asistencia técnica con las empresas. Su objetivo es el desarrollar un modelo de RSE basado en la teoría de los interlocutores (Stakeholders), y desarrollar capacidades para atender requerimientos de las empresas sobre evaluación de problemas y programas en materia de responsabilidad social.” (AGÜERO, 2002: 61)”

Otro programa que comienza a ser reconocido en el país es Fenalco Solidario a través de su certificado de Responsabilidad Social, el cual se otorga a empresarios y entidades que generan

prácticas de solidaridad voluntaria a cualquier nivel de la responsabilidad social, es decir, interna o externa.

A nivel nacional se destacan otros tipos de reconocimientos de responsabilidad social a través de los medios de comunicación, siendo la más destacable la prensa escrita. Pero estos reconocimientos presentan un problema, generalmente encasillan la RSE como las donaciones e inversiones que hacen las empresas a la comunidad en la cual interactúan, como la creación de Fundaciones, dando a entender que la RSE sólo se da en un nivel externo de la compañía y que involucra únicamente a una parte de sus stakeholder (la comunidad); esto conlleva a que se hagan reconocimientos a grandes empresas como las más responsables del país llevando a las empresas de menor tamaño a ser simples espectadores del proceso de ser socialmente responsables puesto que pocas veces son reconocidas las acciones internas de las compañías.

6. LA RSE EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DE MEDELLÍN.

El estudio sobre el grado de RSE en las pequeñas empresas del Municipio de Medellín, fue realizado a través de una encuesta por Internet. Se enviaron 4000 correos electrónicos, tomados de las “Paginas Amarillas” de 2006, sin tener claro de qué tipo de empresa se trataba (grande, mediana o pequeña). De los correos enviados, se obtuvieron respuestas de 161 empresas de todos los tamaños, luego de depurar la información, 35 pequeñas empresas respondieron satisfactoriamente al llamado; sin embargo, a partir de la pregunta 12 en adelante no respondieron 7 de los encuestados, por lo que son 28 las encuestas que fueron contestadas en su totalidad.

Para medir el grado de RSE se determinaron cinco variables (medio ambiente, desarrollo laboral, inversión social, ética y valores, y consumidores), teniendo como referentes el indicador ETHOS de Responsabilidad Social Empresarial del Instituto ETHOS de Brasil, el Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial de Costa Rica, y el Manual de Autoevaluación del Instituto DERES de Uruguay.

6.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS

6.1.1. Análisis General

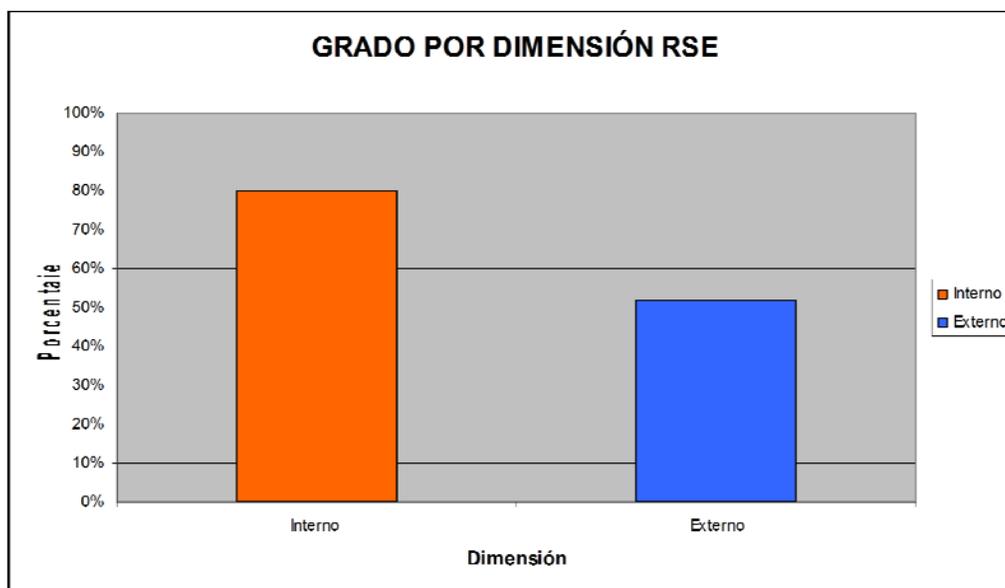
El estudio de campo, mostró que el grado de RSE de las pequeñas empresas es medio (63,1%). Si bien es importante recordar que la muestra tomada es no probabilística y no representativa, por lo cual no puede extrapolarse a la población; los resultados dan un indicio de lo que puede estar pasando con las pequeñas empresas legalmente constituidas en Medellín.

Siguiendo con el análisis, el estudio demostró que, si bien, las pequeñas empresas no tienen un conocimiento profundo sobre el concepto de la RSE, la gran mayoría de ellas realizan actividades ligadas a la RSE, en diferentes grados de implantación. Además el 100% de los encuestados expresó no estar de acuerdo con la tesis de Milton Friedman, quien en pocas

palabras argumenta que la única responsabilidad de las empresas es aumentar la utilidad de los socios. Asimismo, el 93% de las empresas cree que la RSE puede ser una ventaja competitiva para sus negocios.

Entre las diferentes definiciones que los empresarios enunciaron sobre la RSE se destacan aspectos como:

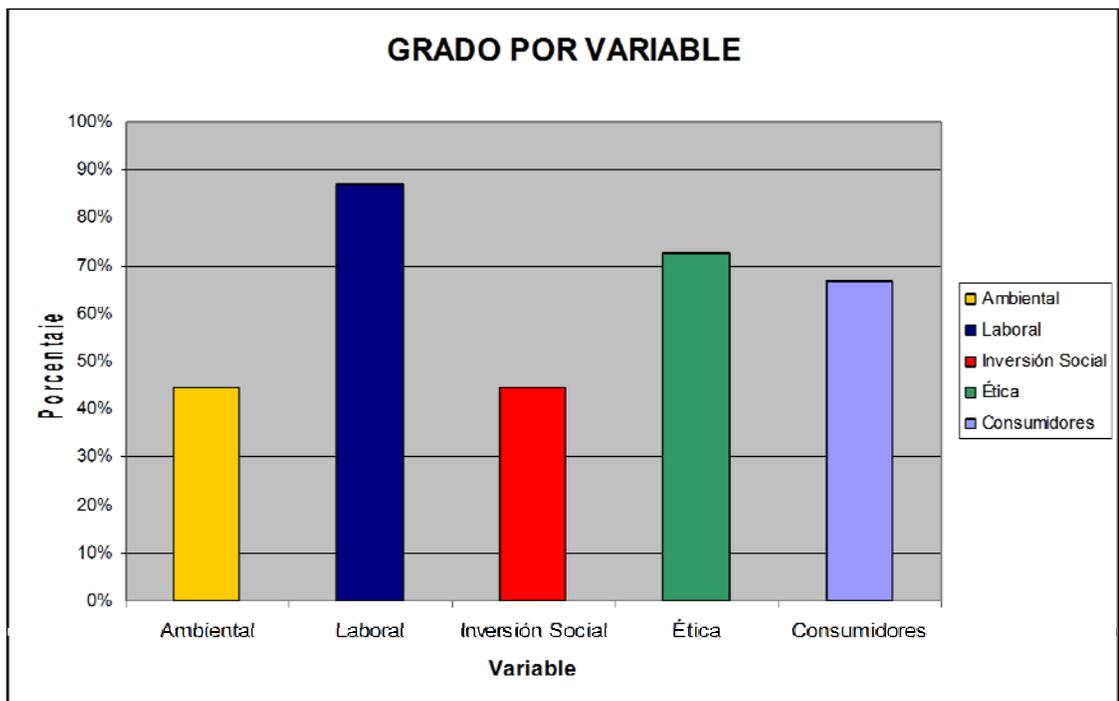
- En general, los empresarios muestran una preocupación por la conciliación entre la vida familiar y laboral.
- Algunos son conscientes de que las acciones sociales no necesariamente requieren de dinero.
- La mayoría afirman que la RSE es el reconocimiento a la sociedad y a los trabajadores de los beneficios logrados por la empresa.



La implantación de actividades de RSE dirigida hacia los “stakeholders” internos de la empresa, fundamentalmente los empleados, muestra que a diferencia de las grandes empresas, que dirigen tanto el discurso como sus prácticas de RSE hacia fuera, las pequeñas empresas tienden a concentrarse hacia el interior de su organización. Aquí, podemos encontrar prácticas especialmente interesantes en relación con la conciliación de vida familiar/laboral, medidas de flexibilidad horaria, de participación en beneficios, acciones de formación y reciclaje, participación en la gestión, actuaciones de salud laboral, entre otras. Lo más interesante de ello, es que son medidas no siempre costosas ni difíciles de implementar y que benefician tanto al trabajador como a la empresa en su conjunto.

Al medir la implantación de actividades de RSE externas, es decir, aquellas destinadas a apoyar a la comunidad, se muestra que tienen un grado medio (51,42%). Estas actividades responden más bien a razones de índole ética y a un deseo de mejorar las relaciones con la comunidad. La principal barrera señalada para las pequeñas empresas para este tipo de prácticas, es la falta de conocimiento y recursos financieros.

6.1.2. Análisis por variable



6.1.2.1. Medio Ambiente

Esta variable presenta un grado de cumplimiento medio bajo (44.6%). A pesar de que algunas pequeñas empresas tienen implementados programas de reciclaje, no es suficiente para asegurar que se tiene una producción sostenible. No obstante, debe resaltarse que dependiendo del tipo de actividad desarrollada por la empresa, ésta debe tener un menor o mayor grado de compromiso, a mayor contaminación mayores esfuerzos por remediar el impacto causado por su actividad.

Otros hallazgos encontrados en esta variable muestran que:

- El 34% de las empresas lleva a cabo programas de conservación del medio ambiente, específicamente en el manejo de los residuos sólidos.

- De las 35 empresas encuestadas el 20% afirman estar reguladas por normatividad ambiental, siendo estas mismas las que poseen programas internos de conservación del medio ambiente. Al parecer, tan solo el 14.3% hacen este tipo de practicas de manera voluntaria.
- Alrededor del 57% de las empresas capacitan a su personal en el manejo de los residuos. Dentro de las formas de capacitación más utilizadas se tienen el Programa de Manejo Integral de Residuos Sólidos –MIRS-, convenios con Universidades, Entidades Estatales o por el mismo personal de la compañía.
- No hay una diferencia significativa entre el porcentaje de empresas que capacitan al personal (40%) y las políticas implementadas para incentivar el reciclaje entre los empleados (37%), lo que demuestra el compromiso de las pequeñas empresas con el Programa MIRS.
- El impacto ambiental negativo de las empresas sobre la comunidad no es reportado por ésta, puesto que solo el 14.5% de los encuestados ha recibido quejas. Esta situación puede ser vista desde dos ópticas, bien sea porque la comunidad considera que no se les está causando ningún daño o bien porque no opinan respecto al tema. Esto se puede deber básicamente a que solo el 22% de las empresas encuestadas pertenecen al sector industrial.

6.1.2.2. Desarrollo Laboral

Esta variable se destaca por el cumplimiento legal, se ubica en un grado medio alto (87,2%), donde se afirma que cumplen con las normas laborales. Sin embargo, el porcentaje de participación disminuye cuando se trata de acciones voluntarias. Así, aunque el 75% dice poseer mecanismos de sugerencias y participación para sus empleados, únicamente el 43% como retribución otorga premios o reconocimientos. De la misma manera, el 82.1% dice capacitar a su personal, pero el enfoque de estas capacitaciones son solamente para su desempeño laboral, dejando en un segundo plano temas como el crecimiento personal, primeros auxilios, manejo de publico, entre otros.

Otros aspectos importantes que se encontraron en cuanto al desarrollo laboral son:

- El 93% de las empresas entregan a sus trabajadores la dotación necesaria para desarrollar su trabajo. No obstante, más que una actividad voluntaria, esta es una obligación según la normatividad colombiana. Entre los elementos de dotación más comunes se tienen: uniformes, calzado y elementos de seguridad industrial (Mascaras de seguridad, gafas, botas con puntera metálica, tapabocas, overol, arnés de seguridad para trabajo en las alturas).
- La mayoría de las empresas contratan a su personal por medio de contrato escrito, donde quedan bien definidas las condiciones laborales de los trabajadores. Un hecho a destacar es la no existencia de informalidad, lo que puede dar a entender que la totalidad de las compañías encuestadas están legalmente constituidas.

- El 50% de las empresas contrata personal de manera indefinida, por su parte, el restante 50% contrata por menos de un año. Lo anterior demuestra que no hay una marcada tendencia respecto al ofrecimiento de estabilidad laboral en las pequeñas empresas.
- Es de resaltar la contratación de personal mayor de 45 años y mujeres cabeza de familia. Sólo el 7% de las empresas tienen vinculados discapacitados.
- El 79% de las empresas contratan mano de obra local, ayudando al desarrollo económico de las familias que se encuentran en su entorno.
- Entre los aspectos que mas promueven las empresas en sus trabajadores se destacan: las posibilidades de desarrollo personal, la estabilidad laboral y el ambiental laboral con un promedio del 80%. Mientras que el otorgamiento de premios y reconocimientos y el balance entre tiempo laboral y tiempo libre apenas en un 30%.
- Cerca el 90% de las empresas llevan a cabo medidas preventivas para evitar accidentes, siendo la capacitación en Riesgos Profesionales, una de las más comunes. Es evidente la relación directa entre medidas preventivas y capacitación del personal.
- La seguridad industrial es un aspecto muy importante en las empresas que tiene un nivel alto de riesgos profesionales; por lo que se observa la preocupación de las empresas por brindarle a sus empleados un ambiente propicio para la ejecución de sus labores y los elementos necesarios de seguridad que permitan minimizar los accidentes.

6.1.2.3. Inversión Social

Esta variable posee un grado medio bajo de cumplimiento (44,4%); sin embargo, no es extraño debido a la estructura misma de las pequeñas empresas, el personal y el capital que poseen. Únicamente el 20.3% dicen llevar a cabo acciones o proyectos sociales en sus comunidades y poco se propende por la participación de los empleados en este tipo de actividades. La única acción que muestra un apoyo indirecto a la comunidad es la compra de productos, insumos y servicios en el mercado local, lo que representa una importante participación en la economía de la comunidad donde se encuentra inmersa.

Como es evidente, estas empresas no disponen de los recursos suficientes para llevar a cabos proyectos o programas en las comunidades. No obstante, es de destacar que 7 de las 28 (26%) empresas encuestadas, impulsan algunos proyectos sociales entre los que se encuentran:

- La creación de establecimientos de talleres para maquilar.
- Torneos Barriales de microfútbol, Reality soñando en pelota, donación de canchas y espacios para el deporte y la recreación.
- Eventos culinarios.
- A través de la agremiación CAMACOL, una de las empresas apoya el “Plan Parceritos” que financia la participación de niños de escasos recursos a la media maratón. Así mismo, participa del programa “Construyamos una Navidad Diferente”, donde se apoyan familias de varios barrios del sector de Vallejuelos.

- Recolección de aguinaldos para los niños más necesitados.

6.1.2.4. Ética y valores.

Esta variable posee un grado medio alto de cumplimiento (72,6%), dejando evidencia del interés de las empresas por definir unas normas y políticas que estén encaminadas a generar un ambiente de confianza dentro de la organización.

Dentro de esta variable se destaca que:

- A la hora de definir las políticas de la empresa, solo el 50% de éstas tienen en cuenta las expectativas de sus grupos de interés.
- Para un adecuado ambiente laboral, las empresas tienen muy presente definir una serie de valores y normas de conducta que propendan por un bienestar dentro de la organización; donde el compañerismo y las buenas costumbres sean las que propicien el crecimiento tanto personal como laboral.
- A la par que se definen unos valores y unas normas de conducta, se enseña a los empleados sobre su cumplimiento e incorporación el que hacer diario, es decir, que no solamente se queda consignando en el papel una serie de reglamentos, sino, que se propende por su ejecución para promover un ambiente laboral adecuado.
- El 92.6% de las empresas estarían dispuestos a cancelar los contratos con sus proveedores por conductas no éticas.
- Al parecer las empresas no tienen definidas unas políticas claras en cuanto a prácticas discriminatorias en la empresa.

6.1.2.5. Consumidores

Esta variable presenta un grado medio (66,6%) de cumplimiento, destacándose los siguientes aspectos:

- Sólo la mitad de las empresas poseen mecanismos para conocer el nivel de satisfacción de los clientes, entre ellos se encuentran la realización periódica de encuestas a los clientes y un sistema de quejas y reclamos.
- Un 70% de las empresas encuestadas conceden garantías sobre los productos o servicios ofrecidos, lo que se constituye en una buena herramienta para asegurar la fidelidad de los clientes y afianzar las relaciones de los consumidores con la empresa.
- La mayoría de las empresas consideran que no es necesario advertir los posibles efectos nocivos de sus productos, ya que aseguran que los mismos no representan ningún riesgo para la comunidad.
- Las empresas se empeñan en tener un continuo perfeccionamiento de sus productos y servicios, ofreciendo la calidad y los productos que satisfagan las necesidades de los clientes, con el fin de mejorar su competitividad y permanencia en el mercado.

7. CONCLUSIONES

Las actuales tendencias de competitividad y productividad, han promovido el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), como un compromiso administrativo que a largo plazo hace más sostenible una organización. . La RSE no es solo moda administrativa, sino una herramienta para generar valor a la organización

Hoy día existen diferentes programas de capacitación y promoción de prácticas de RSE, tales como ComprometeRSE; no obstante, es importante aumentar los esfuerzos para que este concepto nazca con las organizaciones mismas y se conserve en ellas; lo cual sólo se logrará enfatizando en las ventajas que a largo plazo traerá su implementación.

Es importante destacar que a diferencia del estudio que se desarrollo para Latinoamérica, en donde se afirma que las pequeñas empresas no consideran las practicas de RSE como una herramienta estratégica para el desarrollo del negocio, en Medellín las pequeñas empresas consideran que las prácticas de RSE generan valor agregado a la empresa y que pueden ser fuente de ventajas competitivas.

Como es evidente en los resultados de esta investigación, las practicas responsables de las pequeñas empresas consisten en su mayoría en el cumplimiento de las obligaciones legales, especialmente las laborales, por ello se requiere que el gobierno o la misma comunidad ofrezcan apoyo e incentivos a estas empresas, con el fin de construir una fuerte convicción de responsabilidad social que genere beneficios en el largo plazo y que no se conviertan en acciones esporádicas que solo pretenden el reconocimiento de la organización..

La variable interna arrojo un grado mayor que la variable externa, debido a que para las empresas es mucho más económico y fácil llevar a cabo actividades destinadas a mejorar la calidad de los trabajadores, mientras que implementar acciones que benefician a la comunidad requiere de recursos económicos y un alto grado de conocimiento que muchas veces no poseen las pequeñas empresas. No obstante, se destaca el cumplimiento de la normatividad por parte de estas compañías sin desconocer del todo el alto grado de informalidad que se presenta en las pequeñas y mayor aun en la microempresas debido, en gran parte, a la tramitología –no obstante en los últimos años se han venido realizando esfuerzos por el Gobierno para disminuir los tramites necesarios para constituir una empresa- y a los altos costos de poner en funcionamiento un negocio, sumado a esto la carga impositiva que deben soportar y los altos costos laborales. Con base en esto, se podría considerar que el hecho del cumplimiento de la normatividad por parte de las pequeñas empresas es un avance para que sean responsables socialmente.

Los esfuerzos por practicar la RSE no deben ser de unas pocas compañías; es necesario reconocer el papel que juega el Estado en este camino y pensar en estrategias que si bien no obliguen directamente a su implementación, su práctica traiga beneficios, como por ejemplo, certificaciones a nivel nacional de RSE, que generen una ventaja a la hora de acceder a préstamos o para ciertos beneficios tributarios.

BIBLIOGRAFÍA

AGENCIA EUROPEA PARA LA SEGURIDAD Y LA SALUD EN EL TRABAJO. (2004) La responsabilidad social de las empresas y la seguridad y la salud en el trabajo. En: Facts, No. 54. http://osha.europa.eu/publications/factsheets/54/fact54_es.pdf (Enero 10 de 2008)

ANZOLA, Sérvulo. (2004). Administración de pequeñas empresas. 2ª edición. Editorial Mc. Graw-Hill Interamericana. p. 77-80

AGÜERO, Felipe. (2002). La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. <http://www.redpuentes.org/centro-de-documentos/DocsG/la-responsabilidad-social-empresarial-en-america-latina.doc/download>. (Mayo 20 de 2007).

AXISRSE. La Responsabilidad Social desde una Perspectiva Estratégica para Pymes. http://www.redpuentes.org/pais/chile/centro-dedocumentos/axis_rse_final2.pdf (28 de marzo de 2007)

CÁMARA DE COMERCIO DE CALI. Responsabilidad Social Empresarial - Por unas empresas comprometidas con su entorno. <http://www.ccc.org.co/respon.html> (Abril 26 de 2007)

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. (2003). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.. http://ec.europa.eu/employment_social/soc-dial/csr/greenpaper_es.pdf (Mayo 5 de 2007)

DE CASTRO SANZ, Marcos. (2005) La responsabilidad social de las empresas, o un nuevo concepto de empresa. En: Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, No 53. España. http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/03_Marcos_de_Castro_53.pdf (14 de febrero de 2007)

DNP Y MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (2007). Documento Conpes 3484 “Política nacional para la transformación productiva y la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas: Un esfuerzo público-privado.” <http://www.sena.edu.co/downloads/2007Portal/Planeacion/Compes/3484%20mipymes.pdf> (Diciembre 27 de 2007)

FORO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA PRESIDENTES Y LÍDERES EMPRESARIALES. (1º ; 2005 : Bogotá). La responsabilidad social empresarial como generador de valor. Bogotá : Fundación Codespa.

FUNDACIÓN EMPRESA Y SOCIEDAD. http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=19&Itemid=99 (Mayo 18 de 2007)

FUNDES Colombia. (2003). La realidad de la pyme colombiana – Desafío para el desarrollo. Fundes. cec.uniandes.edu.co/docs/pyme.pdf (Diciembre 28 de 2007)

FUNDES Chile. (2003). BID, IKEI Y FUNDES Chile Presentan Estudio Sobre Responsabilidad Social Empresarial En Pymes De Latinoamérica.

<http://www.iberpymeonline.org/Documentos/FUNDESIKEIBID.pdf> (Agosto 23 de 2007)

JARAMILLO, Olga Lucia (2005). Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expopyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos.

http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/18/4.Gestion%20del%20talento%20humano.pdf (Mayo 19 de 2007)

LEY 905 DE 2004. <http://www.secretariasenado.gov.co/leyes/L0905004.HTM> (22 de febrero de 2007)

LOZANO, Josep, ALBAREDA, Laura y YSA, Tamyko. (2005). Qué pueden hacer los gobiernos para promover la Responsabilidad Social de la empresa. En: Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, No 53. España. http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/04_Lozano_53.pdf (14 de Febrero de 2007)

MARTÍNEZ, Mariana. (2005). Pequeñas pero grandes.

http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/barometro_economico/newsid_4349000/4349686.stm. (6 de abril de 2007)

OCAMPO ZAMORANO, Alfredo. (1978) Hacia un Nuevo Compromiso del Empresario en Colombia: Estudio Sociológico. Cali.

OSPINA, Alexandra. La RSE aplicada al stakeholder más cercano: gobernabilidad interna empresarial. http://www.ccre.org.co/upload/Jul04_g.pdf (11 de febrero de 2007)

PERDIGUERO, Tomas. (2003). La responsabilidad social de las empresas en un mundo global. Anagrama. España. 215 p.

PERDIGUERO, Tomás G; GARCÍA RECHE, Andrés. (2005). La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. Universidad de Valencia. España. 275 p.

OBSERVATORIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. (2005). Guía de Responsabilidad Social Corporativa para las PYMES

<http://www.observatoriorsc.org/PYMES.html#descarga> (14 de Febrero de 2007)

ONU. Aumenta la Brecha entre ricos y pobres.

http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/business/newsid_4599000/4599410.stm. (2 de abril de 2007)

PORTER, Micheael.; KRAMER, Mark. (2003). “La Filantropía Empresarial como Ventaja Competitiva”. En: *Harvard Deusto Business Review*. p. 6 - 21

THOMPSON, Andrés. (2000). Responsabilidad Social Empresarial: Hacer o Perecer.

http://www.construyepais.cl/documentos/andresthompson_respsocial.doc (Mayo 18 de 2007)

RESTREPO VÉLEZ, Clara Inés. (1994). Compromiso social y liderazgo empresarial. Santa Fe de Bogotá, D.C., Colombia. Editorial: Editora Guadalupe Ltda. 64 p.

SIERRA, Jaime (2007). RSE Y Mipymes Colombianas, ¿Cuál Contexto Y Cuáles Relaciones?. En: XIII Simposio De Contaduría Universidad de Antioquia “La Contaduría Y Sus Aplicaciones Para El Desarrollo De Las Mipymes Colombianas En Un Contexto Internacional”. Medellín : Universidad de Antioquia.

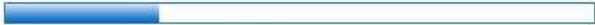
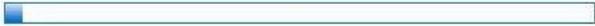
SOLARTE, Roberto. “Gestión de responsabilidad social empresarial”.
http://www.ccre.org.co/upload/May04_g.pdf. (11 de febrero de 2007)

VIVES, Antonio. (2005) Responsabilidad Social y Ambiental en Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) en América Latina.
<http://www.comfama.com/contenidos/servicios/Gerencia%20Social/Gerencia%20Social%20para%201%C3%ADderes/Memorias%20y%20documentos/8.%20Antonio%20Vives.ppt> (Enero 13 de 2008)

ANEXOS

En la pagina Web <http://www.encuestafacil.com/MasInfo/PreAnalisis.aspx?EID=217518> puede encontrar los resultados de la encuesta:

2. En cuál de los siguientes sectores se encuentra inmersa la empresa:

		%	Total
<input type="checkbox"/> Industrial		23%	8
<input type="checkbox"/> Comercial		26%	9
<input type="checkbox"/> Servicios		49%	17
Otro (Por favor especifique) Detalle		3%	1

Respuestas recogidas: 35

Preguntas sin contestar : 0

4. ¿Tiene la empresa programas de conservación del medio ambiente?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		34%	12
<input type="checkbox"/> NO		66%	23

Respuestas recogidas: 35

Preguntas sin contestar : 0

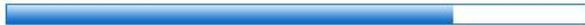
6. ¿Capacita a sus empleados en el manejo de los residuos?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		40%	14
<input type="checkbox"/> NO		60%	21

Respuestas recogidas: 35

Preguntas sin contestar : 0

8. ¿Ha realizado alianzas de algún tipo con otras organizaciones para llevar a cabo acciones ambientales?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		23%	8
<input type="checkbox"/> NO		77%	27

Respuestas recogidas: 35

Preguntas sin contestar : 0

9. ¿La empresa posee políticas para incentivar el reciclaje en sus empleados y utilización eficiente de los recursos como agua, energía, entre otros?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		37%	13
<input type="checkbox"/> NO		63%	22

Respuestas recogidas: 35

Preguntas sin contestar : 0

10. ¿Es regulado por alguna normatividad referente al medio ambiente?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		20%	7
<input type="checkbox"/> NO		80%	28

Respuestas recogidas: 35

Preguntas sin contestar : 0

Ver Gráfico

11. Ha recibido por parte de la comunidad reclamaciones por alguno de estos motivos:

		%	Total
<input type="checkbox"/> Exceso de basura		0%	0
<input type="checkbox"/> Generación de malos olores		3%	1
<input type="checkbox"/> Efluentes		0%	0
<input type="checkbox"/> Exceso de ruido		6%	2
<input type="checkbox"/> Otras formas de polución		3%	1
<input type="checkbox"/> Ninguna queja		89%	31

Respuestas recogidas: 35

Preguntas sin contestar : 0

12. ¿En promedio, cuántas horas diarias laboran sus empleados en la Empresa?

		%	Total
<input type="checkbox"/> Menos de 8 horas		4%	1
<input type="checkbox"/> 8 horas		29%	8
<input type="checkbox"/> Entre 8 y 10 horas		64%	18
<input type="checkbox"/> Más de 10 horas		4%	1

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

[Ver Gráfico](#)

13. ¿La empresa entrega a los trabajadores la dotación de los elementos necesarios para su trabajo?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		93%	26
<input type="checkbox"/> NO		7%	2

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

15. ¿Los trabajadores de su empresa disfrutan como mínimo 10 días de vacaciones en el año?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		100%	28
<input type="checkbox"/> NO		0%	0

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

16. ¿Actualmente hay trabajadores con salarios inferiores a \$481 500 en la empresa?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		11%	3
<input type="checkbox"/> NO		89%	25

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

18. La contratación de los empleados de la empresa se realiza por medio de:

		%	Total
<input type="checkbox"/> Contrato Verbal		4%	1
<input type="checkbox"/> Contrato Escrito		96%	27
<input type="checkbox"/> Informal		0%	0
<input type="checkbox"/> Por medio de cooperativas de trabajo		0%	0

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

19. En términos generales, cual es la duración de los contratos en su empresa:

		%	Total
<input type="checkbox"/> Inferior a 6 meses		7%	2
<input type="checkbox"/> Entre 6 meses y 1 año		43%	12
<input type="checkbox"/> Superior a 1 año		0%	0
<input type="checkbox"/> Indefinido		50%	14

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

20. ¿La empresa reconoce el subsidio de transporte a los trabajadores que tienen derecho a dicho subsidio?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		100%	28
<input type="checkbox"/> NO		0%	0

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

21. De los siguientes aspectos cuáles reconoce la empresa a sus trabajadores:

		%	Total
<input type="checkbox"/> Cesantías		100%	28
<input type="checkbox"/> Pensión		96%	27
<input type="checkbox"/> Salud		100%	28
<input type="checkbox"/> Riesgos Profesionales		100%	28
<input type="checkbox"/> Prima de Servicios		96%	27
<input type="checkbox"/> Interés a las Cesantías		100%	28
<input type="checkbox"/> Ninguno		0%	0

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

23. Tiene en su personal, empleados con las siguientes características:

		%	Total
<input type="checkbox"/> Mayores de 45 años		82%	23
<input type="checkbox"/> Mujeres cabeza de familia		79%	22
<input type="checkbox"/> Discapacitados		7%	2
<input type="checkbox"/> Reinsertados		0%	0
<input type="checkbox"/> Ninguno		4%	1

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

24. ¿La empresa posee mecanismos para recoger e implementar sugerencias de los empleados?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		71%	20
<input type="checkbox"/> NO		29%	8

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

25. ¿Promueve la utilización de mano de obra local?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		79%	22
<input type="checkbox"/> NO		21%	6

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

26. ¿Otorga premios y/o reconocimientos a los colaboradores cuyas ideas y aportes contribuyeron a mejorar el desempeño de la organización?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		54%	15
<input type="checkbox"/> NO		46%	13

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

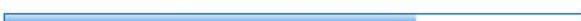
28. ¿La empresa capacita al personal?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		82%	23
<input type="checkbox"/> NO		18%	5

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

30. Promueve entre sus empleados algunos de los siguientes aspectos:

		%	Total
<input type="checkbox"/> Posibilidades de desarrollo personal		75%	21
<input type="checkbox"/> Otorgamiento de premios y reconocimientos		39%	11
<input type="checkbox"/> Trabajo de equipo y colaboración		71%	20
<input type="checkbox"/> Estabilidad laboral		89%	25
<input type="checkbox"/> Balance entre tiempo laboral y tiempo libre		29%	8
<input type="checkbox"/> Ambiente laboral		71%	20
<input type="checkbox"/> Ninguno		4%	1

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

31. ¿Concede permisos con facilidad en caso de enfermedad o muerte de algún familiar del empleado?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		100%	28
<input type="checkbox"/> NO		0%	0

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7

32. ¿Lleva a cabo medidas preventivas para evitar la ocurrencia de accidentes en las instalaciones de la empresa?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		89%	25
<input type="checkbox"/> NO		11%	3

Respuestas recogidas: 28

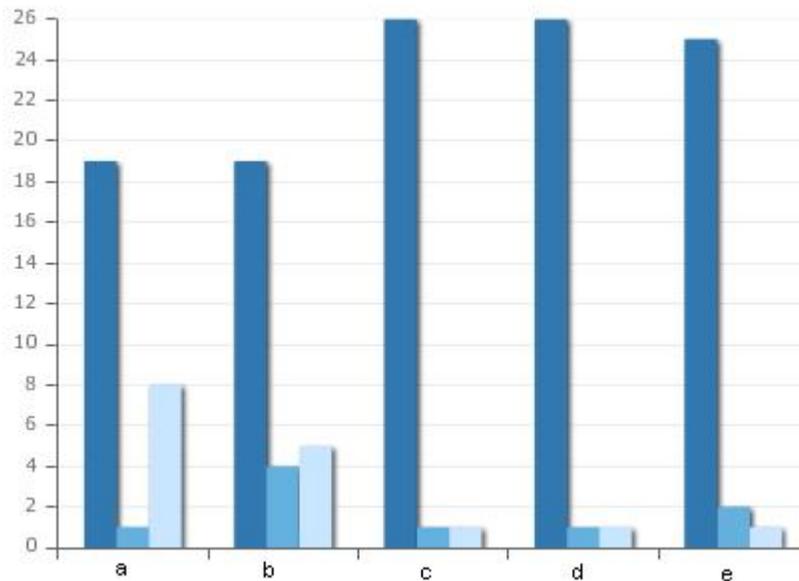
Preguntas sin contestar : 7

33. Teniendo en cuenta el objeto social de la empresa, se han implementado políticas de seguridad industrial, tales como:

	SI	NO	NO APLICA	Total
Exigencia del uso de elementos de seguridad: gafas, zapatos de seguridad, tapones auditivos, orejeras, overoles o trajes especiales, guantes -lona, cuero, caucho u otro material- respiradores de seguridad.	68% (19)	4% (1)	29% (8)	(28)
¿Existen campañas de concientización sobre el uso de los implementos suministrados en la organización para la ejecución de las labores encargadas?	68% (19)	14% (4)	18% (5)	(28)
¿El lugar de trabajo cuenta con buena iluminación y temperatura acorde con las tareas que se realizan?	93% (26)	4% (1)	4% (1)	(28)
¿Se proporciona la ventilación necesaria para mantener aire limpio y fresco en forma permanente?	93% (26)	4% (1)	4% (1)	(28)
¿Existen extintores y se ha capacitado al personal sobre su manejo?	89% (25)	7% (2)	4% (1)	(28)

Respuestas recogidas: 28

Preguntas sin contestar : 7



34. ¿La empresa lleva a cabo programas o proyectos sociales en forma individual o por medio de alianzas con otras entidades?

	%	Total
<input type="checkbox"/> SI	26%	7
<input type="checkbox"/> NO	74%	20

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

36. ¿Alienta a sus empleados para que participen en las actividades de la comunidad, poniendo el tiempo y la experiencia de sus trabajadores u otro tipo de ayuda práctica?

	%	Total
<input type="checkbox"/> SI	19%	5
<input type="checkbox"/> NO	81%	22

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

37. ¿Compra su empresa productos y/o insumos en el mercado local?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		93%	25
<input type="checkbox"/> NO		7%	2

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

38. ¿Incluye las expectativas o demandas de sus grupos de interés en sus decisiones sobre políticas u operaciones?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		52%	14
<input type="checkbox"/> NO		48%	13

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

38. ¿Incluye las expectativas o demandas de sus grupos de interés en sus decisiones sobre políticas u operaciones?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		52%	14
<input type="checkbox"/> NO		48%	13

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

39. ¿Ha definido de forma clara los valores y normas de conducta de su empresa?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		89%	24
<input type="checkbox"/> NO		11%	3

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

40. ¿Enseña a sus empleados la importancia de los valores y normas de conducta de su empresa?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		89%	24
<input type="checkbox"/> NO		11%	3

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

41. ¿La empresa cancelaría contratos con proveedores por conductas no éticas de estos, sin importar que dicha decisión afecte las finanzas de la empresa?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		93%	25
<input type="checkbox"/> NO		7%	2

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

42. ¿Cuenta con normas que explícitamente prohíban practicas discriminatorias en la empresa, ya sea por raza, religión, sexo, etc.?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		41%	11
<input type="checkbox"/> NO		59%	16

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

43. ¿La empresa tiene implementado un sistema para conocer el nivel de satisfacción de los clientes?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		48%	13
<input type="checkbox"/> NO		52%	14

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

45. ¿Tiene una política de otorgamiento de garantía a los productos o servicios ofrecidos?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		70%	19
<input type="checkbox"/> NO		30%	8

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

46. ¿Se advierte a la comunidad sobre posibles efectos nocivos de sus productos?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		19%	5
<input type="checkbox"/> NO		11%	3
<input type="checkbox"/> NO APLICA		70%	19

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

47. ¿Se busca un continuo perfeccionamiento de sus productos y servicios para que sean más seguros y representen menor riesgo para el consumidor?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		78%	21
<input type="checkbox"/> NO		22%	6

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

48. ¿Cree que la única responsabilidad social de las empresas es aumentar las utilidades de sus dueños?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		0%	0
<input type="checkbox"/> NO		100%	24

Respuestas recogidas: 24

Preguntas sin contestar : 11

50. ¿Considera que sus empleados conocen sobre Responsabilidad Social Empresarial?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		48%	13
<input type="checkbox"/> NO		52%	14

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

51. ¿Considera que los programas de RSE generan valor agregado para la empresa y pueden ser fuente de Ventaja Competitiva?

		%	Total
<input type="checkbox"/> SI		93%	25
<input type="checkbox"/> NO		7%	2

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8

52. De los siguientes aspectos, cuáles relaciona con la Responsabilidad Social Empresarial:

		%	Total
<input type="checkbox"/> Buenas Prácticas de conservación de Medio Ambiente		89%	24
<input type="checkbox"/> Donaciones a la Comunidad		59%	16
<input type="checkbox"/> Responsabilidad, apoyo y Cumplimiento frente al Estado		81%	22
<input type="checkbox"/> Políticas Éticas		89%	24
<input type="checkbox"/> Buenas Prácticas de Relaciones Laborales		81%	22
<input type="checkbox"/> Apoyo e integración con las Comunidades		78%	21
<input type="checkbox"/> Buen servicio al cliente		74%	20
<input type="checkbox"/> Otros (Por favor especifique)		0%	0

Respuestas recogidas: 27

Preguntas sin contestar : 8