

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE- UN ENFOQUE
BÁSICO DE IMPLEMENTACIÓN EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR
CONFECCIÓN DE ROPA FEMENINA EN MEDELLÍN**

CLAUDIA BIBIANA RODRÍGUEZ ZAPATA
LINA MARCELA POSADA YARCE
MARÍA PAULINA PÉREZ VILORIA

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
MEDELLÍN
2012

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL -RSE- UN ENFOQUE
BÁSICO DE IMPLEMENTACIÓN EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR
CONFECCIÓN DE ROPA FEMENINA EN MEDELLÍN**

CLAUDIA BIBIANA RODRÍGUEZ ZAPATA
LINA MARCELA POSADA YARCE
MARÍA PAULINA PÉREZ VILORIA

Monografía como requisito para optar al título de
Especialista en Alta Gerencia

Asesor metodológico
LINA MARCELA ACEVEDO CORREA

Asesor temático
FRANCISCO ARANGO MEJÍA

UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
MEDELLÍN
2012

CONTENIDO

	Pág.
GLOSARIO	5
RESUMEN	14
INTRODUCCION	16
1. BENEFICIOS DE INCLUIR LA RSE-RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE LA CONFECCIÓN DE ROPA FEMENINA EN MEDELLIN.	27
1.1 LA COMPETITIVIDAD	27
1.2 VENTAJAS COMPETITIVAS Y PRODUCTIVIDAD	29
1.3 BENEFICIOS DE SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE	30
2. PAUTAS PRÁCTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE-RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE LA CONFECCIÓN DE ROPA FEMENINA EN MEDELLÍN	35
3. COMO MEDIR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE), HERRAMIENTAS Y MECANISMOS DE CONTROL	44
CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	72
CIBERGRAFIA	74

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Grupos de interés que impacta la RSE	35
Gráfico 2. Áreas de enfoque para implementación de las pautas.	37
Gráfico 3. Aspectos en los que se centra las acciones de la RSE	39

GLOSARIO

ACTORES PÚBLICOS DEL NEGOCIO: Son los interesados, es decir, el público interesado en las acciones de la empresa, quienes pueden afectar o ser afectados por las actividades de la misma. Abarca desde los trabajadores, accionistas, sindicatos, asociaciones civiles y gubernamentales¹.

ALTRUISMO: Del francés antiguo "altrui" = que significa de los otros, se puede entender como: Comportamiento que aumenta las probabilidades de supervivencia de otros a costa de una reducción de las propias.

También se describe como el sacrificio personal por el beneficio de otros. Modelo ético que otorga un valor importante al comportamiento, que agrada y satisface a la sociedad².

APOYO A LA COMUNIDAD: Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad³.

ASISTENCIALISMO: Forma de asistencia donde el destinatario es meramente un receptor de algún bien, servicio o subsidio que se le otorga. Si se hace mucho hincapié en el asistencialismo, se propicia una situación de dependencia de los individuos o grupos a los que va dirigido. Es más digno promover la generación de proyectos.

¹ www.revistafuturos.info/futuros_6/resp_social_1.htm

² www.definicionabc.com/social/altruismo.php

³ <http://www.cp.org.ar/rse.html>

El asistencialismo va en contra de la RSE, pues no promueve la dignidad de la persona ni el desarrollo de proyectos sustentables⁴.

BIENESTAR SOCIAL: Se refiere al nivel alcanzado en la satisfacción de las necesidades básicas fundamentales de la sociedad, que se expresan en los niveles de educación, salud, alimentación, seguridad social, vivienda, desarrollo urbano y medio ambiente. El bienestar social, en términos económicos se puede medir en función del incremento del producto per cápita real; el aumento en la participación del gasto social respecto al total de egresos, mejoría en la distribución del ingreso, aumento del empleo y fortalecimiento en la balanza de pagos; en el ámbito social se mediría por el incremento en los niveles de salud, educación, vivienda, alimentación y erradicación de la pobreza extrema; desde el aspecto ecológico a través del combate a la contaminación, reforestación de áreas verdes y fortalecimiento de la red hidráulica y su dosificación, entre otros⁵.

CAPITAL SOCIAL: Conjunto de normas, redes y organizaciones construidas sobre relaciones de confianza y reciprocidad, que contribuyen a la cohesión social, al desarrollo y al bienestar de la sociedad, así como a la capacidad de sus miembros para actuar y satisfacer sus necesidades de forma coordinada en beneficio mutuo.

El capital social es un concepto de reciente y creciente aplicación en los estudios sobre el desarrollo. Se refiere a una realidad menos tangible que el capital humano (conocimientos) o que el capital físico (bienes materiales), pero resulta también decisivo para la actividad productiva, la satisfacción de las necesidades personales y el desarrollo comunitario. El capital social está constituido por ciertos

⁴ www.margen.org/articu/asistenc.html

⁵ www.definicion.org/bienestar-social

recursos de las personas derivados de sus relaciones sociales, que tienen una cierta persistencia en el tiempo⁶.

Tales recursos son utilizados por las personas como instrumentos con los que aumentar su capacidad de acción y de satisfacer sus objetivos y necesidades (obtener empleo, recibir ayuda, etc.), al tiempo que facilitan la coordinación y cooperación entre aquéllas en beneficio mutuo. En consecuencia, resulta un factor decisivo también respecto a las capacidades de las familias para afrontar las crisis o los desastres, o para recuperarse tras ellos.

COMPETITIVIDAD RSE: Se da a partir del manejo y administración adecuada de los recursos de la empresa, así como de sus habilidades y conocimientos para alcanzar sus objetivos internos bajo un marco de ética, la cual asegurará la permanencia de la empresa en el mercado a largo plazo⁷.

DERECHOS HUMANOS: Los derechos humanos son las facultades, libertades y reivindicaciones inherentes a cada persona por el solo hecho de su condición humana. Esto quiere decir que se trata de derechos inalienables (nadie, bajo ningún concepto, puede privar de estos derechos a otro sujeto más allá del orden jurídico existente) e independientes de cualquier factor particular (raza, nacionalidad, religión, sexo, etc.).

Los derechos humanos también son irrevocables (no pueden abolirse), son intransferibles (una persona no puede “ceder” estos derechos a otra) e irrenunciables (nadie puede renunciar a sus derechos básicos). Aún cuando se encuentran protegidos por la mayoría de las legislaciones internacionales, los derechos humanos suponen una base moral y ética que la sociedad considera necesaria respetar para proteger la dignidad de las personas.

⁶ <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/29>

⁷ <http://www.sustentarse.com.mx/component/content/article/37-responsabilidad-social/91-competitividad-y-responsabilidad-social-empresarial--rse.html>

La Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH), adoptada por las Naciones Unidas en 1948, reúne todos los derechos que son considerados básicos. Se conoce como Carta Internacional de los Derechos Humanos a la unión de esta declaración y de los distintos pactos internacionales de derechos humanos acordados entre diversos países⁸.

DESARROLLO HUMANO SUSTENTABLE: El concepto de Desarrollo Humano Sustentable, implica una conjunción de elementos económicos, jurídicos, filosóficos y antropológicos que hacen difícil un concepto sintético. Ese problema se hace aún más complejo a la hora de determinar si se trata de un concepto de naturaleza jurídica que pueda ser catalogado como un Derecho Humano, o si más bien se trata de una pretensión política. Sin embargo, el desarrollo doctrinal sobre el tema deja augurar la existencia de un derecho, al menos de existencia consuetudinaria relacionado con el desarrollo económico dirigido al fomento de las capacidades humanas y sociales, fundado en el respeto por el medio ambiente y la vocación de progresividad generacional⁹.

DUMPING SOCIAL O DUMPING AMBIENTAL: Es el delito económico consistente en la competencia desleal provocada por la desprotección de la fuerza laboral, es de anotar que está amparado por regulaciones gubernamentales que propiciaron que el contrato laboral se desvirtuara dando paso a formas onerosa de contratación para los trabajadores como las cooperativas de trabajo asociado, los contratos de prestación de servicios y otro tipo de maniobras que atentan contra el empleo de calidad y que finalmente darán como resultado una disminución de la efectividad empresarial¹⁰

⁸ <http://definicion.de/derechos-humanos/>

⁹ http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/desarrollo_humano_sustentable.htm

¹⁰ <http://www.larousse.com/es/diccionarios/espanol>

EFICIENCIA ECOLÓGICA: Es la manera en la que se utilizan los recursos al interior de la empresa, otorgando como resultado el reducir el deterioro medioambiental y los costos¹¹.

ÉTICA EMPRESARIAL: Es un conjunto de valores, normas y principios reflejados en la cultura de la empresa, para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad, y permitir una mejor adaptación a los distintos entornos en condiciones que suponen respetar los derechos reconocidos por la sociedad y los valores que ésta comparte¹².

GRUPOS DE INTERÉS: Está constituido por personas, organizadas o no, que tienen un interés en la empresa, que pueden demandar algo de ella, o que pueden verse afectados por sus actos u omisiones. En muchas ocasiones un grupo de interés está representado por organizaciones, por ejemplo, los consumidores pueden estar representados por una liga de clientes, una comunidad, por la junta de acción comunal ó los proveedores por el gremio que los agrupa. Esto puede dar lugar a la pregunta sobre la representatividad o legitimidad de estas organizaciones que actúan a nombre de un determinado grupo de interés¹³.

INNOVACION RSE: Acciones creativas y nuevas dentro de la empresa que tienen por objetivo llevar un cabo acciones de RSE con calidad, impacto social y productividad¹⁴.

MICROEMPRESA: Corresponde a toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, ubicada a nivel rural o urbano, que responda conjuntamente a los siguientes parámetros:

¹¹ <http://www.definition-of.net/definicion-de-eficiencia+ecol%C3%B3gica>

¹² http://prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=3162&Itemid=90

¹³ http://www.gestrategica.org/templates/blog_detalle.php?id=22

¹⁴ <http://www.coscatl.com/rse/glosario-responsabilidad-social-empresarial.htm>

Micro Empresa, menor o igual a 10 trabajadores y los activos totales son inferiores a 500 SMLV, excluida la vivienda¹⁵.

PLAN ESTRATEGICO: Es un instrumento de planificación que, partiendo de la realidad inmediata, mediante la participación, la colaboración y el compromiso de todos los actores interesados, diseña unos objetivos clave que, ejecutados en los plazos previstos, consigan alcanzar los objetivos propuestos¹⁶.

Responde básicamente a tres preguntas:

¿Dónde estamos? Plantea la necesidad de analizar el entorno competitivo y los recursos de que se dispone. (El ser)

¿A dónde queremos llegar? Plantea la necesidad de diseñar objetivos. (El deber ser)

¿Cómo? Plantea la necesidad de diseñar estrategias para cerrar la brecha entre el ser y el deber ser.

PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE: Es el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como; la optimización de los recursos naturales, manejo de residuos, capacitación y concientización del personal.

Esto, que hoy inclusive se encuentra normatizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones¹⁷.

¹⁵ <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=25932>

¹⁶ http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx

¹⁷ http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/primerospasos.pdf

RENTABILIDAD: La rentabilidad se define en términos de la relación que la utilidad tiene con otra variable económica de la empresa. El ROE tiene que ver con el concepto de rentabilidad económica de la inversión, pues compara la utilidad con la inversión. Otros conceptos de rentabilidad tienen relación con el capital, con el patrimonio, con el activo.

En toda actividad económica es necesario contemplar el factor riesgo a la hora de calcular el retorno de la inversión para la obtención de una devolución económica. Es, en definitiva rentable o no la forma en que una empresa invierte fondos en determinadas operaciones para generar ingresos a cambio¹⁸.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: Hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, tanto nacionales como internacionales que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones produce en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos¹⁹.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: Es la visión de negocios que integra a la gestión de la empresa, el respeto por los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente. Esto quiere decir que es un interés propio e inteligente de la empresa que produce beneficios a la comunidad y a la propia empresa.

La responsabilidad social no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino que se trata de una estrategia de la empresa, que junto a su gestión de negocios y reflejando sus valores, debe ser tratada como un caso de negocios adicional.

¹⁸ <http://www.coscatl.com/rse/glosario-responsabilidad-social-empresarial.htm>

¹⁹ <http://www.ada-c.com/es/consultoria.html>

La Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental. El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, stakeholders, son el centro de atención esencial para la gestión²⁰.

RESPONSABILIDAD SOCIAL HUMANA: Se llama responsabilidad social a la carga, compromiso u obligación que los miembros que una sociedad -ya sea como individuos o como miembros de algún grupo- tienen tanto entre sí como para la sociedad en su conjunto. El concepto introduce una valoración -positiva o negativa- al impacto que una decisión tiene en la sociedad. Esa valorización puede ser tanto ética como legal, etc. Generalmente se considera que la responsabilidad social se diferencia de la responsabilidad política porque no se limita a la valoración del ejercicio del poder a través de una autoridad estatal.

En resumen: la responsabilidad social viene a ser un compromiso u obligación que los miembros de una sociedad, ya sea como individuos o como miembros de subgrupos, tienen con la sociedad en su conjunto; compromiso que implica la consideración del impacto, positivo o negativo, de una decisión.

“La responsabilidad social es la teoría ética o ideológica que una entidad ya sea un gobierno, corporación, organización o individuo tiene una responsabilidad hacia la sociedad. Esta responsabilidad puede ser “negativa”, significando que hay responsabilidad de abstenerse de actuar (actitud de “abstención”) o puede ser “positiva”, significando que hay una responsabilidad de actuar. (Actitud proactiva)²¹.

²⁰ <http://www.coscatl.com/rse/glosario-responsabilidad-social-empresarial.htm>

²¹ <http://www.coscatl.com/rse/glosario-responsabilidad-social-empresarial.htm>

SEGUIMIENTO: Es el proceso de supervisión continua de una actividad, con el propósito de garantizar que las actividades se desarrollen con efectividad de acuerdo al plan trazado inicialmente²².

VOLUNTARIO: Se aplica a la acción que se decide o se hace conscientemente y no como resultado de algún automatismo. Es aquella persona que efectúa una prestación voluntaria y libre de servicios cívicos o sociales, sin una contraprestación económica y dentro de una organización autónoma sin afán de lucro.

El voluntario es una persona sensibilizada y solidaria con los problemas de la sociedad que le rodea y que decide mejorar de manera altruista, con la única satisfacción de saber que contribuye haciendo un servicio a personas que lo necesitan o a la sociedad en general²³.

²² <http://glosarios.servidor-alicante.com/administracion-de-proyectos/seguimiento>

²³ <http://es.thefreedictionary.com/voluntario>

RESUMEN

Es denotable la importancia y el papel fundamental que juegan las microempresas en el ámbito económico y social de Colombia, en la actualidad existen 1.200.000 microempresas, que generan alrededor de 2,8 millones de empleos, y que además contribuyen con cerca del 20 por ciento de la producción total de bienes y servicios o Producto Interno Bruto (PIB) anual en Colombia. Sin embargo, se trata de un sector desatendido, al cual las entidades gubernamentales no le suministran el apoyo requerido.

Es claro que un tema de enorme impacto a nivel empresarial, en una economía globalizada y totalmente cambiante, se refiere a la responsabilidad social empresarial que pasó de ser filantropía o mito a convertirse en una realidad imperante en cada una de las actividades desarrolladas por las empresas y sus diferentes grupos de interés, adoptando así mayor fuerza e interés el concepto social.

Se halló que los directivos de las microempresas del sector de la confección de ropa femenina en Medellín interpretan la RSE como la responsabilidad que debe asumirse con respecto a los grupos de interés, pero en la práctica es diferente, ya que cada una de las actividades desarrolladas en este aspecto son totalmente empíricas y enfocadas solo a nivel interno de las mismas, descuidando de esta manera el cubrimiento de las expectativas de los demás grupos de interés.

También se establece que hay desconocimiento frente al tema y aunque se reconoce que la RSE contribuye a la competitividad de las microempresas del sector y se realizan importantes esfuerzos en este sentido, no forma parte del plan estratégico de la organización.

PALABRAS CLAVES: Grupos de interés, Microempresas, pymes, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), sector de la confección de ropa femenina en Medellín.

INTRODUCCION

Adoptar la RSE en el modelo de gestión de las microempresas, implica abrir las puertas a una nueva forma de gestionar, en la cual, si bien se mantiene el foco en su estrategia de negocio y en el logro de la rentabilidad económica, se asigna una relevancia mayor a los impactos que esta persecución de objetivos ocasiona entre los diversos actores involucrados.

“La responsabilidad social empresarial (RSE) es un concepto que se considera muy lejano para mayoría de las microempresas, quienes la visualizan como algo exclusivo de las grandes empresas ó consideran que consiste en una serie de prácticas que se encuentran fuera de sus capacidades económicas y organizativas.”²⁴

Cabe remontarse a la historia del sector de la confección, ya que se ha caracterizado por su recurrente crisis, principalmente a partir de los años 60 y la cual se ha mantenido hasta prácticamente la actualidad, dicha crisis, provocada, básicamente, por la introducción de las nuevas tecnologías, ha tenido una repercusión crucial en el capital humano. Si a ello, se suma el hecho de que la formación y conocimientos del personal de dicho sector se han caracterizado siempre por haberse adquirido y desarrollado dentro de las propias Microempresas, es aquí donde se ve plantea la importancia de la RSE, y su posible aplicación en el sector, el cual sufre día a día un profundo cambio por la creciente introducción de nuevas fibras textiles, de tecnología y de competitividad no solo en precios, sino en calidad, y que se supone en este momento de la historia tiene demasiados augurios por los Tratados de Libre Comercio, ya que es un sector muy importante para garantizar el crecimiento económico de este país.

²⁴ www.rseba.gob.ar/boletines/2/nl_oportunidadesdesafiosrse.pdf

Ahora bien, según la información recolectada, los antecedentes de la responsabilidad social empresarial, se remontan al siglo XIX en el marco del cooperativismo y el asociacionismo, que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva.

Resulta bien conocido el importante papel que las pymes juegan en la economía y la sociedad latinoamericana en términos de generación de riqueza, empleo y cohesión social, donde este papel es extensible a todos los países que conforman la región. Por tanto, la mejora de la competitividad empresarial de este colectivo pasa por ser uno de los elementos claves para desarrollar tanto las economías como las sociedades latinoamericanas.

En este sentido, y en especial desde mediados de la década de los noventa, se asiste en América latina a una discusión creciente, tanto sobre el papel de la gran empresa en la sociedad en general, como los efectos positivos que las prácticas responsables pueden generar al interior de las empresas. Con el cambio de milenio, esta discusión se ha extendido también al colectivo de pymes, aunque en niveles diferentes de aplicabilidad según el país; lamentablemente el conocimiento existente sobre la temática de la responsabilidad social empresarial desde la perspectiva Pymes puede calificarse de escasa y muy limitada, donde la disponibilidad de informes comparativos entre países y basados en una metodología común es prácticamente inexistente.

Sin embargo las micro, pequeñas y medianas empresas, Pymes, juegan un papel importante en la economía y sociedad de América Latina en términos de generadores de riqueza, empleo y cohesión social, por tanto, la mejora de la competitividad empresarial de este grupo de empresas pasa a ser uno de los elementos claves para el desarrollo de las economías.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), con el ánimo de conocer acerca de las prácticas de responsabilidad social empresarial en las Pymes, y con la colaboración de Ikei Research & Consultancy y diversos socios nacionales, realizaron un estudio a finales del año 2003 sobre la situación de la responsabilidad social y medioambiental de las Pymes en Latinoamérica y el Caribe, en el cual se incluyó a Colombia.

En consecuencia, la sociedad comienza a pedir cambios en los negocios y una mayor implicación del entorno empresarial en los problemas sociales. La responsabilidad social de la empresa, también denominada responsabilidad social corporativa, que hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, tanto nacionales como internacionales que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones produce en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.

De igual forma que hace medio siglo, las empresas desarrollaban su actividad sin tener en cuenta el marketing, o que hace tres décadas la calidad no formaba parte de las orientaciones principales de la actuación empresarial. Hoy en día las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de incorporar las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de derechos humanos, como parte de su estrategia de negocio.

En los últimos años han surgido diferentes iniciativas mundiales que han impulsado la incorporación de la Responsabilidad Social en la estrategia empresarial. Diferentes instituciones y organizaciones, formadas por multitud de Estados, han desarrollado iniciativas para promover y fomentar el comportamiento socialmente responsable de las empresas.

Generalmente todas estas iniciativas o proyectos incluyen una serie de normas o recomendaciones que, si bien no son de obligatorio cumplimiento, si incorporan

un compromiso por parte de los estados adheridos para fomentar su desempeño en el entramado empresarial de sus respectivos países.

Conviene así mismo señalar que, mediante estos proyectos mundiales, lo que también se busca es uniformidad de principios, actuaciones y medidores de la Responsabilidad Social Empresarial de forma que la labor de las empresas en este ámbito pueda ser reconocida no solo en el entorno más cercano de la empresa sino también en el ámbito internacional.

Las acciones o programas de responsabilidad social empresarial son muy diversas y dependen mucho de diferentes elementos tales como el sector de la empresa, el país o región, el tipo de producto, servicios, etc. Por ejemplo, una empresa que opera en el sector de petróleo o energía, deberá poner un mayor énfasis en sus prácticas de RSE para que apunten a minimizar sus impactos medioambientales.

Lo anterior no significa que se descuide otras áreas claves como el ambiente laboral y la comunidad. Si bien es cierto que todas las áreas de la RSE son importantes, una de ellas es primordial, específicamente la ética que debe estar inmersa en el ADN de la misma, por lo general hay dos áreas donde se percibe mayor acción por parte de las empresas. Una es la EI Apoyo a la Comunidad, que es quizás la parte más visible de las acciones de RSE. La otra es todo lo referente a el Ambiente de Trabajo y Empleo”, lo que significa la preocupación por el desarrollo de los colaboradores, su salud, condiciones de trabajo, el balance trabajo-familia, calidad de vida, etc.

Es clave entender que la RSE se trata de un comportamiento tanto interno como externo de la organización, que busca generar beneficios mutuos entre ella y la comunidad, y para lo cual es necesaria una relación fluida y abierta entre todos los integrantes del entorno.

De acuerdo a lo anterior esta innovación trae consigo múltiples desafíos para las microempresas, que si se aprovechan, pueden significar beneficios tangibles para su negocio. No obstante, es importante comenzar haciendo una aproximación propia y exclusiva a la RSE que refleje la realidad de la empresa, y no replicar los modelos pensados para las grandes empresas, permitiendo así un mejor ajuste a la realidad de las microempresas.

Se debe agregar que un punto a favor de las microempresas al momento de implementar prácticas de RSE, es que tienen una relación mucho más directa entre sus miembros y la comunidad en la que están insertas, situación que les permite tener una visión mucho más legítima y personalizada sobre las principales problemáticas contextuales y su vínculo con la comunidad. Si a esto se le suma, que los procesos de decisión suelen ser más rápidos y ágiles en comparación con las grandes empresas (cuyas decisiones en muchos casos vienen de su casa matriz), se verá que las pequeñas empresas tienen ventajas que pueden ser maximizadas.

Ahora bien, la información existente en materia de RSE aplicada a las microempresas se puede considerar escasa, general y perteneciente a un entorno diferente al colombiano, ya que la mayor cantidad de teorías y datos corresponden a países como España, Chile y Argentina. Así las cosas, éste fue el punto de partida de ésta monografía, con la cual se pretende derribar el mito de que sólo las grandes empresas pueden implementar una estrategia de RSE, destacando que las microempresas también pueden incorporarla a su estrategia corporativa.

Es imperativa la necesidad de definir una serie de pautas y acciones concretas y medibles que faciliten la implementación de RSE en las microempresas en Medellín, ya que “en los últimos diez años, las microempresas se han convertido en uno de los sectores más productivos y dinámicos de la economía colombiana. “En todo el país, según cálculos del Departamento Nacional de Planeación, hay

1.200.000 microempresas, que generan alrededor de 2,8 millones de empleos, Además, éstas contribuyen con cerca del 20 por ciento de la producción total de bienes y servicios o Producto Interno Bruto (PIB) anual del país. [...] El 48 por ciento de las unidades productivas está constituido por las denominadas fami-empresas (donde los empleados son los integrantes de cada familia), en un 40 por ciento las microempresas tienen entre dos y cinco empleados, y el restante 12 por ciento está compuesto por empresas que generan entre 6 y 10 empleos”²⁵

El empleo que generan las microempresas y la participación dentro de la producción total de la economía demuestra que Colombia es un país de pequeños negocios.²⁶

Debido a la gran proyección de la RSE en la actualidad, fue necesario delimitar el diseño de las pautas solo al Departamento de Antioquia, específicamente en el sector de la confección de ropa femenina en Medellín, debido a que gracias a la cantidad y calidad de sus negocios en esta rama, Medellín se certifica como la capital Industrial de Colombia, ya que cuenta con una estructura empresarial fuerte por su ubicación estratégica que se conecta con todo el país y porque representa “[...] más del 8% del PIB nacional, 55% del PIB departamental y concentra el 53% de las empresas del departamento.”²⁷ De acuerdo a lo anterior, Medellín se constituye en el centro de la industria textil y de la moda en Latinoamérica, lo cual contribuye a la generación de valor, empleo, divisas y por ende prosperidad económica para los habitantes de la ciudad. “En Medellín existe una alta concentración de empresas del sector: 48% de las textileras y 35% de las confeccionistas del país”²⁸.

²⁵ www.rseba.gob.ar/boletines/2/nl_oportunidadesdesafiosrse.pdf

²⁶ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-203866>

²⁷ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-203866>

²⁸ Según cifras del instituto para la exportación y la moda – Inexmoda.

El sector de textiles y confecciones exporta aproximadamente el 30% de su producción. En confecciones de lana, confecciones de algodón en tejidos planos y de punto, y confecciones de fibras artificiales y/o sintéticas, las tasas de apertura exportadora superan el 40% de la producción.

Todos los argumentos hasta ahora revisados, permiten inferir, la necesidad tangible de incorporar una guía para liderar los negocios de las microempresas del sector confección de ropa femenina en la ciudad de Medellín, ya que éste hace parte del clúster textil/confección, diseño y moda de la región el cual está conformado por una base empresarial de 11.400 empresas, que registraron en 2006 activos por US\$ 2.757 millones²⁹.

Teniendo en cuenta lo anterior se debe abordar los grupos de interés como lo son: los trabajadores, los proveedores, los clientes y las comunidades beneficiadas.

Vale entonces hacerse la pregunta: ¿Cuáles pueden ser los factores más determinantes para que la RSE no sea tomada en cuenta en este grupo de empresas?

Como objetivo general se busca identificar elementos que puedan servir de base para que las empresas del subsector de confecciones de ropa femenina en Medellín, diseñen dentro de sus planes estratégicos programas de RSE.

Lo cual implica de forma específica:

Evaluar los beneficios de incluir la RSE-Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas del sector de la confección de ropa femenina en Medellín.

²⁹ Cámara de comercio de Medellín. Unidad de investigaciones económicas.

Proponer unas pautas prácticas para la implementación de la RSE-Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas del sector de la confección de ropa femenina en Medellín.

Identificar las herramientas y mecanismos de control de la RSE-Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas del sector de la confección de ropa femenina en Medellín.

De esta manera se plantea la importancia de la competitividad y la creación de valor a través de la RSE y como los elementos pueden ser analizados y considerados de una manera cualitativa y cuantitativa, esto permitirá poder efectuar un análisis de la creciente importancia de la RSE en las empresas, y a pesar de que desde el inicio se ha pensado que el tamaño de las empresas es importante para poder aplicar la RSE, la presente monografía pretende desmentirlo, ya que el tema de crecimiento sustentable puede ser aplicado en cualquier empresa. Aquí es donde se desmitifica el hecho de afirmar que lo correcto es decir que está siendo socialmente responsable al destinar fondos a actividades sociales muy lejos de resolver las necesidades inmediatas del entorno o de las personas que trabajan al interior de las empresas.

La responsabilidad social se transforma, de manera creciente, en una variable competitiva de reconocimiento mundial. Un factor de éxito en los negocios, que se conjuga con el compromiso ético de la empresa moderna con la sociedad. La conducción socialmente responsable de una empresa, genera decisiones de negocios mejor informadas, construye fidelidad, enriquece la imagen corporativa y de marca, y contribuye, en forma cuantitativa, a la rentabilidad de la empresa a largo plazo. Cabe anotar que cada vez más, los clientes y la sociedad en general, esperan, e incluso exigen, que las empresas jueguen un rol importante en el desarrollo y aumento de la calidad de vida de sus trabajadores, de su comunidad y del país.

Las empresas deben reconocer que las políticas y prácticas corporativas socialmente responsables, constituyen un imperativo comercial, y que las empresas líderes transforman esto en una ventaja competitiva.

La gestión de la Responsabilidad Social Empresarial no debe quedarse en una mera gestión del ámbito operativo sino que debe integrarse en la gestión estratégica como un elemento más a considerarse como generador de ventajas competitivas.

En el contexto de la responsabilidad social empresarial, para la conformación de los antecedentes se hicieron varias consultas a trabajos de investigación que guardan relación con la problemática planteada y que servirán de apoyo al problema formulado. Se denota que la mayor parte de la información recolectada corresponde a otros países, ya que a nivel nacional la información es muy limitada.

Los retos que deben afrontar las microempresas al momento de incorporar la RSE en sus modelos de actuación, se basan principalmente en demostrar las mejoras realizadas en la Ética y Gobierno Corporativo, Calidad de Vida en el Trabajo, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente.

La propuesta de un esquema sencillo y práctico que constituya la guía para la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial -RSE- permitirá una implementación más fácil y efectiva en las microempresas del sector de confecciones de ropa femenina en Medellín.

El tipo de investigación realizada fue documental; se analizó de forma objetiva y lógica la relación entre las diferentes variables que conforman el problema, así fue posible definir, limitar y conocer el tipo de incidencia que existe entre las variables objeto de estudio.

Este estudio documental tuvo una duración de 11 meses, con él se busca determinar las principales causas ó razones que hacen de la RSE un factor diferenciador en las microempresas del sector de confección de ropa femenina en la ciudad de Medellín. Uno de los principales inconvenientes en ésta búsqueda lo constituyó el hecho de que en el contexto natural existían muchas variables que actuaban sobre el objeto de estudio; de modo que se redujo la heterogeneidad del colectivo, limitando la investigación a la siguiente consulta:

Se analizó por medio de consultas en la Web y Bibliotecas de las universidades de Medellín, de Antioquia y UPB, los datos de las microempresas de confección de ropa femenina ubicadas en el municipio de Medellín que en los últimos 10 años implementaron la RSE como modelo de actuación y aún hoy se encuentra vigente. No obstante, se puede catalogar de escasa o casi nula la información o el acceso al conocimiento sobre el tema de la responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de las microempresas, esto se verifica incluso en la no disponibilidad de información comparativa entre países de Latinoamérica e incluso a nivel de Europa.

Por medio de la consulta bibliográfica sobre el desarrollo que ha tenido la RSE en las microempresas del sector confección de ropa femenina en la ciudad de Medellín en los últimos años, fue posible determinar los aspectos de desarrollo más relevantes, los cuales permitieron la creación de éste manual, el cual pretende ilustrar de manera básica la implementación de la RSE en las futuras microempresas del sector de confección de ropa femenina en la ciudad de Medellín.

En la presente monografía, el lector encontrará tres capítulos que desarrollen los objetivos propuestos de la siguiente forma:

El primero dedicado a conocer las ventajas, beneficios y funciones de implementar la RSE en términos de ventajas competitivas y productividad.

El segundo capítulo abordará de forma concreta y sencilla los pasos ó fases para realizar una implementación básica de la responsabilidad social empresarial en las microempresas del sector confección de ropa femenina en Medellín.

El tercer capítulo ilustrará al lector, sobre las diferentes herramientas y mecanismos de control de la RSE.

Al final se presentan las conclusiones y recomendaciones respectivas.

1. BENEFICIOS DE INCLUIR LA RSE-RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE LA CONFECCIÓN DE ROPA FEMENINA EN MEDELLIN.

En este capítulo se evaluarán los beneficios de la RSE reflejados en la competitividad generada en las microempresas del sector de confección Idem en Medellín, el análisis se basará en la definición de competitividad dada por Michael Porter en los años ochenta³⁰, la cual está enfocada en los bajos costos y en la diferenciación.

1.1 LA COMPETITIVIDAD

Es un hecho que la sobrevivencia de las empresas, de cualquier tipo, principalmente las microempresas del sector confecciones las cuales se desarrollan en un entorno de continuos y vertiginosos cambios, depende principalmente de su capacidad de adaptación y de su destreza para enfrentar el aumento de intensidad y la diversidad de la competencia. El logro del éxito, por tanto, las obliga a mantenerse en constante adaptación frente a las variaciones del medio, convirtiéndose, la competitividad en el criterio económico por excelencia que debe orientar y evaluar el desempeño.

La competitividad, es la capacidad de una empresa de alcanzar una determinada posición en el mercado mediante la adquisición de ventajas competitivas basadas en el precio o en la diferenciación de sus productos y servicios. Las ventajas competitivas de una empresa son las características o atributos que posee un producto o un proceso productivo que le confieren cierta superioridad sobre sus competidores y le permiten obtener mayores beneficios en el sector.

Según Porter existen dos tipos de ventajas competitivas:

³⁰ Porter, M. (1991), p.28.

Las ventajas competitivas basadas en el bajo costo; las cuales se presentan cuando una empresa es capaz de ofrecer los mismos beneficios que sus competidores a un costo más bajo, lo cual dependerá de su eficiencia operativa, es decir de su productividad.

Por otra parte, se presentan las ventajas competitivas basadas en la diferenciación, las cuales consisten en distinguirse de la competencia, ya que en una economía globalizada y altamente competitiva como la actual, la construcción de ventajas competitivas que permitan a la empresa mejorar su posicionamiento y mantenerse en el mercado es una necesidad. Ahora bien, una empresa posee una ventaja competitiva si es capaz de ofrecer beneficios (calidad, servicio, confiabilidad) que excedan los de los productos de la competencia, lo que dependerá de su prestigio y reputación. La adquisición de ventajas competitivas depende de los factores de competitividad empresarial.

Estos factores se clasifican en internos y externos, los primeros están relacionados con la organización de la empresa y los últimos están relacionados con el contexto competitivo de la misma, a continuación se enunciarán algunos factores considerados importantes.

La estrategia, la cual está constituida por dos pilares fundamentales: La calidad de la dirección empresarial materializada en la visión estratégica y el estilo de liderazgo y por la estructura organizativa, la cual está materializada en una cadena de valor organizada de manera más eficiente, de modo que se reducen costos frente los competidores al incorporar diferencias que agregan valor por encima del costo de realizarlas.

La disponibilidad y calidad de los factores productivos (recursos humanos, capital, infraestructura, tecnología y recursos naturales) , lo cual permite la diferenciación en los productos y por ende el posicionamiento de marca.

Las condiciones de la demanda, es importante conocer el tamaño, dinamismo y sofisticación del mercado, para poder segmentarlo.

Los clúster o agremiaciones, las cuales facilitan la cooperación empresarial en el sector.

Aunque estos factores marcan la diferencia, cada vez es más complicado construir una ventaja diferencial ya que los productos tienden a ser similares. Por ello los atributos únicos e irrepetibles ó difíciles de copiar con son más importantes para diferenciarse de la competencia.

La RSE ofrece una posibilidad de diferenciación de la competencia a través de la mejora de la reputación y de los atributos ambientales y sociales de los productos y servicios, que bien aprovechada puede ser importante para el éxito empresarial, al permitir aumentar las ventas y los ingresos, y por tanto mejorar la cuenta de resultados.

1.2 VENTAJAS COMPETITIVAS Y PRODUCTIVIDAD

Es muy difícil construir ventajas competitivas basadas en el dumping social o ambiental, ya que con este término se ha querido tipificar el delito económico consistente en la competencia desleal provocada por la desprotección de la fuerza laboral, que se traduce en bajos salarios. Esta baja remuneración del factor trabajo hace que su contribución al costo de producción total genere precios finales que son artificialmente competitivos, particularmente en los procesos que son intensivos en manos de obra. En este contexto, una vía para aumentar la competitividad de manera más responsable es aumentar la productividad laboral y la ecoeficiencia, a través de la mejora del clima organizacional y de la eficiencia en

el uso de las materias primas y de los suministros, lo que permite disminuir los costos y por tanto mejorar la cuenta de resultados³¹.

Toda vez que una empresa ha identificado al segmento de mercado que le interesa atender y en el que quiere obtener una postura única y exclusiva, debe desarrollar y ofrecer a sus clientes ventajas competitivas sostenibles con el propósito de diferenciarse y no enfrentarse frontalmente con sus competidores.

Los beneficios que los clientes reciben a través de la adquisición, uso y disfrute de los productos son la base de la diferenciación de los negocios más estables a través del tiempo, ya que en esencia nunca cambian. Así, el posicionamiento de una empresa, funciona mejor cuando se hace sobre la base de los beneficios que brinda, no de las características intrínsecas de los productos generados por ella.

1.3 BENEFICIOS DE SER UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Los argumentos económicos en favor de la adopción de buenas prácticas de RSE han sido objeto de numerosos estudios especialmente en el mundo anglosajón³². El caso de América Latina y el Caribe ha sido también objeto de estudio por parte del BID (2007)³³, y por parte de SustainAbility, la Corporación Financiera Internacional y el Instituto Ethos (2003)³⁴. Estos estudios han analizado la relación entre la calidad de las relaciones de las empresas con sus grupos de interés y su desempeño económico, concluyendo que la gestión responsable puede conllevar los siguientes beneficios:

³¹ Perú 2021 (2007): El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el Mundo (Autores Canessa,G.y García,E.) Perú 2021:Lima.P.<http://www.wbcasd.org/DocRoot/g4ZtDSneENKRPkOq1eGu/ABC-de-la-rse.pdf>

³² World Economic Forum, compilación de estudios sobre ciudadanía corporativa.

³³ World Economic Forum, compilación de estudios sobre ciudadanía corporativa

³³ Flores, J;Ogliastri, E; Peinado-Vara, E. y Petry, I. (eds) (2007) <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=1337282>

³⁴ SustainAbility, CFI e Instituto Ethos (2003) <http://www.sustainability.com/developing-value>.

Facilita la retención y atracción de los clientes y consumidores, ya que las empresas que adoptan medidas de RSE acceden más fácilmente a los clientes que evalúan y seleccionan a sus proveedores bajo criterios sociales y ambientales y a nuevos consumidores en los mercados más maduros que demandan estas prácticas. También mejora la eficiencia operacional, esto porque las empresas que introducen mejoras en la gestión de sus recursos y buscan la ecoeficiencia pueden disminuir el costo de sus insumos (materias primas, suministros, etc.)

Mejora la atracción, retención y productividad de los recursos humanos, debido a que las empresas que invierten en la mejora de la calidad de vida laboral y en su reputación pueden retener y atraer a los mejores profesionales que valoran cada vez más estas prácticas, así mismo mejora la gestión de riesgos, porque las empresas que realizan una revisión de sus impactos económicos, ambientales y sociales detectan los riesgos ambientales o sociales actuales o potenciales con mayor antelación lo que facilita la toma de medidas preventivas antes de que se produzca una crisis.

Por otro lado, facilita la identificación y aprovechamiento de oportunidades, porque las empresas que realizan un análisis de su desempeño en todos sus procesos, son capaces de vincularlos de un modo más integrado y estratégico; y de identificar y aprovechar mejor las oportunidades, además incentiva la innovación, ya que las empresas que revisan sus impactos económicos, ambientales y sociales y se comparan con sus competidores detectan más fácilmente oportunidades de innovación en procesos, productos y servicios que generen nuevos beneficios.

Otros beneficios consisten en expandir las posibilidades de financiación, ya que las empresas que adoptan medidas de RSE acceden más fácilmente a índices de inversión socialmente responsable, especialmente en los países con mercados financieros desarrollados, mejorar la licencia social para operar, esto porque las

empresas que realizan inversiones sociales pueden obtener la aceptación social más fácilmente por parte de las comunidades en las que operan y finalmente mejora la imagen y reputación, porque las empresas que adoptan medidas de RSE mejoran los atributos intangibles de sus productos lo que contribuye a su diferenciación.

En todos los casos el resultado es una mejora del beneficio empresarial producido bien por un aumento de los ingresos generados por el aumento de ventas, facilitado por la diferenciación, bien por una disminución de costos generado por una mayor productividad de los recursos humanos o de las materias primas y suministros (eficiencia).

1.4 FUTURO DE LAS MICROEMPRESAS DE CONFECCIONES DE ROPA FEMENINA EN LA CIUDAD DE MEDELLÍN

La microempresa es hoy el principal actor del desarrollo, por lo que es ya un imperativo impostergable que todos los microempresarios, sin excepción alguna, trabajen por crear una conciencia y unas prácticas de acción social y políticas responsables, y una cultura de responsabilidades compartidas.

La microempresa en los últimos años juega un rol diferente y ha cambiado la concepción que se tiene de ella, pues se ha convertido en un factor de cambio e influencia social. Lo que las microempresas hacen o dejan de hacer afecta de manera significativa a su entorno y a su ámbito más directo. Ya existe esa conciencia de la importancia de la empresa en la sociedad y del poder que ella tiene para ser factor de cambio.

El comprender la microempresa de manera diferente no es una tarea fácil, es realmente complicado, significa un cambio de perspectiva no solo radical si no trascendente, ya que implica entender a la microempresa primero como el terreno

de hombres sin escrúpulos, movidos exclusivamente por el afán de lucro, a luego considerarla como una institución socioeconómica que tiene una seria responsabilidad moral con la sociedad. Esto implica una realidad que aunque cruda no necesariamente tiene que ser negativa, ya que estas microempresas se convierten en las principales responsables del destino de la sociedad.

Las empresas pueden seleccionar sus prácticas de responsabilidad social buscando aquellas que además de contribuir al bienestar de sus grupos de interés le permitan adquirir una ventaja competitiva basada en el precio, en la diferenciación o en ambas. Esta selección permite una gestión estratégica de la RSE y justifica más fácilmente ante los propietarios o accionistas la inversión requerida para iniciar y mantener un proceso de mejora continua. A lo largo de esta guía se ofrece información sobre cómo seleccionar estratégicamente los temas en los que las empresas pueden enfocar sus actividades de RSE. En primera instancia se deberán seleccionar los temas relevantes de una manera estratégica y la manera de identificar los impactos en la cadena de valor y las dimensiones sociales del contexto competitivo de una empresa. Una vez seleccionados los temas relevantes será necesario decidir el tipo de estrategia a seguir y las ventajas competitivas a desarrollar en aras de obtener productos social y ambientalmente sostenibles y prácticas de gestión que permitan mejorar la fidelidad de los clientes ya existentes o el acceso a nuevos clientes³⁵.

Una comunidad que es apoyada de manera constante por una empresa que comunica entre sus múltiples beneficios el deseo arraigado de fortalecer el tejido social y mejorar la calidad de vida de su comunidad, indudablemente obtendrá en el corto a mediano plazo un mejoramiento en la calidad de su participación de mercado como resultado de la preferencia de múltiples consumidores que sienten

³⁵ <http://es.scribd.com/doc/23845341/Guia-de-Aprendizaje-para-la-implementacion-de-RSE-en-Pymes>

emoción al adquirir un artículo de esta empresa, sabiendo que su compra está favoreciendo los intereses de la sociedad y no sólo los suyos.

Al implementar la Responsabilidad Social Empresarial en las microempresas del sector confección de ropa femenina en Medellín se mejorarían su competitividad, productividad y acceso a mercados, la realización de negocios sustentables y de largo plazo como parte de la cadena de proveedores de grandes empresas y se fortalecería económicamente a través de reducciones en costos, incrementos en productividad y calidad; establecimiento de esquemas de innovación tecnológica y operativa, para lograr un incremento en ingresos y rentabilidad.

Albert Einstein dijo alguna vez: “Dar el ejemplo no es la principal manera de influir sobre los demás; es la única manera”³⁶. Tal vez sea tiempo de comenzar a pensar en la Responsabilidad Social Empresarial como uno de los pilares del desarrollo sostenible/rentable de las empresas y no sólo como un requisito que hoy se debe cumplir para que al menos los indicadores permanezcan siempre verdes.

Por lo anterior, es inaplazable que las microempresas se involucren en un proceso de sensibilización, capacitación e implantación de un modelo de gestión de RSE, percibiéndose como proveedores confiables, dispuestos a establecer políticas de calidad, productividad y responsabilidad social.

³⁶ <http://www.unafrasecelebre.com/verfrase.asp?id=1355>

2. PAUTAS PRÁCTICAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR DE LA CONFECCIÓN DE ROPA FEMENINA EN MEDELLÍN

En el desarrollo de este capítulo, se proponen una serie de pautas, ideas y políticas para la fácil implementación de la RSE en el sector confección de ropa femenina en Medellín que contribuyen a agregar valor a la empresa, ganar la credibilidad y confianza de los usuarios finales, fidelizar a los empleados y aportar a la comunidad. Es de aclarar que debe utilizarse como guía y no como fuente definitiva, ya que constituye un mapa de navegación, que le permitirá escoger el mejor camino teniendo en cuenta los intereses y los valores de la empresa.

A continuación en la Grafica 1 se hace referencia a los diferentes grupos de interés que pueden ser afectados positiva o negativamente por una microempresa a través de la RSE.

Grafica 1. Grupos de interés que impacta la RSE³⁷



³⁷ http://2.bp.blogspot.com/_2Xl3ThramU0/TNqD-oOzpnI/AAAAAAAAAHU/GJk1Kf2bgRY/s1600

El objetivo general de la RSE, es ser un instrumento de orientación que brinde un punto de referencia, focalizando las pautas en las áreas que mayor impacto tienen en el entorno, en la calidad de vida de los colaboradores y el cuidado del medio ambiente.

Esta incorporación, no debe analizarse como un costo, por el contrario debe tomarse como una inversión que será retribuida en beneficios y mejoras constantes, que permitirán el posicionamiento de la microempresa por medio de la competitividad y auto-sostenibilidad en el mercado, ya que una microempresa debe estar dispuesta a flexibilizar su portafolio de soluciones en la medida en la que cambien las necesidades de los clientes.

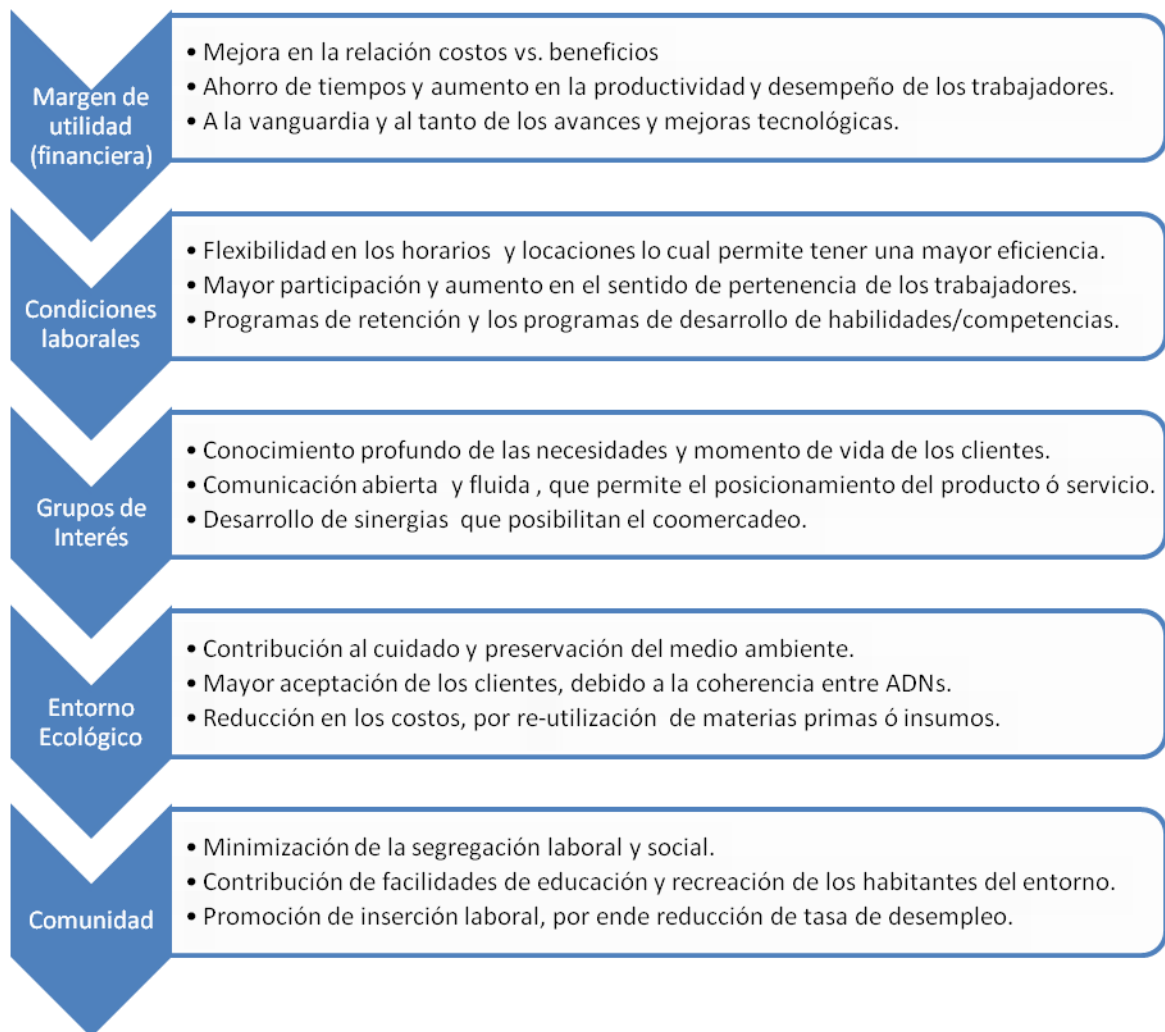
“Las decisiones tomadas pueden desarrollarse en un clima de cooperación de modo que la microempresa obtenga los siguientes beneficios:

Mayor posicionamiento y notoriedad de la microempresa en el mercado, mayor confianza de sus clientes, mayor satisfacción y motivación del grupo de colaboradores, por tanto, una mayor productividad, desempeño y consolidación mediante la reducción de la rotación y tasa de ausentismo, mayor competitividad, por medio del desarrollo de competencias comparativas respecto a las demás microempresas, mejor reputación de la microempresa y/o marca, mejor estrategia de comunicación, ya que el mensaje de éste tipo de microempresas se recibe con mayor facilidad en la comunidad³⁸”

En el Gráfico 2 se exponen las principales áreas en las que se enfocan las pautas para maximizar los resultados de la incorporación de la RSE en el sector de confecciones de ropa femenina en Medellín:

³⁸ http://www.fundesa.org/upload/fckeditor/File/131445_Guia_de_implantacion_de_la_RSE.pdf

Gráfico 2. Áreas de enfoque para implementación de las pautas.³⁹



La incorporación de acciones Socialmente Responsables, no ha de entenderse, como la aplicación de medidas puntuales, sino como la gestión de las microempresas guiadas de una forma paulatina por los criterios de la Responsabilidad Social.

La adopción de medidas responsables, requiere que las microempresas atraviesen una serie de fases, las cuales se citan a continuación:

³⁹ www.fundesa.org/upload/.../131445_Guia_de_implantacion_de_la_RSE.pdf

FASE 1: AUTODIAGNÓSTICO

Para iniciar el proceso de implementación de acciones socialmente responsables, el primer paso es conocer el estado global de la situación actual en la que se encuentra la microempresa, se trata de hacer un análisis exhaustivo de una serie de aspectos:

Análisis del punto de partida, revisión de sus valores y políticas, identificar y sistematizar sus grupos de interés, definir responsabilidades asumibles.

Dado lo anterior se sugiere como herramienta para realizar este autodiagnóstico hacerlo a través de **DiagnosticaRSE**, ésta herramienta permitirá autoevaluar la empresa en cuanto a los procesos de Responsabilidad Social, la cual está dividido por 8 áreas de interés, cada una con sus respectivas preguntas.

“La Corporación FENALCO Solidario tiene a disposición de los comerciantes esta herramienta que le permitirá a la empresa realizar un auto diagnóstico en Responsabilidad Social, el cual le podrá identificar las fortalezas y oportunidades de mejora en las diferentes áreas de este importante tema y a su vez obtener el CERTIFICADO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL⁴⁰”.

FASE 2: ELABORACION DEL PLAN DE ACTUACIÓN.

“Para iniciar la elaboración del plan de actuación es necesario en primer lugar realizar la formulación de los objetivos a conseguir en materia de RSE, que reorienten la actividad y en segundo lugar, una vez establecidos los objetivos, es necesario delimitar en que ámbitos actuará la microempresa, y en cada uno de ellos establecer sub-áreas que confieran de una estructura el proceso⁴¹”.

⁴⁰

<http://www.fenalcosolidario.com/?vp=1&ver=1&id=2429µ2=fenalcos&leng=sp&n=DiagnosticaRSE> p. 7

⁴¹ http://www.fundesa.org/upload/fckeditor/File/131445_Guia_de_implantacion_de_la_RSE.pdf p.7

A continuación En el Gráfico 3 se exponen los tres principales aspectos sobre los que se debe articular las actuaciones socialmente responsables en las microempresas.

Gráfico 3. Aspectos en los que se centra las acciones de la RSE⁴²



Este paso consiste en determinar cómo se va a actuar en cada una de las áreas, es decir describir las medidas que la microempresa llevara a cabo.

Este último paso se refiere a la temporalización, es decir, cada área y sus correspondientes medidas deben disponer de un marco temporal que establezca en qué momento comienza y finaliza el ciclo de implantación, se trata de acortar en el calendario el periodo en que la microempresa considera oportuno para que cada una de las medidas responsables hayan sido implantadas correctamente.

⁴² http://www.fundesa.org/upload/fckeditor/File/131445_Guia_de_implantacion_de_la_RSE.pdf p. 7

FASE 3: APLICACIÓN DE MEDIDAS SOCIALMENTE RESPONSABLES.

“En esta fase es preciso establecer una ruta que permita encaminar medidas socialmente responsables: Priorizar los objetivos definidos en la fase anterior, y tener presente los costos y beneficios, que acarrearán las medidas aplicadas⁴³.”

A continuación se exponen los programas a desarrollar que sirven de orientación a la hora de establecer medidas de responsabilidad social en la microempresa:

ÁMBITO SOCIAL. Se debe velar porque el personal empleado goce de equilibrio entre la vida personal, laboral y familiar, Igualdad de oportunidades, salud y seguridad en el trabajo y Salario y prestaciones. Al igual que su entorno local debe cubrir la Creación de puestos de trabajo, el apoyo a proyectos y actividades de la comunidad y la adaptación de las instalaciones para personas con movilidad reducida.

ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL. En su Entorno local se deben generar programas de ahorro de Agua y Eficiencia Energética, Gestión correcta de residuos, control y reducción de emisiones y vertidos al igual que el reciclaje.

A nivel de Proveedores se debe elegir aquellos que tengan certificaciones ambientales y que usen productos no nocivos para la salud y el medio ambiente.

ÁMBITO ECONÓMICO. A los Clientes se les debe garantizar seguridad de los productos, Satisfacción y Publicidad ética. De igual manera que a los Proveedores se les debe suministrar Información transparente y veraz, al igual que generar Alianzas de cooperación duradera en el tiempo. Al igual que es de vital importancia El rol del Estado, toda vez que la transparencia implica claridad en la

⁴³ http://www.fundesa.org/upload/fckeditor/File/131445_Guia_de_implantacion_de_la_RSE.pdf
PAG 8

contabilidad y por lo tanto como ciudadano corporativo se debe cumplir con las obligaciones tributarias.

FASE 4: EVALUACIÓN DEL PLAN DE ACTUACIÓN

“Una vez han sido aplicadas las medidas de responsabilidad social previstas, es hora de conocer su alcance, es decir, determinar hasta qué punto han sido efectivas o no. Para ello, es preciso que la microempresa realice una memoria de sostenibilidad o informe de evaluación, que será dado a conocer a los grupos de interés. La manera de determinar el éxito o fracaso de cada una de las medidas se alcanza gracias a la aplicación de una serie de indicadores

INFORME DE EVALUACIÓN. Este supone que en la etapa de establecimiento de los objetivos se debe tener especial cuidado al establecerlos con las siguientes características:

Que sean controlables, es decir, contruidos con un planteamiento claro, un horizonte temporal, una meta, que sean alcanzables y que sean difíciles de alcanzar, o mejor aun que impliquen un reto.

El informe de evaluación (o sostenibilidad) es para la microempresa, una herramienta, de seguimiento y mejora, que permite la realización de un análisis comparativo tanto de la microempresa a lo largo del tiempo, como está frente a otras ofreciendo la posibilidad de conocer que avances va logrando en materia de responsabilidad social.

En esta fase, el objetivo es aprender de la experiencia para eliminar debilidades y potenciar fortalezas en el siguiente ciclo de gestión, cuya finalidad ha de estar basada en la consecución de un proceso cíclico de mejora continua.

Cómo evaluar las medidas implantadas: indicadores sociales, medio ambientales y económicos.

Al establecer las medidas que la microempresa va a incorporar a su gestión diaria, una forma de medir y evaluar la eficacia de las mismas es a través de indicadores que deben ser considerados según su nivel de importancia, los cuales pueden ser: Número de trabajadores/as que solicitan una jornada de trabajo flexible, número de trabajadores/as que han recibido capacitación, tipo de criterios aplicados para la selección de personal, número de hombres y mujeres directivos en cada uno de los departamentos de la microempresa, número de trabajadores/as con discapacidad, número de empleados que responden a un perfil colectivo de riesgo de exclusión, cantidad de contribuciones a proyectos culturales, de educación, etc., cantidad y periodicidad de auditorías medioambientales llevadas a cabo, canales utilizados para mejorar el entorno medio ambiental, total inversiones medioambientales/total de inversiones, ahorro generado por la implantación de medidas medioambientales, número de proveedores que poseen certificados, ampliación o reducción del número de clientes respecto a otros periodos, número de reclamaciones/número de clientes, número de participaciones en jornadas de RSE en el entorno, destino de excedentes de capital a inversiones socialmente responsables y por último el número de informes de sostenibilidad editados por la microempresa”⁴⁴.

FASE 5: MEJORA CONTINUA

En esta fase debe realizarse la valoración de sostenibilidad, que permite detectar que medidas no han funcionado y cuales deben aplicarse en el futuro; por lo que el ciclo vuelve a comenzar siendo este el nuevo punto de partida en el que se encuentra la microempresa respecto a la responsabilidad social empresarial.

⁴⁴ http://www.fundesa.org/upload/fckeditor/File/131445_Guia_de_implantacion_de_la_RSE.pdf p. 9-10

“A partir de la realización del informe de evaluación plasmado en la memoria de sostenibilidad, el ciclo se reinicia, formulando y reformulando medidas y objetivos en materia de responsabilidad social, y reforzando una vez más los lazos de comunicación con los diferentes grupos de interés, para recoger opiniones y sugerencias al respecto.

De nuevo la microempresa debe planificar las medidas de actuación, aplicarlas, evaluar los resultados obtenidos, corregir efectos negativos y proponer metas futuras es el camino a la sostenibilidad a través de la mejora continua para alcanzar la excelencia empresarial”⁴⁵

En el Gráfico 4 se suministra un esquema de las medidas de actuación a nivel empresarial para alcanzar la mejora continúa

Gráfico 4: Proceso para alcanzar la mejora empresarial⁴⁶



⁴⁵ http://www.fundesa.org/upload/fckeditor/File/131445_Guia_de_implantacion_de_la_RSE.pdf p. 10

⁴⁶ http://www.fundesa.org/upload/fckeditor/File/131445_Guia_de_implantacion_de_la_RSE.pdf p.11

3. COMO MEDIR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE), HERRAMIENTAS Y MECANISMOS DE CONTROL

En este capítulo, se pretenden exponer los métodos que se pueden aplicar para verificar o comprobar los cambios producidos durante la ejecución de las pautas prácticas de RSE, es decir, verificar si se ejecutaron dichas pautas, si la herramienta propuesta se implementó, si se han ejecutado las acciones de mejora, si se han alcanzado los objetivos y metas planificados, y si se ha mejorado la competitividad de las microempresas del sector confección. También permite identificar si se han producido desviaciones sobre lo planificado y en caso positivo, introducir las acciones correctivas necesarias para eliminar sus causas. Para ello realizan y se miden los indicadores, se analizan los datos y se proponen mejoras. Cuando se habla de la realización y la medición de los indicadores, es donde se evidencia que uno de los retos y a la vez una de las principales críticas que ha recibido el concepto de RSE, es la aparente dificultad que representa la construcción de dichos indicadores, los cuales permiten medir el impacto de las estrategias que diseñan y ejecutan las empresas⁴⁷, especialmente como se observa desde el título de este trabajo de grado las microempresas del sector confección de ropa femenina en Medellín. Para medir la RSE se han desarrollado internacionalmente una serie de herramientas (directrices, indicadores y certificaciones) que permiten evaluar y medir los niveles de RSE alcanzados y colaborar con la difusión de la temática.

Estas herramientas cumplen cuatro funciones principales, las cuales en conjunto permite a las empresas conocer sus buenas prácticas como así también, remarcar aquellas que deben ser corregidas. Estas cuatro funciones son:

⁴⁷ <http://kiosdecolombia.blogspot.com/2011/04/como-medir-la-responsabilidad-social.html>

- **Informativa.** Ayudan a la difusión de los principios que rigen a la RSE y de las posibles acciones para llevarla a la práctica. Además, constituyen elementos útiles para generar información sobre su estado.
- **Promocional.** Da a conocer los datos generados sobre las políticas, prácticas y programas de las empresas, las que repercuten en su reputación e imagen; incrementando los beneficios directos e indirectos de este modelo de gestión.
- **Demostrativa.** Materializa la RSE, en tanto que se encargan de señalar los aspectos positivos y negativos del desempeño de las empresas y sirven como guía del sector productivo en general.
- **Persuasiva.** Permite a las empresas contar con un mayor incentivo para realizar buenas prácticas, ya que saben que éstas serán premiadas y bien recibidas por las organizaciones que promueven la RSE. De la misma forma, intentarán evitar aquellas acciones que puedan ser señaladas como negativas, por ejemplo, la discriminación en el ámbito laboral o la contaminación ambiental⁴⁸.

Debido a estas funciones, varias empresas comenzaron a elaborar informes que incluyeron de una forma u otra, vertientes sociales y medioambientales y como es lógico en esa tarea de informar, empezaron a encontrarse con el problema de cómo medir las acciones de RSE y sus resultados, de forma que la información fuese coherente, completa y ordenada.

Paralelamente, organizaciones de la sociedad civil y foros de grupos de interés desarrollaron recomendaciones o normas para la elaboración de estos informes;

⁴⁸ http://www.prochile.cl/servicios/medioambiente/responsabilidad_social_empresarial.php

como resultado, existen ahora varias iniciativas internacionales, entre las cuales figuran el Pacto Mundial, el *Global Reporting Initiative*, SA 8000, AA 1000, y una guía que acaba de ser aprobada, la ISO 26000.

Las iniciativas son variadas y los resultados diversos. Muchas empresas que han publicado informes de sostenibilidad o RSE han sido acusadas de hacerlo sólo a modo de escaparate, de no actuar siguiendo sus propias recomendaciones o de no informar sobre los asuntos que son realmente cruciales. Es aquí donde surge la pregunta ¿Qué implica medir la RSE de una microempresa: cuáles son las ventajas, en qué consiste y qué norma debe aplicar cada uno en su propia microempresa?. Las respuestas a esas preguntas se encontraran a continuación:

POR QUÉ SE DEBE MEDIR LA RSE

La comunicación no financiera por parte de las empresas se ha desarrollado durante los últimos años y ha llegado a convertirse casi en un requisito obligatorio. Del mismo modo que la gestión en una empresa debe ser medida, también la gestión de la RSE puede y debe ser evaluada. La medición es una tarea fundamental para conocer el grado de cumplimiento de los objetivos empresariales. Gestionar sin medir supone gestionar sin ningún tipo de criterio para determinar si se están alcanzando o no los objetivos.

El hecho de medir, guía y asegura que la mejora vaya hacia un objetivo determinado, lo que implica definir y concretar los objetivos de la empresa mediante valores ponderables, es decir, mediante indicadores. Un sistema de indicadores es un conjunto de valores diseñados para medir ciertas variables específicas, para así poder comprobar que una empresa llega a las metas señaladas en su estrategia.

Los indicadores tienen que ser procesados e interpretados para poder evaluar la gestión y el desempeño en la empresa. La medición aporta comprensión sobre las causas y sobre el impacto de los resultados, así como la mejora del desempeño en la empresa.

Por un lado, los indicadores son útiles para la toma de decisiones en la empresa, y por otro, sirven para comunicar los resultados a los grupos de interés. Hoy en día, el modo más utilizado para la comunicación de la información no financiera es la publicación de memorias de RSE.

Esta comunicación externa proporciona transparencia a la actuación de la empresa. Los aspectos no financieros y la transparencia parecen percibirse como factores de competitividad y creación de valor, herramientas de excelencia en la gestión y factores diferenciadores. La crisis actual ha intensificado las exigencias de que las empresas informen sobre sus impactos no financieros, porque la falta de transparencia ha deteriorado su credibilidad ante los grupos de interés.

Comunicar esta información facilita a los grupos de interés la comprensión sobre si los gerentes están creando relaciones y activos valiosos a largo plazo. Además, estas medidas pueden ayudar a clientes, comunidades, reguladores y empleados en potencia a evaluar los resultados sociales de la empresa. Los clientes exigen información sobre el origen de los productos, quién los fabrica y qué contienen. Los empleados y futuros trabajadores quieren saber que la empresa asume sus responsabilidades hacia la sociedad y el medio ambiente. Los gobiernos y la sociedad requieren que las empresas informen sobre sus resultados, tanto sociales como ambientales.

Uno de los grupos de interés que solicita cada vez más información y medición de la RSE son los inversores. Éstos han empezado a aplicar criterios sociales y ambientales en sus decisiones, por la supuesta relación entre el grado de

responsabilidad de una empresa y su competitividad, por el crecimiento de la financiación ética o socialmente responsable, y por las regulaciones y acuerdos nacionales e internacionales que exigen un comportamiento más responsable del sector privado. Estas exigencias no tratan sólo de que las empresas informen, sino de qué informan, cómo lo hacen y cómo se puede asegurar que las compañías cumplan con la responsabilidad que proclaman.

La comunicación de los indicadores puede realizarse según criterios desarrollados por la propia empresa o según normas establecidas. Una norma proporciona un marco elaborado como base para estructurar la comunicación de los indicadores de una manera eficaz. Si una empresa trabaja con sus propios criterios, en vez de con una norma establecida, debe explicar cómo se han identificado y medido los indicadores, mientras que si, por el contrario, utiliza una norma, esta información ya está incluida en la misma.

Una norma considerada legítima ofrece credibilidad a la empresa, dado que presupone el cumplimiento de unos requisitos establecidos. Asimismo, es un marco comparable a través del tiempo, y, dependiendo de la norma, a través de sectores y regiones geográficas. Otras ventajas de las normas son la definición de términos, la consistencia en los procedimientos, reglas claras para la divulgación pública de las informaciones verificadas, e incentivos al mercado para el “juego limpio”.

Siendo esto así es importante desglosar el término indicadores y como estos pueden ser llevados a la práctica de una manera fácil y sencilla.

INDICADORES

Definición y alcance. Los indicadores de responsabilidad social empresarial son variables que permiten obtener información sobre el desempeño económico, social

o ambiental de una empresa en un momento dado y sobre su evolución en el tiempo. Los indicadores ofrecidos en esta guía ofrecen información sobre el recurso humano y sus prácticas laborales.⁴⁹

Atributos. Un buen indicador debe tener los siguientes atributos:

- **Específico:** Debe especificar claramente lo que mide y el grupo de interés afectado cuando proceda.
- **Medible:** Debe medir adecuadamente las actividades, resultados o cambios esperados aun coste aceptable.
- **Alcanzable:** La magnitud de desempeño propuesta debe poder alcanzarse en el plazo propuesto.
- **Relevante:** Debe estar claramente vinculado al fenómeno que busca medir.

TIPO DE INDICADORES

Indicadores cualitativos y cuantitativos. Indicadores cualitativos, estos miden una variable no cuantificable, generalmente se utilizan para medir la existencia y calidad de procesos y actividades en la empresa, por ejemplo, la existencia de una política de prevención de riesgos laborales documentada, comunicada y aplicada. Se expresan mediante escalas de valoración binarias (sí/no) o múltiples (0 a5) y se miden a través de encuestas o de evidencias documentales.

⁴⁹ <http://es.scribd.com/doc/23845341/Guia-de-Aprendizaje-para-la-implementacion-de-RSE-en-Pymes>

Indicadores cuantitativos, estos miden el valor de una variable cuantificable, generalmente se utilizan para medir resultados o impactos, por ejemplo, el número de accidentes laborales en un año. Se expresan en números absolutos o en porcentajes y en unidades de medida de longitud, superficie, capacidad, peso, moneda, temperatura, etc. y se pueden medir directamente, por ejemplo, a través de los cómputos internos de los accidentes laborales.

Indicadores absolutos o relativos. Indicadores absolutos, expresan los datos en términos absolutos, por ejemplo, consumo anual de papel o de agua.

Indicadores relativos, expresan los datos en relación con otros parámetros, por ejemplo, consumo anual de papel por empleado o consumo anual de agua por unidad de producto. Es más conveniente usar indicadores relativos ya que no dependen de variaciones en el número de empleados o del volumen de producción, lo que facilita las comparaciones.

SISTEMA DE VALORACIÓN

Los indicadores se valoran de forma diferente, según sea su naturaleza, como cualitativos o cuantitativos, los primeros son los indicadores cualitativos, se valoran mediante una escala de valoración de tipo binario (Sí/No) o una escala de medición de 1 a 5. Por ejemplo, un indicador relativo al tema salud y seguridad laboral sería el siguiente: si la escala es binaria, “¿Dispone de un programa de prevención de riesgos laborales?”, mientras que si la escala es de 1 a 5 el indicador sería “¿Dispone de un programa de prevención de riesgos laborales documentado, comunicado, aplicado y evaluado?”. Los segundos indicadores son los cuantitativos estos miden la situación de la empresa respecto a variables cuantificables. Se valoran mediante una fórmula de cálculo y se expresan en números absolutos o porcentajes y en unidades de medida de longitud, superficie, capacidad, peso, moneda, temperatura, etc. Si el indicador es de impacto (mide

las consecuencias):“número de accidentes laborales al año” o “número de días perdidos por accidentes del trabajo al año”. La batería de indicadores propuesta como modelo en estas pautas prácticas incluye para cada tema al menos un indicador cualitativo, y, en ocasiones, uno o más indicadores cuantitativos.

Por qué son necesarios los indicadores. El buen gobierno empresarial requiere establecer normas, procedimientos y estructuras para dirigir y controlar las empresas. Parte de esos requerimientos se refieren a la existencia de prácticas para el establecimiento de objetivos y metas (planificación) y para la supervisión de su cumplimiento (control de gestión). Los indicadores pueden ser utilizados en diferentes momentos a lo largo de un ciclo de mejora continua. Durante la planificación, pueden usarse para realizar una evaluación o diagnóstico del estado de madurez de la RSE e identificar los aspectos que requieren mejoras. Durante la ejecución, pueden usarse mensual o trimestralmente para monitorear las mejoras alcanzadas, identificar desviaciones si las hubiera e introducir medidas correctivas.

Al final del proceso de mejora, pueden usarse para evaluar si se han alcanzado los objetivos y metas planificados y si se ha producido un impacto sobre la competitividad de la Microempresa del sector confección de ropa femenina en Medellín. También pueden utilizarse para rendir cuentas a los grupos de interés sobre la contribución de la microempresa al objetivo de alcanzar un desarrollo más sostenible, mediante la elaboración de un reporte de sostenibilidad o de un balance social.

Los beneficios de los indicadores son:

Los indicadores son un elemento importante del proceso de planificación y control de gestión ya que permiten obtener información relevante sobre la situación de la empresa en un momento dado para facilitar la toma de decisiones. A través de ellos puede comprobarse si las actuaciones de la empresa responden a las

expectativas vinculadas a un comportamiento sostenible o responsable, cuáles son los resultados de dichas actuaciones y cuáles son sus consecuencias o impactos económicos, sociales y ambientales sobre sus grupos de interés. En las empresas que deseen poner en marcha un plan de mejora, la información obtenida mediante indicadores permite identificar las oportunidades de mejora, y medir los cambios ocasionados por las acciones de mejora introducidas.

Fichas de indicadores.

Los indicadores clave de desempeño deben quedar reflejados en una ficha de indicador que contenga los siguientes datos básicos⁵⁰:

FICHA DE INDICADOR	
Área temática:	Identifica el dominio o tema al que pertenece el indicador y facilita su agrupación. Por ejemplo, gobierno empresarial o prácticas laborales.
Nombre:	Identifica unívocamente el indicador. Por ejemplo, número de accidentes laborales al año.
Fórmula de cálculo:	Si se trata de indicadores cuantitativos, describe la fórmula matemática para el cálculo de su valor, lo cual implica la identificación exacta de los elementos que lo componen y la manera en la que se relacionan. Por ejemplo, volumen de agua consumida/unidades de producto producidas o cantidad de fertilizante usado/metro cuadrado de cultivo de patatas. Si se trata de indicadores cualitativos, describe los criterios de valoración: binario (sí/no) mediante escalas de valores (por ejemplo de 1, deficiente, a 5, excelente). Por ejemplo, política medioambiental documentada, comunicada, aplicada y evaluada.
Unidad:	Indica cómo se expresa el valor del indicador, en unidades de medida de longitud, superficie, capacidad, peso, moneda, temperatura, etc. o en porcentaje. Por ejemplo, metros cúbicos, kg por metro cuadrado, etc.
Fuentes de información:	Indica dónde obtener la información necesaria para medir el indicador. Por ejemplo, factura del agua.
Frecuencia de medición:	Indica dónde obtener la información necesaria para medir el indicador. Por ejemplo, factura del agua.
Responsable de la medición:	Indica el puesto responsable de medir el indicador. Por ejemplo, responsable de gestión medioambiental.
Valores de referencia o umbrales de tolerancia:	Informa del rango en el que debe moverse el indicador. Por ejemplo 3.000-4.000 metros cúbicos al mes. Los valores de referencia pueden ser los objetivos y metas de la empresa o los valores promedios de su sector.
Resultados de las mediciones:	Informa de los resultados de las mediciones realizadas en cada periodo de medición. Por ejemplo, mes 1, mes 2, [...], mes 12.
Desviaciones observadas:	Informa de las desviaciones de las mediciones realizadas sobre los valores de referencia propuestos.
Causas de las desviaciones:	Explica los hechos que han originado las desviaciones.
Medidas correctivas y preventivas:	Explica las medidas a adoptar para corregir las desviaciones y evitar su recurrencia en el futuro.

⁵⁰ <http://es.scribd.com/doc/23845341/Guia-de-Aprendizaje-para-la-implementacion-de-RSE-en-Pymes> Pág. 442 consulta el 17 de agosto de 2012

Indicadores de RSE: Los indicadores de RSE ofrecen información sobre aspectos concretos de la gestión de la empresa, de sus relaciones con los grupos de interés y de sus impactos económicos, sociales y ambientales. En el modelo propuesto por estas pautas prácticas, los indicadores están agrupados en una matriz de indicadores estructurada entorno al siguiente tema.

Prácticas laborales, ofrecen información sobre las relaciones de la empresa con sus trabajadores a través de tres temas: derechos laborales fundamentales, salud y seguridad laboral, y desarrollo de los trabajadores.

Los indicadores cualitativos se miden mediante la siguiente escala de valoración: NE: No existe (0 puntos), E: Existe (25 puntos), D: Despliegue (50 puntos), C: Cantidad y calidad de datos (75 puntos), L: Evaluación y Mejora (100 puntos), NA: No aplica, CAL: Calificación total (entre 0 y 100 puntos) y pueden ser valorados con 0,25,50,75 o 100 puntos en función del atributo que mejor los defina.

Los indicadores cuantitativos se miden mediante la fórmula correspondiente elegida. Los indicadores cualitativos permiten determinar el nivel de madurez de la empresa de acuerdo con el nivel de cumplimiento de los cuatro atributos de valoración propuestos: metodología, despliegue, datos, evaluación y mejora,

Para esto se tiene la matriz de Diagnóstico de valoración de los indicadores⁵¹:

⁵¹ <http://es.scribd.com/doc/23845341/Guia-de-Aprendizaje-para-la-implementacion-de-RSE-en-Pymes> Pág. 444 consulta el 17 de agosto de 2012

CALIFICACION	METODOLOGIA	DESPLIEGUE	DATOS	EVALUACION Y MEJORA
	(Características de las políticas, procedimientos y prácticas de gestión aplicadas por la organización que den como resultado un comportamiento acorde al modelo de RSE)	(Grado de Extensión con que se aplica el enfoque o la metodología)	(Cantidad y calidad de información generada por la organización referente al cumplimiento de los elementos del modelo RSE)	(Utilización de la información para la evaluación revisión y mejora de las políticas, procedimientos y practicas de gestión)
Nivel 0 proceso no iniciado	No existe evidencia del uso de una metodología	No se presenta evidencias del despliegue	Los datos no son relevantes para la evaluación del sistema de gestión y del modelo	El proceso no se evalúa
Nivel 1 Enfoque	Existe una metodología que cubre los requisitos básicos del modelo	La metodología se encuentra en las primeras etapas de despliegue en algunas áreas de la organización	Los datos presentados cubren algunos aspectos claves	Comienza a aplicarse conceptos y mejoras en algunos de los procesos. El pasaje de una actitud reactiva a una proactiva es evidente
Nivel 2 Implantación	Existe una metodología sistémica que cubre la mayoría de los aspectos del modelo	la metodología se encuentra bien desplegada y consolidada en algunas áreas de la organización	los datos presentados la mayoría de los aspectos claves	un proceso de evaluación y mejora sistemático está aplicado en alguno de los procesos definidos como clave por la organización
Nivel 3	Existe una metodología sistémica que cubre la totalidad de los aspectos del modelo	la metodología se encuentra bien desplegada y consolidada en la mayoría de las áreas de la organización	los datos presentados todos los aspectos claves	un proceso de evaluación y mejora sistemático está aplicado en la mayoría de los procesos definidos como clave en la organización

Adicionalmente como herramienta de medición se tiene los indicadores de RSE. A continuación hay dos ejemplos de cómo son construidos dichos indicadores de manera cualitativa y cuantitativa.

TEMAS	SUBTEMAS	INDICADORES	NE	E	D	C	L	NA	CAL	OBSERVACIONES
ENFOQUE DE PROCESOS Y MEJORA CONTINUA	Políticas	¿Cuenta con una política de prácticas laborales en la que la Dirección formalice su compromiso hacia los trabajadores?								
	Temas Relevantes	¿Los aspectos económicos, sociales y ambientales relevantes para las practicas laborales responsables estan identificadas								
	Plan de Acción	¿Las oportunidades de mejora son identificadas, estableciendo objetivos y metasde mejora?								
	Capacitación	¿Los trabajadores que participan en la gestión de las prácticas laborales están capacitados para comprender la importancia de mejorarlas?								
	Implementación	¿Se implementan las acciones de mejora planificadas?								
	Monitoreo y Evaluación	¿Utiliza un procedimiento establecido de medición, análisis y ajuste								
Enfoque de procesos y mejora continua	Comunicación y reporte	¿Revela información sobre prácticas laborales para los grupos de interés?								
	Revisión y mejora	¿Utiliza un procedimiento establecido para revisar y mejorar las políticas, procesos y prácticas laborales?								

ENFOQUE DE PROCESOS Y MEJORA CONTINUA	Políticas	¿Cuenta con una política de prácticas laborales en la que la Dirección formalice su compromiso hacia los trabajadores?																		
	Temas Relevantes	¿Los aspectos económicos, sociales y ambientales relevantes para las practicas laborales responsables estan identificadas																		
	Plan de Acción	¿Las oportunidades de mejora son identificadas, estableciendo objetivos y metasde mejora?																		
	Capacitación	¿Los trabajadores que participan en la gestión de las prácticas laborales están capacitados para comprender la importancia de mejorarlas?																		
	Implementación	¿Se implementan las acciones de mejora planificadas?																		
	Monitoreo y Evaluación	¿Utiliza un procedimiento establecido de medición, análisis y ajuste																		
Enfoque de procesos y mejora continua	Comunicación y reporte	¿Revela información sobre prácticas laborales para los grupos de interés?																		
	Revisión y mejora	¿Utiliza un procedimiento establecido para revisar y mejorar las políticas, procesos y prácticas laborales?																		
Derechos laborales fundamentales	Remuneración justa	¿Asegura una remuneración que garantice un nivel de vida adecuado?																		
	No discriminación	¿Garantiza la igualdad de oportunidades y de tratamiento para eliminar la discriminación?																		
	Trabajo forzado	¿Erradica el trabajo forzado de forma directa y en la cadena productiva?																		
	Trabajo infantil	¿Erradica el trabajo infantil de forma directa y en la cadena productiva?																		
	Horario de trabajo	¿Asegura un horario de trabajo decente?																		
	Asociación y negociación colectiva	¿Garantiza la libertad de asociación y la negociación colectiva?																		
Salud y seguridad laboral	Salud y seguridad laboral	¿Garantiza un ambiente de trabajo seguro y saludable?																		
Desarrollo profesional	Reclutamiento e incentivos	¿Asegura un sistema de reclutamiento y de incentivos que atraiga y retenga el talento?																		
	Estabilidad	¿Fomenta la estabilidad laboral?																		
	Capacitación	¿Facilita la formación de los trabajadores?																		
	Promoción	¿Facilita la promoción de los trabajado-res?																		
	Participación	¿Facilita la participación de los trabajado-res?																		
	Conciliación laboral y personal	¿Facilita la conciliación laboral y personal?																		
	Clima y satisfacción laboral	¿Busca mejorar el clima y la satisfacción laboral?																		
	Desvinculaciones	¿Busca dignidad para el trabajador cuando es despedido o jubilado?																		

Temas	Subtemas	Indicador	Fórmula	unidad	año 1	año 2	año 3	Observaciones	
Derechos laborales fundamentales	Remuneración justa	Distancia entre la menor remuneración y el salario mínimo vigente	$(\text{Importe del salario mínimo vigente} / \text{importe de la menor remuneración de la empresa}) * 100$	%					
		Distancia entre la remuneración media de la empresa y la del sector	$(\text{Importe de la remuneración media de la empresa} / \text{importe de la remuneración media del sector}) * 100$	%					
		Distancia entre la mayor y menor remuneración en la empresa	$(\text{Importe de la mayor remuneración en la empresa} / \text{importe de la menor remuneración de la empresa}) * 100$	%					
	No discriminación (género)	Porcentaje de mujeres trabajadoras	total de trabajadoras	$(\text{total de trabajadoras} / \text{total de trabajadores}) * 100$	%				
		Porcentaje de mujeres directivas	N.º de mujeres directivas	$(\text{N.º de mujeres directivas} / \text{n.º total de directivos}) * 100$	%				
		Distancia entre el salario medio anual de mujeres y de hombres	(Importe del salario medio anual de mujeres / importe del salario medio anual de hombres)	$(\text{Importe del salario medio anual de mujeres} / \text{importe del salario medio anual de hombres}) * 100$	%				
		Distancia entre el salario medio anual de mujeres y hombres directivos	(Importe del salario medio anual de mujeres directivas / importe del salario medio anual de hombres directivos)	$(\text{Importe del salario medio anual de mujeres directivas} / \text{importe del salario medio anual de hombres directivos}) * 100$	%				
	No discriminación (minorías)	Porcentaje de minorías	(N.º de trabajadores pertenecientes a minorías / n.º total de trabajadores)	$(\text{N.º de trabajadores pertenecientes a minorías} / \text{n.º total de trabajadores}) * 100$	%				
	No discriminación (mayores)	Porcentaje de trabajadores mayores de 45 años	(N.º de trabajadores > de 45 años / n.º total de trabajadores)	$(\text{N.º de trabajadores} > \text{de 45 años} / \text{n.º total de trabajadores}) * 100$	%				
		Porcentaje de trabajadores despedidos mayores de 45 años	(N.º de trabajadores despedidos > 45 años / n.º de trabajadores despedidos)	$(\text{N.º de trabajadores despedidos} > \text{45 años} / \text{n.º de trabajadores despedidos}) * 100$	%				

Cuadro de mando. Un cuadro de mando es una colección de indicadores clave de desempeño que permiten monitorear y evaluar el progreso de la microempresa en cuanto a los objetivos y metas planificadas y su contribución al desarrollo sostenible. El cuadro de mando puede elaborarse a partir de la matriz de diagnóstico seleccionando los indicadores clave de desempeño más relevantes. Para determinar la relevancia o materialidad de los indicadores pueden usarse varias técnicas. Los indicadores deben agruparse en un cuadro de mando que le permita monitorear y evaluar el progreso de la organización. A continuación se muestra, como ejemplo, parte del cuadro de mando de una Microempresa, donde se evalúan los indicadores de prácticas laborales, anteriormente mencionadas⁵².

Dominio	Planes de Acción	Indicador		Monitoreo y Evaluación		
Meta	Acción	Fórmula	Meta	Medición	Desviación	Acción Correctiva
Prácticas Laborales (Empleados)	Plan anual de Capacitación	Personas capacitadas/personas a capacitar	95%			
	Programa de incorporación de personas con discapacidad física	Promedio de las evaluaciones	$8 \leq \text{Promedio} \leq 10$			
		No. Empleados con incapacidad por cada 25 años	1			

Adicionalmente existen varias normas y o reglas con las cuales se puede hacer Medición y control de la RSE, entre ellas se encuentran:

NORMAS DE RSE

Una norma es una regla que se debe seguir o a la que se deben ajustar las conductas, tareas y actividades. Un sistema de medidas de RSE no está basado en una autoridad legislativa, ya que el compromiso es producto de la

⁵² <http://es.scribd.com/doc/23845341/Guia-de-Aprendizaje-para-la-implementacion-de-RSE-en-Pymes>

discrecionalidad de los directivos. El diseño del sistema o de la norma se establece mediante negociaciones sobre el contenido de los principios y de los criterios. Este diálogo sirve para establecer, por ejemplo, cómo se clasificará y medirá la actividad, quién administrará la norma y quién la comunicará.

El punto de partida en el uso de memorias de RSE es que sean una base para el diálogo con los grupos de interés. Por tanto, la elaboración implica la medición, la divulgación y la rendición de cuentas frente a los grupos de interés, internos y externos, con respecto a los objetivos de la RSE. Al mejorar el diálogo con ellos, la entidad optimizará su rendimiento.

Se aumentará el conocimiento y la legitimidad de la empresa, mientras que, a través de los valores afirmados por el diálogo, mejorará la reputación y la calidad moral de la organización.

Existe un gran número de normas, algo que ha sido objeto de crítica. Se ha criticado que una cantidad excesiva conlleva el agotamiento de los consumidores y otros grupos de interés, que no pueden informarse sobre la diferencia entre cada una de las normas y, en consecuencia, tampoco pueden tomar decisiones bien fundamentadas. El hecho de añadir una norma más o una certificación más no aporta valor añadido en todos los casos. Para los inversores, decidir entre dos empresas con dos certificaciones distintas no es claro.

Del mismo modo, para la empresa, la exigencia de implantar las distintas normas en su operación puede entorpecer su correcta aplicación y anular las posibles ventajas.

Pese a que las normas son distintas, la mayoría de ellas son compatibles. Las iniciativas pueden servir en diferentes etapas del proceso hacia una organización más responsable y sostenible. Además, algunos de los promotores de los

estándares cooperan para aumentar las posibilidades de combinar las iniciativas, por ejemplo, el Pacto Mundial (PM) y la *Global Reporting Initiative* (GRI) han empezado una colaboración para acercar las dos iniciativas y hacerlas más útiles y aplicables en conjunto.

Las normas pueden clasificarse en función de si el enfoque se orienta hacia los impactos económicos, los sociales o los ambientales. Respecto a los mecanismos, las normas se pueden distinguir por si involucran auditorías, la publicación de memorias o si sólo exigen una política establecida. Las normas que aplican herramientas de política (*policy tools*) promueven el uso de principios generales como punto de partida en un proceso de diálogo y aprendizaje; las que requieren auditorías exigen información más específica verificada por terceros para asegurar su validez, y, finalmente, las que suponen la publicación de informes de RSE, que se hagan según un marco establecido.

Una clasificación importante es la que distingue entre normas y guías. En la práctica, las normas son más estrictas e inflexibles, de modo que se pueda establecer una comparación directa entre los resultados de dos empresas que utilizan la misma norma que, por tanto, podrá ser sometida a una auditoría externa. La guía, por el contrario, pretende ofrecer un marco amplio, una orientación para los comportamientos de las empresas, de modo que cada una pueda aplicar los mismos principios de manera diferente, de acuerdo con sus circunstancias.

La producción mundial con respecto a la ética y la responsabilidad social empresarial ha ido en un constante incremento. El primer hito fue el Foro de Davos⁵³ de 1973, que propuso un “Código de comportamiento ético para la gestión

⁵³ KÜNG, Hans. Una ética mundial para la economía y la política. Madrid: Trotta, 1999. p. 261.

de empresas”; luego, la Mesa Redonda de *Caux*⁵⁴ concertó unos principios para los negocios: Más allá de las leyes del mercado, las empresas han de asumir la responsabilidad con respecto a la política y las actividades financieras y el respeto a la dignidad y a los intereses de sus actores; además, sus actividades han de estar orientadas por valores comunes, incluyendo la obligación de procurar el bien común, global y local. En el mismo sentido se expresó la Declaración Interconfesional, para la Construcción de Códigos de Ética en los Negocios Internacionales, que reunió a representantes de las religiones del Libro: musulmanes, judíos y cristianos⁵⁵. Esta declaración reconoció cinco valores fundamentales: respeto por la vida, juego limpio, honestidad, justicia y protección al medio ambiente. Finalmente, desde el año 2000, el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan ha venido impulsando el Convenio Mundial (*The Global Compact*)⁵⁶, que es un espacio para que las empresas y otros sectores sociales traten de resolver sus diferencias mediante acciones voluntarias, en particular referidas a los aspectos laborales, ambientales y de derechos humanos.

Existen diversos indicadores para evaluar a las organizaciones y promover la cultura de la responsabilidad social entre los cuales están los siguientes:

AA1000 AccountAbility: son una serie de principios y normas para el aseguramiento y la participación de los grupos de interés. fueron creadas por el Instituto *AccountAbility*, su objetivo es ayudar a organizaciones a ser más “*accountable*”, responsables y sostenibles.

La serie se compone de la norma de Principios de *AccountAbility* (AA1000APS), la norma de Aseguramiento de Sostenibilidad de *AccountAbility* (AA1000AS) y la

⁵⁴ CAUX ROUND TABLE, Principle of Business Ethics. Minneapolis: Center for Corporate Responsibility, 1994.

⁵⁵ AN INTERFAITH DECLARATION. A Code of Ethics on International Business for Christians, Muslims and Jews. Londres, 1993.

⁵⁶ www.onu.org

norma de compromiso con los grupos de interés (AA1000SES). Los principios proporcionan un marco para que una organización identifique, priorice y responda a los desafíos de su sostenibilidad. La norma de aseguramiento provee una metodología profesional para evaluar la naturaleza y el grado en que una organización se adhiere a los Principios de *AccountAbility*.

Finalmente la norma de compromiso con los grupos de interés (AA1000SES), sirve como patrón para ayudar a las organizaciones a reforzar el diseño, la ejecución y la evaluación, de la participación de los grupos de interés y la comunicación con ellos.

Los principios de las normas AA1000 son tres, entre los cuales el principio de inclusividad es fundamental e imprescindible para alcanzar los otros dos, de relevancia y de capacidad de respuesta. El principio de inclusividad establece que una organización debe aceptar su responsabilidad sobre todos aquellos aspectos en los que genere un impacto y sobre aquellos que tengan un impacto sobre ella. La inclusividad se refiere a la participación de sus grupos de interés en el desarrollo y en el logro de una respuesta responsable y de una estrategia orientada hacia la sostenibilidad. En la práctica, esto implica identificar y comprender sus resultados e impacto social, ambiental y económico, y los puntos de vista de los grupos de interés, así como considerar y responder de manera coherente a las aspiraciones y necesidades de los grupos de interés respecto de las políticas y prácticas de la organización; y finalmente, dar cuenta de sus decisiones, acciones e impactos sobre los grupos de interés.

El principio de relevancia consiste en determinar la importancia de un asunto para la empresa, se considera un asunto relevante si es un tema que influirá en las decisiones, acciones y desempeño. El principio de la capacidad de respuesta es el modo en el cual la empresa responde a los asuntos de los grupos de interés que afectan a su desempeño en materia de sostenibilidad.

Los Principios de *AccountAbility* AA1000 se utilizan para orientar el aseguramiento de sostenibilidad de acuerdo con la AA1000AS (2008) y el compromiso con los grupos de interés de acuerdo con la AA1000SES (2005). La norma de aseguramiento AA1000AS es un estándar de aplicación general para evaluar, atestiguar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, aporta orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento.

AccountAbility ha elaborado esta serie de normas con la participación de múltiples grupos de interés y les invita a comentar sobre sus experiencias para mejorar las normas.

Las normas son compatibles con otras iniciativas y la organización ha manifestado su interés en desarrollar una guía para ayudar a las organizaciones a comprender mejor los elementos complementarios y los vínculos entre la ISO 26000 y la serie de normas AA1000.

SA 8000, es una norma certificable enfocada en las condiciones de trabajo, esta norma fue desarrollada en 1997 por *Social Accountability International* (SAI), una organización creada por varios grupos de interés que comparten el objetivo de mejorar el ejercicio de los derechos humanos de los trabajadores en todo el mundo. SA 8000 fue creada para ofrecer una clarificación frente a la multitud de estándares que habían sido desarrollados para controlar las condiciones de trabajo en las cadenas de suministro. El objetivo era ofrecer una norma basada en acuerdos internacionales, por lo cual SA 8000 se apoya en las convenciones de la Organización Internacional de Trabajo y en los acuerdos de las Naciones Unidas.

La norma se orienta hacia los impactos sociales de la empresa y se ocupa, principalmente del trabajo infantil, el trabajo forzoso y obligatorio, la seguridad y la salud en el trabajo, los derechos de sindicación y de negociación colectiva, la discriminación, las medidas disciplinarias, el horario de trabajo, la remuneración y

los sistemas de gestión. La norma establece criterios específicos para cada asunto y también define claramente todos los conceptos que utiliza.

La norma es una de las pocas que es certificable, aunque sólo certifica a nivel de instalaciones y no toda la empresa. La iniciativa establece diferencias en sus exigencias para con las instalaciones de producción de menos capacidad, tales como menos días de auditorías y sistemas de gestión menos elaborados.

La verificación de SA 8000 ha sido elaborada de modo que sea compatible con los sistemas de gestión de la Organización Internacional de Estándares (*International Organization for Standardization, ISO*) y el *International Forest Stewardship Council (FSC)*. SA ha desarrollado una agencia de acreditación (*Social Accountability Accreditation Services*) que proporciona esos servicios. La certificación es válida por tres años y cada seis meses se realiza una auditoría de verificación, que exige requisitos de procedimiento mínimos, entrevistas con empleados y un sistema de reclamaciones. En efecto, SA 8000 proporciona medios a los grupos de interés para que puedan reclamar si la empresa no cumple con los requisitos de la norma.

La norma es aplicable globalmente, independientemente de la ubicación o el sector industrial. Sin embargo, por su enfoque hacia las condiciones de trabajo, el uso de la norma es común en industrias conocidas por tener malas condiciones laborales, y también en países con ese tipo de problemas, tales como India y China.

Norma SGE 21 (Norma de gestión ética y socialmente responsable certificable). Esta promueve un sistema de gestión ética y socialmente responsable, fue desarrollada por la organización Forética en el año 1999. Forética es un foro multidisciplinar que reúne profesionales, empresas, académicos y ONG.

La edición actual de la Norma SGE 21 (2008) es la tercera revisión desde su lanzamiento en 2000. La norma fue elaborada por más de cien expertos que representaban a todos los grupos de interés y está en un proceso de revisión continuo para adaptarse al estado del arte y a la experiencia acumulada en su uso.

La norma fija los criterios que permiten a las organizaciones establecer, implantar y evaluar el SGE. La iniciativa presenta nueve áreas de gestión que establecen los requisitos considerados adecuados para demostrar las evidencias de la implementación. Las distintas áreas son: la alta dirección, los clientes, los proveedores, las personas que integran la organización, el entorno social, el entorno ambiental, los inversores, la competencia y las administraciones públicas.

La SGE requiere un compromiso que demuestre al menos tres elementos esenciales: su integración en la estrategia y procesos de la organización, el impulso del diálogo y el conocimiento de las expectativas de los grupos de interés y, por último, el fomento de la transparencia y la comunicación.

La norma es el primer sistema de gestión ética y socialmente responsable que permite, voluntariamente, alcanzar una certificación, esta requiere, por un lado, un compromiso con la sostenibilidad en materia económica, social y ambiental por parte de la empresa y, por otro lado, implica la aplicación de los valores éticos establecidos por la norma, así como la demostración y el mantenimiento de éstos.

También puede ser aplicada tanto a la empresa en general como a determinadas unidades de negocio. La idea es que sea considerada como una parte del sistema de gestión de la empresa, dado que es compatible e integrable con los sistemas de gestión de calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales o innovación, entre otros.

ISO 26000, es una norma de orientación a los principios de RSE y su integración, la ISO 26000 fue lanzada el 1 de noviembre de 2010, después de siete años de trabajo.

La iniciativa fue desarrollada por un grupo multidisciplinar liderado por la asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT) de Brasil y el Instituto Sueco de Normas (SIS). El grupo de trabajo reunió a 450 expertos y 210 observadores de 99 países y 42 organizaciones vinculadas.

Los objetivos de ISO 26000 son: desarrollar un consenso internacional sobre qué significa la responsabilidad social y qué asuntos de la RSE tienen que abordar las organizaciones, proporcionar orientación sobre la puesta en práctica de los principios mediante acciones efectivas, así como perfeccionar y divulgar información sobre mejores prácticas. La propuesta establece que la norma sea utilizada tanto por las empresas como por el sector público, y por organizaciones de todo tipo.

La norma aporta orientación sobre los principios de la RSE y la participación con los grupos de interés. Asimismo, proporciona orientación sobre los asuntos principales de la responsabilidad social, como son la gobernanza organizativa, los derechos humanos, las prácticas laborales, el medio ambiente, las prácticas de operación justa (*fair operating practices*), los intereses de los consumidores, la participación y el desarrollo de la comunidad.

Para cada asunto, la norma presenta una visión general, su enlace a la responsabilidad social, los principios y las consideraciones, así como una gama de temas. Sobre cada uno de estos temas, a su vez, se incluye una descripción del mismo, las actividades y las expectativas relacionadas. Por ejemplo, en el caso de las prácticas laborales, los temas son empleo y relaciones de empleo, condiciones

de trabajo y protección laboral, diálogo social, salud y seguridad en el trabajo y, finalmente, desarrollo humano y formación en el trabajo.

Además, la norma aporta orientación sobre cómo poner en práctica la responsabilidad social en una empresa. Entre otros asuntos, explica cómo integrar la RSE en todo el ámbito de la empresa, cómo revisar el progreso y cómo mejorar los resultados del mismo.

Las organizaciones deben ser responsable de sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente; ser transparente con las decisiones y actividades que afecten a la sociedad y al medio ambiente; comportarse éticamente; respetar, considerar y responder a los intereses de sus grupos de interés; aceptar que el estado de derecho es obligatorio; respetar las normas internacionales de comportamiento, como mínimo el principio de acatamiento al estado de derecho; y respetar los derechos humanos y reconocer su importancia y su universalidad.

En un primer momento, la idea era que la ISO 26000 fuera una norma de gestión y que estuviera basada en dos de los estándares ya existentes, el ISO 9000 (estándar de calidad de sistemas de gestión) y el ISO 14000 (sistema de gestión ambiental). Pero durante el proceso de desarrollo se cambió el destino de la norma y se decidió que fuera una guía. Por eso, la ISO 26000 se distingue de las dos anteriores en que es una norma de orientación y que no es certificable. Asimismo, la ISO 26000 tiene un contenido más amplio, no sólo informa sobre cómo implementar RSE, sino que además proporciona orientación sobre el contenido de RSE y sobre los asuntos y principios relacionados.

Antes de ser publicada, la ISO 26000 había sido criticada por el hecho de que no es certificable. Las críticas plantean el riesgo de que la iniciativa no tenga tanto impacto sin la posibilidad de verificación, mientras que los defensores argumentan que ahora lo que realmente hace falta es una orientación de la responsabilidad

social para aclarar sus implicaciones. Igualmente, una norma de orientación permite a las organizaciones elegir lo que ellos quieren de la norma y asegura que el enfoque no será sólo la certificación en sí.

La norma es compatible con las declaraciones de las Naciones Unidas, la Organización Internacional de Trabajo y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), además del Pacto Mundial. La organización GRI ha publicado un informe sobre cómo las directrices de la organización pueden complementar la norma ISO 26000 en la elaboración de la memoria, y además, los indicadores de GRI son aplicables para informar sobre los temas planteados en la ISO 26000. Asimismo, *AccountAbility* ha manifestado su interés por desarrollar una guía que aclarará la compatibilidad ente las normas AA 1000 e ISO 26000⁵⁷.

Finalizando este trabajo de grado se puede observar que los retos que deben afrontar las microempresas al momento de incorporar la RSE en sus modelos de actuación, se basan principalmente en demostrar las mejoras realizadas en la Ética, el Gobierno Corporativo, la Calidad de Vida en el Trabajo, la Vinculación con la Comunidad y el Cuidado del Medio Ambiente. En este contexto es donde se evidencia que la guía práctica aquí descrita, hace una aproximación con lo que es realmente la RSC, donde dota a las micros de mecanismos para facilitar la integración de un modelo de gestión, regido por los principios marcados por la RSC en el marco de la estrategia de negocio de cada microempresa.

⁵⁷ http://www.iese.edu/en/files/Cuaderno%20No%209_tcm4-57352.pdf

CONCLUSIONES

- La presente monografía se centró en la definición de una serie de pautas y acciones concretas y medibles que deben ser utilizadas como guía para la implementación de RSE en las microempresas de Medellín, específicamente en el sector de la confección de ropa femenina y de esta manera captar la atención de los directivos y sensibilizarlos sobre la necesidad imperante de incorporar la RSE en su estrategia y denotar los beneficios que ello tiene.
- Se detectó que la RSE es aún una práctica incipiente en el maniobrar de las microempresas en Medellín, se puede afirmar que el grado de implementación de actividades de RSE en este tipo de empresas es muy bajo, la razón de ello, es que no cuentan con la información y los conocimientos sobre lo que significa la responsabilidad social empresarial. Sin embargo, las microempresas practican la responsabilidad social, a pesar de que en la mayoría de los casos desconozcan específicamente el concepto como tal de la RSE, aunque esto no implica que cumplan estrictamente la normatividad existente.
- En cuanto a este referente, se debe indicar que el desarrollo de estas prácticas se realizan de manera empírica y solo al interior de las microempresas, es decir, realizan actividades que solo benefician a sus empleados, familias y entorno social, ya que son los elementos que se consideran más importantes.
- Cabe concluir que el desarrollo económico y social del país en el futuro será en gran medida el de sus microempresas, ya que deberán realizar un proceso de formalización del concepto de responsabilidad social empresarial.

- En Colombia, con respecto a la legislación en materia de RSE, el Estado juega un rol muy pasivo, ya que se posee más retórica que hechos concretos.
- Los aspectos primordiales de la RSE tales como desempeño medioambiental, cumplimiento de estándares sociales, imagen corporativa frente a la comunidad y la vinculación empresa-comunidad, no reflejan incidencia en las estructuras de gestión de las microempresas.
- No existe aún una conciencia colectiva a nivel del consumidor local, que ejerza presión social por el cumplimiento de compromisos de RSE.
- Se estima que la propuesta realizada, para implementar la responsabilidad social empresarial en el sector de las confecciones de ropa femenina en Medellín, facilita el agregar valor a las microempresas y a trabajar con más responsabilidad, eficiencia, calidad e innovación, investigando, desarrollando y aprendiendo del mercado y disminuyendo sus costos.

RECOMENDACIONES

- A nivel educativo es prioritario fomentar acciones destinadas a solventar la escasez de información que se detecta entre las microempresas de Medellín sobre el concepto de RSE, esencialmente a lo concerniente a explicar las ventajas y beneficios derivados de este tipo de actividades, tanto para las microempresas como para la sociedad.
- Los directivos del sector deben comprometerse y evaluar la conveniencia de adecuar el concepto RSE a la realidad específica de las microempresas toda vez que en la actualidad es la mejor manera para asegurar el éxito y la mejora ostensible de su nivel de competitividad.
- El Estado debe enfocarse en estimular asociaciones y promover la participación activa de la sociedad, garantizando en buen funcionamiento del mercado y transparencia en el manejo de la información.

BIBLIOGRAFÍA

BORNOT, S. Trabajo escrito Responsabilidad Social Empresarial en México: Situación Actual y Perspectivas”, GTZ, Febrero 2004, p. 35.

FRIEDMAN, M. (1962). Capitalismo y Libertad, Ed. RIALP, Madrid.

Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), “Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador”. San Salvador. Marzo/2004.

GONZÁLEZ, I.A. y otros. Trabajo escrito: Responsabilidad Social Empresaria. Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento del "ciudadano empresa". Normativa y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina”. Buenos Aires. IDEA. 2003.

MÉNDEZ, C. Trabajo escrito: Responsabilidad Social en Venezuela durante el siglo XX. Caracas. Strategos Consultores. 2003.

PALADINO, M. Trabajo escrito: La responsabilidad de la Empresa en la sociedad; construyendo la sociedad desde la tarea directiva”. Buenos Aires. IDEA. 2003.

PALADINO, M., y A. MOHAN. Trabajo escrito: Tendencias de la Responsabilidad Social. Argentina.

PORTER, M.E. y M.R. KRAMER (2002). Trabajo escrito: La ventaja competitiva de la Organización filantrópica. *Harvard Business Review*. Diciembre 2002 p. 49-62.

SCHROEDER, J. y I. SCHROEDER. Trabajo escrito: Responsabilidad Social Corporativa: limites e posibilidades”. RAE-eletronica. v. 3, n. 1, Art. 1. 2004.

TARGI, L., P. AUERBACH y A. Rolando de la Serra, Trabajo escrito: Responsabilidad Social empresaria en la Provincia de Córdoba. Córdoba. Eudecor SRL. 1998.

CIBERGRAFIA

La RSE y su relación con los Tratados de Libre Comercio. Entrevista a Carlos Ferro Soto, Universidad de Vigo, España [Recurso en línea]. [Citado: el 27 de Septiembre de 2011]. Disponible en internet:

http://www.gestrategica.org/templates/noticias_detalle.php?id=482

www.revistafuturos.info/futuros_6/resp_social_1.htm

www.definicionabc.com/social/altruismo.php

<http://www.cp.org.ar/rse.html>

www.margen.org/articu/asistenc.html

www.definicion.org/bienestar-social

<http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/29>

<http://www.sustentarse.com.mx/component/content/article/37-responsabilidad-social/91-competitividad-y-responsabilidad-social-empresarial--rse.html>

<http://definicion.de/derechos-humanos/>

http://www.usergioarboleda.edu.co/civilizar/desarrollo_humano_sustentable.htm

<http://www.definition-of.net/definicion-de-eficiencia+ecol%C3%B3gica>

http://prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=3162&Itemid=9

[0](#)

http://www.gestrategica.org/templates/blog_detalle.php?id=22

<http://www.coscatl.com/rse/glosario-responsabilidad-social-empresarial.htm>

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=25932>

http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx

http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/primerospasos.pdf

<http://www.coscatl.com/rse/glosario-responsabilidad-social-empresarial.htm>

<http://www.ada-c.com/es/consultoria.html>

<http://www.monografias.com/trabajos910/comunidades-de-hombres/comunidades-de-hombres.shtml>

<http://glosarios.servidor-alicante.com/administracion-de-proyectos/seguimiento>

<http://es.thefreedictionary.com/voluntario>

www.rseba.gob.ar/boletines/2/nl_opportunidadesdesafiosrse.pdf

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-203866>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-203866>

<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/mayo2002/propxx.htm>

<http://cdigital.udem.edu.co/TESIS/CD-ROM25002007/02.Texto%20completo.pdf>

<http://www.cp.org.ar/rse.html>

http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estrategico.aspx

http://www.deres.org.uy/manuales_pdf/primerospasos.pdf

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=25932>

<http://politicaempresarialfaca.blogspot.com/>

[http://www.fenalcosolidario.com/?vp=1&ver=1&id=2429µ2=fenalcos&leng=sp
&n=DiagnosticaRSE](http://www.fenalcosolidario.com/?vp=1&ver=1&id=2429µ2=fenalcos&leng=sp&n=DiagnosticaRSE)

[http://www.fundesa.org/upload/fckeditor/File/131445_Guia_de_implantacion_de_la
_RSE.pdf](http://www.fundesa.org/upload/fckeditor/File/131445_Guia_de_implantacion_de_la_RSE.pdf)