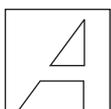


**LOS OBJETIVOS DEL MILENIO
Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
DE LAS PYME: UNA METODOLOGÍA
DE EVALUACIÓN**

LOS OBJETIVOS DEL MILENIO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS PYME: UNA METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN



Konrad
-Adenauer-
Stiftung

Editor: JUAN ALFREDO PINTO SAAVEDRA

Investigadores: JUAN ALFREDO PINTO SAAVEDRA

PAOLA ALEXANDRA REGO RAHAL

Investigadores Asistentes: ROSA ANGÉLICA NIETO RUBIO

DANIEL MAURICIO ÁLVAREZ CONTRERAS

Todos los derechos son reservados. Ninguna parte de esta publicación podrá reproducirse en ninguna forma, electrónica o mecánica, incluyendo fotocopias, grabaciones o ningún otro sistema sin el permiso escrito del autor o los editores.

ISBN

958-653-483-9

© Fundación Konrad Adenauer

Título

LOS OBJETIVOS DEL MILENIO Y LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL DE LAS PYME: UNA METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Editor

Juan Alfredo Pinto Saavedra

Investigadores

Juan Alfredo Pinto Saavedra

Paola Alexandra Rego Rahal

Investigadores Asistentes

Rosa Angélica Nieto Rubio

Daniel Mauricio Álvarez Contreras

Impreso en Colombia

CONTENIDO

PRÓLOGO	xi
---------------	----

CAPÍTULO 1

1. HACIA UNA CONCEPCIÓN NO PROPAGANDISTA DE LA RSE	1
1.1. Antecedentes	6
1.2. Referentes internacionales en RSE	7
1.2.1. Los objetivos del milenio en América Latina	7
1.2.2. La ONU y el Global Compact	8
1.2.3. Desarrollo de esquemas de seguimiento de Responsabilidad Social Corporativa	10
1.2.3.1. OCDE GUIDELINES	10
1.2.3.2. Global Reporting Initiative (GRI)	11
1.2.3.3. AccountAbility 1000 (AA1000)	11
1.2.3.4. Social Accountability 8000 (SA8000)	11
1.2.3.5. Normas ISO 14000 y 14063	12

1.2.3.6.	Balance Social	12
1.2.3.7.	CSR World – CSR Europe	13
1.2.3.8.	Etiquetas – Premios – Inversiones Éticas y/o Socialmente Responsables	14
1.2.4.	Agencias y ONG Internacionales	17
1.2.5.	Confederaciones y Cámaras	17
1.2.6.	Enfoque del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)	23
1.2.7.	Consumidores	24
1.2.8.	Estudios en PYME Latinoamericana	25
1.3.	Referentes nacionales	26
1.3.1.	Manual de balance social OIT – ANDI – Cámara Júnior	26
1.3.2.1.	Balance social	29
1.3.3.	Convenio CINSET – ACOPI – KAS	31
1.3.4.	Concurso Nacional de la PYME – ACOPI – Premio modalidad Empresa PYME Socialmente Responsable	32
1.3.5.	ISO 2600019	32
1.3.6.	DNP – Políticas de Gobierno frente a las Metas del Milenio	33
1.4.	Un movimiento internacional con exclusión de la PYME	39
1.4.1.	La PYME en el mundo significado y dinámica	39
1.4.2.	La Responsabilidad Social sin la PYME: una utopía hija de la abstracción corporativa	44
1.4.3.	El impostergable fortalecimiento de las instituciones PYME en pro de la responsabilidad social empresarial	46

CAPÍTULO 2

2.	LA CONSIDERACIÓN ÉTICA DE LA ECONOMÍA	47
2.1.	La RSE como variable central de la estrategia competitiva y el desarrollo económico	51

CAPÍTULO 3

3. LA PYME FRENTE A LA RSE	55
3.1. Procesos nacionales en curso	56
3.1.1. Convenio KAS- ACOPI- CINSET (No asistencialismo, minicadenas y PML)	56
3.2.2. Centro colombiano de responsabilidad social	59
3.2.3. Forum Empresa	60
3.3. Definiciones empresariales de las organizaciones PYME frente a la RSE	61

CAPÍTULO 4

4. HACIA UN SISTEMA DE INDICADORES DE LA RSE PYME: MODELO DE EVALUACIÓN Y MONITOREO	65
4.1. Convergencia ODM y RSE	66
4.2. Criterios de RSE en la PYME: Stake Holders – articulación local	68
4.3. Agrupamientos RSE – PYME	69
4.4. Bases para la acción y aplicación del formulario de indicadores para la responsabilidad social empresarial en la PYME	71
4.5. Mecanismos, indicadores y parámetros	72
4.6. Listado de indicadores- numeración de referencia	73
4.7. Modelo de aplicación	87

CAPÍTULO 5

5. ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE INDICADORES RSE – PYME	93
--	----

CAPÍTULO 6

DIRECCIONES Y ENLACES	95
-----------------------------	----

PRÓLOGO

A lo largo de varios años, la Fundación Konrad Adenauer ha trabajado de la mano de la Asociación Colombiana de la Pequeña y Mediana Industria -ACOPI-, con quienes se han desarrollado diferentes iniciativas enfocadas a promover el desarrollo económico y social de Colombia.

En esta oportunidad, la reflexión se centra en la responsabilidad social de la empresa privada. Tema que, en este libro, es abordado desde una perspectiva muy interesante. Aquí, esta responsabilidad aparece ligada a los objetivos del milenio, propuestos por la Organización de Naciones Unidas -ONU-. Perspectiva ésta que le da un horizonte de posibilidades renovado.

Por un lado, esta iniciativa de la ONU incluye a diversos actores sociales y económicos en la lucha por los temas más relevantes para el desarrollo. Alrededor de ella se reúnen movimientos sociales, gremios y partidos políticos. Dentro de este entramado de organizaciones tras unos mismos objetivos, es muy importante el liderazgo que los gremios pueden ejercer en la generación de estrategias y alternativas concretas para alcanzarlos.

En un momento como el actual, las empresas no pueden ser un agente de cambio que se limita a los ámbitos tecnológico y organizacional. Si bien su papel más importante es mantenerse en el mercado para generar empleo y riqueza, ahora también están llamados a jugar un nuevo rol como actor social y político.

Como bien lo dijo Monseñor Rubiano en el Foro *La responsabilidad social del empresariado y el sector privado en Colombia*, realizado el 1 de abril de 2003, en cooperación con la Conferencia Episcopal de Colombia: “El Santo Padre Juan Pablo II con razón los llamó a ustedes empresarios, constructores de una nueva sociedad, porque han sido dotados del carisma de poner en movimiento la creación y generación de recursos y propiciar el bien común, el bien de todos los ciudadanos” (Responsabilidad social del empresario, 2003: 11).

Es el momento propicio, entonces, para que los empresarios pongan su conocimiento al servicio del desarrollo social, que asuman el reto de conceptualizar el significado y ‘aterrizar’ pragmáticamente las propuestas de la ONU para este milenio; es vital que ofrezcan a la sociedad la capacidad de gestión e implementación que los caracteriza.

La vida económica y la vida social no se pueden ver como esferas desligadas, sino más bien como redes que se entrelazan y se dan vida mutuamente. El éxito de la creación de riqueza también depende de la forma como la empresa se desempeña con sus trabajadores, proveedores, consumidores y, en general, con todo su entorno social. “La inteligencia económica es expresión de la inteligencia humana y de la exigencia de responder a las necesidades del hombre con creatividad y en colaboración. En la creatividad y en la cooperación se haya inscrita la auténtica noción de la competencia empresarial, es decir, un buscar juntos soluciones más adecuadas para responder del modo más idóneo a las necesidades que van surgiendo progresivamente.” (Compendio de la Doctrina social de la Iglesia, 2005: 214).

Por estas razones, para la Fundación Konrad Adenauer apoyar este libro es muy satisfactorio, pues es un esfuerzo por contribuir

al debate sobre la responsabilidad social de la empresa privada desde una perspectiva novedosa y práctica. Nos complace, además, que sea el gremio de la pequeña y la mediana industria colombiana el que en esta ocasión sea el que asuma el papel protagónico en la discusión. Quiero agradecer a Juan Alfredo Pinto y su equipo por dar este paso que, espero, no sea el último.

Heinrich Meyer
Representante en Colombia
Fundación Konrad Adenauer

CAPÍTULO 1

1. HACIA UNA CONCEPCIÓN NO PROPAGANDISTA DE LA RSE

ACOPI se apresta a cumplir 55 años de vida institucional y CINSET va a completar 20 años de trabajo al servicio de la Nación colombiana en defensa de un prospecto alternativo de economía social y ecológica de mercado. La construcción del sistema de indicadores de responsabilidad social en la PYME no es simplemente un ejercicio para la obtención de una batería de índices o de una serie de coeficientes. Tras la elaboración rigurosa del juego de “RATIOS” y más allá de la relación entre variables, existe una inspiración humanística, la cual encuentra sus fuentes en los preceptos de la democracia auténtica, de la doctrina social de la Iglesia, de un pensamiento que admite la diversidad la pluralidad, promoviendo el desarrollo empresarial de los grupos intermedios, como expresión de la distribución de oportunidades y de solidaridad.

Como lo advirtiera Juan Pablo II: *“La solidaridad no es un sentimiento de vaga compasión o de superficial enternecimiento por los males de tantas personas cercanas o lejanas”*.¹ *“Solidaridad es el estilo y el medio para la realización de una política que quiera mirar al verdadero desarrollo humano”*.² Si se entiende lo anterior, habrá de comprenderse que la responsabilidad social empresarial (RSE) no puede ser un instrumento de propaganda o una variable complementaria del quehacer empresarial, o un atributo residual de la gestión integral y; tampoco es un concepto teórico o transversal que pueda recrearse en la esfera de lo abstracto. La RSE es tarea de todas las empresas con independencia del tamaño, del sector o del lugar en la economía, pero su práctica ha de responder a las realidades de los países, las regiones y las localidades.

Para los casos de América Latina en general y de Colombia en particular, la RSE es un elemento primordial de los objetivos superiores de las Agendas Nacionales: el deber de la inclusión y el rompimiento de la exclusión social. Inclusión entendida como posibilidad real de acceder al ejercicio pleno de los derechos y a la materialización de los compromisos que de ellos se derivan. Por el contrario, exclusión, como la definiera el ex-presidente del Banco Mundial James Wolfensohn, refiere *“a la imposibilidad o inhabilidad para acceder a los derechos fundamentales sin ayuda, al menoscabo de la autoestima, a la inadecuación de las capacidades para cumplir obligaciones, al riesgo de relegación a sobrevivir en el asistencialismo y en la estigmatización”*.³

Como bien lo anota Carlos Escobar Armas, la exclusión social *“es manifestación de pobreza de ciudadanía que se traduce en carencia de condiciones materiales básicas y de conceptos de cooperación y de reciprocidad. Es falta de relación entre la persona y el estado y a su vez entre la sociedad y la persona. Es aislamiento y fraccionamiento, producto de la extrema pobreza y su contracara, la extrema riqueza (1) Es consecuencia de*

2 JUAN PABLO II Christi Fideles Laici,

3 J. WOLFENSOHN – Banco Mundial- Citado por la Asociación de Investigación y Estudios Sociales. Así es Guatemala, Nov. 2004

obstáculos sociales, políticos, económicos y culturales presentes desde el comienzo mismo de la vida, es decir desde la concepción, implicando desventajas que se acumulan paulatinamente hasta crear situaciones de vulnerabilidad".⁴ La recurrencia de tales fenómenos da lugar a los círculos reproductivos de pobreza y exclusión, a la crisis de ciudadanía y al déficit democrático.

Desde 1976, la responsabilidad social empresarial se ha convertido en un tópico importante para las organizaciones de orden multilateral: ONU, OIT, OEA, OCDE y WASME⁵ entre otras, convirtiéndose en tema de debate y pronunciamientos concretos, respecto a las directrices que deben ser consideradas en el establecimiento de normas, leyes y acuerdos políticos en los países miembros de las mismas.

La doctrina social de la Iglesia, los pensadores alemanes del ciclo posterior a la unificación, y distintos estudiosos como Adela Cortina, Max Horkheimer, Theodor Adorno y Jürgen Habermas, son entre otros, quienes comienzan a situar el pensamiento ético sobre la mesa frente a las acciones de la sociedad civil posmoderna. Más específicamente A. Cortina quien nos dirige con sus reflexiones hacia la ética dentro de los negocios: "hasta un pueblo de demonios, sin sensibilidad moral, preferiría la paz a la guerra, la cooperación al conflicto, la colaboración a la exclusión, con tal de que tengan inteligencia"⁶.

En medio de la crisis de las ideas que incomoda en los últimos tiempos y de la cual nos quejamos continuamente, la conceptua-

4 Asociación de Investigación y Estudio Sociales-Así es. Seminario Permanente sobre Realidad Nacional. Memoria General. XX Sesión anual. Discurso del Lic. Carlos Escobar Armas, Presidente Ciudad de Guatemala. Noviembre 2004.

5 La Asamblea Mundial de las Organizaciones PYME (WASME), fundada en el año 80 en Nueva Delhi, ahora se reconoce como la organización no gubernamental global profesionalmente manejada más grande, con miembros de origen público – privado incluyendo instituciones gubernamentales, cámaras empresariales, asociaciones de la pequeña empresa, bancos e instituciones financieras. Ofrece entrenamiento a empresas micro, pequeñas y medias y sirve como agencia de consulta, sobre todo en países en vías de desarrollo. WASME es manejada por una secretaría competente y opera en su propio edificio en Noida (cerca de Nueva Delhi) apoyada por los profesionales en servicios informativos, la investigación económica, la comercialización, la transferencia de tecnología y otros temas especializados. Es servido por los representantes permanentes en la C.C. de Washington, Viena, París, Bangkok, Ginebra, Bruselas y Kuala Lumpur. En América Latina ha tenido vínculos con ACOPI – CLAMPI y OLAMP.

6 Adela Cortina, adaptando una idea de Immanuel Kant.

lización a partir de la propuesta de disminución de las diferencias formulada por la Organización de Naciones Unidas y conocida bajo la denominación “Metas del Milenio”, se convierte en un factor de convergencia y compromiso intelectual, aunque también genera la aprehensión por el posible fracaso, por cuanto la medición de los indicadores, según los análisis de la CEPAL y el PNUD, nos indican cómo cada año se observa aun lejana la posibilidad de alcanzar los llamados Objetivos del Milenio (ODM)

De acuerdo con la analista de las Naciones Unidas, Martine Dirven, la pobreza comienza a tener nuevas formulas de medición, dependiendo “del cristal con el que se mire”, adquiriendo un carácter multidimensional y cualitativo; de cualquier manera la esencia de las metas del milenio es el esfuerzo para abatir la pobreza, en sus más agudas manifestaciones; veamos:

- Reducir a la mitad el número de personas viviendo en pobreza extrema, reducir a la mitad las personas que no tienen acceso a agua potable y reducir el hambre;
- Lograr la enseñanza primaria universal;
- Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer;
- Reducir la mortalidad infantil en dos tercios;
- Mejorar la salud materna y reducir la mortalidad materna con tres cuartos;
- Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades;
- Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente;
- Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Por eso nuestro trabajo se funda en la convergencia de los Objetivos del Milenio, con los preceptos de la responsabilidad social empresarial aplicados en el ambito de las PYME, como línea estratégica para la actuación empresarial dentro de la búsqueda de una ética consistente y global que permita una mayor equidad en todos los niveles de la acción humana.

Filosóficamente, nos enfrentamos a un problema de lenguaje. La aproximación a las preocupaciones sociales se expresa bajo elaboraciones comunicacionales diferentes en el mundo corporativo y aún, en organismos multilaterales y no siempre parece manifestar las cosas con la indudable claridad que se requiere. Se podría creer que existen dos éticas, que a su vez se constituyen en pensamiento y principios pero que se refieren a sujetos diferentes: opuestas y distintas; *“la que condena la pobreza sólo en el discurso y la que, entendiendo que enfrentarla no significa recorrer un camino fácil y corto, apunta a colocarla en el centro de todas las discusiones, para ir construyendo la viabilidad de su superación”*⁷. Tratar la pobreza bajo consideraciones éticas es el camino para incorporar en la tarea de superarla y derrotarla a múltiples actores sociales, mas también puede convertirse en un absurdo filosófico si se avanza hacia la construcción de una “dignidad de la miseria”.

Si por añadidura hablamos de rentabilidad de la ética, —forma provocativa que anuncia un punto de vista original utilizado por importantes analistas contemporáneos—, podría despertarse en las personas de raigambre moral, el temor de una manipulación del esquema de valores humanos, en función de intereses puramente lucrativos⁸.

Altimir definió la pobreza como *“un síndrome situacional en el que se asocian el infraconsumo, la desnutrición, las precarias condiciones de vivienda, los bajos niveles educacionales, las malas condiciones sanitarias, una inserción inestable en el aparato productivo, actitudes de desaliento y anomia, poca participación en los mecanismos de integración social y, quizá la adscripción a una escala particular de valores, diferenciada en alguna medida de la del resto de la sociedad”*⁹. Ahora

7 FUENMAYORTORO, LUIS. ÉTICA EN LA FUNCIÓN PÚBLICA LATINOAMERICANA. Documento incluido dentro de la Biblioteca Digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo – www.iadb.org/etica

8 CHAVÉS, JORGE ARTURO. ¿Ética y Éxito en los Negocios? <http://www.jp.or.cr/catedra/biblioteca/articulos/JACH/FraguaEtica.pdf>

9 DIRVEN MARTINE, Alcanzando las metas del milenio: una mirada hacia la pobreza rural y agrícola. Red de Desarrollo Agropecuario. Unidad de Desarrollo Agrícola. División de Desarrollo Productivo y Empresarial. CEPAL. Santiago de Chile, enero de 2004

bien, como lo veremos en este trabajo, los asuntos de la exclusión y de la pobreza no son ajenos a la cuestión empresarial, máxime, si entendemos que la solidaridad requiere solvencia y que, uno de los instrumentos para combatir la pobreza es el crecimiento económico.

1.1. Antecedentes

Los principales lineamientos de todo el análisis que conlleva la Responsabilidad Social Empresarial, y la evolución en el cumplimiento de los Objetivos del Milenio, coinciden en dirigir los esfuerzos hacia las relaciones laborales y la protección del medio ambiente. Toman como base la Declaración de los Derechos Humanos, los principios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo, las resoluciones de las Naciones Unidas sobre los derechos de la Mujer y el Niño, particularmente en lo que tiene que ver con el trabajo infantil, el maltrato y el abuso, y finalmente, las conclusiones de las cumbres de la Tierra sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

También se coincide en que en las organizaciones que incluyen dentro de su sistema organizacional algunos principios de responsabilidad social, lo hacen dentro de los términos de la filosofía empresarial de la participación, y a partir de tales experiencias se ha intentado la estandarización de metodologías en grandes empresas; para lo cual trabajan ONG dedicadas a las áreas sociales y medio ambientales, gremios, organizaciones de empleados y trabajadores y en algunos casos organismos gubernamentales.

Se trata en general de valiosos esfuerzos cuya consideración es insoslayable para nutrir nuestro trabajo en la construcción de una metodología valorativa de la RSE para la PYME.

Se puede pensar que existen dos maneras de abordar el problema: por un lado el seguimiento de los principios básicos y generales sobre el correcto comportamiento de las empresas con respecto a la RSE ante la sociedad y el medio ambiente; y por el otro, la implementación de estos principios en relación con los

asuntos de gestión, de practica empresarial, y de los resultados de las empresas. Dentro de una y otra postura encontramos diferentes referencias tanto en lo internacional como en lo nacional, los cuales reseñamos a continuación:

1.2. Referentes internacionales en RSE

1.2.1. *Los objetivos del milenio en América Latina*

Los Objetivos del Milenio deben ser observados de acuerdo con la situación de cada país, pues depende de los niveles de desarrollo económico, cultural, social y político. Así las cosas, es necesario además buscar algunos denominadores comunes dentro de cada región que permitan condensar y esquematizar estos retos con una visión más real, permitiendo así que su nexos entre realidad y desafío sea más firme. El camino sería más cómodo aunque no más fácil si el trabajo parte desde lo local y se refuerzan las políticas desde lo nacional.

En la región, podrían establecerse algunos objetivos más amplios y ambiciosos, tomando en cuenta los elementos más relevantes, como el empleo, la educación y la protección social, ejes fundamentales para la consecución del desarrollo social y la integración adecuada al proceso de globalización¹⁰.

La equidad debe ser un objetivo prioritario en América Latina y el Caribe, en el caso de Colombia, de acuerdo con el DNP¹¹ la Equidad es el principal reto para el desarrollo humano y desde allí se miran todos los demás: el hambre, la salud, el empleo y el trabajo, la protección del infante y las madres gestantes, la seguridad social y la educación.

Y es que uno de los rasgos que distingue a América Latina del resto del mundo son las graves desigualdades que caracterizan a nuestras economías y sociedades. Así pues, dada la importancia

10 La CEPAL y la Cooperación Técnica en el marco de las Metas del Milenio. SELA (Notas preliminares) SP/XVI.RDCIALC/Di N° 20. XVI Reunión de Directores de Cooperación Internacional de América Latina y el Caribe. Ciudad de Panamá, Panamá, 21 - 23 de julio de 2003.

11 Departamento Nacional de Planeación. Bogotá, Agosto 28 de 2005.

fundamental de la equidad para la región, es crucial que se la incorpore explícitamente en los objetivos de desarrollo del milenio en sus diversas dimensiones. El tema requiere especial atención, si se constata que el gasto público social por habitante ha aumentado en la mayoría de los países de la región, sin embargo ello no se ve reflejado en una mejor redistribución de los beneficios.

Frente a la responsabilidad ambiental, la contribución de América Latina está en el mantenimiento de la diversidad biológica y el almacenamiento y captura de anhídrido carbónico. El enfoque utilizado con respecto a este campo consiste en el seguimiento de los esfuerzos de los países por mejorar su desempeño ambiental, ya que la meta planteada es de carácter general y no tiene una expresión cuantitativa. Si bien estos objetivos, metas e indicadores son válidos, aunque superables; desde la perspectiva de América Latina y el Caribe como oferente de servicios ambientales globales, también debería prestarse atención a los esfuerzos de la comunidad internacional por asegurar que la región los siga prestando. Ello implicaría la inclusión de metas e indicadores sobre la transferencia de recursos financieros y tecnológicos a la región por parte de la comunidad internacional, lo que serviría, por una parte, para determinar qué están haciendo los países desarrollados por mantener los servicios ambientales globales y por otra, para evaluar la capacidad regional de movilización de los recursos financieros y tecnológicos que puedan estar disponibles para este fin¹².

1.2.2. *La ONU y el Global Compact*¹³

Se trata de una iniciativa que comenzó en 1999 y cuyo objetivo es la promoción de la RSE desde el desarrollo de valores universales. Desde esta postura, tiene como objetivo la divulgación

12 La CEPAL y la Cooperación... *Ibid.*

13 En 1999 el Foro Económico Mundial de DAVOS, el secretario general Kofi Annan propuso un pacto global entre la ONU y la comunidad empresarial a escala mundial. El pacto es una iniciativa para asegurar el crecimiento sostenible en un contexto de globalización, promoviendo una serie de medidas y valores universales los cuales son fundamentales para superar necesidades socioeconómicas de los pueblos. El Pacto Global es un esfuerzo por dar un rostro humano al mercado global.

de los beneficios de la globalización y la mejor manera de sortear los efectos negativos de la misma. Su estrategia es la invitación a los empresarios a cumplir y adoptar los nueve principios vinculados a los derechos humanos, del trabajo y medio ambiente. El Global Compact está fondeado y dirigido por programas de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo y la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos

Cuando se presentó el Pacto, Kofi Annan advirtió que para evitar reacciones contrarias debían compensarse los desequilibrios creados entre los mercados globales que evolucionaban con gran rapidez y las preocupaciones de tipo social. Para no repetir los errores del pasado debíamos aprender a aplicar a nivel mundial lo que siempre habíamos sabido a nivel nacional: que los mercados están impregnados de los valores compartidos por los pueblos. Esto suponía llenar el vacío existente y volver a poner en consonancia los mercados con la sociedad. Una forma de hacerlo era promover un sentido cívico global en el que los derechos marcharan de la mano de la responsabilidad. Se hizo un llamamiento a la comunidad empresarial internacional, principal motor y beneficiario de la globalización, para que colaborara con la iniciativa aplicando los nueve principios universales dentro de su ámbito de influencia¹⁴.

Los diez principios del Pacto Mundial son:

— Derechos humanos

1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.
2. Evitar verse involucrados en abusos de los derechos humanos.

— Normas laborales

3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento del derechos a la negociación colectiva.

14 **Comentarios sobre el Pacto Mundial** Por Georg Kell, de las Naciones Unidas. Responsabilidad cívica corporativa: definición de las nuevas responsabilidades. 24 de octubre de 2000 en Chatham House, Londres.

4. La eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.
5. La abolición del trabajo infantil.
6. La eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

— Medio ambiente

7. Las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inocuas para el medio ambiente.

— Anticorrupción

10. Las empresas deben actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

1.2.3. Desarrollo de esquemas de seguimiento de Responsabilidad Social Corporativa

Respecto al desarrollo de políticas de Responsabilidad Social, como ya lo hemos mencionado, son las grandes compañías las que toman decisiones frente a lo laboral y la ingerencia de su producción en el medio ambiente, interesadas en integrar principios económicos a su definición de responsabilidad y en esa medida impregnar el panorama de su entorno corporativo; al mismo tiempo que se idean formas de aplicar estas políticas y hacerles seguimiento.

1.2.3.1. OCDE GUIDELINES

Se trata de un código de conducta corporativo para multinacionales creado en 1976 y revisado en el 2000 que deja muy en claro sus derechos y responsabilidades empresariales, pero que

pretende con sus lineamientos, ser un instrumento para el mejoramiento de las relaciones entre negocio y sociedad, teniendo como principal objetivo el de establecer políticas voluntarias que promuevan la transparencia específicamente en las relaciones laborales, la actuación ambiental, el control de la corrupción, la defensa de la competencia y del consumidor y en la difusión de la ciencia y la tecnología.

1.2.3.2. *Global Reporting Initiative (GRI)*

En 1997 el Instituto COALITION ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE ECONOMIES (CERES) y el Programa de medio ambiente de Naciones Unidas crean esta organización de Orden No Gubernamental con el fin de establecer una relación de identidad entre los reportes corporativos de sustentabilidad y los financieros. En el 2000 el GRI publica el 2000 SUSTAINABILITY REPORTING GUIDELINES, un manual de principios básicos y contenido específico que conllevan a la generación de reportes de sustentabilidad de alta calidad, que actualmente tiene 184 empresas afiliadas a los lineamientos que propone esta institución.

1.2.3.3. *AccountAbility 1000 (AA1000)*

El INSTITUTE OF SOCIAL AND ETHICAL ACCOUNTABILITY lanza un producto en 1999 que tiene como finalidad el mejoramiento de los índices de la contabilidad social y ética mediante la ejecución de auditorías periódicas y reportes constantes sobre estos aspectos dentro de las empresas. Se trata de un conjunto de procesos mediante los cuales las empresas pueden realizar un seguimiento contable, seguro y comunicativo de su desempeño, sin necesidad de precisar como debería ser el comportamiento ideal frente a lo social y lo ético.

1.2.3.4. *Social Accountability 8000 (SA8000)*

Es un sistema de auditoría creado por SOCIAL ACCOUNTABILITY INTERNATIONAL, una ONG fundada en 1997 en los Estados Unidos que pretende mejorar el ambiente de trabajo y

evitar la explotación laboral mediante la aplicación voluntaria de estándares de productividad combinados con verificaciones independientes y reportes públicos periódicos.

Son nueve las áreas que establece la SA8000 como base de indicadores y sobre los cuales debe reportarse en estándares de calidad: trabajo infantil, trabajo forzoso, salud y seguridad, libertad de asociación, prácticas de disciplina, discriminación, horas de trabajo, compensación y administración. Su proceso y modelo de certificación tiene como base el ISO, con adición de elementos de balance social como entrevistas, encuestas de calidad con empleados, clientes internos y externos y, proveedores entre otros.

Este sistema tiene un plus importante y es que promueve este entre sus asociados, para que las compañías participantes exijan a sus integrantes, proveedores y clientes la aplicación de los estándares y cumplan con los requisitos, convirtiendo el certificado SA8000 en una garantía de aseguramiento de las condiciones de trabajo justas y dignas dentro de las empresas que conforman el CLUSTER conformando una red de empresas virtuosas. Dentro de los últimos análisis realizados al interior de los grupos de trabajo de Normalización ISO, se considera que esta podrá perder fuerza frente a la construcción de la ISO26000 de RSE.

1.2.3.5. *Normas ISO 14000 y 14063*

En 1996 y 2001 la organización Suiza International Organization for Standardization crea las normas ISO 14000 y 14063 respectivamente. La primera tiene como fin l proveer estándares que permitan a las empresas manejar y evaluar el impacto y los riesgos medioambientales, y la segunda desarrolla una guía para el reporte medio ambiental. Ambas con el sentido de crear y certificar al interior de las instituciones, un sistema de calidad que reporte y permita la adecuación de la calidad y sus parámetros, de manera constante y monitoreada.

1.2.3.6. *Balance Social*

Es quizás la más antigua de las estructuras o sistemas creados para facilitar el desarrollo de políticas socialmente responsables

al interior de las empresas, y tiene como objetivo facilitar un diagnóstico de la gestión en torno al cumplimiento y seguimiento de los acuerdos socio-laborales y de los propósitos sociales de la organización

Es un elemento de consulta en la decisión y planificación de acciones. Permite además definir políticas, establecer programas y racionalizar la efectividad de las inversiones sociales. Es un manual de instrumentación para la planificación tendiente a controlar los resultados de la productividad y la competitividad.

- Participación. El balance social debe ser el resultado de un proceso de amplia participación que involucra la comunidad interna y externa de la empresa.

- Divulgación. Se recomienda el uso de un modelo de balance social que incluye realización (proceso participativo) e información pública - publicación (complemento a otros tipos de demostraciones financieras y socio ambientales).

- Demostración. Acciones que demuestren la realidad del contenido.

- Análisis de las prácticas de las empresas que hacen balance social (comparar año a año) para poder tener datos concretos para incidir en la empresa.

1.2.3.7. *CSR World - CSR Europe*¹⁵

En Europa la promoción de la responsabilidad social es realizada tanto por organismos gubernamentales nacionales, como por iniciativas del sector privado. Los organismos gubernamentales nacionales (Ministerios de Trabajo, Industria o Economía) buscan lograr un mayor compromiso de las empresas con los trabajadores y con el medio ambiente, mediante la creación de certificaciones sociales y medio ambientales y el otorgamiento de premios.

15 Extraído literalmente de http://www.foroecumenico.com.ar/s_promueve.htm

Por su parte, las iniciativas privadas, se han concretado básicamente en tres tipos de instituciones:

1. En organizaciones creadas por las propias empresas interesadas en desarrollar un marco de responsabilidad social.

Estas agrupaciones tienen por objetivo formar una red de información que abastezca a sus miembros y que se difunda hacia otras empresas, de manera de constituirse en un soporte de consulta a la hora de aplicar criterios de responsabilidad social en las compañías. En Europa la red más importante es la CSR-Europe que forma parte de la red mundial CSR-World¹⁶ y que está diseminada en 14 países de Europa occidental. La misión de los socios nacionales es promover, mediante seminarios, congresos y otros medios, la Responsabilidad Social Empresaria a nivel nacional, regional y local.

2. En fundaciones y organismos no gubernamentales que son, a su vez, los que promueven la generación de redes de empresas, haciendo explícita la necesidad y los beneficios de incorporar criterios de responsabilidad social en las empresas. Los medios usuales de divulgación son, además de seminarios y congresos, el otorgamiento de premios.

3. En Cámaras, Confederaciones, Asociaciones de empleados o empleadores, y otras organizaciones de empresas o trabajadores que si bien no tienen como tarea principal la divulgación de la RSE, la promueven por medio de la creación de premios.

1.2.3.8. *Etiquetas - Premios - Inversiones Éticas y/o Socialmente Responsables*

— Principales etiquetas o certificaciones en Europa

Fair trade labels: etiquetas de comercio justo y equitativo concedida a productos que cumplen los requisitos de este tipo de

16 El programa de gobernabilidad corporativa y responsabilidad social empresarial (RSE) fue lanzado por el Sr. Wolfensohn dentro del Foro Económico Mundial de Davos, Suiza, en enero de 2000. Este programa, se enfoca en los desafíos de fomentar el desarrollo sostenible y equitativo, incluyendo la creación de una amplia aceptación de la responsabilidad social empresarial como parte integral de la estrategia corporativa.

comercio. Este certificado, tiene alcance mundial y fue creado por una organización internacional sin fines de lucro.

La etiqueta garantiza un precio que cubre el costo de producción, una prima social para propósitos de desarrollo, pagos parciales para evitar que las organizaciones de pequeños productores se endeuden, contratos que permitan planear producción a largo plazo y relaciones comerciales también de largo plazo que permitan una correcta planificación y prácticas de producción sustentables.

El objetivo de esta etiqueta es mejorar las condiciones comerciales de los productores del tercer mundo y en la actualidad se otorga sólo a productos primarios. Países con etiqueta: Bélgica, Dinamarca, Alemania, Francia, Irlanda, Italia, Holanda, Austria, Finlandia, Suecia, Reino Unido, Suiza y Noruega.

— Etiquetas sociales de alcance nacional

Social Label (Bélgica): creada por la Cámara de Representantes belga en enero de 2002. Se otorga a los productos (no a las compañías) que demuestren que en toda su cadena de producción se respetan los cuatro derechos sociales fundamentales: no trabajo forzoso, no trabajo infantil, no discriminación y libertad de organización colectiva.

Det Sociale Indeks (Dinamarca): es una herramienta de auto-evaluación, creada por el Ministerio de Acción Social en el año 2000, cuya función es medir el grado de compromiso que tiene la empresa con los empleados. Aquellas compañías que superen la nota 60 pueden obtener, luego de una auditoría externa, la certificación.

Excellence Through People Standard (Irlanda): verificación y acreditación otorgada por el TRAINING AND EMPLOYMENT AUTHORITY OF IRELAND a aquellas empresas que cumplan con ciertos estándares de recursos humanos.

Certificazione di Responsabilita Sociale (Italia): certificado creado en 2001 por la Cámara de Comercio italiana a aquellos

productos que han sido elaborados de acuerdo a las normas SA 8000.

SME Kitemark (Reino Unido): es un estándar nacional para PYME, creado por Business in the COMMUNITY (organización de empresas), que reconoce el compromiso de la empresa con la comunidad local. Además este estándar provee un modelo simple para ayudar a la empresa a maximizar su impacto en la comunidad local.

— Premios a la responsabilidad social

Arets Rummelige Arbejdsplads (Dinamarca): premio anual que otorga el Ministerio de Trabajo danés a una compañía que haya implementado iniciativas para integrar a nuevos trabajadores, evitar la exclusión y generar estabilidad en el empleo.

Preis Freiheit & Verantwortung (Alemania): premio anual que se otorga a una compañía que haya demostrado compromiso social a través de su trabajo en: educación, generación de capital humano, balanceo de la vida familiar y laboral de los empleados, integración de minorías, y su cuidado por el medio ambiente. El premio es otorgado por un jurado compuesto por la Federación de Industrias Alemanas, Confederación de asociaciones de empleados alemanes, Asociación de Cámaras de Industria y Comercio, la Confederación Alemana de Pequeñas Empresas y la revista WIRTSCHAFTS WOCHE.

Premio y Ranking Empresa y Sociedad (España): la fundación Empresa y Sociedad, representante español de CSR Europe, premia a partir de octubre de 2001 a las empresas con una mejor gestión de su acción social.

Sodalitas Social Awards (Italia): premio creado en febrero de 2002 por Sodalitas, que se otorga a las empresas bajo cuatro categorías: procesos y administración de sistemas de responsabilidad social corporativa, marketing social e iniciativas financieras socialmente responsables. Sodalitas es una organización representante de CSR Europe en Italia, creada en 1995 por la Federación lombarda de empleadores (Assolombarda).

Environmental and Social Reports Awards: son premios anuales a los mejores informes sociales y medio ambientales elaborados por las empresas. En Europa los países que otorgan premios de estas características son Italia, Finlandia, Holanda y Gran Bretaña.

— Inversión socialmente responsable

En Europa 251 fondos de inversión incorporan criterios de responsabilidad social en el proceso de configuración de sus carteras. En el Reino Unido el 5% de los activos invertidos en instituciones de inversión colectiva, incorporan consideraciones sociales y medio ambientales al tradicional análisis financiero. Los índices más reconocidos son: FTSE4GOOD (Reino Unido), elaborado en 2001 por Financial Times, y el SAM Sustainability Index (Suiza), elaborado por Sustainability Asset Management SAM (agencia de ratings).

1.2.4. *Agencias y ONG Internacionales*

Miles de organizaciones no gubernamentales, organismos del sistema de Naciones Unidas, fundaciones políticas, defensores de Derechos Humanos y organizaciones de acción contra la pobreza, impulsan actualmente los ODM y un buen número de ellos, vincula las metas del milenio en las tareas propias de la RSE.

1.2.5. *Confederaciones y Cámaras*

Las Confederaciones y cúpulas empresariales del mundo han acogido el planteamiento de la promoción de la RSE como una variable crítica en la Estrategia Competitiva. En el caso de la PYME, los compromisos generales parten del vínculo de WASME con la estructura de Naciones Unidas. En el ámbito latinoamericano ha sido la Confederación Latinoamericana y del Caribe de la Mediana y Pequeña Empresa (CLAMPI), la organización que fijó la visión de la PYME sobre los Objetivos del Milenio en los siguientes términos:

Quisiera sobreponerme, en nombre de los pequeños y medianos empresarios de América Latina que me honro en representar, a las invocaciones sobre las inequidades norte-sur como única causa de los problemas, y al reforzamiento de la cooperación sur-sur como única alternativa para avanzar en las soluciones.

Al efecto deseo establecer los siguientes elementos a ser reconocidos en el presupuesto de ideas que formaría la plataforma para alcanzar los objetivos del milenio:

- 1. Las fuerzas del mercado libradas a su suerte no podrán alcanzar por sí mismas los objetivos del milenio. Se requiere la internacionalización de los preceptos de la economía social y ecológica de mercado, a los acordes del desarrollo humano sostenible para que, apuntaladas en la solidaridad y en la subsidiariedad, las fuerzas del mercado puedan favorecer el alcance de un mínimo de bienestar para todos dentro de un orden democrático global.*
- 2. El orden democrático global es una construcción que admite, comprende y promueve la diversidad cultural, religiosa y de los sistemas políticos y económicos, y por tanto se aparta de los preceptos del pensamiento único, el modo de producción único y la cultura homogénea. Consiste en una interpretación desde lo plural que converge en los objetivos del milenio como un acuerdo mundial sobre lo fundamental.*
- 3. Los grupos intermedios en lo social y la pequeña y mediana empresa en lo económico, son los protagonistas de la pieza escénica de tres actos quinquenales que debe propiciar la ruptura de la bipolaridad riqueza-pobreza y de la dinámica inclusión-exclusión, las cuales se han querido presentar como el signo inexorable de todos los tiempos.*
- 4. La cristalización de los objetivos del milenio no es una tarea que concierna únicamente a los Estados, sino que compromete a los ámbitos públicos y privados, pues las*

necesidades sociales en muchas regiones del orbe se expanden a una tasa que crece más que proporcionalmente con relación a aquella, con la cual aumenta la formación bruta de capital para satisfacer tales necesidades.

5. *Existiendo naciones donde la acumulación de riqueza crece en forma más que proporcional que las necesidades colectivas, la transferencia de recursos a cargo de las economías más poderosas significa la materialización del principio de subsidiariedad a escala global, y debe producirse como una gran estrategia incluyente dentro del precepto de ayuda para la autoayuda.*
6. *La expansión del comercio internacional, desprovista de las intervenciones distorsivas que por vía de subsidio introducen las economías más poderosas, es una condición necesaria mas no suficiente para el logro de los objetivos del milenio.*
7. *El control militar sobre recursos estratégicos como la energía, el agua o el espacio por parte de una potencia o de un solo bloque de países es una pretensión imposible e inaceptable, que amenazaría la paz y la seguridad globales y se llevaría de calle los objetivos del milenio.*
8. *El desarrollo científico y tecnológico dentro de un movimiento por la globalización de la economía social y ecológica de mercado, será el elemento determinante para el logro de las metas del milenio cuya materialización está señalada en el calendario universal para el período que marca la fase culminante de la transición desde la economía informacional hacia la bioeconomía.¹⁷*

17 JUANALFREDO PINTO SAAVEDRA, LA AMÉRICA LATINA Y LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS FRENTE A LAS METAS DEL MILENIO. Sao Paulo 2005 evento Fundación Konrad Adenauer, Los Empresarios frente a las metas del milenio.

— **Contra los falsos paradigmas, transitar la ruta alternativa**

América Latina ha trasegado en su reciente proceso histórico por caminos mecánicamente delineados por los intérpretes de las escuelas neoliberal y neoestructuralista, los cuales nos proponen enfoques unilaterales de apología del mercado o de la intervención estatal, para enfrentar los problemas de la exclusión y de la baja competitividad.

La expresión instrumental de las formulaciones de tales escuelas nos lleva a caer en una oscilación ineficaz entre el paternalismo y la mercolatría como herramientas para la consecución de los ODM.

Surgen así conjuntos de políticas que, de un lado, consolidan la postergación y la pobreza, como son aquellos programas de distribución alimentaria y entrega de bienes menores; o que, del otro, recrean la marginalidad habilitando a los pobres para el hipoconsumo sin producir ninguna alteración en la estructura de la oferta, ni de la propiedad, constituyendo meros asomos de la inclusión, tales como los llamados mercados de pobres o buena parte de las estrategias de microfinanzas. Sólo la ampliación de oportunidades y la extensión real de la base de propietarios activos, es decir, de aquellos con posibilidad de hacer un uso económico de la propiedad, así como la expansión y cualificación de los bienes públicos, nos traerán consigo las condiciones para allanar el camino hacia el cumplimiento de las metas del milenio.

Para retomar el crecimiento de calidad en América Latina, aquel que se orienta a la inserción internacional, la integración regional, la transformación productiva, la inclusión social y la gobernabilidad sin manipulación, se requiere integrar desde el ámbito microterritorial y comunitario a la ciudadanía productiva, asegurándole una dotación oportuna y a precios de mercado de los factores modernos de producción, añadiendo valor a las ventajas comparativas a través de minicadenas socioproductivas y clusters, propiciando el desarrollo sostenible de los recursos na-

turales, acreciendo el capital social y formando capital cívico, avanzando consistentemente hacia el reconocimiento de la ley como referente de toda la ciudadanía y factor de gobernabilidad.

Es allí donde aparece con toda claridad el rol de las PYME. La empresa de menor tamaño está íntimamente relacionada con su entorno inmediato. La PYME juega un papel protagónico en su comunidad, en el barrio, en la vereda y en el municipio; es la unidad congregante de la vida comunitaria junto al plantel educativo, a la parroquia y a las autoridades locales y comunales. No sólo son la primera fuente de empleo en la sociedad, también representa el canal de acceso cierto a la oportunidad, a la inclusión. Las microempresas de acumulación, las pequeñas y medianas empresas, son la alternativa real ante fenómenos como el desempleo juvenil y la discriminación entre géneros, contra el hambre y la pobreza, todos ellos aspectos esenciales para enfrentar dentro de los objetivos del milenio.

En el ámbito del desarrollo local se debe, primero que todo, pugnar por el cambio del paradigma cultural individualista del propietario PYME hasta alcanzar una porción dominante de empresarios comprometidos con las redes económicas, como los grupos asociativos, consorcios, y con las redes sociales, culturales e institucionales. Así mismo, se requiere la mejora continua del prospecto competitivo, a través de un propio esfuerzo, con el soporte de políticas públicas activas, de gran pertinencia en una economía abierta inteligente, que no adopte por costumbre la ingenua asimilación de pregones nunca practicados con real consecuencia en los países industriales.

Empero, fundamentalmente se necesita fortalecer redes institucionales que reduzcan la brecha entre nuestra generación de oportunidades y las legítimas aspiraciones de los sectores populares, y que a la vez, acumulen capital institucional para abatir la corrupción, enfrentar el delito organizado y avanzar hacia una sociedad ciudadana donde no seamos simples espectadores de la decrepitud del poder, facilitando a todos el ejercicio de los derechos políticos.

— Responsabilidad social en la PYME en prosecución de los objetivos del milenio

Los empresarios del estrato MIPYME están llamados a instrumentar una nueva generación de compromisos ciudadanos integrando a los pobres a la producción, no solamente al hipoconsumo, sino, vinculándolos a la acumulación y no al comercio simple de bienes y servicios. Para ello precisamos de la introducción de elementos nuevos en el contrato social, los cuales no pueden verse como una conspiración contra nuestra posibilidad competitiva. En tal sentido, los objetivos del milenio no son un punto de llegada, sino un motor para propiciar el desarrollo empresarial en el ámbito local. Algunos de tales elementos podrían ser los siguientes:

- Concertar con los trabajadores los mecanismos que aseguren la instrucción básica para los hijos de todo el personal vinculado a las empresas.
- Evitar tratamientos diferenciados entre géneros para iguales responsabilidades ocupacionales en la gestión humana.
- Cumplir eficazmente los acuerdos de OIT sobre maternidad.
- Adelantar tareas de educación y prevención ante el SIDA y asegurar un trato no discriminatorio a sus portadores.
- Incorporar los preceptos de la producción más limpia en la gestión como aspecto central de la estrategia competitiva.
- Participar en la gestión privada de servicios públicos como el suministro de agua potable a nivel de los pequeños municipios.
- Vincular a nuestras empresas a programas público - privados de vivienda de interés social.
- Articular a los jóvenes emprendedores en nuestros prospectos de inversión mediante acciones de cofinanciación y tutoría.

Finalmente, los empresarios PYME habremos de movilizar toda nuestra energía democrática en el ámbito internacional y en las

negociaciones comerciales de nuestros países, para dar concreción al OBJETIVO No. 8: el de fomentar una asociación mundial para el desarrollo. Este objetivo implica, entre otros asuntos, que se preste atención a las necesidades apremiantes de los países menos desarrollados, mediante la reducción de la carga de su deuda y la posibilidad de llevar a cabo exportaciones libres de aranceles y cuotas, y que los países de mayor capacidad económica cumplan con el compromiso de aportar el 0.7% de su PIB a la asistencia internacional al desarrollo. Según datos de investigadores de CEPAL, hasta el presente sólo cuatro países donantes cumplen con el compromiso del 0.7%, mientras los demás están bastante lejos, incluidos los Estados Unidos.

1.2.6. Enfoque del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)

La pobreza sigue siendo el mayor reto para el desarrollo sostenible. La forma como las empresas responden a este reto y su habilidad para generar bienestar y oportunidades, serán decisivas a largo plazo. Como grupo de compañías líderes, los miembros del WBCSD trabajan desde una nueva perspectiva, van más allá de la filantropía construyendo modelos de negocios que incluyen a las partes interesadas y crean nuevas corrientes de ingresos, al tiempo que suplen las necesidades de los pobres por medio de buenas prácticas comerciales.

A través del enfoque hacia el desarrollo, el WBCSD está buscando:

- Aprender compartiendo, suministrando herramientas y guías que nos permitan avanzar en la comprensión de los retos al desarrollo que sean comunes, y preparar a todos los sectores para que puedan aprovechar las oportunidades correspondientes.
- Apoyar la contribución de las empresas, ayudándolas a trabajar en alianza con las partes interesadas para construir sinergias entre la asistencia oficial para el desarrollo, y la inversión directa extranjera, con el fin de crear un ambiente favorable para los negocios y reglas para el comercio internacional.

- Aprender haciendo, demostrando el éxito por medio de inversiones piloto en el área y aprovechando las sinergias entre sectores empresariales. El enfoque en esta área asegura la fertilización entre las iniciativas del WBCSD sobre agua, salud, energía y clima, productos forestales sostenibles, ecosistemas, y entre las corrientes actuales de trabajo en curso, del proyecto condiciones de vida sostenibles.
- Producción y consumo sostenibles, conciliando los esfuerzos para mejorar la condiciones de vida en los países pobres, con el impacto del desarrollo sobre los recursos naturales.
- PYMES como socios de negocio, fortaleciendo las cadenas de proveedores locales, capacitando a las PYMES e invirtiendo en capital humano.
- Seguimiento y evaluación, midiendo el impacto socioeconómico de las empresas, para suministrar información para la toma de decisiones a los inversionistas y donantes que desean canalizar sus capitales.

En alianza con el PROGRAMA CAMBRIDGE PARA LA INDUSTRIA Y CHATHAM HOUSE, el WBCSD está desarrollando el PROGRAMA DE LIDERAZGO: NEGOCIOS Y POBREZA, orientado a los ejecutivos senior y a quienes hacen las políticas. Con el apoyo de ORIGO INC, el WBCSD ayuda a sus afiliados durante el período crítico de la incubación de nuevas alianzas requeridas para lograr modelos innovadores de negocios. El apoyo a nivel nacional para lograr el ambiente favorable requerido, se está dando a través de la Red Regional de Consejos del WBCSD.

1.2.7. *Consumidores*

Ligas de consumidores en todo el mundo se han vinculado al enfoque de impactar positivamente a todos los públicos, esencia de la cultura de la RSE. Al fin y al cabo, una defensa entera de los consumidores tiene que ver con la predilección en los términos del mercado, por las empresas socialmente más responsables.

Las crecientes dinámicas en consumo de orgánicas, mercados verdes, comercio justo y otras más, son claras manifestacio-

nes de corrientes innovadoras que corren en paralelo con el auge de la RSE.

1.2.8. *Estudios en PYME Latinoamericana*

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), realizó una investigación inicial sobre el compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las PYME de Latinoamérica. El trabajo, que se realizó en conjunto con la consultora española IKEI y sus socios en ocho países latinoamericanos, abarcó a más de 1300 PYME en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, El Salvador y Venezuela.

El estudio de campo, mostró que en general la gran mayoría de las empresas realizan actividades ligadas a la RSE, en diferentes grados de implantación; siendo las empresas de mayor tamaño, del sector manufactura, con actividad exportadora y que gozan de una buena o muy buena situación económica, las que presentan los mayores grados. Solamente un 3,5% de las PYME latinoamericanas no desarrolla ningún tipo de actividad en el campo de la RSE. LA gran mayoría de las PYME en la región adelantan acciones ligadas a la RSE, pese a su desconocimiento formal del concepto.

La implantación de actividades de RSE dirigida hacia los "STAKEHOLDERS" internos de la empresa, fundamentalmente los propios trabajadores, además de otros colectivos como los proveedores subcontratistas o los clientes, muestra que el 95,3% de las PYME ha realizado durante el año 2003 al menos alguna de las 20 actividades de RSE internas sugeridas en la encuesta, lo que supone alternativamente que sólo 4,7% no ha realizado ninguna.

Algunas conclusiones y recomendaciones del estudio son las siguientes:

- El primer escalón de la responsabilidad social empresarial es el cumplimiento de la legislación vigente.
- La RSE aparece, según la opinión recogida, como un tema que ha llegado procedente de otros ámbitos geográficos

(EE.UU. o Europa) pero con vocación de quedarse entre las prioridades del tejido productivo latinoamericano. En este sentido, y para ello, es requisito necesario para su desarrollo, el fortalecimiento institucional (mejoras en la gestión y administración, establecimiento de patrones de calidad, etc.), sin las cuales las PYME no serán capaces de emprender con éxito iniciativas de RSE.

- Coincidiendo con la opinión mayoritaria entre las PYME latinoamericanas, parece conveniente que las actividades de RSE sean fomentadas desde el ámbito público más que reguladas legislativamente.
- Las autoridades públicas deberían adoptar un papel más activo en el diseño e implementación de programas con este fin, dirigidos a las PYME en particular y especialmente en aquellos campos en los se observa una menor implicación empresarial.

1.3. Referentes nacionales

1.3.1. *Manual de balance social OIT - ANDI - Cámara Júnior*¹⁸

Desde hace más de 15 años, las empresas latinoamericanas están trabajando en el desarrollo del balance social, con el objetivo de analizar el rendimiento de su gestión en el marco de su responsabilidad social. Realizan actividades para el beneficio de sus trabajadores, de la comunidad y del medio ambiente, siendo éstas más importantes que sus obligaciones legales o contractuales. A estas acciones se les llamaría Cumplimiento de la Responsabilidad.

La toma de conciencia al interior de las empresas, empleados y comunidad sobre los esfuerzos y beneficios que esto conlleva,

18 Tomado del Manual de Balance Social; Organización Internacional del Trabajo OIT, Asociación Nacional de Industrias ANDI, Cámara Junior de Colombia Capítulo Antioquia, Julio de 2001.

requiere de un instrumento que ayude a comprender que los recursos y el dinero empleados en el cumplimiento de su responsabilidad social no son un gasto, sino una inversión.

Un reciente estudio realizado por la Cámara júnior de Colombia, Capítulo Antioquia que contó con el respaldo y la asesoría de la Asociación Nacional de Industriales ANDI y la Organización Internacional del Trabajo O.I.T., nos muestra cómo una serie de nuevas variables e indicadores entran a formar parte del modelo de balance social propuesto en 1987 por estas instituciones.

Las conclusiones de dicho estudio, permanentemente asesorado por la O.I.T, se ven reflejadas en el modelo actualizado que presentamos a continuación.

— Responsabilidad Social y Política Social

Una encuesta realizada por la ANDI la OIT y la CJC Capítulo Antioquia, entre empresas afiliadas a este gremio que representan el 50% del PIB manufacturero de Colombia, mostró entre otros los siguientes resultados: Más del 70% de las empresas entienden la responsabilidad social como una respuesta de la misma organización a los diferentes sectores con las que se relaciona para desarrollar su objeto social, es decir, actualmente no sólo se tiene en cuenta para su gestión el área económica, financiera y de producción, sino también involucra lo social, lo humano, lo comercial, lo político, etc.; incluyendo en su área estratégica, programas, como creación de fondos de empleados, indicadores de logro, programas de mejoramiento, participación en proyectos de beneficio común, programas de prevención ambiental, apoyo a microempresas.

Se entiende la empresa como una comunidad de personas que mediante su trabajo buscan un objetivo común, es lógico pues, que la concepción empresarial moderna no se identifique solamente con el capital, sino que la conciba también como un ente de naturaleza social, que tiene una misión de servicio y una función social implícita en el derecho a la propiedad privada.

Para el cumplimiento de su objeto social las organizaciones deben canalizar algunos recursos hacia actividades productivas, suministrar oportunidades de empleo, remunerar en forma justa el trabajo efectivo y ofrecer también una retribución atractiva a la inversión. Si una empresa está diseñada como un sistema de producción con objetivos de progreso, y dentro de ellos el generar utilidades y producir riqueza es garantía necesaria de crecimiento, en síntesis su objetivo económico; al mismo tiempo la empresa es un sistema de interacciones sociales internas y externas que no puede desconocer que su actividad se realiza con hombres, y su objetivo social se cumple a través de la relación con personas y con grupos, por lo cual debe ubicar su objetivo económico dentro de un contexto de desarrollo integral. La conjunción del objetivo económico y del social permite el desarrollo de la empresa y del hombre en comunidad.

En el informe sobre desarrollo humano en 1996 de las Naciones Unidas se afirma: “El fin es el desarrollo humano; el crecimiento económico es un medio. El propósito del crecimiento económico debe ser enriquecer la vida de la gente. Esto ha sido considerado por el gremio en tanto que se entiende el desarrollo humano como una prioridad, pues el bienestar de una nación depende también de la dirección de las empresas.

Según la ANDI “El éxito comercial acompañado del fracaso humano no es éxito” (Exaltación Empresa con mejor proyección social Medellín 1998). En las empresas modernas se acepta que su única responsabilidad social no es producir utilidades, también está el desarrollo de sus empleados y del entorno que le rodea.

En este orden de ideas, la responsabilidad social se basa en el impacto que puedan tener las empresas en sus trabajadores, en sus clientes, en sus proveedores, en sus acreedores, en la comunidad y en la sociedad. Así lo han entendido la ANDI y la Organización Internacional de Empleadores OIE al promover que las empresas adopten voluntariamente códigos de conducta como los principios éticos y valores del empresariado nacional.

Frente a estos dos factores, se puede afirmar que la responsabilidad social de la empresa es al mismo tiempo interna y externa. La primera concierne a su recurso humano, el cual tiene sus propias expectativas y objetivos complementarios a los de la empresa. La segunda tiene que ver con los demás sectores con los cuales la empresa tiene relación, considerándolos no como entes aislados y anónimos (clientes, proveedores, accionistas, distribuidores, sociedad, etc.), sino como grupos que tienen sus propias expectativas y a las cuales la empresa puede responder.

El cumplimiento de la responsabilidad social es fruto de la convicción que el empresario tenga sobre si su labor influye en los diferentes sectores, y en entender que la empresa misma se desarrolla gracias a la labor de los hombres y al aporte de la comunidad; de esta convicción surge una política social empresarial sentida, aceptada y aplicada voluntariamente, de otra forma sería una acción impositiva.

El balance social es un instrumento para medir y evaluar de forma clara y precisa los resultados de la aplicación de la política social de la empresa.

1.3.2.1. *Balance social*

Las empresas utilizan herramientas como la planeación estratégica, justo a tiempo, calidad total, técnicas de mercadeo, plan de acción, presupuesto, entre otros, para controlar un plan de desarrollo que permita analizar objetivos tanto económicos como aquellos que se traducen en acciones y programas de beneficio común, los cuales se evalúan periódicamente a fin de controlar su comportamiento y la continuidad de las políticas sociales que la empresa ha adoptado de forma voluntaria.

Desde hace más de 10 años las empresas latinoamericanas cuentan con un instrumento de gestión que les permite evaluar el cumplimiento de su responsabilidad social: El balance social y el informe social.

El informe social es un instrumento en el que se registra en términos cuantitativos o cualitativos, el desempeño social de una

empresa en un período dado, y por lo general se utiliza en el primer año en que se evalúan las acciones sociales.

El balance social es un instrumento de gestión para planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar en términos cuantitativos y cualitativos, la gestión social de una empresa, en un período determinado y frente a metas preestablecidas; hace parte de todo un proceso, el cual al finalizar cada periodo y de acuerdo a sus resultados, brinda información necesaria para evaluar el cumplimiento de la responsabilidad social.

Al igual que con el balance financiero, el Balance Social debe ser evaluado y presentado conjuntamente al final de cada período.

Los objetivos del balance social son:

- Realizar el diagnóstico de la gestión empresarial en torno al cumplimiento de su responsabilidad social en un periodo determinado, lo cual le permite definir políticas, establecer programas y racionalizar la efectividad de las inversiones sociales, con miras a la promoción de sus trabajadores y de la sociedad.
- El balance social le permite a la gerencia la planificación de acciones tendientes a aumentar la productividad y la eficiencia de sus trabajadores; además le permite evaluar las acciones en términos de costo-beneficio.
- Disponer de la información que se refiere a los recursos humanos de la empresa y a los sectores con los cuales ella tiene relación, para poder informar adecuadamente a la opinión pública acerca de su desempeño social como empresa.
- Le permite a la empresa actualizar políticas y programas relacionados con su responsabilidad social, ya que crea instrumentos más efectivos para medir y controlar las consecuencias, los costos y los beneficios que se desprenden de sus acciones.

— Ventajas del Balance Social

- Brinda información detallada a la Dirección para la toma de decisiones en la fijación de políticas y estrategias sociales.

- Permite racionalizar los recursos sociales con que cuenta la empresa evaluando la efectividad de los mismos.
- Brinda un mayor conocimiento de las características socio-laborales del personal y la contribución de la empresa al desarrollo integral del hombre.
- El balance social es un instrumento que facilita la fijación de políticas sociales a nivel de la empresa y sectorial.
- Se constituye en un aporte valioso para las negociaciones colectivas.
- El balance social muestra la contribución de la empresa al desarrollo humano del país.*

1.3.3. *Convenio CINSET - ACOPI - KAS*

En el año 1987 la FUNDACIÓN KONRAD ADENAUER dio su aprobación al programa de cooperación con los grupos sociales intermedios representados en Colombia por ACOPI y por la Corporación para la Investigación Socio-Económica y Tecnológica de Colombia - CINSET, el centro de investigaciones, capacitación y asistencia técnica creado en ese entonces por un grupo de 35 empresarios de la PYME y profesionales vinculados con el sector. Desde entonces, este convenio ha producido trascendentales resultados en cuanto a iniciativas para la promoción de la PYME, la construcción de un modelo alternativo de economía social y ecológica de mercado en Colombia, la aplicación de los preceptos del desarrollo sostenible, la producción más limpia en el país, la formación de cuadros gremiales, investigadores y consultores, la publicación de más de 100 trabajos,

la realización de la encuesta trimestral de desempeño de la PYME, la formulación de proposiciones estratégicas en materia de políticas públicas para el desarrollo social, la articulación productiva, la solución política del conflicto y el desarrollo económico local. La difusión de las tesis de la economía social de

* (Nota del Editor: ACOPI y CINSET trabajan actualmente en modelos de aplicación del Balance Social en el estrato PYME)

mercado y la remarcación de los principios de ayuda para la autoayuda, solidaridad y subsidiariedad, han consolidado una plataforma de ideas que a la vez han facilitado la construcción de estrategias de intervención no asistencialistas, tales como las minicadenas socioproductivas, la asociatividad empresarial PYME, el programa Expo-pyme, el fortalecimiento del Fondo Nacional de Garantías, las agencias para el desarrollo local, y la aplicación de conceptos de producción sostenible en empresas y cadenas de menor tamaño; asuntos todos ellos integrantes de lo que hoy denominamos en su acepción más amplia, responsabilidad social empresarial.

Es insoslayable entonces la consideración del Convenio ACOPI -CINSET- KAS como uno de los referentes nacionales para la conformación del sistema de indicadores de RSE en la PYME y para la estructuración de las estrategias de introducción e implementación del concepto de responsabilidad social en la PYME colombiana.

1.3.4. *Concurso Nacional de la PYME - ACOPI - Premio modalidad Empresa PYME Socialmente Responsable*

A partir del año 2005, ACOPI incluyó en su concurso nacional esta modalidad de premio con gran aceptación en la comunidad empresarial.

1.3.5. *ISO 26000*¹⁹

En la reunión de Bangkok de septiembre de 2005 se tomaron decisiones importantes para el desarrollo e implementación de la norma 26000 de responsabilidad social empresarial. Colombia ha venido participando en las decisiones que soportan la integración de los aspectos constitutivos de la norma con la coordinación de ICONTEC.

■ 19 Véase www.iso.org/srwgrs.

28 Países participaron en esta reunión. 5 de América, 9 de África y 14 de Asia, con representación de todos los stakeholders: 4 de trabajadores, 4 de industria, 5 de consumidores, 5 de ONG, 6 de gobierno, 4 de Otros. Esta reunión de trabajo que se realizó con el patrocinio de SIDA, JISC SECO (Suiza). En la elaboración del procedimiento han participado 123 expertos de países en vías de desarrollo y 156 expertos de países desarrollados. Si se considera la participación a través de los organismos de normalización, hay mayor cantidad de ONG de los países en vías de desarrollo.

El objetivo de este encuentro era establecer los objetivos de trabajo para los próximos tres años pues la norma empezará a actuar a partir del 2008, entre los cuales encontramos:

- La definición de procedimientos.
- Categorías de stakeholders y creación de redes (network) por cada categoría.
- Problemáticas de los países en vías de desarrollo para la aplicación de normas (Ej. el idioma).
- Pérdida de fuerza de la SA8000
- Iniciativa de involucrar los sistemas financieros a fin de fortalecer económicamente la inversión en RS.
- Se trata de una guía de implantación de RS más no de una norma de calidad. Se aclaró que no es norma de sistema de gestión, no es ciclo PHVA y No Es norma para certificación.

1.3.6. *DNP - Políticas de Gobierno frente a las Metas del Milenio*²⁰

En septiembre de 2005, el DNP presenta su evaluación frente a las metas del milenio, teniendo como finalidad adoptar unas políticas públicas hacia su cumplimiento, lo cual se verá reflejado en un documento del Consejo de Política Económica y Social (COMPES) que emanará los compromisos de cada uno de los

20 http://www.dnp.gov.co/paginas_detalle.aspx?idp=639

ministerios: Protección Social, Educación Nacional, Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial y Relaciones Exteriores. Paralelamente se crea el Programa Nacional de Desarrollo Humano, (PNDH) que hizo parte del equipo técnico conformado para analizar los indicadores en los últimos años, para definir y concertar metas nacionales para cada objetivo, bajo el liderazgo del PNUD; en el cual también participaron las demás agencias de Naciones Unidas, el DNP, los ministerios del área social y el DANE. De allí salió el documento HACIA UNA COLOMBIA REGIONALMENTE EQUITATIVA E INCLUYENTE, que sintetiza el diagnóstico nacional, y regional, estableciendo metas e indicadores para cada objetivo.

Posteriormente, el PNDH, conjuntamente con las Direcciones de Desarrollo Social y de Desarrollo Urbano y Política Ambiental del DNP, preparó el documento CONPES (091) que recoge los elementos del diagnóstico, formula estrategias y cuantifica los costos de algunas acciones para lograr las metas propuestas.

Actualmente, se está definiendo una estrategia para acompañar el proceso de formulación participativa de programas de acción a escala departamental y municipal, dirigidos a garantizar el logro de las metas del milenio. Dicho acompañamiento se orientará también a la aplicación de un mecanismo de seguimiento a la gestión realizada y evaluación de los resultados alcanzados.

— Desarrollo conceptual, instrumental y de indicadores

- Promoción del nuevo paradigma del desarrollo humano en los niveles local, regional y nacional, materializada en su incorporación en los planes, proyectos y acciones adelantadas por las entidades y en la asignación de mayor importancia a tales acciones.
- Construcción de instrumentos analíticos que permiten prever, medir y evaluar las interrelaciones de las políticas económicas y sociales en la calidad de vida y el desarrollo económico para lograr un crecimiento económico acelerado, incluyente, universal y equitativo, con resultados positivos en la lucha contra la pobreza y la inequidad.

- Desarrollo de indicadores sintéticos para describir las características de la situación social y su evolución a nivel nacional y regional.
- Diseño, aplicación y operación de sistemas de medición, análisis y evaluación de gestión e impactos de políticas y programas sociales.
- Asistencia técnica para el diseño, organización, ejecución, seguimiento y evaluación de políticas y programas de desarrollo económico y social, reflejada en mejoras en la eficacia y eficiencia de la gestión social de organizaciones nacionales y regionales.
- Valoración de resultados, aprendizaje institucional y diseño de nuevas propuestas para elevar la eficacia, eficiencia, calidad, equidad y sostenibilidad de los programas de lucha contra la pobreza, equidad, focalización, gestión de políticas sociales, análisis de riesgos y descentralización.
- Seguimiento a la evaluación de la coyuntura social y talleres regionales de discusión con los grupos involucrados.
- Asistencia técnica a las regiones para la formación y calificación de equipos humanos dedicados a la conformación y operación de observatorios regionales de coyuntura social; apoyo a los equipos humanos en su operación para el seguimiento de la coyuntura social y para la programación de acciones orientadas a mejorar el desempeño en las áreas sociales.

— Aplicación de Instrumentos

Con base en los conceptos desarrollados, la MS y el PNDH han construido e impulsado la implementación de herramientas para apoyar el diseño, la gestión institucional y la evaluación de programas y proyectos sociales.

- Sistema de Identificación de Beneficiarios Sisben- e I-Sisben
- Evaluación del Sisben.
- Rediseño y aplicación del Nuevo Sisben.
- Encuesta de caracterización Socioeconómica, CASEN

- Encuesta de Calidad de Vida, ECV97 y ECV2003.
- Índice de Condiciones de Vida, ICV.
- Índice de Calidad de Vida de la Niñez, ICVN .
- Sistemas de información de apoyo a la gestión educativa .
- Sistema de Información Gerencial de Educación GESTIONE.
- Sistema de información de las instituciones educativas, SABE 50/2000.
- Sistema de Seguimiento de la gestión del sector social, RADAR.
- Sistema de evaluación y clasificación de los establecimientos educativos privados, SECEP .
- Calidad de la educación y factores asociados.
- Observatorios regionales de coyuntura social: Bogotá, Medellín y Valle de Aburrá, Risaralda, Santander, Tolima.

Considera el Departamento Nacional de Planeación que es la equidad uno de los mayores retos para el desarrollo de la sociedad colombiana y que es el desafío del siglo XXI propender por que ese desarrollo sea acelerado, internacionalmente competitivo, nacionalmente equilibrado, incluyente y en paz.

Han sido tenidos en cuenta cada una de las ocho metas del acuerdo de las Naciones Unidas en el análisis, el cual debe partir definitivamente de la construcción de una línea de base para la consideración de los índices.

En cuanto a las metas, las estrategias principales para cada una de ellas son:

Reducir a la mitad el número de personas viviendo en pobreza extrema, reducir a la mitad las personas que no tienen acceso a agua potable y reducir el hambre.

- Crecimiento económico sostenido.
- Generación de oportunidades económicas para la población más vulnerable.

- Acceso a los servicios básicos (educación, salud, saneamiento y vivienda) y Activos productivos (cadenas productivas, microcréditos, microfinanzas)
- Consolidación y operación del sistema de protección social y del manejo social del riesgo.
- Mejorarla focalización.

Lograr la enseñanza primaria universal.

- Acceso universal a partir de los 6 años.
- Prioridad en el acceso a poblaciones vulnerables.
- Otorgar incentivos económicos (subsidios directos), condicionados a la asistencia y permanencia escolar.
- Mejorar la asignación y el gasto de los recursos del sector.
- Implementación de experiencias exitosas para zonas y grupos especiales.
- Estrategias para el mejoramiento de la calidad (monitoreo de logros, evaluación de docentes).

Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.

- Mejorar los instrumentos de recolección de información sobre violencia y género.
- Programas de vigilancia y atención de la violencia intrafamiliar en entidades territoriales.
- Estrategias de educación, información y comunicación.
- Creación, implementación y evaluación de mecanismos para la recepción y trámite de denuncias sobre discriminación salarial por género.
- Observatorio de mercado laboral: seguimiento y evaluación del empleo por género.

Reducir la mortalidad infantil con dos tercios

- Incrementar la cobertura en afiliación a seguridad social.

- Mejorar el acceso y la calidad de la atención para población materno infantil.
- Mejorar la competencia de la familia en protección de la vida y la salud del recién nacido y su desarrollo durante la infancia.
- Fortalecer la vigilancia de la salud pública.
- Programas de vacunación.

Mejorar la salud materna y reducir la mortalidad materna con tres cuartos

- Mejorar la afiliación a la seguridad social en salud.
- Focalización de los subsidios a mujeres gestantes y en edad fértil.
- Mejorar la calidad de la atención prenatal, parto y post-parto.
- Promover la utilización de métodos anticonceptivos.
- Promoverle acceso a la lectura de citología y a los controles para la detección y tratamiento del cáncer de cuello uterino.
- Fortalecer la vigilancia de la salud pública en salud sexual y reproductiva.

Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades

- Implementación y mantenimiento del Plan Intersectorial para la prevención y control del VIH-SIDA en el país.
- Acceso a medicamentos antirretrovirales y pruebas diagnósticas
- Vigilancia en salud pública.
- Estrategias de educación, información y comunicación.
- Mejoramiento de la oportunidad y calidad del diagnóstico y tratamiento de la malaria y dengue (Vigilancia en Salud Pública, acciones focalizadas en zonas de riesgo).

Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

- Focalización en municipios con dificultades en el suministro de agua potable.

- Aplicación de nuevas metodologías tarifarias y su vigilancia por parte de la SSPD.
- Uso más eficiente por parte de los municipios de los recursos de SGP y mejorar la focalización de los subsidios.
- Procesos de participación privada en asociaciones de municipios o municipios individuales. Empresas comunitarias.
- Atención y prevención de asentamientos precarios.

Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

- Lograr el cumplimiento de las metas establecidas en los 7 objetivos anteriores: reducir la pobreza, lograr la cobertura de la afiliación de la seguridad social en salud del 100%, mejorar y mantener el nivel de escolaridad, entre otras.
- En procura de crear condiciones favorables para la inversión, el crecimiento económico y el desarrollo, Colombia tiene claro el compromiso de desarrollar y poner en práctica mecanismos de integración comercial con otros países y regiones, manteniendo su tradición de contar con unas finanzas públicas equilibradas.
- La reducción de las inequidades existentes demandará esfuerzos y apoyos de asistencia técnica y cooperación internacional, que permitan crear alternativas de gestión, mejorar la capacidad institucional y realizar seguimiento continuo al desempeño de la Nación y las entidades territoriales.

1.4. Un movimiento internacional con exclusión de la PYME

1.4.1. *La PYME en el mundo significado y dinámica*

La Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) ha brindado durante los últimos años informes sobre la situación y perspectivas de la Pyme en el mundo. Referidos a organizaciones empresariales del sector formal, los documentos

establecen que ella representa más del 95% del total de establecimientos, así como entre el 60% y el 70% del empleo general. Al considerar las naciones en desarrollo y las economías en transición, las cifras se disparan al 99% de los establecimientos y a más del 75% del empleo formal. No cabe duda entonces sobre la importancia económica y social de este sector paradójicamente relegado en cuanto a su consideración prioritaria a la hora de la formulación y materialización de las políticas de fomento.

Nuestras valoraciones en la Confederación Latinoamericana y del Caribe de la Mediana y Pequeña Empresa, (CLAMPI), realizadas promediando el año 2004, indican que en el continente latinoamericano cerca del 60% del empleo formal es generado en este estrato empresarial, así como la tercera parte de las exportaciones no tradicionales y de la producción manufacturera.

Como en otros grupos empresariales pero en forma más acentuada, las nuevas tecnologías y el proceso de mundialización entrañan para las Pyme desafíos y oportunidades. Allí donde las economías de escala conservan su vigencia y los costos de mano de obra de poderosas economías emergentes son decisivos, como el caso de productos en gran serie donde la República Popular de China es ahora país dominante; la suerte de las Pyme está comprometida. En cambio, allí donde los mercados están fuertemente segmentados y abundan los nichos, el futuro de las pequeñas empresas es promisorio. Donde la especialización trae consigo opciones de subcontratación con alto valor agregado, la potencialidad de las Pyme es creciente. Allí donde la subcontratación es el resultado de una puja a la baja de los salarios, las posibilidades son más reducidas. Allí donde la particularidad del producto es vital o aún donde por virtud del micromercadeo la diferenciación es decisiva, el porvenir es auspicioso.

Dondequiera se imponen la masividad diferenciada, el diseño, la versatilidad y la agilidad, existirán oportunidades para las empresas menores, siempre que ellas logren superar problemas crónicos y nuevos. Dificultades conocidas como las restricciones en el financiamiento, el menor desarrollo tecnológico, las limitadas

capacidades gerenciales, la baja productividad y los excesos reglamentarios, se unen ahora a los problemas de asimetría en la información, a la más lenta incorporación de tecnologías comunicacionales, a la transferencia y adopción de tecnologías ambientalmente sanas y a la dificultad para interactuar en la economía en red, como obstáculos para una sólida internacionalización dentro de la cual la innovación y la incorporación de progreso técnico son preponderantes.

La existencia y el desarrollo de las Pyme son decisivos para el apuntalamiento de un orden económico concurrencial y amigo de la integración social. Son ellas las responsables de la renovación empresarial y sus altas tasas de natalidad y mortalidad son a la vez, el filtro que depura y selecciona los contingentes empresariales.

A partir de variadas encuestas, los mencionados estudios de la OCDE establecen que entre el 30% y el 60% de las Pyme, según el tipo de aproximación, son innovadoras. *“Ellas son menos numerosas que las grandes firmas en cuanto a poseer áreas de Investigación y Desarrollo pero son más notables y numerosas en otros planos de la innovación tales como la creación o modificación de productos o servicios en función de nuevas demandas del mercado, la adopción de nuevos modelos de organización a fin de mejorar la productividad o las técnicas de venta”*. Y agrega: *“Una política o una actitud de los poderes públicos que imponga límites a la creatividad, a la competencia leal, a la toma de riesgos y al retorno sobre las inversiones, impide a las pequeñas empresas ser innovadoras”*.²¹

En lo que se refiere a los países industriales y a las economías en transición, las Pyme se ubican principalmente en el sector terciario. Su participación es notable en la actividad comercial, así como en el turismo en los renglones de hotelería, gastronomía y operadores; son igualmente significativas en el suministro

21 OCDE 2000. L'Observateur – Syntheses: Les petites et moyennes entreprises: force locale, action mondiale.

de servicios empresariales y en la construcción. En cuanto al sector manufacturero, hacen presencia en todas las industrias livianas y de bienes intermedios y sustentan más de la mitad del empleo. Actualmente, toman espacio en el renglón de las tecnologías de la información y la comunicación y son vitales en áreas estratégicas como el tratamiento de la información, la capacitación, la subcontratación, los servicios de asistencia técnica ambiental y la consultoría.

En cuanto a la participación de las Pyme en la economía global, cabe hacer algunas precisiones: en general y por tradición, este tipo de empresas se concentra en los mercados domésticos; pero, de forma progresiva, individualmente o bajo esquemas innovadores de asociativismo (consorcios, alianzas, prospectos colectivos, subcontratación internacional), las Pyme por lo tanto, luchan por alcanzar una inserción desde la competitividad integral. En los países industriales, un 25% de ellas conserva su competitividad en el escenario internacional, y entre el 10% y el 40% de sus negocios se realiza con el exterior.

En nuestra región, la evolución competitiva del sector es muy notable; luego de la crisis en la segunda mitad de los noventa, se ha presentado una recomposición del tejido empresarial PYME, donde al tiempo con las dificultades de empresas víctimas de la desindustrialización y la concentración, han crecido las compañías de menor tamaño con orientación a la exportación. Según las estimaciones de CINSET, desde 1999 hasta 2005, para el caso de Colombia, se ha pasado de 3.500 a 6.800 pequeños exportadores (100.000 US dólares al año), y la cantidad de PYME competitivas a escala internacional, ha pasado del 16% a más del 30%. Esto ha sido posible gracias a la acción promotora de la exportación de la política pública, pero fundamentalmente, en virtud de procesos de inversión directa en las empresas, relevo generacional, asociatividad entre varias PYME, el desarrollo de franquicias, la vertebración local y regional, y el encadenamiento con grandes firmas. El esfuerzo preparatorio de las asociaciones empresariales como ACOPI ha sido vital en la certificación de conformidad con normas ISO y en la adecuación ambiental de los negocios. Con problemas crónicos de financiamiento y capi-

talización (hay mayor avance en crédito microempresarial que en profundización financiera en Pymes) y captando una mínima porción de la inversión extranjera directa, los logros de la PYME adquieren mayor relieve, pues se dan en un contexto de menor influjo de las políticas públicas en desarrollo tecnológico, innovación y promoción industrial, tan indispensables dentro de una comprensión madura de la teoría del desarrollo en economías abiertas.

La perspectiva de las Pyme nos muestra un porvenir amplio pero de gran exigencia. Ante el desplazamiento por firmas globales o frente a la avasallante presencia de economías como la china, en productos de línea, las Pyme de economías en transición, deben encontrar nichos productivos y comerciales; acudiendo a las tecnologías de la información y la comunicación, para suplir con versatilidad y agilidad en algunos casos, o con especialidad, innovación y celeridad en otros, los espacios que se puedan perder en la liberalización comercial mundial.

El surgimiento del comercio electrónico ofrece a las Pyme grandes posibilidades para expandir su base de clientes y penetrar nuevos mercados. Ellas pueden adaptar sus productos y servicios a la demanda, mejorar los procesos de aprovisionamiento y stock, y reducir los términos entre el pedido y el despacho. Para ello se impone un gran esfuerzo, pues este tipo de empresa integra más lentamente las nuevas tecnologías, requiere de un soporte externo que facilite la remoción de obstáculos para su integración a la economía en red y para la adecuación en el interior de la organización, de la adopción de procedimientos electrónicos, así como en la inversión inicial para poner a punto una estrategia viable de comercio electrónico. Las agendas de conectividad de la política pública deben resolver los problemas de costo y acceso a la infraestructura, así como los problemas de un marco regulatorio que dé confiabilidad y seguridades a la operación.

Todo lo anterior habla a favor del papel de la pyme en el desarrollo internacional, sin embargo, su mayor contribución se percibe en los multiplicadores sociales que trae consigo la am-

pliación permanente de la base de propietarios, y la localización extraordinariamente irrigada de las PYME en la geografía económica, su mayor aporte tiene lugar en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial. La pequeña empresa es la célula básica del desarrollo económico local y constituye el eslabón económico más tangible para la ciudadanía. Metida en el corazón de la vida social, la empresa menor es oportunidad laboral, expendio directo de bienes y servicios, escuela de patronos y trabajadores, aglutinante económico de familias, colegas y emprendedores, factor de identidad local y comunitaria, animador de expresiones culturales de la ciudadanía y precursor de procesos de democratización del conocimiento y la información. Representante de los municipios en ferias acaba por ser fuente de identidad y se liga con los ciudadanos en forma amistosa, sin la distante relación de los implantados de enclave propios de la pretérita sociedad industrial.

¿Cómo puede darse un movimiento internacional por la Responsabilidad Social con exclusión de la pyme? Cómo corregir tan grave equivocación?

A ello se dedica este trabajo. A explicar qué es RSE en la PYME, cómo se le puede medir, cómo monitorear su evolución y cómo, si cabe la expresión, trabajar por la responsabilidad social empresarial de abajo hacia arriba, con esos miles de seres humanos que gestionan una porción de la riqueza colectiva en pequeñas organizaciones productivas.

1.4.2. La Responsabilidad Social sin la PYME: una utopía hija de la abstracción corporativa

El concepto de responsabilidad social empresarial emerge como una respuesta a las observaciones críticas sobre los procesos de concentración económica y exclusión, tendencias universales indeseables, las cuales se han exacerbado pese a la formación de riqueza que ha traído consigo la globalización. Las grandes corporaciones internacionales y algunas organizaciones empresariales, las cuales durante años sostuvieron el pregón

de que la Responsabilidad Social consistía únicamente en generar el empleo posible en el tope de la productividad, pagar impuestos en los niveles exigidos y fabricar productos de calidad, sintieron el influjo de demandas adicionales relacionadas con los entornos territoriales, la defensa de la competencia, el bienestar comunitario, la cuestión ambiental y los asuntos de género, entre otros.

De la misma manera que en el período de la segunda postguerra tomó fuerza el concepto de la democracia participativa en relevo de la democracia representativa, como una expresión más densa, si bien no radicalmente innovadora, con un contenido adicional fruto de un más profundo entendimiento del ethos democrático; la responsabilidad social surgió como un conjunto de elementos adicionales a las ya conocidas categorías de la función social de la propiedad, de las obligaciones laborales y de prestaciones sociales a cargo de los empresarios.

De entonces acá, la elaboración del concepto ha sido enriquecida tanto en el plano de las ideas como en el de los instrumentos. No obstante, tanto la consideración teórica como la difusión del pensamiento, los textos de referencia y las metodologías, han sido concebidos e implementados fundamentalmente en el ámbito de las grandes empresas, vinculando a las PYME en los roles de proveedores, subcontratistas o clientes, mas no, en su papel estratégico como unidades de capital que explican la existencia de la inmensa mayoría de organizaciones empresariales que operan en los cinco continentes. Así, la responsabilidad social empresarial queda desprovista de una inmensa base social y de legitimación, pues, sin la PYME, se convierte en una utopía hija de la abstracción corporativa que puede, equívocamente, ser catalogada como instrumento de manipulación, mero neutralizador de las dificultades en el entorno o como una expresión fingida de sensibilidad social; si ello fuese cierto, resultaría penoso. Pero, en tanto no lo es, lo que nos corresponde es enriquecer el concepto, establecer sus contenidos en el ámbito pyme y fabricar los instrumentos y metodologías que permitan la introducción de la responsabilidad social empresarial en los millones de empresas de menor tamaño existentes en el planeta.

1.4.3. El impostergable fortalecimiento de las instituciones PYME en pro de la responsabilidad social empresarial

Para avanzar en la democratización de la responsabilidad social empresarial, es preciso lograr su aprehensión e introducción práctica por medio de las redes internacionales de la PYME, convirtiendo la RSE en un factor de fortalecimiento de instituciones como THE WORLD ASSEMBLY OF SMALL & MEDIUM ENTERPRISES (WASME), las organizaciones afro asiáticas de PYME y en América Latina; consolidando redes, como la Organización Latinoamericana de la mediana y pequeña empresa (OLAMP), la Confederación Latinoamericana y del Caribe de la mediana y pequeña empresa (CLAMPI), y las federaciones nacionales de la micro, pequeña y mediana empresa.

La valoración de la contribución social de las PYME, la profundización del ejercicio empresarial en este frente, la difusión y aplicación sistemática de las mejores prácticas en RSE-PYME, tendrá mayor celeridad y alcances, en la medida en que las redes institucionales y empresariales de este estrato puedan movilizarse y aprovechen su capacidad aglutinante para incorporar a los pequeños y medianos productores en la gran tarea por alcanzar los objetivos del milenio, por el progreso económico incluyente, el único que da sentido al proceso de formación de riqueza al cual estamos asistiendo.

CAPÍTULO 2

2. LA CONSIDERACIÓN ÉTICA DE LA ECONOMÍA

¿Ha de estar la economía al servicio del hombre ó el hombre al servicio de la economía? La respuesta a este tipo de interrogantes despierta cada vez mayor interés y también más honda preocupación. La forma como el concepto de responsabilidad social empresarial ha venido ganando espacio en la discusión pública internacional, la creciente inquietud sobre casos internacionales de corrupción corporativa, el rechazo al consumismo y a la desigualdad globales, son todos ellos aspectos que refieren a la relación entre ética y economía. Por eso la literatura sociológica y económica ha conocido nuevos aportes, sobre la consideración ética de la economía, siendo especialmente destacables los trabajos de escritores alemanes después de la unificación.²²

²² Entre otros:

BERTELSMANN. Mercado con Moral - El Fundamento Ético de la Economía Social de Mercado.

Gütersloh: Stiftung: Markt Mit Moral, 1994.

FRIEDHELM HENSBACH. Ética Económica. Friburgo, 1991

EILERT HERM. Teología y Ética Económica en F.Baadte y A. Rauscher. Economía y Ética.

Viena: Colonia, 1991

A.F. UTZ. Ética Social. Sammlung Politeia: Bonn 1994

WILHELM RÖPKE. Escritos varios y recopilaciones. Fundación Erhard.

Para la existencia socialmente legitimada del orden democrático y de un orden económico, son esenciales como valores orientadores la libertad y la justicia. Como bien lo anota Josef Thesing “(...) *La libertad no puede ser nunca restringida emancipatoriamente, la libertad tiene como efecto la solidaridad. Por ello, subsidiariedad y solidaridad se pertenecen recíprocamente; así como la disposición al riesgo y la seguridad, la ética de la responsabilidad y la ética de la convicción forman una unidad, así también la propia responsabilidad y la previsión estatal se influyen recíprocamente*”.²³

Tal como la entendemos, la economía social y ecológica de mercado es un orden valorativo y se corresponde con una concepción de ordenamiento político. En definitiva, para honrar valores como libertad y justicia, es crítico comprender que la economía social de mercado sólo es posible en un sistema democrático de estado de derecho, y a su vez, la democracia de estado de derecho sólo es posible en un sistema de economía de mercado, en donde estén garantizados los elementos esenciales de la justicia social. La actividad económica es regulada por el orden económico, pero “la determinación de las normas de comportamiento y de las concepciones valorativas, que determinan la actividad económica del individuo y la colaboración de la comunidad es una tarea ética. Es el campo de la ética económica.”²⁴

La ética económica por tanto refiere al comportamiento económico y al vínculo de lo moral en posiciones y situaciones de interacción económica.

De aquí pueden resultar determinadas relaciones contextuales. En la actividad económica, una ética de deberes puede tener que ver con una ética de bienes o con una ética de la virtud. La ética individual debe ser vista en relación con la ética social; en un caso se refiere al propio individuo, en otro, se piensa en la sociedad. Siempre estos elementos parciales están vinculados con ac-

23 JOSEF THESING. Economía Social de Mercado y Democracia. Bogotá: Colección Formación Ciudadana, Volumen 15, FDB. 2004, El subrayado es del mío (N-A).

24 Op. Cit

ciones concretas. En la ética de los deberes se trata la cuestión de saber qué orientación moral debe darse a determinadas formas de comportamiento. En la ética de los bienes, de lo que se trata es de decidir éticamente si una determinada calidad, el determinado lujo de un producto y quizás también hasta los costos de fabricación de un producto, son compatibles con la propia reflexión ética.

Finalmente, el concepto de la ética de la virtud se refiere a las capacidades y habilidades que fijan una limitación moral al individuo mismo, como persona aislada. Todo esto sirve para elaborar pautas para juzgar acerca de la cualidad ética de la actividad económica.

Ahora bien, para la formación de un juicio ético sobre la manera como el sistema económico funciona en una nación, para saber cuánta democracia económica existe, antes que indagar por los índices GINI, o por los análisis sobre series decenales de la renta per cápita, hemos de preguntarnos si están garantizadas las relaciones de poder, distribución y competencia vinculadas con los principios fundamentales de la justicia.

La ética económica alcanza diversos ámbitos. Uno de ellos, más estrechamente relacionado con la responsabilidad social empresarial es el de la ética de las empresas. No se trata solamente del comportamiento del empresario, sino de la ética de la estructura empresarial. Al nivel gerencial le concierne a la ética de la virtud, la valoración sobre la afectación de poblaciones y grupos sociales, también el aseguramiento de la permanencia estratégica del negocio, pues no es ético empresarialmente, por imprevisión o incapacidad estratégica, perder imprudentemente puestos de trabajo o causar daños ambientales. La cuestión valorativa pasa a ser vital, asegurar la posición de la empresa en el mercado mundial, con independencia del tamaño de la organización, es asunto cardinal, pero tal posicionamiento no debe, quizás no pueda alcanzarse, actuando exclusivamente según el criterio del éxito económico.

En un sentido más amplio, la ética de la virtud guarda relación con la cultura de la empresa, con los elementos que signan y

diferencian el comportamiento de los empleados y forjan la identidad de la empresa. Allí se perciben cambios notables en los últimos tiempos, en la transición de la sociedad industrial, a la llamada sociedad del conocimiento. Virtudes laborales consideradas antaño como insoslayables, tales como la puntualidad, la obediencia mecánica y el cumplimiento del deber, han disminuido su importancia frente a virtudes como espíritu de equipo, manifestación de la propia opinión, autorresponsabilidad y capacidad adaptativa.

Las empresas están inmersas en las relaciones recíprocas de las sociedades, por lo tanto no dejan de verse afectadas por el cambio social, cultural y político. Un estilo de conducción más cooperativo, la igualdad de derechos de las mujeres, los procedimientos de producción que no dañan el ambiente, abren nuevas posibilidades de cooperación.

De vuelta a la consideración ética de la economía, coincidimos con Utz al distinguir al menos tres niveles en la conceptualización de la ética económica. El primero alude a su consideración más general y abstracta, a lo que se ha denominado la metafísica de la economía, donde se localizaría el imperativo según el cual el bien común prima sobre el bien individual; el segundo hace referencia a las tendencias de las formas de comportamiento de las personas en el manejo de los bienes económicos, donde han tomado gran espacio los preceptos de la economía institucional y la calidad de los bienes y servicios públicos, a partir de ello pueden forjarse criterios para un orden económico justo. Allí entran los asuntos de las relaciones entre trabajadores, empleadores y gobierno, las cuestiones de seguridad social, autonomía tarifaria, formación de un precio justo, regulaciones y opciones monetarias y crediticias, políticas fiscal y cambiaria, y desde luego, política de empleo. El tercer nivel hace referencia a los modelos construidos bajo hipótesis doctrinarias de la economía respecto a la imagen y previsiones comportamentales de la persona; allí arribamos a uno de los territorios de frontera en la ciencia económica, sobre el cual trabajan destacados economistas apoyados en un herramental cualitativo cada vez más sofisticado. La idea de un homo economicus agitado incesantemente por sa-

tisfacen, más allá de los requerimientos, la suma de necesidades reales y creadas, parece ser propia de los modelos de primera generación y ha permitido afirmar a los detractores de los economistas que la persona no es como la presentan los economistas en los modelos, o que –probablemente con cierto grado de validez – el modelo es un concepto reducido, acotado y por tanto arroja a menudo datos y magnitudes inútiles. Acierta J. Thesing al afirmar:²⁵ *“La persona es naturaleza humanizada. En esta característica ética es un sujeto único, por cierto, pero no el objeto único del juicio moral. Una ética económica de la vida tiene que poner nuevos acentos. Estos van más allá de los fines y condiciones tradicionales de la actividad económica.”*

2.1. La RSE como variable central de la estrategia competitiva y el desarrollo económico

*“Ver ambas facetas de un problema
es la forma más segura de evitar
su completa solución.
Porque siempre hay más de dos facetas”*
Idries Shah

La agrupación de capacidades y recursos liderada por el conocimiento, gestionada integralmente bajo el enfoque de la competitividad sistémica, ya se trate de una empresa o de otra estructura organizacional, incluidos los entes territoriales, conforma la plataforma básica de la inserción en el sistema económico global contemporáneo. Sustentabilidad y competitividad pueden ser vectores en conflicto, si es que no se consideran como una dupla indisoluble, permitiendo que el prospecto meramente comercial de la coyuntura, socave la sostenibilidad de la organización en el mediano plazo.

La pérdida de equilibrio en el juego de variables de la tarea empresarial, el cual entre otras no corresponde a una división

mecánica entre ellas, ni a influjos de igual magnitud, puede ser fatal a la luz de una concepción válidamente afirmada en el pensamiento estratégico. Las variables, como la táctica y la estrategia, suelen conocer de comportamientos de signo contrario en un esquema de planeación situacional, pero han de tener una real armonía, si lo que se pretende es la inserción perdurable en economía global. Así lo creemos quienes encontramos en la PYME un sector vital para el desarrollo humano sostenible y un pilar en la construcción de sociedades incluyentes, crecientemente generadoras de libertad, de bienestar e integradas a un orden democrático global.

Siempre se hace evidente la pertinencia del equilibrio orgánico en la añeja confrontación de alta carga ideológica en las doctrinas económicas, así como en los modelos numéricos o econométricos de primera generación, casi exclusivamente cuantitativos; útiles para intuir comportamientos primarios, mas débiles al momento de explicar el conjunto de regiones del ser, la realidad como totalidad. Así, un enfoque de complejidad, nos permitirá en el campo de la responsabilidad social empresarial, la interpretación trascendente de su significado. A quienes nos hablan de la vertebración social del desarrollo económico les diremos que ella sólo es posible si es que se construye en paralelo con la vertebración económica del desarrollo social; a los que pugnan una sustentabilidad ambiental por sobre toda consideración económica, les aclararemos que la producción más limpia -elementos económicos incluidos- es la clave para alcanzar la anhelada producción sostenible y así sucesivamente.

Entendido lo anterior, podemos asumir el sentido de la RSE como el eje de la estrategia competitiva en la PYME. Si el enfoque sistémico consiste en considerar el conjunto de variables en los ámbitos macro, micro, meso y meta, en un ejercicio continuo, permanente, que liga el conocimiento, la investigación, la innovación, la relación con el entorno, una óptima gestión, podemos responder por la afirmación sobre la trascendental importancia de la RSE en el desarrollo competitivo de las PYME en los siguientes términos

La PYME es la empresa en la comunidad, en el territorio vivo, en la localidad como unidad orgánica de la vida social. La PYME no se asienta, vive. No tiene estaciones periféricas sino presencias articuladas con la ciudadanía. De la manera como la PYME incorpore el concepto de Responsabilidad Social en tanto cultura de permanente atención, apreciación y mejora del sistema de relaciones y de los impactos en todos los públicos, depende su posición competitiva en el tiempo. Su entorno social se funde con su población directamente vinculada. Los ciudadanos del territorio son normalmente sus trabajadores, sus consumidores, sus proveedores, los eslabones de su encadenamiento, los trabajadores del futuro ahora en formación, sus trabajadores retirados, los multiplicadores de su imagen, quienes acreditan sus productos, los que dan cuenta de los valores y elementos inmateriales que animan e inspiran la operación de la compañía.

La empresa de menor tamaño puede conocer falencias, o menores desarrollos relativos en alguna o algunas áreas de gestión y resultados, mas nunca puede perder sus vínculos, su vertebración, su relación constructiva, sinérgica y de beneficio recíproco con la comunidad. Los grandes conglomerados pueden existir, aunque desde luego no es lo deseable, bajo modelos de enclave, mediante sistemas de relaciones con estratos y núcleos sociales influyentes, utilizando estructuras mediáticas masivas para su publicidad mercantil y/o institucional, desarrollando acciones sociales de proyección. La PYME sin la ciudadanía, sin la comunidad, es un ser vivo sin oxígeno, un organismo terminal, pierde su mercado, su producto ha dejado de responder a una necesidad cierta, su presencia deja de comunicar, ya no hace la diferencia, su identidad visual es difusa y pierde pertinencia. Consecuentemente, la RSE es el epicentro difusor en la estrategia competitiva de la PYME, es una variable pero juega el papel de la cuerda clave de la red. Una PYME avanzada es una organización inteligente, creativa, con una gestión equilibrada entre las áreas, pero sobre todo, con un concepto diferenciado, penetrante, aprehendido por su entorno; ese concepto tiene una inspiración, la manera como el empresario y su equipo conciben su relación e interacción con la comunidad.

Gestión integral en PYME es sentido de totalidad y ubicación de la organización en la dimensión global. La RSE es el ímpetu de totalidad, aquella cultura de la organización que da la idea de servicio, resultado económico, manejo financiero, dinámica tecnológica, lealtad en la competencia y voluntad ética en todas las acciones, anclaje en lo humano, y desde luego, sentido de la belleza en la actuación empresarial.

CAPÍTULO 3

3. LA PYME FRENTE A LA RSE

Con vista a la elaboración del presente trabajo, ACOPI y CINSET, bajo los auspicios de la Fundación Konrad Adenauer, vincularon un equipo de investigadores en los campos, económico, social y empresarial, quienes además de la exploración en fuentes secundarias, conocieron experiencias relevantes que resultaron particularmente pertinentes. Si bien, es preciso anotar que no existen documentos que ahonden en la consideración de la RSE en el estrato empresarial PYME.

De gran utilidad han resultado para el presente ejercicio, los trabajos adelantados por organizaciones como ETHOS y FIDES en Brasil, algunos esfuerzos adaptativos registrados en México, Chile, Uruguay y Argentina, y las convocatorias internacionales de instituciones contraparte de la Fundación Konrad Adenauer en América Latina.

3.1. Procesos nacionales en curso

3.1.1. *Convenio KAS- ACOPI- CINSET (No asistencialismo, minicadenas y PML)*

La responsabilidad social en la PYME es una cultura que, en todas las áreas claves de la gestión y de los resultados empresariales, procura impactar positivamente a todos los públicos afectados por la acción de la empresa. Esta es la definición a la cual el equipo conformado por ACOPI, KAS y CINSET llegó finalmente, luego de llevar a cabo la investigación sobre el tema y resolver trabajar en la línea de ofrecer al pequeño y mediano empresario, una fórmula simple para ejecutar, sin cambios radicales, con ajustes sencillos, pero sobre todo con interés por la toma de conciencia, respecto al compromiso que la dinámica global y las metas del milenio implican, para el crecimiento social y económico.

Los ya reseñados antecedentes sobre el pensamiento europeo de la segunda post-guerra y también los debates sobre los problemas de exclusión, desigualdad y crisis social en América Latina, generan elementos teóricos y de tipo político para las formulaciones sobre RSE. Sin embargo, en el nivel de la gestión empresarial son quizás los japoneses, una vez terminada la segunda guerra mundial y ante la puesta sobre el tapete de un honor perdido y la necesidad de devolver a los ciudadanos la confianza en su sociedad, en sus valores, su tradición y gobierno, quienes se dan a la tarea de la definición de fórmulas creativas que procuren nuevos empeños. Se idean entonces, los círculos de calidad y la importancia de la participación de los trabajadores, la toma de decisiones empresariales y demás condiciones de calidad. Son finalmente quienes nos indican el camino por medio de una filosofía de motivación desde la conciencia y la vivencia, transmitida como estrategia comercial, hacia la necesidad de un mundo mejor, más equitativo, con mayor respeto por el otro, pero sobretodo, de la importancia de una creciente calidad de vida, para la sobrevivencia de una sociedad.

En 1999 se adoptan en el seno de las Naciones Unidas por solicitud de su secretario Koffi Annan las decisiones orientadas a proponer una tarea que al mismo tiempo se convierte en un reto para los países firmantes, poniendo como fecha no límite sino de análisis, el 2015.

En mayo del 2002 en Indonesia se reúnen los países en vías de desarrollo para cimentar el asunto. El objetivo del encuentro estaba dirigido a contribuir en el desarrollo de unas políticas corporativas y actividades sociales, junto con los términos en los cuales se mediría el impacto. Incluía además el énfasis que detentan los medios políticos, económicos y sociales en la búsqueda de mostrar unas mejores prácticas desarrolladas en actividades como: los negocios, el gobierno y la sociedad civil. Los países en vías de desarrollo conformados en su mayoría por conglomerados de PYME, no pueden dejar al margen de tales decisiones al estrato empresarial de tamaño intermedio.

Se identificaron elementos comunes entre los empresarios, como la competitividad, los riesgos y los resultados relacionados con este desafío de la RSE; también el papel de los gobiernos que realizan cooperación o brindan ayudas al desarrollo y desde luego, la importancia que cobra día a día el desarrollo sostenible. Se detectó a si mismo la existencia de organismos que pretenden no solamente la vigilancia del cumplimiento sino la tarea de crear alianzas hemisféricas e ínterempresariales entre las grandes y las pequeñas para seguir métodos de implantación similares entre proveedores y compradores, entre compañías asociadas que comparten una misma visión de RSE. Esto deberá reflejarse en el uso de recursos y servicios públicos, manejo de materias primas desde la extracción, educación y capacitación que integran a unos y otros trabajadores y las relación que entre los de unos y otras asociadas, puedan llegar a tener.

Si bien se trata de un pacto voluntario, el empresario debe responder algunas inquietudes que le indicarán el camino hacia la construcción de principios y/o fijación de valores que soporten esa decisión, pues es desde el empresario quien dirige el proceso, como se puede dar “vía libre” al manejo de Buenas prácticas

en RSE son preguntas como las siguientes las que conforman la viabilidad del análisis:

- ¿Qué razones pueden llevar a una empresa a asumir la RSE?
- ¿Puede existir la RSE en su empresa aunque sea PYME?
- ¿Cuál es el procedimiento a seguir en caso de introducir la RSE en la empresa?
- ¿Es la RSE una estrategia comercial y de mercado?
- ¿Sería costoso?
- ¿En qué se diferencia a los códigos de ética o buenas prácticas que se tienen?

Es posible incluso que para la inquietud desde los trabajadores y empleados o que tanto los clientes y como los proveedores se lo demanden a la PYME, pero finalmente es la dirección de la empresa y su gerente o dueño, quien toma la decisión de asumir los compromisos. Por ser de carácter dinámico pero sobretodo voluntario, es necesaria la interacción de cada uno de estos actores en el compromiso por la RSE.

Algunas de las inquietudes de la PYME están relacionadas con la incertidumbre a largo plazo, la permanencia, y los costos que esta nueva estrategia puede producir. Por lo mismo, las pequeñas y medianas empresas se permiten no más que un enfoque de precaución dentro de su planeación respecto a los temas sociales; de igual manera respecto a los asuntos políticos, ambientales. Pero la verdad es que se reclama cada vez con más insistencia, el papel que debe jugar el empresario como ciudadano responsable, en su entorno y vecindario, respecto a sus trabajadores y sus relaciones, tanto con sus proveedores como con sus clientes, haciéndose cada vez más importante obtener licencia por parte de la sociedad.

Podemos decir que la RSE puede y debe implementarse sin importar el tamaño de la empresa, aunque es probable que siendo pequeña sea más fácil su implantación. Sabemos que quizás sea un poco más complicado en la micro empresa, no obstante,

resulta importante que aún los más pequeños desde ya, comiencen su camino hacia la materialización de sus principios. Las soluciones requieren más que una toma de conciencia, demandan del conocimiento y de recursos, unidos al enfoque de sostenibilidad que permita encontrar salidas novedosas.

La tarea frente al reto de proveer a la PYME de los soportes suficientes para ingresar en el ámbito de la responsabilidad social, exige recorrer un camino al cual nos referiremos en un próximo capítulo.

La base filosófica del recorrido que ha impregnado el trabajo desde CINSET y ACOPI, transmitida por la KAS por cerca de 18 años es la de la economía social y ecológica de mercado, y no podía ser menos frente a este reto.

— Economía social y ecológica de mercado

La introducción del concepto de ESM es adoptada por Ludwig Erhard y sus seguidores, con el fin de lograr una rápida reconstrucción de Alemania. Se ha estructurado con los años en una filosofía de postguerra que se puede adecuar a países en conflicto. *“Se basa en una visión cristiana y liberal del hombre, inspirada en los principios de libertad y responsabilidad individual, subsidiaridad y solidaridad; la iniciativa privada y un marco jurídico confiable aseguran el sistema competitivo, la necesaria equidad social, e impiden un poder económico excesivo, así como un exagerado intervencionismo estatal. Bajo estas condiciones se puede construir una sociedad más humana y lograr una exitosa gestión económica”*²⁶.

3.2.2. Centro colombiano de responsabilidad social

El Centro colombiano de responsabilidad empresarial (CCRE), es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro, nació

26 KONRAD ADENAUER STIFTUNG. El Concepto de la Economía Social de Mercado: Principios, Experiencias y Nuevos Desafíos. Ciedla. Reimpreso en Colombia. Fundación Simón Bolívar, 2004.

por iniciativa y apoyo de la Fundación Social y de la Fundación Interamericana (IAF) en 1.994 y su objeto es la investigación, desarrollo y promoción de la responsabilidad social empresarial (RSE).

Su misión es la de promover la investigación para construir sistemas de gestión en RSE y ética de las organizaciones, que agreguen valor a éstas y a sus miembros. Estos sistemas deben apoyar el fortalecimiento institucional con el fin de generar beneficio a la sociedad colombiana y al desarrollo del país, con el fin de propiciar cambios culturales para la construcción de una convivencia democrática.

Su visión es ser la organización líder de Colombia en la investigación, el desarrollo y la generación de conocimiento aplicado en RSE y ética de las organizaciones.

Su trabajo está guiado por valores éticos como la responsabilidad, el respeto, la confianza, la equidad y el compromiso, los cuales se convierten en elementos indispensables para la construcción de confianza y la convivencia democrática en el marco de los derechos humanos. Esta convicción a llevado al CCRE ha establecer alianzas estratégicas con organizaciones como el Instituto PENSAR, de la PUJ. y el instituto Rethos, de la Universidad del Rosario, con la Pontificia Universidad Javeriana de Valparaíso Chile y el Business for Social Responsibility, lo que ha permitido acompañar a importantes empresas en el proceso de aplicación de la ética y la RSE en su gestión.

3.2.3. *Forum Empresa*

Es una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la RSE en las Américas, actualmente cuenta con 18 organizaciones que representan a 16 países en la región y reúne cerca de 3.500 empresas a través de las organizaciones miembros. Es además, una red que fortalece las organizaciones empresariales nacionales y regionales comprometidas con la responsabilidad social empresarial y apoya el establecimiento de nuevas

organizaciones afines en los países americanos que aún no cuentan con ellas. Provee de apoyo a aquellas organizaciones basadas en RSE y a sus miembros para motivar a otras empresas, y trabaja por proyectos con otras organizaciones con el enfoque específico de promover la RSE en un país o región determinada.

Su rol principal es incorporar a esta red a representantes de todos los países del continente y fortalecer así el rol socialmente responsable de las empresas en el mundo de hoy.

3.3. Definiciones empresariales de las organizaciones PYME frente a la RSE

Es una realidad que en las organizaciones modernas, el éxito depende de la capacidad de las mismas para integrar variables del entorno dentro de sus políticas administrativas y de gestión; y en este sentido el diálogo con los stakeholders resulta indispensable para asegurar los buenos resultados. Las principales acciones que afectan el comportamiento organizacional dentro de la PYME son:

- Agentes internos.
- Relaciones con las partes interesadas.
- Factores externos.

— Agentes internos de la PYME

1. Creación de valor

Mejorar la rentabilidad al mismo tiempo que se combina con un óptimo desempeño social.

2. Interacción y comunicación con los empleados

A mejor clima laboral, mayor rentabilidad. La responsabilidad se remite incluso al contexto familiar de los empleados y el interés desde el interior de las empresas por su estabilidad.

3. *Innovación y nuevas tecnologías*

Desarrollo y cooperación se encuentran en la primera línea del cambio. La eficiencia en el uso de los recursos y la prevención de la contaminación son los ítems en los cuales se trabaja con más ahínco.

4. *Relaciones con las partes interesadas*

- Balance social y ambiental

Tan importante como el financiero. Cada vez será más perentorio para las empresas rendir reportes tanto ambientales como sociales así como el diálogo con los actores de interés: consumidores, empleados, vecinos, gobiernos y mercados financieros.

- Requerimientos de los clientes

Los clientes cada vez piden con más insistencia declaraciones del contenido, composición de los materiales y características del desempeño de las empresas, frente a la responsabilidad ambiental. Las fuerzas del mercado se están convirtiendo en las guías fundamentales para el desempeño social y ambiental en muchas partes del mundo.

- Pasivos ambientales y sociales

La responsabilidad sobre los riesgos sociales y ambientales se trasladan al producto y se extiende a los daños sobre la naturaleza y la responsabilidad, sobre el reciclaje y la sostenibilidad ambiental. La directriz es la de convertir la contaminación en un crimen e incrementar las penas por impactos ambientales.

— Factores externos

1. *Construcción de confianza*

La confianza se construye en la medida que el desempeño social y ambiental sean considerados cada día con mayor responsabilidad. Si estos hacen parte de los valores o principios, se verá traducido en la confiabilidad y la competitividad frente al mercado.

2. *Legalidad*

La formalización se relaciona cada día más con la responsabilidad y el seguimiento de la normatividad y la ley son una importante fuerza conductora. Desde luego una creciente formalidad dependerá de la disminución eficaz de costos de transacción y de ventajas reales en la inserción MIPYME.

3. *Comunicación*

La información veraz y continua hacia fuera de las acciones internas de las empresas son carta de presentación. Hace parte del incremento en la importancia de la participación y de la educación del consumidor. Si es sobre lo social y lo ambiental, la toma de conciencia atrae el cubrimiento de los medios de comunicación.

4. *Globalización*

Las empresas han tomado un lugar preponderante en la comprensión de la estabilidad económica y política de los gobiernos. El enfoque sobre los impactos sociales y ambientales del comercio en particular, y de los negocios en general, es cada día más global.

5. *Nuevas alianzas*

Cada vez hay mayor interés en las alianzas y emergen nuevas formas de hacerlas, partiendo desde la base de la sana competencia y la solidaridad. Los desarrollos asociativos, las agencias de desarrollo local y los sistemas territoriales de promoción competitiva, son válidos ejemplos.

CAPÍTULO 4

4. HACIA UN SISTEMA DE INDICADORES DE LA RSE PYME: MODELO DE EVALUACIÓN Y MONITOREO

De acuerdo con los parámetros establecidos por el pacto Global y las Naciones Unidas, el proceso implica tres acciones: Toma de conciencia y conocimiento de los objetivos del milenio; manifestación de compromiso y desarrollo de una campaña de promoción. Durante el Congreso de ACOPI celebrado en Bogotá en Junio de 2005, los empresarios y afiliados al gremio, así como las directivas de las seccionales y la junta directiva del mismo, manifiestan su compromiso de adoptar como política de gestión los objetivos de desarrollo del milenio y lo hacen mediante los siguientes postulados; expresión concreta de su RSE:

- Concertar con los trabajadores los mecanismos que aseguren la instrucción básica para los hijos de todo el personal vinculado a nuestras empresas.
- Evitar tratamientos diferenciados entre géneros para iguales responsabilidades ocupacionales en nuestra gestión humana.

- Cumplir eficazmente los acuerdos de OIT sobre maternidad.
- Adelantar tareas de educación y prevención ante el SIDA y asegurar un trato no discriminatorio a sus portadores.
- Incorporar los preceptos de la producción más limpia en nuestra gestión como aspecto central de la estrategia competitiva.
- Participar en la gestión privada de servicios públicos como el suministro de agua potable a nivel de los pequeños municipios.
- Vincular a nuestras empresas a programas público privados de vivienda de interés social.
- Articular a los jóvenes emprendedores en nuestros prospectos de inversión mediante acciones de cofinanciación y tutoría.

La determinación asumida por el gremio es unilateral y de cara al país, sin contraprestaciones. *“Sin pedir nada a cambio, sólo la satisfacción de ver nuestro entorno y el futuro de nuestros descendientes asegurado, procuraremos la consecución de ese cambio por el que clama la humanidad”*²⁷

4.1. Convergencia ODM y RSE

Es el momento de hablar del proceso de construcción de los indicadores I - CINSET- RSE para la PYME. Nace de la correlación de los objetivos del milenio en la forma que los agrupa y formula la fundación Ethos²⁸ del Brasil, con una matriz de Indicadores de responsabilidad social que se identifica a partir de la equiparación de diferentes indicadores aplicados en calidad y en algunas baterías de sondeo y aplicación de gestión y balance social.

27 JUANALFREDO PINTO, Discurso acto de instalación del 52 Congreso de ACOPI. Bogotá,

2005-

28 www.ethos.org.br

Finalmente se integran dos matrices, una representando los Indicadores de responsabilidad social empresarial en la PYME que fueron dilucidados en el análisis, y otra relacionando los Objetivos del Milenio.

En la primera matriz, la de responsabilidad social empresarial, se definen las diferentes acciones que intervienen tanto dentro de la empresa como en la comunidad de manera constante, y se determinan con ello, siete (7) grupos de factores de coincidencia por el objeto que los determina:

- Valores y transparencia.
- Relación con los Trabajadores.
- Medio Ambiente.
- Encadenamiento productivo.
- Clientes y consumidores.
- Comunidad y territorio.
- Gobierno y sociedad.

En la segunda matriz, encontramos los objetivos del milenio, propuestos por la Secretaría de las Naciones Unidas, la OCDE y el Banco Mundial, tal como lo mencionamos en el primer capítulo.

La forma como se integran estas matrices tiene que ver con la manera en la cual cada pequeña o mediana empresa aporta o contribuye con los objetivos del milenio mediante sus acciones frente a cada uno de los factores que han sido determinados más arriba, y teniendo en cuenta que, cada factor puede aportar a dichos objetivos. Son actividades que no necesariamente generan altos costos para su aplicación, pero que si pueden suscitar grandes cambios en lo referente a la calidad de vida de la comunidad en general; y que a al mismo tiempo, le pueden proporcionar a la empresa un desarrollo social y económico que deberá verse reflejado a mediano o largo plazo en su balance, abriéndole nuevos mercados o sosteniendo la fidelidad de sus clientes; algo que hoy día es muy difícil, pero que se podría lograr si la empresa

se consolida en la comunidad o localidad en la cual se encuentra, al mismo tiempo que se abre a la comunidad para que esta se apropie de dicha empresa. Allí está la clave, en la manera de integrarse como actores comunes de la misma sociedad que construyen.

4.2. Criterios de RSE en la PYME: Stake Holders - articulación local

El empresario PYME debe cumplir con algunos criterios de carácter voluntario y de autorregulación para poder iniciar un proceso hacia la construcción de la responsabilidad social. Tales criterios deben tener como mira principal la integración de los grupos de interés con la comunidad con la cual se encuentra interrelacionada la PYME. Estos criterios que serán elaborados por el mismo empresario, deben incluir, al menos, elementos tales como:

- Construcción de una identidad empresarial a través de conductas transparentes. Claridad en los negocios como estrategia.
- Cimentación de una ética empresarial coherente.
- Fortalecimiento de las relaciones internas con sus trabajadores y empleados.
- Fortalecimiento de las relaciones externas con proveedores, clientes y consumidores y con la comunidad en general.
- Ampliación del horizonte de acción e inclusión de nuevos actores que puedan intervenir en el proceso empresarial.
- Construcción de una gestión socialmente responsable.
- Aumento en los niveles de productividad y de competitividad bajo factores de índole social.
- Búsqueda del equilibrio en la práctica empresarial.
- Coherencia frente a las políticas atinentes a lo social

- Impacto social creciente desde la empresa.

Con el engranaje de estos elementos, se inicia una articulación real que orienta la actuación del empresario frente al desarrollo de la localidad o la comunidad, y al mismo tiempo, de la empresa, los trabajadores, los clientes y todos los actores que de alguna forma intervienen en el negocio. Con esto se pretende la generación de un equilibrio ético con el entorno, un positivo impacto social y el económico, gestionando desde la PYME toda la acción necesaria para el desarrollo y fortalecimiento de esta forma de cooperación entre empresa y sociedad.

4.3. Agrupamientos RSE - PYME

El proceso de identificación de indicadores para la responsabilidad social de la PYME debía ser complementado con una validación concluyente y con resultados verificables sobre la aplicación de los mismos en algunas empresas. Los resultados fueron obtenidos después de las pruebas piloto realizadas durante los meses de septiembre y octubre de 2005. Tomando como objetivo de dichas pruebas el mostrar las posibles debilidades o falencias que podría presentar el modelo, se procedió a su aplicación en 10 empresas medianas, 10 empresas pequeñas y 10 microempresas obteniendo resultados de importancia para efectuar los ajustes del caso, y algunas conclusiones tales como:

- La aplicación del instrumento en las microempresas deberá tener en cuenta otros parámetros debido a:
 - La informalidad que las caracteriza.
 - La incapacidad de acumulación de las microunidades de subsistencia. Por tanto, sólo será aplicable este instrumento a las microempresas en el evento que estas alcancen tasas de acumulación y se perfilen como futuras PYME.
- Se concluye que el gran objetivo de este instrumento de evaluación es incentivar a las PYME a que ingresen en el ámbito de la responsabilidad social empresarial.

- El modelo no podrá convertirse en un elemento de control y sanción para las PYME, ni de calificación, se trata de un instrumento de auto evaluación.
- La calificación sobre calidad en la gestión sobre responsabilidad social empresarial mal comprendida, podría producir una desventaja a nivel internacional.
- Son empresas de una sensibilidad muy alta a los cambios del mercado y una calificación desfavorable las puede limitar o incluso hacer desaparecer.
- La intención de este instrumento no es simplemente conocer como se encuentra actualmente la responsabilidad social empresarial en el país, se trata de prestar un servicio a la PYME en su camino hacia la competitividad con factores incluyentes.
- Los costos de aplicación son mínimos, mientras los beneficios que trae consigo la introducción de la RSE en la empresa pueden llegar a ser muy significativos.
- La reserva de recursos no descubiertos, el conocimiento directo por parte de los trabajadores de la situación de la empresa, y el sentido de pertenencia que los miembros de una comunidad pueden establecer con una empresa que invierte en ellos, son muy importantes.
- Los resultados de las acciones se reflejan en desarrollo social, mejoramiento y proyección positiva en aspectos económicos, ambientales y financieros.
- La RSE en la PYME ha de entenderse como un proceso que comienza con la voluntad de los empresarios y se transmite a través de su gestión administrativa a sus trabajadores y clientes, y nunca termina, pues se convierte en una adición cualitativa y normativa a la gestión de calidad.

4.4. Bases para la acción y aplicación del formulario de indicadores para la responsabilidad social empresarial en la PYME

1. Definir su política y asegurar su compromiso frente a la responsabilidad social.
 - a. Planeación estratégica.
 - b. Código de ética.
 - c. Compromiso voluntario.
2. Plan de cumplimiento.
 - a. Este debe estar incluido dentro de su planeación estratégica, o establecido dentro de los objetivos, o articulado en su código de ética.
 - b. Será indispensable establecer una línea base o punto de partida.
3. Determinación de las capacidades de cumplimiento.
 - a. Mecanismos de soporte.
 - b. Objetivos.
 - c. Metas de cumplimiento particulares.
 - d. Visión frente a la responsabilidad social empresarial.
 - e. Inclusión dentro de la redacción de la misión y visión de la empresa.
4. Monitoreo y evaluación.
 - a. Mecanismos de medición.
 - b. Aplicación de balance social y revisión periódica del mismo.

5. Revisión y mejoramiento de las acciones de responsabilidad social empresarial en la PYME

- a. Cada seis meses deberá revisar el cumplimiento de metas y señalar propósitos de mejora.

4.5. Mecanismos, indicadores y parámetros

El proceso se soporta en la matriz de factores mencionada en el numeral 4.1. y tiene en cuenta indicadores para cada grupo de factores de la siguiente manera:

Valores y Transparencia

- Autorregulación de conducta.
- Transparencia de las acciones frente a la sociedad.

Respeto por la Individualidad.

- Diálogo y participación.
- Trabajo digno.
- Criterios de selección y de ascenso justos.

Medio Ambiente.

- Responsabilidad frente a las generaciones futuras.
- Gestión ambiental y producción más limpia.

Encadenamiento Productivo y Asociatividad.

- Relaciones proveedores, trabajadores y consumidores.
- Justicia en subcontratación y tercerización
- Desarrollo eslabonado de calidad.
- Colegaje, vínculos asociativos, competencia leal.

Consumidores y Clientes.

- Dimensión social del consumo.
- Producción Responsable.

Comunidad y Territorio.

- Relaciones con las comunidades del entorno.
- Acción Social.
- Desarrollo local y Regional.

Gobierno y Sociedad.

- Transparencia Política.
- Liderazgo Social.

4.6. Listado de indicadores- numeración de referencia

1. Valores y transparencia

- 1.1. La empresa cuenta con un código de ética.
- 1.2. La empresa cuenta con criterios de competencia leal.
- 1.3. La empresa produce y hace publico su balance social.
- 1.4. Rechaza los acuerdos de fijación de precios para manejar el mercado.
- 1.5. Rechaza pactos de distribución territorial de mercados para ejercer control desleal.
- 1.6. Evita vender mercancías por debajo del costo de producción para hacerse al control del mercado (DUMPING)
- 1.7. Cumple con lo establecido por la ley (prestaciones)

2. Relación con los trabajadores

- 2.1. Cumple con los acuerdos de la OIT (jornada, maternidad, horas extras, contrato, etc.)
- 2.2. Realiza reuniones regularmente con empleados.
- 2.3. Promueve y organiza círculos de calidad o equivalentes.

- 2.4. Tiene dentro de su empresa un comité de salud ocupacional.
- 2.5. Cuenta con un comité de seguridad industrial.
- 2.6. Sanciona de alguna forma el acoso sexual.
- 2.7. Tiene políticas de contratación que eviten la discriminación entre sexos.
- 2.8. La empresa evita las diferencias salariales entre sexos.
- 2.9. Cumple la empresa con sus obligaciones laborales y prestacionales con los trabajadores.
- 2.10. Exige a los contratistas el vinculo como independientes en EPS o análogos.
- 2.11. Al practicar la subcontratación, hacer uso de talleres satélites u OUTSOURCING, evita toda forma de elusión y evasión de obligaciones laborales.
- 2.12. Ofrece programas de prevención y tratamiento para dependencia de las drogas y/o el alcohol.
- 2.13. Cuenta con programas específicos de salud sexual y reproductiva.
- 2.14. Ofrece programas educativos sobre prevención del SIDA y otras enfermedades.
- 2.15. Cumple con los límites legales permitidos en cantidad de horas extras.
- 2.16. Ofrece a los trabajadores opciones para la utilización por parte de sus hijos menores de los servicios de guardería, hogares ICBF o preescolar.
- 2.17. Tiene planes que ayuden a los trabajadores en la financiación de su vivienda.
- 2.18. Cumple con lo establecido por la ley para el retiro de sus trabajadores (indemnización, cesantías, etc.).

3. Medio Ambiente

- 3.1. Participa en la discusión de los problemas ambientales de su comunidad.
- 3.2. Posee algún plan de emergencia ambiental y entrena a su personal en caso de situaciones de riesgo.
- 3.3. Desarrolla planes de reciclaje dentro de su comunidad.
- 3.4. Ha tenido problemas de salubridad o contaminación ambiental.
- 3.5. Integra a sus proveedores y consumidores en sus planes sobre cuidados ambientales .
- 3.6. Cumple con un programa de producción mas limpia.
- 3.7. La empresa ha definido y documentado sus objetivos y metas ambientales.
- 3.8. La empresa ha definido y documentado un plan de mejoramiento ambiental.
- 3.9. La empresa monitorea los impactos ambientales relevantes que resultan de sus actividades.
- 3.10. Lleva un control sobre los consumos de recursos naturales (gas, agua, energía, etc.)
- 3.11. Desarrolla campañas internas para la reducción del consumo de recursos naturales.

4. Encadenamiento Productivo y Asociatividad.

- 4.1. Establece plazos formales de pagos en las relaciones con sus proveedores.
- 4.2. Tiene en cuenta criterios de responsabilidad social a la hora de seleccionar un proveedor.

- 4.3. Incluye entre sus proveedores grupos comunitarios.
 - 4.4. Realiza programas de ayuda a la comunidad para generar nuevos proveedores .
 - 4.5. Pertenece a alguna alianza empresarial, cooperativa o grupo PYME.
 - 4.6. Pertenece a ACOPI u otro gremio de su sector empresarial.
 - 4.7. La empresa tiene políticas en contra de la mano de obra y el empleo infantiles.
 - 4.8. Cuenta con planes que apoyen la educación de los hijos de los trabajadores.
 - 4.9. Realiza programas de educación sobre el empleo infantil y sus consecuencias negativas.
 - 4.10. Ejerce supervisión sobre matricula, vinculación y asistencia escolar de los hijos de los trabajadores.
 - 4.11. Verifica mediante un reporte anual de salud (EPS) la buena salud de los hijos de los trabajadores.
 - 4.12. Privilegia en la contratación laboral a los habitantes de la localidad, comunidad, barrio, municipio.
 - 4.13. La empresa está integrada al comité empresarial del colegio mas próximo (Ley 590 de 2000) y tiene algún programa de capacitación para la comunidad vecina a sus instalaciones.
 - 4.14. Contrata personal con discapacidades.
 - 4.15. Ofrece oportunidades laborales a desplazados, reinsertados y exconvictos.
5. **Consumidores / Clientes.**
- 5.1. La empresa ha estructurado una función de servicio al cliente (atención, información, reclamos, quejas, sugerencias).

- 5.2. Mantiene relación directa con sus clientes o consumidores.
- 5.3. Tiene planes de control y mejora en empaques, embalajes e información sobre características de su producto o servicio.
- 5.4. Tiene programas que permitan el cambio o la solución en caso de productos imperfectos, caducados o defectuosos.

6. Comunidad Y Territorio

- 6.1. Participa activamente en las discusiones de problemas comunitarios y la búsqueda de soluciones.
- 6.2. Contribuye y/o realiza tareas en beneficio de la comunidad en lo referente a los problemas y necesidades sociales.
- 6.3. Mantiene relaciones estrechas con la comunidad en busca del mejoramiento de la misma.

7. Gobierno y Sociedad.

- 7.1. Estimula la participación de sus trabajadores en el ejercicio de sus derechos y de su libertad de elección.
- 7.2. Conoce las autoridades locales, y/o se reúne periódicamente con estas.
- 7.3. Rechaza en su conducta empresarial toda clase de sobornos, prebendas o dádivas a terceros, a cambio de favores, trámites u opciones comerciales.
- 7.4. Tiene planes o códigos que permitan detectar, controlar, impedir y sancionar la corrupción en su empresa.
- 7.5. Ofrece oportunidades de trabajo voluntario y/o prácticas a estudiantes.

La manera como los indicadores se formulan en esta metodología, siempre define su aplicación hacia la obtención de una respuesta afirmativa o negativa, sí o no, en una estructura de bina elemental.

CUADRO INDICADORES
DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PYME

1. Valores y transparencia	1.1	4. Encadenamiento productivo y asociatividad	4.1
	1.2		4.2
	1.3		4.3
	1.4		4.4
	1.5		4.5
	1.6		4.6
	1.7		4.7
2. Relación con los trabajadores	2.1		4.8
	2.2		4.9
	2.3		4.10
	2.4		4.11
	2.5		4.12
	2.6		4.13
	2.7		4.14
	2.8		
	2.9		
	2.10		
	2.11		
2.12			
2.13			
2.14			
2.15			
2.16			
2.17			
2.18			
3. Medio Ambiente	3.1	5. Clientes y consumidores	5.1
	3.2		5.2
	3.3		5.3
	3.4		5.4
	3.5		
	3.6		
	3.7		
	3.8		
	3.9		
	3.10		
	3.11		
		6. Comunidad y territorio	6.1
			6.2
			6.3
		7. Gobierno y sociedad	7.1
			7.2
			7.3
			7.4
			7.5

Interrelación Indicadores RSE PYME – OMD

La forma en la cual se relacionan los indicadores que permiten saber cómo se encuentra la empresa, y los actores que en ella intervienen en relación con los objetivos y metas del milenio, es la siguiente:

1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre

- Tiene políticas de contratación que evitan la discriminación entre sexos.
- La empresa evita las diferencias salariales entre sexos.
- Cumple la empresa con sus obligaciones laborales y prestacionales con los trabajadores.
- Sanciona de alguna forma el acoso sexual.
- Exige a los contratistas el vínculo como independientes en EPS o análogos.
- Al practicar la subcontratación, hacer uso de talleres satélites u outsourcing, evita toda forma de elusión y evasión de obligaciones laborales.
- Cumple con lo establecido por la ley para el retiro de sus trabajadores (indemnización, cesantías, etc.).
- Incluye entre sus proveedores grupos comunitarios.
- Realiza programas de ayuda a la comunidad para generar nuevos proveedores.
- Pertenece a alguna alianza empresarial, cooperativa o grupo PYME.
- Pertenece a ACOPI u otro gremio de su sector empresarial.
- Privilegia en la contratación laboral a los habitantes de la localidad, comunidad, barrio, municipio.
- Su empresa está integrada al comité empresarial del colegio mas próximo (Ley 590), y tiene algún programa

de capacitación para la comunidad vecina o sus instalaciones.

- Contrata personal con discapacidad.
- Ofrece oportunidades laborales a desplazados, reinser-tados y exconvictos.
- Participa activamente en las discusiones de problemas comunitarios y la búsqueda de soluciones.
- Contribuye y/o realiza tareas en beneficio de la comu-nidad en lo referente a los problemas y necesidades so-ciales.
- Mantiene relaciones estrechas con la comunidad en bus-ca del mejoramiento de la misma.
- Ofrece oportunidades de trabajo voluntario y/o practi-cas a estudiantes.

2. Lograr la enseñanza primaria universal.

- La empresa tiene políticas en contra de la mano de obra y el empleo infantiles.
- Cuenta con planes que apoyen la educación de los hijos de sus trabajadores.
- Realiza programas de educación sobre el empleo infan-til y sus consecuencias negativas.
- Ejerce supervisión sobre matricula, vinculación y asis-tencia escolar de los hijos de los trabajadores.
- Verifica mediante un reporte anual de salud (EPS) la bue-na salud de los hijos de los trabajadores.

3. Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer.

- Sanciona de alguna forma el acoso sexual.
- Tiene políticas de contratación que evitan la discrimina-ción entre sexos.
- La empresa evita las diferencias salariales entre sexos.

- Cumple la empresa con sus obligaciones laborales y prestacionales con los trabajadores.
 - Exige a los contratistas el vínculo como independientes en EPS o análogos.
 - Al practicar la subcontratación, hacer uso de talleres satélites u OUTSOURCING, evita toda forma de elusión y evasión de obligaciones laborales.
 - Ofrece programas de prevención y tratamiento para dependencia de las drogas y/o el alcohol.
 - Cuenta con programas específicos de salud sexual y reproductiva.
 - Ofrece programas educativos sobre prevención del SIDA y otras enfermedades.
 - Cumple con los límites legales permitidos en cantidad de horas extras.
 - Ofrece a los trabajadores opciones para la utilización por parte de sus hijos menores de los servicios de guardería hogares ICBF o preescolar.
 - Tiene planes que ayuden a los trabajadores en la financiación de su vivienda.
 - Ofrece oportunidades de trabajo voluntario o practicas a estudiantes.
4. **Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años**
- Ofrece programas de prevención y tratamiento para dependencia de las drogas y/o el alcohol.
 - Cuenta con programas específicos de salud sexual y reproductiva.
 - Ofrece programas educativos sobre prevención del SIDA/ VIH y otras enfermedades.
 - Cumple con los límites legales permitidos en cantidad de horas extras.

- Ofrece a los trabajadores opciones para la utilización por parte de sus hijos menores de los servicios de guardería hogares ICBF o preescolar.
- Tiene planes que ayuden a sus trabajadores en la financiación de su vivienda.
- La empresa tiene políticas en contra de la mano de obra y el empleo infantil.
- Cuenta con planes que apoyen la educación de los hijos de los trabajadores.
- Realiza programas de educación sobre el empleo infantil y sus consecuencias negativas.
- Ejerce supervisión sobre matricula, vinculación y asistencia escolar de los hijos de los trabajadores.
- Verifica mediante un reporte anual de salud (EPS) la buena salud de los hijos de los trabajadores.
- Privilegia en la contratación laboral a los habitantes de la localidad, comunidad, barrio, municipio.
- Su empresa esta integrada al comité empresarial del colegio mas próximo (Ley 590), y tiene algún programa de capacitación para la comunidad vecina o sus instalaciones.
- Contrata personal con discapacidad.
- Ofrece oportunidades laborales a desplazados, reinser-tados y exconvictos.
- Contribuye y/o realiza tareas en beneficio de la comunidad en lo referente a los problemas y necesidades sociales.
- Mantiene relaciones estrechas con la comunidad en busca del mejoramiento de la misma.

5. Mejorar la salud materna.

- Sanciona de alguna forma el acoso sexual.

- Tiene políticas de contratación que evitan la discriminación entre sexos.
- La empresa evita las diferencias salariales entre sexos.
- Ofrece programas de prevención y tratamiento para dependencia de las drogas y/o el alcohol.
- Cuenta con programas específicos de salud sexual y reproductiva.
- Ofrece programas educativos sobre prevención del SIDA/VIH y otras enfermedades.
- Cumple con los límites legales permitidos en cantidad de horas extras.
- Ofrece a los trabajadores opciones para la utilización por parte de sus hijos menores de los servicios de guardería hogares ICBF o preescolar.
- Tiene planes que ayuden a los trabajadores en la financiación de su vivienda.
- Privilegia en la contratación laboral a los habitantes de la localidad, comunidad, barrio, municipio.
- Su empresa está integrada al comité empresarial del colegio mas próximo (ley 590) y tiene algún programa de capacitación para la comunidad vecina o sus instalaciones.
- Contrata personal con discapacidad.
- Ofrece oportunidades laborales a desplazados, reintegrados y exconvictos.

6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades

- Sanciona de alguna forma el acoso sexual.
- Tiene políticas de contratación que eviten la discriminación entre sexos
- La empresa evita las diferencias salariales entre sexos.

- Cumple con lo establecido por la ley para el retiro de sus trabajadores (indemnización, cesantías, etc.).
- Cuenta con programas específicos de salud sexual y reproductiva.
- Ofrece programas educativos sobre prevención del SIDA y otras enfermedades.
- Cuenta con planes que apoyen la educación de los hijos de los trabajadores.
- Verifica mediante un reporte anual de salud (EPS), la buena salud de los hijos de los trabajadores.
- Participa activamente en las discusiones de problemas comunitarios y la búsqueda de soluciones.
- Contribuye y/o realiza tareas en beneficio de la comunidad en lo referente a los problemas y necesidades sociales.
- Mantiene relaciones estrechas con la comunidad en busca del mejoramiento de la misma.

7. Garantizar la sostenibilidad del Medio Ambiente

- Participa en la discusión de los problemas ambientales de su comunidad.
- Posee algún plan de emergencia ambiental y entrena a su personal en caso de situaciones de riesgo.
- Desarrolla planes de reciclaje dentro de su comunidad.
- Ha tenido problemas de salubridad o contaminación ambiental.
- Integra a sus proveedores y consumidores en los planes sobre cuidados ambientales.
- Cumple la empresa con un programa de producción mas limpia.
- La empresa ha definido y documentado sus objetivos y metas ambientales.

- La empresa ha definido y documentado un plan de mejoramiento ambiental.
 - La empresa monitorea los impactos ambientales relevantes que resultan de sus actividades.
 - Lleva un control sobre los consumos de recursos naturales (gas, agua, energía, etc.).
 - Desarrolla campañas internas para la reducción del consumo de recursos naturales.
- 8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.**
- Incluye entre sus proveedores grupos comunitarios.
 - Realiza programas de ayuda a la comunidad para generar nuevos proveedores.
 - Pertenece a alguna alianza empresarial, cooperativa o grupo PYME.
 - Pertenece a ACOPI u otro gremio de su sector empresarial.
 - Participa activamente en las discusiones de problemas comunitarios y la búsqueda de soluciones.
 - Contribuye y/o realiza tareas en beneficio de la comunidad en lo referente a los problemas y necesidades sociales.
 - Mantiene relaciones estrechas con la comunidad en busca del mejoramiento de la misma.
 - Estimula la participación de sus trabajadores en el ejercicio de sus derechos y de su libertad de elección.
 - Conoce las autoridades locales, y/o se reúne periódicamente con estas.
 - Rechaza en su conducta empresarial toda clase de sobornos, prebendas o dadas a terceros, a cambio de favores, trámites u opción es comercial.
 - Tiene planes o códigos que permitan detectar, controlar, impedir y sancionar la corrupción en su empresa.

- Ofrece oportunidades de trabajo voluntario y/o prácticas a estudiantes.

La forma como se relacionan o integran cada uno de los indicadores con los objetivos del milenio tiene que ver con su aporte para el cumplimiento de los mismos.

RELACIÓN ENTRE LAS METAS DEL MILENIO Y LOS INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PYME

 Acabar con el hambre y con la miseria	2.18	4.6	4.15
	4.3	4.12	6.1
	4.4	4.13	6.2
	4.5	4.14	6.3

 Mejorar la Salud maternal	2.6	2.14	4.13
	2.7	2.15	4.14
	2.8	2.16	4.15
	2.12	2.17	
	2.13	4.12	

 Educación básica de calidad para todos	4.7
	4.8
	4.9
	4.10
	4.11

 Combatir el SIDA, la Malaria y otras enfermedades	2.6	2.11	6.1
	2.7	2.18	6.2
	2.8	4.8	6.3
	2.10	4.11	

 Equidad entre sexos y valoración de la Mujer	2.6	2.10	2.14	7.5
	2.7	2.11	2.15	
	2.8	2.12	2.16	
	2.9	2.13	2.17	

 Calidad de Vida y respeto al Medio Ambiente	3.1	3.5	3.9
	3.2	3.6	3.10
	3.3	3.7	3.11
	3.4	3.8	

 Reducir la mortalidad infantil	2.12	4.7	6.2
	2.13	4.8	6.3
	2.14	4.9	
	2.15	4.10	
	2.16	4.11	
2.17	4.12		

 Alianza mundial por el desarrollo	4.1	4.6	6.1	7.3
	4.2	4.12	6.2	7.4
	4.3	4.13	6.3	7.5
	4.4	4.14	7.1	
	4.5	4.15	7.2	

4.7. Modelo de aplicación

Para la obtención de un referente relacionado con la convergencia de las metas del milenio y la responsabilidad social empresarial en la PYME, ACOPI y CINSET se han unido en un grupo de trabajo que ha estudiado cómo se podrían relacionar estos, buscando el mejoramiento en la calidad de vida de los colombianos, y partiendo de el hecho que es la pequeña y la mediana empresa la que tiene un vinculo directo con la comunidad. Una plantilla instrumental de aplicación sería así:

1 Valores y transparencia.	Si	No	NS/NR
1.1 ¿La empresa cuenta con un código de ética?			
1.2 ¿La empresa cuenta con criterios de competencia leal?			
1.3 ¿La empresa produce y hace publico su balance social?			
1.4 ¿Rechaza los acuerdos de fijación de precios para manejar el mercado?			
1.5 ¿Rechaza pactos de distribución territorial de mercados para ejercer control desleal?			
1.6 ¿Evita vender mercancías por debajo del costo de producción para hacerse al control del mercado (damping)?			
1.7 Cumple con lo establecido por la ley para:			
SENA			
Seguridad social			
ICBF			
ARP			
EPS			
Otros cuales			
2 Relación con los trabajadores.	Si	No	NS/NR
2. ¿Cumple con los acuerdos de la OIT? (Jornada, Maternidad, Horas extras, Contrato, etc.)			
2.2 ¿Realiza reuniones regularmente con empleados?			
2.3 ¿Promueve y organiza círculos de calidad o equivalentes?			
2.4 ¿Tiene dentro de su empresa un comité de salud ocupacional?			
2.5 ¿Cuenta con un comité de seguridad industrial?			
2.6 ¿Sanciona de alguna forma el acoso sexual?			
2.7 ¿Tiene políticas de contratación que eviten la discriminación entre sexos?			
2.8 ¿La empresa evita las diferencias salariales entre sexos?			
2.9 ¿Cumple la empresa con sus obligaciones laborales y prestacionales con los trabajadores?			
2.10 ¿Exige a los contratistas el vinculo como independientes en EPS o análogos?			
2.11 ¿Al practicar la subcontratación, hacer uso de talleres satélites u outsourcing, evita toda forma de elusión y evasión de obligaciones laborales?			
2.12 ¿Ofrece programas de prevención y tratamiento para dependencia de las drogas y/o el alcohol?			
2.13 ¿Cuenta con programas específicos de salud sexual y reproductiva?			
2.14 ¿Ofrece programas educativos sobre prevención del SIDA/VIH y otras enfermedades? (Malaria, Dengue y similares)			
2.15 ¿Cumple con los limites legales permitidos en cantidad de horas extras?			
2.16 ¿Ofrece a los trabajadores opciones para la utilización por parte de sus hijos menores de los servicios de guardería hogares ICBF o preescolar ?			
2.17 ¿Tiene planes que ayuden a sus trabajadores en la financiación de su vivienda?			
2.18 ¿Cumple con lo establecido por la ley para el retiro de sus trabajadores? (indemnización, cesantías, etc.)			
3 Medio Ambiente.	Si	No	NS/NR
3.1 ¿Participa en la discusión de los problemas ambientales de su comunidad?			
3.2 ¿Posee algún plan de emergencia ambiental y entrena a su personal en caso de situaciones de riesgo?			
3.3 ¿Desarrolla planes de reciclaje dentro de su comunidad?			
3.4 ¿Ha tenido problemas de salubridad o contaminación ambiental?			
3.5 ¿Integra a sus proveedores y consumidores en sus planes sobre cuidados ambientales?			
3.6 ¿Cumple su empresa con un programa de Producción Mas Limpia?			
3.7 ¿La empresa ha definido y documentado sus objetivos y metas ambientales?			
3.8 ¿La empresa ha definido y documentado un plan de mejoramiento ambiental?			
3.9 ¿La empresa monitorea los impactos ambientales relevantes que resultan de sus actividades?			
3.10 ¿Lleva un control sobre los consumos de Recursos naturales (gas, agua, energía, etc.)?			
3.11 ¿Desarrolla campañas internas para la reducción del consumo de recursos naturales?			

LOS OBJETIVOS DEL MILENIO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS PYME: UNA METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

	Si	No	NS/NR
4 Encadenamiento productivo y asociatividad.			
4.1 ¿Establece plazos formales de pagos en las relaciones con sus proveedores?			
4.2 ¿Tiene en cuenta criterios de Responsabilidad Social a la hora de seleccionar un proveedor?			
4.3 ¿Incluye entre sus proveedores grupos comunitarios?			
4.4 ¿Realiza programas de ayuda a la comunidad para generar nuevos proveedores ?			
4.5 ¿Pertenece a alguna alianza empresarial, cooperativa o grupo pyme?			
4.6 ¿Pertenece a ACOPI u otro gremio de su sector empresarial?			
4.7 ¿La empresa tiene políticas en contra de la mano de obra y el empleo infantiles?			
4.8 ¿Cuenta con planes que apoyen la educación de los hijos de sus trabajadores?			
4.9 ¿Realiza programas de educación sobre el empleo infantil y sus consecuencias negativas?			
4.10 ¿Ejerce supervisión sobre matrícula, vinculación y asistencia escolar de los hijos de sus trabajadores?			
4.11 ¿Verifica mediante un reporte anual de salud (EPS) la buena salud de los hijos de sus trabajadores?			
4.12 ¿Privilegia en la contratación laboral a los habitantes de la localidad, comunidad, barrio, municipio?			
4.13 ¿La empresa esta integrada al comité empresarial del colegio mas próximo (ley 590) y tiene algún programa de capacitación para la comunidad vecina o sus instalaciones?			
4.14 ¿Contrata personal con discapacidad?			
4.15 ¿Ofrece oportunidades laborales a desplazados, reinsertados y ex convictos?			
5 Consumidores / Clientes	Si	No	NS/NR
5.1 ¿La empresa ha estructurado una función de servicio al cliente? (atención, información, reclamos, quejas, sugerencias)			
5.2 ¿Mantiene relación directa con sus clientes o consumidores?			
5.3 ¿Tiene planes de control y mejora en empaques, embalajes e información sobre características de su producto o servicio?			
5.4 ¿Tiene programas que permitan el cambio o la solución en caso de productos imperfectos, caducados o defectuosos?			
6 Comunidad y Territorio	Si	No	NS/NR
6.1 ¿Participa activamente en las discusiones de problemas comunitarios y la búsqueda de soluciones?			
6.2 ¿Contribuye y/o realiza tareas en beneficio de la comunidad en lo referente a los problemas y necesidades sociales?			
6.3 ¿Mantiene relaciones estrechas con la comunidad en busca del mejoramiento de la misma?			
7 Gobierno y Sociedad	Si	No	NS/NR
7.1 ¿Estimula la participación de sus trabajadores en el ejercicio de sus derechos y de su libertad de elección?			
7.2 ¿Conoce las autoridades locales, y/o se reúne periódicamente con sus autoridades locales?			
7.3 ¿Rechaza en su conducta empresarial toda clase de sobornos, prebendas o dadas a terceros a cambio de favores, trámites u opción comercial?			
7.4 ¿Tiene planes o códigos que permitan detectar, controlar, impedir y sancionar la corrupción en su empresa?			
7.5 ¿Ofrece oportunidades de trabajo voluntario o practicas a estudiantes en su empresa?			

INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PYME PLANTILLA DE SÍNTESIS VALORATIVA

		Si	No	Ns/Nr
1. Valores y transparencia	1.1			
	1.2			
	1.3			
	1.4			
	1.5			
	1.6			
	1.7			
2. Relación con los trabajadores	2.1			
	2.2			
	2.3			
	2.4			
	2.5			
	2.6			
	2.7			
	2.8			
	2.9			
	2.10			
	2.11			
	2.12			
	2.13			
	2.14			
2.15				
2.16				
2.17				
2.18				
3. Medio Ambiente	3.1			
	3.2			
	3.3			
	3.4			
	3.5			
	3.6			
	3.7			
	3.8			
	3.9			
	3.10			
	3.11			
4. Encadenamiento productivo y asociatividad	4.1			
	4.2			
	4.3			
	4.4			
	4.5			
	4.6			
	4.7			
	4.8			
	4.9			
	4.10			
	4.11			
4.12				
4.13				
4.14				
4.15				
5. Clientes y consumidores	5.1			
	5.2			
	5.3			
	5.4			
6. Comunidad y territorio	6.1			
	6.2			
	6.3			
7. Gobierno y sociedad	7.1			
	7.2			
	7.3			
	7.4			
	7.5			

LOS OBJETIVOS DEL MILENIO Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS PYME: UNA METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Respuestas

1 Valores y Transparencia					
Totales	Si		No		Ns/Nr
Porcentajes %	Si		No		Ns/Nr
2 Relación con los Trabajadores					
Totales	Si		No		Ns/Nr
Porcentajes %	Si		No		Ns/Nr
3 Medio Ambiente					
Totales	Si		No		Ns/Nr
Porcentajes %	Si		No		Ns/Nr
4 Encadenamiento productivo y asociatividad					
Totales	Si		No		Ns/Nr
Porcentajes %	Si		No		Ns/Nr
5 clientes y consumidores					
Totales	Si		No		Ns/Nr
Porcentajes %	Si		No		Ns/Nr
6 Comunidad y Territorio					
Totales	Si		No		Ns/Nr
Porcentajes %	Si		No		Ns/Nr
7 gobierno y sociedad					
Totales	Si		No		Ns/Nr
Porcentajes %	Si		No		Ns/Nr

RELACIÓN ENTRE LAS ODM Y LOS INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL PYME

	SI	No	Ns/Nr		SI	No	Ns/Nr
 Acabar con el hambre y con la miseria	2,18				2,6		
	4,3				2,7		
	4,4				2,8		
	4,5				2,12		
	4,6				2,13		
	4,12				2,14		
	4,13				2,15		
	4,14				2,16		
					2,17		
	6,1				4,12		
	6,2				4,13		
	6,3				4,14		
					4,15		
					2,6		
 Educación básica de calidad para todos	4,7				2,7		
	4,8				2,8		
	4,9				2,10		
	4,10				2,11		
	4,11				2,12		
					2,13		
					2,14		
					2,15		
					2,16		
					2,17		
 Equidad entre sexos y valoración de la Mujer	2,6				7,5		
	2,7				2,12		
	2,8				2,13		
	2,9				2,14		
					2,15		
					2,16		
					2,17		
					4,7		
					4,8		
					4,9		
 Reducir la mortalidad infantil	2,10				4,10		
	2,11				4,11		
	2,12				4,12		
	2,13				6,2		
	2,14				6,3		
	2,15						
	2,16						
	2,17						
	4,7						
	4,8						
4,9							
4,10							
4,11							
4,12							
6,2							
6,3							
 Mejorar la Salud maternal	2,6				4,1		
	2,7				4,2		
	2,8				4,3		
	2,12				4,4		
	2,13				4,5		
	2,14				4,6		
	2,15				4,12		
	2,16				4,13		
	2,17				4,14		
	4,12				4,15		
	4,13				6,1		
	4,14				6,2		
	4,15				6,3		
					7,1		
 Combatir el SIDA, la Malaria y otras enfermedades	2,6				7,2		
	2,7				7,3		
	2,8				7,4		
	2,10				7,5		
	2,11						
	2,18						
	4,8						
	4,11						
	6,1						
	6,2						
6,3							
 Calidad de Vida y Respeto al Medio Ambiente	3,1						
	3,2						
	3,3						
	3,4						
	3,5						
	3,6						
	3,7						
	3,8						
	3,9						
	3,10						
3,11							
 Alianza mundial por el desarrollo	4,1						
	4,2						
	4,3						
	4,4						
	4,5						
	4,6						
	4,12						
	4,13						
	4,14						
	4,15						

Respuestas

1 Acabar con el hambre y la miseria		Si		No		Ns/Nr	
Totales		Si		No		Ns/Nr	
Porcentajes %		Si		No		Ns/Nr	
2 Educación básica de calidad para Todos		Si		No		Ns/Nr	
Totales		Si		No		Ns/Nr	
Porcentajes %		Si		No		Ns/Nr	
3 Equidad entre sexos y Valoración de la Mujer		Si		No		Ns/Nr	
Totales		Si		No		Ns/Nr	
Porcentajes %		Si		No		Ns/Nr	
4 Reducir la Mortalidad Infantil		Si		No		Ns/Nr	
Totales		Si		No		Ns/Nr	
Porcentajes %		Si		No		Ns/Nr	
5 Mejorar la salud Maternal		Si		No		Ns/Nr	
Totales		Si		No		Ns/Nr	
Porcentajes %		Si		No		Ns/Nr	
6 Combatir el SIDA, la Malaria y otras enfermedades		Si		No		Ns/Nr	
Totales		Si		No		Ns/Nr	
Porcentajes %		Si		No		Ns/Nr	
7 Calidad de vida y respeto al Medio ambiente		Si		No		Ns/Nr	
Totales		Si		No		Ns/Nr	
Porcentajes %		Si		No		Ns/Nr	
8 Alianza mundial por el Desarrollo		Si		No		Ns/Nr	
Totales		Si		No		Ns/Nr	
Porcentajes %		Si		No		Ns/Nr	

Método Evaluativo

Las matrices se evaluarán dependiendo del número de indicadores que aplique cada actor, o su relación con los objetivos del milenio; se tomará el total de SI, NO y NS/NR, y se dividirá cada uno de ellos por el total de los indicadores para cada actor o su relación con cada meta u objetivo del milenio; de esta forma se podrá identificar la relación de la empresa con referencia a cada uno de los actores y objetivos del milenio

CAPÍTULO 6

DIRECCIONES Y ENLACES

Acción RSE

www.accionrse.org

AccountAbility

The Institute of Social and Ethical
Thrale House, 44-46 Southwark Street, London, SE1 1UN,
Telephone: +44 (0) 207-407-7370; Facsimile: +44 (0) 207-407-
7388

United Kingdom

www.accountability.org.uk

secretariat@accountability.org.uk

ACOPI

Cra. 15 No. 36 - 70 BOGOTÀ Tels: 320 47 83 / 84 / 85

www.acopi.org.co

AIM CENTER FOR CORPORATE RESPONSABILITY

www.rvr.aim.edu.ph

ANDI

Balance Social

<http://www.andi.org.co/>

Banco Interamericano de Desarrollo

www.iadb.org/etica/

Banco Mundial

Carrera 7 No. 71-21 Torre A Piso 16

Tel. 571-3263600

Bogotá

bmundial@impsat.net.co

www.bancomundial.org

www.bancomundial.org/co

www.worldbank.org/

Programa de Gobierno Corporativa y RSE

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/WBI/WBIPROGRAMS/CGCSRLP/0,,menuPK:460901~pagePK:64156143~piPK:64154155~theSitePK:460861,00.html>

División RSE

www.worldbank.org/corpgov/crs
Business and Community Foundation

www.bcfindia.org

Centro Colombiano de Responsabilidad Social

www.ccre.org.co

Centro de las Naciones Unidas para el Desarrollo Regional UNCDR

Calle 114 No. 9-45 Torre B of.1001

Tel 571- 6292808

Bogotá

uncidla@cable.net.co

rep@uncrdlac.org

www.uncrdlac.org

www.uncrd.org.jp

CEPAL

Comisión Económica para América Latina y el Caribe
Cra. 13 No.28 - 38 Mezanine 2 Of. 210
Tel. 571- 3368472 - Bogotá

www.cepal.org

www.cepal.org/colombia

Documento “Objetivos del Milenio”

http://www.sela.org/public_html/AA2K3/ESP/docs/Coop/Coop-Inter/Di20.htm#_ftn2

CIES Barcelona

C/ Adolf Florensa Nº 8 - Parc Científic de Barcelona 08018 -
Telf: +34 93 4363102 / +34 902154575 Fax: +34 93 4552290
Barcelona España (Spain)

www.grupcies.com

grupcies@grupcies.com

CINSET

Cra. 32 No. 90 - 76 BOGOTÀ Tels: 256 09 61

www.cinset.org.co

Corporate Social Responsibility

www.csra.com.au

CSR Europe

www.csreurope.org

CSR Wire

www.csrwire.com

CONFECÁMARAS

Libro Blanco

Libro del Buen Gobierno

ftp://ftp.icesi.edu.co/Pub/cigo/Buen%20gobierno/release/cm_indice.htm

Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible, Bruselas.

http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/index.htm

Departamento Nacional de Planeación Colombia

<http://www.dnp.gov.co/>

Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial, DERES

www.deres.org.uy

Empresa. Una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Américas.

<http://www.empresa.org/>

Ethos

<http://www.ethos.org.br>

EUROSIF

“Socially Responsible Investment among European Institutional Investors”.

2003 Report

www.eurosif.org

Foro Ecuménico

http://www.foroecumenico.com.ar/s_promueve.htm

Fondo de desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer UNIFEM

Carrera 11 No. 82-72 Of. 501 B

Tel. 571- 6919147

Bogotá

unifem-co@undp.org

www.unifemandina.org

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia UNICEF

Calle 72 No. 10-71 Pisos 11 y 12

Tel. 571- 3210649

Bogotá

webcolombia@unicef.org

www.unicef.org.co

Fondo de Población de las Naciones Unidas UNFPA

Avenida 82 No. 10 - 62 Piso 3

Tel. 571- 4889029

Bogotá

www.colombia.unfpa.org

Fondo Monetario Internacional

www.imf.org/

Forum Empresa

www.empresa.org

Fundación CODESPA

www.codespa.org

Global Reporting Initiative

<http://www.sustainability.com/publications/engaging/trust-us-50.asp>

www.globalreporting.org

**Instituto Argentino de Responsabilidad Social, Empresar,
IARSE**

www.iarse.org

Instituto de Desarrollo Empresarial ANAHUAC, IDEA

www.anahuac.mx/idea/

Iniciative on Social Enterprise. Harvard University

www.hbs.edu/socialenterprise

La Unión Europea: Libro Verde

http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/gpr/2001/com2001_0366es01.pdf

Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas, Bruselas.

http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/index.htm

Naciones Unidas

Oficina Coordinador Residente en Colombia

Tel.571-4889000

Bogotá

oficina.coordinador.residente-co@undp.org

Centro de Información de Naciones Unidas

CINU

Calle 100 No 8ª-55 Piso 10 Torre C

Tel 571- 2576044

Bogotá

unicbogota@cinucol-un.org

www.onucolombia.org

**Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito.
UNODC**

Carrera 4 No. 72 - 35 Piso 7 Mezanine 2 Of. 202 a 211
Tel. 571- 2559333 Ext. 102
Bogotá
fo.colombia@unodc.org

**Oficina en Colombia del Alto Comisionado de las Naciones
Unidas para los Derechos Humanos OACNUDH**

Calle 114 No. 9-45 Torre B Oficina 1101
Bogotá
oacnudh@hchr.org.co
www.hchr.org.co

**Oficina en Colombia del Alto Comisionado de las Naciones
Unidas para los Refugiados ACNUR**

Calle 114 No. 9-45 Torre A Oficina 601
Bogotá
www.acnur.org
www.unhcr.org

**Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura
y la Alimentación FAO**

Calle 72 No 7-82 Of. 701
Tel 571- 3465101 Ext. 102
www.fao.org
fao-co@fao.org

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial ONUDI

Calle 114 No. 9-45 Torre B Of. 807 y 808

Tel 571- 6292664

Bogotá

www.unido.org

www.onudi.org

Office.colombia@unido.org

Organización Internacional para las Migraciones

Carrera 14 No. 93 B - 46 Pisos 3 al 6

Tel 571- 6227774

Bogotá

oimcolombia@oim.org

www.oim.org.co

Organización Internacional del Trabajo OIT

Ave. 82 No. 12.18 Oficina 504

Bogotá

www.ilo.org/

Declaración tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social

<http://www.ilo.org/public/english/standards/relm/gb/docs/gb280/mne-1-1.htm>

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) Directrices para empresas multinacionales

<http://www.oecd.org>

**Organización Panamericana de la Salud
Organización Mundial de la Salud OPS-OMS**

Carrera 7 No. 74-21 Piso 9
Bogotá

e-mail@col.ops-oms.org

www.col.ops-oms.org

<http://www.paho.org/>

http://www.paho.org/Spanish/DD/PIN/Numero21_cartas.htm

Pacto Mundial (Global Compact)

<http://www.unglobalcompact.org>

Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH / SIDA. ONUSIDA

Carrera 4 No 72 - 35 Piso 8
Tel 571-3142920 Ext. 322

ricardo.garcia@unodc.org

www.onusida.org.co

**Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
PNUD**

Ave. 82 No. 10-62 Piso 7

Tel. 571- 4889000

Bogotá

www.pnud.org.co

www.undp.org

**Programa de Naciones Unidas para los Asentamientos
Humanos UN-HABITAT**

Calle 114 No 9-01 Torre A Of. 512

Tel. 571-6291736

Bogotá

www.habitat.org

www.unhabitat-rolac.org

Programa Mundial de Alimentos - Naciones Unidas

Carrera7 No. 74-21 Piso 7

571- 3460611

Bogotá

wfp.bogotá@fp.org

www.wfp.org

Pontificia Universidad Javeriana

www.javeriana.edu.co

Red Interamericana de Fundaciones y Acciones Empresariales

www.redamerica.org/

RSE Portugal

www.talentum.org

SELA

<http://sela2.sela.org/>

Social Investment Forum

“2003 Report on socially responsible investing trends in the United States”

www.socialinvest.org

Sustainability

www.sustainability.com

The Prince of Wales International Business Leaders Forum

www.pwblf.org

Universidad de San Andrés

www.udesa.edu.ar/

Universidad del Pacífico

www.up.edu.pe/portada/

Vincular, Responsabilidad Social Empresarial

www.vincular.org

World Economic Forum. (Enero 2005)

“Mainstraming Responsible Investment”.

www.weforum.org

Este libro se terminó de imprimir,
en marzo de 2006, en la planta industrial de Legis S.A.,
Av. Calle 26 N° 82-70 Tel. 425 5255 A.A. 98888
Bogotá, D.C. - Colombia

