

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO GENERADORA DE VALOR EMPRESARIAL: HACIA LA CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO DE BALANCE SOCIAL PARA LAS MIPYMES

SOCIAL RESPONSIBILITY AS A BUSINESS VALUE GENERATOR: TOWARDS THE CONSTRUCTION OF A SOCIAL BALANCE MODEL FOR SMEs

Doris Emilia Guerrero ¹, Jorge Humberto Sandoval ²

¹ Abogada. Filósofa. M.Sc. Estudios Humanísticos. Docente investigadora, Facultad de Ingeniería Comercial U.D.C.A. e-mail: dorisgue@udca.edu.co ² Economista. Mercadotecnista. M.Sc. Docencia Universitaria. Docente investigador, Facultad de Ingeniería Comercial. U.D.C.A. e-mail: jorhumsan@hotmail.com

Rev. U.D.C.A Act. & Div. Cient. 14(2): 177-186, 2011

RESUMEN

El mundo empresarial no puede ignorar los cambios suscitados que han transformado la definición actual de desarrollo, como un quehacer que promueve la solidaridad, el respeto a la naturaleza y el compromiso con los seres humanos. Las empresas que no presenten a la sociedad resultados sociales positivos tendrán una desventaja competitiva cada vez mayor, pues perderán su razón de ser en la misma como facilitadoras para la consecución del bienestar general. Desde esta perspectiva es necesario iniciar o fortalecer políticas, objetivos y estrategias empresariales, que permitan a las Mypimes atender, adecuadamente, las necesidades de sus grupos de interés, en el marco de un contexto sustentable. En consecuencia, el estudio pretende diseñar un modelo de balance social para las Mypimes, que posibilite identificar los factores y las acciones que promueven las buenas prácticas empresariales y formular un plan estratégico de responsabilidad social empresarial. El diseño metodológico, se estructuró en tres momentos: bases conceptuales de balance social y RSE, análisis de modelos existentes y la identificación de la unidad de análisis o población de 1020 empresas del sector norte de la ciudad de Bogotá y una unidad de trabajo correspondiente a 26. Se utilizaron, como instrumentos de recolección de información, la encuesta piloto estructurada y las entrevistas en profundidad. Se diseñó el modelo de diagnóstico, de evaluación y de seguimiento de Balance Social para las mypimes, lo que permitirá cualificar las buenas prácticas empresariales, a través de indicadores de desempeño laboral, social y ambiental, de tal manera que se podrá formular un Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial.

Palabras clave: Modelo, balance social, buenas prácticas empresariales, Mypimes.

SUMMARY

The business world cannot ignore the changes brought about which have transformed the current definition of development as a task that promotes solidarity, respect for nature and commitment to human beings. Companies that do not present to society positive social results will have an always greater competitive disadvantage, since they lose their raison d'être as facilitators for achieving the general welfare. From this perspective, it is necessary to initiate and / or strengthen policies, objectives and business strategies that enable SMEs to address adequately the interests of its stakeholders within a sustainable context. Consequently, this study aims to design a model of social balance for SMEs, to identify the factors and actions that promote good business practices and develop a strategic plan for corporate social responsibility. The methodological design was divided into three stages: conceptual foundations of social reporting and CSR, analysis of existing models and identification of the analysis unit or population of 1020 companies in the northern sector of Bogota and a unit of work for 26, which were identified as the most representative ones, according to the formulated criteria. As instruments of data collection, pilot survey, the structured survey and interviews were used. A diagnostic, evaluative and monitoring model of social balance for SMEs was designed, which permits to qualify good corporate practice through performance, labor, social and environmental indicators, with the purpose of formulating a Strategic Plan of Social Responsibility for the company.

Key words: Model, social balance, good business practices, SMEs.

INTRODUCCIÓN

Se entiende por Responsabilidad Social Empresarial (RSE) un modelo de gestión ético, en el que las organizaciones, de manera voluntaria, se comprometen y responden por sus actuaciones económicas, sociales y medioambientales frente a los grupos de interés, de tal forma que contribuyan al desarrollo sostenible y a la creación de valor de todo el sistema empresarial, desde una perspectiva compleja. A partir de esta definición, este estudio indagó por su génesis y desarrollo, con el fin de proponer un modelo de diagnóstico, de evaluación y de seguimiento de Balance Social para las Mypimes y la formulación de un Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial.

A nivel mundial, se han conformado organismos, políticas, maneras de aplicar y evaluar la RSE, como las directrices del OCDE GUIDELINES, consideradas como un código de conducta corporativa para multinacionales, creado en 1976 y revisado en el 2000. Es un instrumento para el mejoramiento de las relaciones entre negocio y sociedad, teniendo como principal objetivo establecer políticas voluntarias que promueven la transparencia en las relaciones laborales, la actuación ambiental, el control de la corrupción, la defensa de la competencia y del consumidor.

Por su parte, el Instituto de Responsabilidad Social y Ética, en 1999, propone un manual para el mejoramiento de los índices de contabilidad social y ética e indica la necesidad de establecer auditorías periódicas y reportes constantes de las empresas. El Sistema de Responsabilidad Social 8000 (SA 8000), creado en 1997, en Estados Unidos, para 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.

Desde 1996, la organización Suiza para la estandarización, crea las Normas ISO 14000, 14063, 26000. La primera tiene por finalidad proveer estándares que permitan a las empresas manejar y evaluar el impacto y los riesgos ambientales; la segunda desarrolla una guía para el reporte sostenible y la tercera es la norma guía de responsabilidad social, que pretende fomentarla como estrategia de negocios y contribuye a mejorar los impactos económicos, ambientales y sociales de la empresa y la creación de cadenas de valor para los grupos de interés (stakeholders), dentro de parámetros de RSE (Lizcano, 2004).

En Europa, la Responsabilidad Social es promovida por organismos gubernamentales y por iniciativas privadas. Buscan un mayor compromiso de las empresas con los trabajadores y con el medio ambiente, mediante la creación de certificaciones sociales-ambientales y el otorgamiento de reconocimientos (Perdiguero, 2005).

Por su parte, las iniciativas privadas se han concretado en tres tipos de instituciones: organizaciones creadas por las propias empresas, cuyo objetivo es formar una red de información para constituirse en un soporte de consulta a la hora de aplicar criterios de RSE. En la actualidad, la red más importante es la CSR-Europa, que forma parte de la mundial CSR-Mundo y que se encuentra presente en 14 países. La segunda, en fundaciones y en organismos no gubernamentales y la generación de redes empresariales, haciendo explícita la necesidad y los beneficios de incorporar criterios de RSE y, por último, en cámaras, en confederaciones y en asociaciones que otorgan reconocimientos a aquellas entidades enmarcadas dentro de un espíritu empresarial (Yepes López, 2007).

En América Latina, la Confederación Latinoamericana y del Caribe de la Mediana y Pequeña Empresa (CLAMPI) fijó la visión de la Pyme sobre los Objetivos del Milenio. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) realizó una investigación sobre el compromiso con la RSE en las pymes del Continente, cuyo estudio de campo mostró que la gran mayoría de las empresas realizaban actividades ligadas a la RSE, en diferentes grados de implantación, siendo las empresas del sector manufacturero, las que presentaban los mayores desarrollos (Pinto, 2006).

En Colombia, hace más de 17 años, se han venido desarrollando actividades estratégicas de difusión de la RS, a través de varios organismos públicos y privados. La Asociación Nacional de Industriales ANDI, la Cámara Junior de Colombia en asocio con la Organización Internacional del Trabajo OIT, han emprendido una dinámica tendiente a que la empresa adopte, voluntariamente, códigos de conducta, como los principios éticos y valores del empresariado nacional, que aglutine a todos los grupos de interés. Desde el 2007, cursa el proyecto de ley 031 en el Congreso Nacional sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE), aprobado por el Senado en primer debate y con el fin de sugerir a la empresa pública y privada el cumplimiento de mínimos sociales y ambientales; sin embargo, a futuro, el sector empresarial se debe preparar para presentar y publicar reportes de sustentabilidad, conjuntamente con sus balances económico-financieros (Piñeros, 2007)

El Balance Social (BS) tiene sus orígenes en Estados Unidos en los años setenta, debido a los requerimientos de las

empresas privadas por mejorar su imagen, siendo Singer la primera en aplicarlo, en 1992. En los últimos años y a partir del interés suscitado por el tema de la RSE, varias organizaciones internacionales y nacionales han empezado a elaborar y hacer públicos sus balances sociales. Así, en Francia, se promulgó en 1997 una ley, para exigir a las grandes empresas presentar y ejecutar un BS anual, junto con el balance económico.

En Latinoamérica, Argentina decretó en el 2002, la presentación obligatoria de un BS a todas las empresas que tuvieran vinculados más de quinientos trabajadores. Pero ha sido en Chile y en Brasil, donde se ha hablado de modelos regionales (Lima, 2001).

Respecto de los principales modelos aplicados a nivel internacional, se puede citar los siguientes: el Reporte Global (GRI), creado en 1997, por el Instituto de Economías Ambientalmente Responsables (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de Naciones Unidas, con el propósito de establecer una relación de identidad entre los reportes corporativos de sustentabilidad y los financieros; el AA1000, presentado por el Instituto de Responsabilidad Social y Ética propuesto, para que las empresas mejoren su desempeño ético y moral; el modelo IBASE planteado en Brasil, predomina la identificación de datos que pueden ser expresados en forma cuantitativa (Thevenet, 2002) y, por último, el CRS Matriz Europea, un modelo que le permite a las empresas reportar, comunicar y hacer Benchmarking.

A nivel de estudios e investigaciones académicas, se destaca el publicado en Paper International, de Ioannou & Serafeim (2011), en el que después de realizar un análisis comparativo en más de 58 países, se evidencia los efectos positivos de los informes obligatorios de sostenibilidad y las prácticas de gestión, socialmente responsable. En particular, concluye que la divulgación del Balance Social conduce al aumento de la responsabilidad social de los líderes empresariales, a la priorización del desarrollo sostenible, a la capacitación del personal, al aumento en la aplicación de la ética empresarial, a la disminución de la corrupción y a una mayor credibilidad. De igual manera, se identifica que estos efectos son mayores en los países que tienen fuertes mecanismos de aplicación y aquellos en donde los informes de sostenibilidad se hacen con regularidad.

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología implementada contempló elementos de tipo cuantitativo, que determinó el tamaño de la población, conformada por 1020 Mipymes, de la localidad de Usaquén y una zona representativa del barrio Santa Ana (sector Norte

de la ciudad de Bogotá), de alta concentración de este tipo de organizaciones; ello permitió su estratificación y su categorización, según criterios como: tamaño, sector productivo, objeto y razón social y ubicación geográfica, los cuales, fueron definidos técnicamente, a través del diseño que estableció el tamaño de la muestra, en 26 Mipymes.

De igual manera es cualitativa, ya que permitió el análisis e interpretación de la naturaleza actual de las Mipymes seleccionadas como unidad de trabajo, para lo cual, se aplicó el método de investigación acción participativa, que involucró a todos los grupos de interés impactados con las actividades empresariales.

Para estos efectos, se tomó como unidad de análisis las medianas y las pequeñas empresas del grupo objetivo definido y se identificaron categorías, tales como: acceso a la información, interés por participar en el proceso, ubicación sico-gráfica y sector económico. Con los criterios anteriores, se definió la unidad de trabajo y, con ellos, se adelantaron conversatorios, desayunos de trabajo y entrevistas en profundidad con informantes clave, que permitieron el diseño del modelo, no como un producto de la construcción de los investigadores sino como resultado que involucró a todos los actores en el proceso de elaboración, quienes conocedores de sus expectativas y sus necesidades, propenden por su bienestar social.

Así mismo, el enfoque seleccionado es hermenéutico, puesto que al indagar sobre la realidad del compromiso social de las Mipymes, favoreció la contrastación con las concepciones de carácter epistemológico derivadas del conocimiento y del análisis de algunos modelos de balance social, que se han aplicado a las grandes empresas, lo que condujo a la construcción de un nuevo conocimiento, dirigido a formular un modelo de diagnóstico y de evaluación del BS de la Mipymes, acompañado de un plan estratégico de RSE.

El diseño muestral, se estructuró a partir de una de una población finita de 1020 Mipymes, que funcionan en la localidad de Usaquén. El tipo de muestreo aplicado fue completamente aleatorio, lo que garantizó que cada una de las empresas seleccionadas en la muestra tenga la misma probabilidad de hacer parte de ella (Tabla 1).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se diseñó el modelo de diagnóstico, de evaluación y de seguimiento de BS para las Mipymes (Tabla 2), el cual, permitirá cualificar y cuantificar las buenas prácticas empresariales diagnosticadas y evaluadas, a través de indicadores de desempeño laboral, social, ambiental.

Tabla 1. Ficha técnica para el diseño muestral de Mypimes, tomadas como unidad de análisis.

Indicador	Plan de muestreo: descripción	Valor y/o criterio sobre el cual se hizo el cálculo del tamaño de la muestra
Población objetivo	Total de empresas tomadas como unidad de análisis en Usaquén	No. 1020
Marco muestral	Listado de Mypimes existentes en la localidad de Usaquén. Es aleatorio por cuanto su selección se ha realizado al azar y cada empresa tenía la misma probabilidad de ser seleccionada en la muestra	Muestreo aleatorio para poblaciones finitas
Grado de confiabilidad	Demuestra que las estimaciones obtenidas de la muestra seleccionada se encuentran, como máximo, a una distancia de 10% de la verdadera media poblacional	Z= 90%
Variabilidad de la población	Describe la variabilidad encontrada en el total de Mypimes de la localidad	S=016
Precisión	El error absoluto máximo admisible en la estimación de la media	$\delta = 0.06$
Tamaño de muestra: N=	$\frac{(Z^2 \cdot S^2) / \delta^2}{(1 + 1/N (Z^2 \cdot S^2) / \delta^2)}$	

La estructura del modelo, se configuró a partir del realizado por FUNDES (2005), acerca de la situación de la RSE y el BS de las Mypimes, para el caso chileno y de la identificación de peculiaridades extraídas de las organizaciones tomadas en el estudio. Es importante destacar que la estructura básica de este modelo busca considerar criterios que puedan ser aplicados a cualquier tipo de Mypime, independiente de su tamaño o su actividad económica. La secuencia recomendada utiliza un formato en el que se resaltan factores de orden social, ambiental y laboral, sustentados por indicadores cuantitativos y cualitativos, que garantizan la integralidad, el encadenamiento lógico y la facilidad para la comparación y la realización de benchmarking entre las empresas.

La aplicación del BS implicará una visión distinta de la empresa, un cambio en la forma de enfocar los objetivos y una perspectiva no tradicional en cuanto a su función social (Fernández *et al.* 1996). De ahí, la importancia que la empresa lleve, previamente, algunos requisitos para facilitar el proceso de cambio, como: existencia de una filosofía social relacionada con los valores organizacionales; conocimiento y convencimiento por parte de la Gerencia o Alta Dirección sobre lo que es el BS; existencia del BS dentro de la estrategia corporativa integral y clarificación o estructuración de la política social de la compañía, de tal manera que le permita definir los objetivos que se pretenden alcanzar.

De otra parte, es necesario identificar las siguientes etapas para su implementación: definir el área o la división responsable para coordinar el proceso de BS; proceder con la capacitación o entrenamiento al coordinador del programa o al equipo de trabajo; establecer un equipo interdisciplinario, encargado de ejecutar el BS; capacitar y homologar el nivel de conocimientos; identificar y definir los indicadores que se van a medir y adecuar el modelo a las características propias de la empresa. Una vez se tiene sistematizada y analizada la información, se organiza en el cuadro de balance, para cuantificar y ponderar los resultados sociales de la organización; se presenta y socializa a la gerencia y a todos los estamentos de la empresa y se aplica la respectiva evaluación del proceso, que permite la retroalimentación y la fijación de metas para el próximo período.

De igual manera y dentro del proceso de implementación del BS, se deben seguir los siguientes pasos:

1. Convocatoria a los stakeholders, para participar en el proceso, que deberá estar a cargo de la unidad que oriente el proceso de RS en la empresa.
2. Presentación de la Empresa, en la que se indique la razón social, Misión y Visión, objeto social.
3. Estructuras que conforman la empresa: legal, en la que se indique el tipo de empresa o sociedad; técnica y productiva, para identificar el tamaño de la empresa; administrativa, con la determinación del organigrama,

Tabla 2. Indicadores del modelo de diagnóstico, de evaluación y de seguimiento de BS.

INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p>Indicadores de gestión social interno Accionistas o socios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Distribución de dividendos expresado en Valor Absoluto (V/A) y en Valor Relativo (V/R): <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Porcentaje de distribución de dividendos destinado a apoyar los programas de RS 2. Variación del patrimonio neto por período, expresado en (V/A) y en (V/R): <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Crecimiento de la empresa derivado de la implementación de políticas y programas de RSE 	<p>Indicadores de gestión social interno Accionistas o socios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Toma de decisiones que apoyan la gestión de RS, calificado en gradación (A: alto, M: medio, B: bajo): <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Gestión social interna 1.2 Gestión social externa 1.3 Gestión ambiental 2. Participación de los socios o accionistas en programas de RSE, calificado en gradación (A, M, B) 3. Grado de satisfacción de accionistas, generado por la implementación de prácticas empresariales, calificado en gradación (A, M, B)
INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p>Indicadores de gestión social interno Trabajadores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perfil: <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Número de trabajadores expresado en (V/A) y en (V/R): <ol style="list-style-type: none"> 1.1.1 Hombres 1.1.2 Mujeres 1.1.3 Mujeres en cargos directivos 1.1.4 Ingreso de personal 1.1.5 Despidos y renunciaciones 1.2 Nivel de escolaridad expresado en (V/A) y (V/R): <ol style="list-style-type: none"> 1.2.1 Primaria 1.2.2 Bachillerato 1.2.3 Universitario 1.2.4 Postgrado. 1.3 Promedio de antigüedad expresado en (V/A) y (V/R): 1.4 Estratificación de edades por rangos expresado en (V/A) y en (V/R) 1.5 Promoción de cargos expresado en (V/A) y en (V/R) 2. Sueldos: <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Escala salarial expresado en (V/A) y en (V/R) 2.2 Comparativo salarial respecto a: <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Otras empresas del sector expresado en (V/A) y (V/R) 2.2.2 La política salarial estatal expresado en (V/A) y en (V/R) 2.2.3 Bonificación e incentivos expresado en (V/A) y en (V/R). 3. Beneficios complementarios: <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Rubro destinado a la alimentación expresado en (V/A) y en (V/R) 3.2 Rubro destinado a la educación y a la capacitación expresado en (V/A) y en (V/R) 3.3 Rubros complementarios adicionales de salud y seguros expresado en (V/A) y en (V/R) 4. Seguridad ocupacional: <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Accidentes de trabajo expresado en (V/A) y en (V/R) 4.2 Rubro destinado a salud y seguridad ocupacional expresado en (V/A) y en (V/R) 	<p>Indicadores de gestión social Trabajadores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Descripción de la participación en la gestión de la empresa, calificado en gradación (A, M, B): <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Asambleas 1.2 Comités 1.3 Otros estamentos de participación y/o decisión 2. Nivel de satisfacción interna, calificado en gradación (A, M, B): <ol style="list-style-type: none"> 2.1 capacitación y actualización 2.2 retención de empleados 2.3 preparación para la jubilación 3. Inversiones para el desarrollo del trabajador, calificado en gradación (A, M, B) : <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Auxilio para los hijos de trabajadores 3.2 Actividades lúdico-culturales para el trabajador y la familia 3.3 Auxilio de vivienda 3.4 Compensación por resultados 4. Nivel de satisfacción interna para el desarrollo de las funciones, calificado en gradación (A, M,B): <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Campañas de seguridad y participación en comités y programas de salud ocupacional

Continuación tabla 2

INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p>Indicadores de gestión social y ambiental Proveedores:</p> <ol style="list-style-type: none"> Número de proveedores expresado en (V/A) y en (V/R). Número de proveedores que cumplen con estándares de calidad y aplicación de normas ambientales expresado en (V/A) y en (V/R). Promedio de antigüedad en su relación contractual con la empresa. 	<p>Indicadores de gestión social y ambiental Proveedores:</p> <ol style="list-style-type: none"> Existen programas y políticas de desarrollo, dirigidas a proveedores locales. ¿Cuáles? Existen programas y políticas para la selección de proveedores, de acuerdo con los parámetros de RS y ambiental. ¿Cuáles? Monitorea el cumplimiento de criterios de calidad en materias primas. calificado en gradación (A, M, B)

INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p>Indicadores de gestión social externo Consumidores/ clientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> Número total de llamadas atendidas en Call Center expresado en (V/A) y en (V/R) Número de reclamos atendidos, expresado en (V/A) y en (V/R) Cantidad de innovaciones, mejoras implementadas en el servicio de atención al cliente expresado en (V/A) y en (V/R) Número de investigaciones dirigidas a estimar la satisfacción del cliente, respecto de sus productos y servicios, expresadas en (V/A) y en (V/R) Número de asesorías al momento de la compra, expresadas en (V/A) y en (V/R) Número de solicitudes y de respuestas efectivas en el servicio de postventa expresados en (V/A) y en (V/R). Número de cursos de capacitación dirigidos a los trabajadores que atienden al cliente expresado en (V/A) y en (V/R). 	<p>Indicadores de gestión social externo Consumidores/ clientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> Existencia de información dirigida al público consumidor, calificado en gradación (A, M, B), sobre: <ol style="list-style-type: none"> Riesgos producidos por el producto/ servicio Ventajas y desventajas del producto/servicio Composición física y específica del producto Existencia de normativa de la empresa, sobre información contenida en rótulos, envases y otros materiales Valores agregados Existencia de programas y políticas de fidelización de clientes, calificado en gradación (A, M, B) Existencia de programas de mejoramiento continuo de productos, derivado de los reclamos en Call Center, calificado en gradación (A, M, B). Establecimiento de políticas de atención y seguimiento al cliente, según perfiles, calificado en gradación (A, M, B).

INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p>Indicadores de gestión social externo y ambiental Comunidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> Número de respuestas a las demandas y reclamos de la comunidad por impactos causados en las operaciones empresariales, expresados en (V/A) y en (V/R). <ol style="list-style-type: none"> Número de voluntarios de la empresa que apoyan la comunidad en su expectativas y necesidades, expresado en (V/A) y en (V/R) Presupuesto destinado a los programas sociales expresado en (V/A) y en (V/R) Número de programas de inversión social expresados en (V/A) y en (V/R) Valor de las donaciones de bienes y/o servicios expresadas en (V/A) y en Valor (V/R) <p>Medio ambiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> Consumo anual de: agua, energía, combustibles, expresado en (V/A) <ol style="list-style-type: none"> Inversión en programas de recuperación ambiental expresado en (V/A) y en (V/R). Número de premios y certificaciones obtenidos por la gestión ambiental expresado en (V/A) y en (V/R). 	<p>Indicadores de gestión social externo y ambiental Comunidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> Existencia de programas y políticas de servicio social, calificado en gradación (A, M, B). <ol style="list-style-type: none"> Existencia de mecanismos de evaluación del impacto de la Empresa en la comunidad y el entorno, calificado en gradación (A, M, B). Existencia de estrategias de comunicación con la comunidad, calificado en gradación (A, M, B). <p>Medio ambiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> Descripción de los principales impactos ecológicos <ol style="list-style-type: none"> Existencia de programas, políticas, infraestructura, calificado en gradación (A, M, B): <ol style="list-style-type: none"> Manejo de residuos Gestión del agua Reciclaje Reforestación Innovación de productos destinados a reducir el impacto ambiental Existencia de programas de educación a los trabajadores sobre medio ambiente, calificado en gradación (A, M, B)

Continuación tabla 2

INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
Indicadores gestión externa Estado: 1. Pago de impuestos por la gestión, expresado en (V/A) y en (V/R). a. Pago para el aporte de seguridad social, aportes parafiscales, expresado en (V/A) y en (V/R).	Indicadores gestión externa Estado: 1. Existencia de políticas para prevenir y evitar las prácticas de corrupción y soborno, calificado en gradación (A, M, B)

el manual de funciones y el número de empleados; financiera, para el análisis de ingresos y de egresos conciliables, con los estados contables; comercial, para la determinación de los productos y/o servicios, marcas registradas, perfil de los consumidores.

4. Contextualización de la Empresa en el sector de la economía: naturaleza de los mercados donde actúa, cambios significativos en el tamaño, estructura durante el período anterior.
5. Indicadores de diagnóstico, de evaluación y de seguimiento de BS.

Los indicadores de gestión (Tabla 2) buscan determinar el desempeño e impacto de las actividades empresariales en relación con trabajadores, proveedores, consumidores, comunidad, Estado, accionistas o socios. La claridad y la transparencia de estos indicadores, se constituyen en un elemento de diferenciación y de ventaja competitiva de la Mypime.

Se aclara que, el Valor absoluto (V/A) es útil determinarlo, debido a que su distribución y utilización se revierte entre los diferentes grupos de interés, así: entre los trabajadores, a través de su remuneración salarial y pago de seguridad social y demás incentivos extralegales; el Estado, por la recaudación de impuestos; los propietarios o accionistas, en razón a la distribución de utilidades y capitalización; la comunidad, por las inversiones o donaciones recibidas y conducentes a su desarrollo social; los proveedores, por el pago de insumos o materias primas adquiridas por la Empresa y para el desarrollo de su operación.

Con la presentación de los estados de BS, se podrá hacer el seguimiento, mediante los indicadores de desempeño anotados, de tal manera que se pueda formular un plan estratégico de RSE. Por otro lado, la formulación del plan estratégico es un producto derivado del proceso investigativo, en el cual, a través de la identificación de los factores y las acciones que permiten las buenas prácticas empresariales contempladas en el BS, deberá ser la meta principal de estas organizaciones, ya que establece las directrices de gestión, que garantizarán su cabal funcionamiento.

El diseño de plan estratégico partió de la definición de objetivos, que deberán ser concordantes con las líneas estratégicas de gestión empresarial en términos de responsabilidad social y con el presupuesto establecido para tal fin.

Se definieron como objetivos del plan estratégico de RSE, los siguientes: la utilización óptima de los recursos naturales, con el propósito de minimizar el impacto ambiental; el establecimiento de mecanismos de comunicación y de confianza dirigido a los socios o accionistas, para garantizar un proceso transparente; la implementación de estrategias y de acciones de bienestar orientadas al trabajador, para motivar y favorecer la participación del recurso humano en el mejoramiento continuo de la empresa; el fomento y sistematización de canales de diálogo con el consumidor, con el fin de estrechar la relación y promover la satisfacción y la comunicación; el compromiso extensivo de los proveedores y las empresas subcontratistas, a fin de lograr una integración vertical y horizontal; involucrar a la comunidad en el ámbito local, regional, nacional, en proyectos y en acciones propios de la RSE; el fomento y la sistematización de canales de diálogo con los stakeholders, con el propósito de lograr un proceso de retroalimentación que dé a conocer las acciones de RSE implementadas por las Mypimes; el diseño y operacionalización de mecanismos de evaluación y de seguimiento, para la ejecución del Plan Estratégico de RSE, con la finalidad de garantizar su control (Tabla 3).

Para que el Plan Estratégico de RSE logre sus metas, se hace indispensable enfatizar en los siguientes aspectos: la capacitación es una necesidad insoslayable en las Mypimes; en tal sentido, se debe trabajar por educar y por concientizar en una cultura sobre el tema que poco a poco penetre como un nuevo paradigma. La formación y la creación de una cultura en RS, se debe hacer con planes, con acciones y con tareas integradas, no aisladas con el compromiso desde las autoridades máximas y extenderse por toda la organización y los grupos de interés relacionados. Cada acción definida en las líneas estratégicas, deberá indicar con claridad qué se debe hacer, cómo hacerlo y para qué hacerlo, definiendo con precisión los recursos físicos, humanos, tecnológicos y presupuestales.

Tabla 3. Plan estratégico de RSE.

ÁMBITO	LÍNEA ESTRATÉGICA: MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL
Particular de la Mypime a nivel interno	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar y evaluar los principales impactos ambientales de la actividad 2. Establecer mecanismos de mejora para reducir los impactos ambientales de la actividad 3. Disponer de un registro de legislación ambiental 4. Llevar un control sistemático del consumo de agua y de energía y de la producción de residuos 5. Depositar los residuos adecuadamente 6. Optimizar el consumo de energía
Particular de la Mypime a nivel externo	<ol style="list-style-type: none"> 7. Apoyar, gestionar y/o difundir la diversidad forestal y paisajista del entorno 8. Contribuir con la recolección de aguas residuales y asegurar el manejo derivado de la actividad empresarial 9. Realizar diagnósticos energéticos en las instalaciones
Complementarios	<ol style="list-style-type: none"> 10. Asegurar niveles óptimos de calidad del aire. 11. Facilitar y controlar el aparcamiento de carros y motos 12. Seguir las normas ISO pertinentes a la conservación del medio ambiente. 13. Involucrar a clientes y proveedores en la gestión respetuosa del medio ambiente.
ÁMBITO	LÍNEA ESTRATÉGICA: GARANTIZAR LA TRANSPARENCIA CON SOCIOS O ACCIONISTAS
Gubernamental	Cumplir con las normas e instrumentos de política fiscal definidos por el Estado
Organizacional	<p>Garantizar una comunicación bidireccional con los socios o accionistas</p> <p>Disponer de un sistema de evaluación, aplicación y seguimiento de las opiniones de las comunidades y demandas de los accionistas</p>
ÁMBITO	LÍNEA ESTRATÉGICA: ASEGURAR LA PERTINENCIA Y MOTIVACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN LA MEJORA CONTINUA DE LA EMPRESA
General y particular de los trabajadores	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asegurar las medidas básicas de salud, seguridad y prevención de riesgos 2. Elaborar un código ético para el trabajador 3. Valorar las necesidades formativas de capacitación y actualización del trabajador. En consecuencia, elaborar y desarrollar un plan de formación anual que incluya el tema de RSE 4. Asegurar la contratación de personal femenino e incrementar su representación a nivel de todos los estamentos organizacionales 5. Contratar y cualificar personal con discapacidad 6. Capacitar continua y permanentemente en RSE 7. Desarrollar un sistema para incentivar la participación del trabajador 8. Garantizar la coherencia y la igualdad de oportunidades y la no discriminación 9. Velar por la estabilidad de los trabajadores 10. Evaluar de manera permanente y continua el grado de satisfacción de los trabajadores 11. Aplicar medidas ergonómicas para garantizar la salud ocupacional de los trabajadores 12. Fomentar las buenas prácticas 13. Aplicar e implementar lo establecido por las normas ISO

Continuación tabla 3

ÁMBITO	LÍNEA ESTRATÉGICA: ESTRECHA RELACIÓN CON EL CLIENTE PARA GARANTIZAR SU SATISFACCIÓN
General de la Mypime en el contexto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluar el grado de satisfacción del cliente, de manera continua y permanente 2. Comunicar clara y transparentemente, toda la información relativa al producto o servicio que se ofrece
Particular de la Mypime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer requerimientos ambientales y sociales de interés para los clientes y llevar control de su cumplimiento

ÁMBITO	LÍNEA ESTRATÉGICA: COMPROMISO DE LA RSE A LOS PROVEEDORES
General de la Mypime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Homologar los productos de compra, según criterios ambientales y sociales 2. Introducir normas y requisitos de calidad, según criterios definidos y establecidos en las cláusulas contractuales o acuerdos comerciales 3. Establecer un sistema de evaluación de proveedores, según criterios establecidos en el punto anterior 4. Desarrollar un sistema de comunicación efectivo

ÁMBITO	LÍNEA ESTRATÉGICA: IMPLICARSE CON LA COMUNIDAD Y EL TEJIDO SOCIAL
General de la Mypime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un sistema de comunicación para mejorar el diálogo con la comunidad 2. Ser miembro activo de las asociaciones y colectivos próximos 3. Identificar las necesidades apremiantes del entorno 4. Elaborar un plan estratégico de promoción social y ambiental

ÁMBITO	LÍNEA ESTRATÉGICA: FOMENTAR Y SISTEMATIZAR LOS CANALES DE DIÁLOGO CON LOS STAKEHOLDERS
General en la Mypime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar un plan de comunicación, para dar a conocer el plan estratégico de RS a todos los interesados, para que contribuyan con su implementación 2. Garantizar un interlocutor válido en los diferentes grupos de interés 3. Sistematizar las relaciones internas de comunicación 4. Ampliar la información relativa a las acciones de RS 5. Crear canales de comunicación bidireccionales específicos con los trabajadores 6. Establecer un programa de actividades extralaborales para los trabajadores 7. Disponer de un sistema para recoger consultas y sugerencias de los clientes, así como mecanismos de respuesta, seguimiento y registros 8. Crear un grupo de trabajo para fomentar el diálogo entre los trabajadores 9. Crear incentivos para fomentar el diálogo

ÁMBITO:	LÍNEA ESTRATÉGICA: GARANTIZAR EL CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA IMPLANTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE RS
General en la Mypime	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer la unidad de RS, como órgano de coordinación y seguimiento del plan estratégico de RS 2. Asignar un responsable dinamizador del plan estratégico

Los resultados obtenidos fueron contrastados con el adelantado por la Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES, 2005), hallando similitudes. En esta investigación, el 75% de las mipymes encuestadas no conocen de la existencia del BS, ni de su utilidad; en el caso chileno, sólo el 10% de las empresas encuestadas cuenta con un BS. En los dos estudios, se identificaron las razones por las cuales las Mypimes no desarrollan actividades de RSE y elaboración de BS, como: carencia de recursos financieros destinados para la actividad; ausencia de apoyo del sector público, que no se traduce en beneficios para abordar la RS e implementación del BS y omisión en la Misión de las empresas, para desarrollar prácticas de RSE.

Por último, en los dos estudios, se identifica el concepto de RSE con bienestar de los trabajadores, acciones dirigidas a la preservación del ambiente y al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

Conflicto de intereses: El manuscrito fue preparado y revisado con la participación de todos los autores, quienes declaramos que no existe ningún conflicto de intereses que ponga en riesgo la validez de los resultados presentados. Financiación: Este estudio fue financiado por la Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales U.D.C.A.

BIBLIOGRAFÍA

1. FERNÁNDEZ V., M.; GALLEGO, M. 1996. Balance Social: fundamentos e implementación. Ed. UPB (Colombia).143p.
2. FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE FUNDES. 2005. Situación de la responsabilidad social de la mipyme: el caso chileno. Ed AUISJAL (Chile). 122p.
3. IOANNOU, I.; SERAFEIM, G. 2011. The consequences of mandatory corporate sustainability reporting. Harvard Business School. 45p.
4. LIZCANO, J.L. 2004. ¿Qué es responsabilidad social corporativa? Ed. AECA (España). 226p.
5. LIMA C., E. 2001. Balance Social de la Empresa en América Latina. Ed. ADCE (Brasil). 201p.
6. PERDIGUERO, T. 2005. La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. Ed. Universidad de Valencia (España). 230p.
7. PIÑEROS E., R. 2007. Medición diagnóstica de la ética y de la responsabilidad social empresarial como factores de perdurabilidad. Rev. Universidad & Empresa (Colombia). 12:225-260.
8. PINTO, J. 2006. Objetivos del Milenio y la Responsabilidad Social de las Pymes: una metodología de evaluación. Ed. Fundación Konrad Adenauer (Colombia) 108p.
9. THEVENET, M. 2002. Auditoría de la Cultura Empresarial. Ediciones Díaz de Santos, S.A España. 194p.
10. YEPES LÓPEZ, G. 2007. La responsabilidad social empresarial: fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. 1ª ed. Bogotá. Universidad Externado de Colombia. 248p.

Recibido: Noviembre 29 de 2011

Aceptado: Octubre 18 de 2011