

**PROPUESTA DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
(RSE) PARA LAS PYMES EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA**

**KELLI JOHANNA JIMENEZ MONGUI  
KAREN ELIANA RODRIGUEZ MONTERO**

**UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
MAESTRIA DIRECCIÓN EMPRESARIAL  
SANTIAGO DE CALI**

**2019**

**PROPUESTA DE UN MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL  
(RSE) PARA LAS PYMES EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA**

**KELLI JOHANNA JIMENEZ MONGUI  
KAREN ELIANA RODRIGUEZ MONTERO**

**MODALIDAD**

**Monografía**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

**Desarrollo empresarial y competitividad**

**DIRECTOR TRABAJO DE GRADO**

**JOSE FABIAN RIOS OBANDO**

**UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**MAESTRIA DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**SANTIAGO DE CALI**

**2019**

## Contenido

Lista de tablas.....	10
Lista figuras.....	11
Resumen.....	13
Abstract .....	14
Introducción .....	15
1. Antecedentes.....	17
1.1 Evolución de la RSE en Colombia.....	20
2. Problema de la investigación .....	26
2.1 Planteamiento del problema.....	26
2.2 Formulación del problema .....	31
3. Objetivos .....	32
3.1 Objetivo general.....	32
3.2 Objetivos específicos .....	32
4. Marco de Referencia .....	33
4.1 Marco teórico .....	33
4.1.1 Evolución de la responsabilidad social empresarial.....	33
4.1.2 Proceso histórico de la evolución y desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial. ....	48
4.2 Marco jurídico .....	53

5. Diseño metodológico .....	55
5.1 Tipo de estudio .....	55
5.2 Método .....	55
5.3 Fuentes y técnicas de recolección de información .....	56
5.3.1 Fuentes primarias. ....	56
5.3.2 Fuentes secundarias.....	56
5.4 Diseño muestreo y tamaño de muestra.....	57
5.4.1 Población meta. ....	57
5.4.2 Tamaño de muestra. ....	57
5.5 Actividades o fases de la investigación.....	58
6. Desarrollo de la investigación .....	60
6.1. Caracterización de las prácticas de responsabilidad social empresarial en las Pymes del distrito de Buenaventura .....	60
6.1.1 El tamaño de las empresas. ....	60
6.1.2 Sectores económicos. ....	61
6.1.3 Conceptos de RSE.....	63
6.2 Incidencias de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en los trabajadores de las Pymes del Distrito de Buenaventura.....	86
6.2.1 Características generales. ....	86
6.2.2 Aspectos sobre comunicación y prácticas de RSE en la empresa.....	89

6.3 Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para las Pymes del Distrito de Buenaventura .....	95
6.3.1 Introducción a la RSE. ....	95
6.3.1.1 Proceso para la implementación de un Modelo de RSE en las Pymes en el distrito de Buenaventura. ....	95
6.3.1.2 Establecimiento de la política de responsabilidad social empresarial.....	96
6.3.2 Identificación de los grupos de interés.....	97
6.3.2.1 Clasificación de los grupos de interés.....	97
6.3.2.2 Herramienta de Categorización de los Grupos de Interés.....	98
6.3.2.3 Priorización de los grupos de interés. ....	100
6.3.3 Elaboración del diagnóstico estratégico de los grupos de interés priorizados y de la empresa frente a los mismos. ....	102
6.3.3.1 Metodología Para Elaborar el Diagnostico Estratégico De Los Grupos De Interés.....	102
6.3.3.2 Metodología para Evaluar la Capacidad Institucional para afectar el Diagnostico de los Grupos De Interés. ....	103
6.3.4 Formulación de la planeación estratégica. ....	106
6.3.4.1 Visión. ....	107
6.3.4.2 Misión. ....	108
6.3.4.3 Objetivos. ....	110
6.3.4.4 Proyectos.....	111

6.3.5 Planificación, control y evaluación de la planeación estratégica. ....	113
6.3.5.1 Plan de acción. ....	113
6.3.5.2 Control o seguimiento. ....	116
6.3.5.3 Evaluación. ....	119
7. Conclusiones .....	120
8. Recomendaciones.....	123
9. Bibliografía .....	124
10. Anexos.....	137

## Lista de tablas

Tabla 1 Personas con necesidades básicas insatisfechas NBI.....	29
Tabla 2 Evolución y desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial.....	48
Tabla 3 Marco legal .....	53
Tabla 4 Número de pequeñas y medianas empresas en Buenaventura .....	57
Tabla 5 Estratificación de la muestra .....	58
Tabla 6 Tamaño Pyme. ....	60
Tabla 7 Sector al que pertenece.....	61
Tabla 8 Visualización acciones RSE.....	81
Tabla 9 Razones de no realizar prácticas de RSE .....	81
Tabla 10 Evidencia de las prácticas de RSE .....	92
Tabla 11 Identificación y clasificación grupos interés (Stakeholders) .....	99
Tabla 12 Factores de priorización grupos interés .....	100
Tabla 13 Categorización Stakeholders.....	101
Tabla 14 Matriz DOFA .....	104
Tabla 15 Guía de formulación del proyecto.....	112
Tabla 16 Matriz plan de acción.....	114
Tabla 17 Indicadores de gestión.....	115
Tabla 18 Indicadores de gestión.....	118
Tabla 19 Modelo del informe de evaluación.....	119

## Lista figuras

Figura 1. Tamaño Pyme. ....	61
Figura 2. Sectores económicos en donde se ubican las Pymes. ....	62
Figura 3. Conceptos más cercanos a lo que significa RSE. ....	63
Figura 4. Pertinencia de las empresas a realizar acciones de RSE. ....	64
Figura 5. Políticas orientadas a la RSE. ....	65
Figura 6. Políticas de RSE expresadas en documento. ....	66
Figura 7. Disposición de las empresas a formular una Política de RSE. ....	67
Figura 8. Cómo realiza prácticas de RSE. ....	68
Figura 9. Beneficios de la RSE. ....	69
Figura 10. Mejorar conocimientos de RSE. ....	70
Figura 11. Quien asume labores de RSE. ....	70
Figura 12. Recursos utilizados en las prácticas de RSE. ....	71
Figura 13. Tiempo adopción prácticas de RSE. ....	72
Figura 14. Razones para realizar prácticas de RSE. ....	73
Figura 15. Grupos de interés. ....	74
Figura 16. Planifican y evalúan la gestión realizada en RSE. ....	75
Figura 17. Conocimientos de los beneficios que producen en los grupos de interés la RSE... ..	76
Figura 18. Como evidencian los beneficios de las acciones de RSE. ....	77
Figura 19. Disponen o elaboran informes de RSE. ....	78
Figura 20. Interés en documentar prácticas de RSE. ....	79
Figura 21. Tipo de certificación. ....	80



Figura 22. Disposición para realizar prácticas de RSE. ....	83
Figura 23. Beneficios que las pymes esperan de las prácticas de RSE. ....	84
Figura 24. Mecanismos a utilizar para realizar prácticas de RSE. ....	85
Figura 25. Tipo de vinculación laboral. ....	86
Figura 26. Antigüedad laboral. ....	87
Figura 27. Género. ....	88
Figura 28. Como se entera el empleado sobre las actividades de RSE que realiza la empresa. .....	90
Figura 29. Beneficios obtenidos por las prácticas de RSE. ....	91
Figura 30. Razones actividades de RSE no aportan al crecimiento personal. ....	93
Figura 31. Paso a Paso para la implementación de un Modelo Responsabilidad Social Empresarial. ....	96

## **Resumen**

El propósito de la presente investigación es conocer a profundidad la situación de las pequeñas y medianas empresas del Distrito de Buenaventura frente a las actividades de Responsabilidad Social Empresarial que realizan, para proponer un modelo de fácil implementación a las empresas interesadas en emprender acciones de Responsabilidad Social Empresarial y para contribuir al mejoramiento en aquellas que estén ejecutando algún tipo de acción de RSE.

La presente investigación se realizó en tres etapas, en la primera se desarrolló un diagnóstico preliminar a través de encuestas aplicadas a un grupo de pequeñas y medianas empresas del Distrito de Buenaventura donde se pudo identificar que son pocas las empresas las empresas que desarrollan actividades de Responsabilidad Social Empresarial de manera estructurada. También se pudo identificar en las entrevistas aplicadas a los empleados de aquellas empresas que ejecutan planes de Responsabilidad social enfocados en el bienestar de sus colaboradores, que estos sienten que las actividades desarrolladas por la empresa no aportan a su crecimiento económico y profesional. Con los resultados de la información obtenida a través de la aplicación de las encuestas y las entrevistas se procedió a elaborar un Modelo de RSE con el doble propósito de que cualquier empresa interesada en incursionar en el mundo de la RSE pueda hacerlo de manera sistemática y sencilla y para que aquellas que ya lo realizan, puedan mejorar sus prácticas, pudiendo evaluar el crecimiento del grupo de interés que hayan priorizado atender.

Palabras claves: Responsabilidad Social Empresarial, Stakeholders (Grupos de interés), Pequeñas y Medianas Empresas, Desarrollo socioeconómico, Valor compartido Competitividad.

## **Abstract**

The purpose of the present investigation is getting to know, in depth, the situation of small and midsize businesses of Buenaventura District faced to the activities of Business Social Responsibility – BSR performed, to propose an easy implementation model to companies interested in undertaking Business Social Responsibility actions and to contribute to the enhancement of those, executing some sort of BSR action.

The present investigation was conducted in three stages, at first, a preliminary diagnostic was developed through surveys applied to a group of small and midsize businesses, where it was able to identified that are few the companies developing Business Social Responsibility activities in a structured way.

It was also possible to identify in the interviews conducted to the employees of those businesses executing BSR, focused in the welfare of their collaborators, that these feel the activities developed by the company, do not contribute to their economic nor the professional growth.

With the results of the gathered data through the application of the surveys and interviews, it was proceeded to the elaboration of a BSR model with the double-purpose that, any business interested in venturing into the world of the BSR, could to do it, in a systematic and simple way, and to those that are already doing it, they can enhance their practice, being able to evaluate the growth of those groups of interest(stakeholders) being periodized to be assisted.

Key words: Business social responsibility, group of interest(stakeholders), small, midsize businesses, Socio-economic development, shared value, competitiveness.

## Introducción

Por lo general en las organizaciones al momento de tomar decisiones, influye en gran medida el entorno económico, lo que expresa el interés de los empresarios en proyectar un negocio de manera sostenible enfocado en la generación de utilidades; sin embargo, la aparición del concepto de Responsabilidad Social Empresarial mostró una manera diferente de armonizar los fines de la empresa con otros, como los sociales y medioambientales, logrando así una sinergia entre estos aspectos e involucrando los grupos de interés en las acciones responsables que desarrolle la empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial en Colombia inicio su desarrollo en las grandes empresas y multinacionales, principalmente por directriz de la casa matriz, con un gran costo. No obstante, la aplicabilidad de la misma se fue extendiendo a las Pymes, organizaciones que se convirtieron en grandes generadoras de empleo e importantes actores del desarrollo económico nacional, pues se han constituido como uno de los sectores más significativos para las economías emergentes por su contribución en el crecimiento económico y la generación de riqueza, como sucede en el Distrito de Buenaventura, principal puerto colombiano en el mar pacifico, donde los mayores dinamizadores de su economía son las Pymes.

En Colombia, sus regiones y localidades la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes se realiza en el mayor de los casos de manera informal, ya sea por desconocimiento de sus prácticas, por falta de interés o falta de inversión de recursos económicos, además de otros aspectos, como la falta de un marco regulatorio de la RSE, radicando aquí la necesidad de introducir un modelo de gestión que se ajuste al alcance del

tamaño de la organización, buscando maximizar el desempeño empresarial y generar estrategias que permitan contribuir con la sociedad en general.

## 1. Antecedentes

Factores como, la globalización, la mayor disponibilidad de información, las exigencias y expectativas de los consumidores, la creciente sensibilización de la sociedad sobre el rol que desempeña la empresa, los empleados, los clientes, los proveedores y el gobierno, han llevado a las organizaciones a buscar su desarrollo económico a través no solo de la generación de riqueza, sino también, modificando su actitud con el medio ambiente e influenciando de forma positiva a la sociedad, por lo que ha sido importante tener en cuenta criterios como la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social empresarial – RSE al momento de tomar las decisiones estratégicas.

Al hablar de RSE, muchos autores concluyen que esta debe ser implementada para contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de los grupos de interés de las empresas u organizaciones; principalmente porque todas las decisiones que se tomen en el ejercicio de las actividades propias de las empresas repercuten en los grupos de interés que la componen, por lo tanto aportar al mejoramiento de la calidad de vida de estos, principalmente en las necesidades básicas insatisfechas se convierte en uno de los propósitos fundamentales de la RSE. (Henriquez y Puche, 2011, p.10).

Las grandes empresas en el contexto internacional ya tienen claro la importancia de ser responsables socialmente, por eso este tema para ellas no es nuevo, por lo que para invertir y proyectarse buscan hacer negocios con empresas que aplican la RSE.

Molero (2016) en su artículo, La RSE en el contexto del capital social, declara que la RSE es utilizada en las grandes empresas para lograr crecimiento económico y competitivo en un contexto social. La región Latinoamericana al avanzar lentamente en la incorporación de la RSE en la cadena de valor, posterga la oportunidad de que se hagan inversiones para incrementar el capital y crédito de las grandes compañías que ya agregaron en sus lineamientos estratégicos la RSE (p.50).

Sin embargo, las medianas y pequeñas empresas aún tienen un largo camino por recorrer, porque las mismas ven la RSE como una obligación y lo hacen de manera empírica o sin la verdadera intención que busca la RSE.

Peinado y Vivas (2011) “Latinoamérica se enfrenta a una serie de obstáculos que impiden un mayor desarrollo de la RSE. A esto se agrega una legislación que no acompaña y la falta de convencimiento o escepticismo sobre los beneficios empresariales de las prácticas responsables”. (p. 81).

Es evidente que las Pymes en Latinoamérica no perciben completamente el beneficio de la implementación de prácticas de RSE, por el contrario, la ven como una generación de gasto; que, combinada con la desinformación, el temor al cambio, el desinterés del gobierno y otros factores internos como la falta de recursos (humanos, financiero...etc.) y tiempo, la convierten en una idea subestimada y poco tentadora para los empresarios.

Después de hacer una revisión bibliográfica se evidencia que en Latinoamérica la RSE toma cada vez más fuerza, especialmente con la participación de compañías y fundaciones en las cuales se destacan, Cemex, Teléfonos de México, Grupo Alfa en México, Natura, Copesul e

Instituto Ethos en Brasil, Fundación del Tucumán en Argentina, Xerox Chile, Laboratorios Bagó en Chile y Asociación de Empresarios para el Desarrollo de Perú (AED), por mencionar algunas. Sin embargo, esta misma tendencia no se observa en las Pymes, conducta que se repite en Colombia donde existe un pobre desarrollo en la implementación de prácticas de RSE.

Respecto a la presencia de las estrategias de RSE en la gestión de las Pymes (Espitia 2015) en su artículo La RSE como elemento estratégico en las Pymes colombianas, manifiesta que la RSE no es una iniciativa de carácter individual y privado. Para generar un efecto multiplicador de la RSE se requiere mayor participación de las distintas organizaciones; por ello al no ser un elemento aislado se propone tener en mente un principio de colaboración al momento de diseñar acciones que permitan materializar la RSE. (p.77).

(Espitia 2015) en Colombia las pymes toman decisiones respondiendo a las necesidades del momento y a partir de las corazonadas de sus líderes. La RSE permite que el papel de las pequeñas y medianas empresas en la sociedad (como entes constructores, transformadores y desarrolladores de la misma) se cumpla con ética empresarial, mejorando la calidad de vida de los miembros de la organización, las familias y su entorno (p.82).



En los estudios realizados a las Pymes en Colombia, se pudo encontrar que las actividades de RSE realizadas se hacen de manera informal y el principal obstáculo que les impide llevar a cabo estas actividades es la falta de voluntad en invertir recursos económicos y tiempo, además de la falta de información sobre la RSE y el desconocimiento de los mecanismos concretos que puedan ayudar a su gestión. (Herrera, J y Abreu J. 2008. P. 422).

Por todo lo anterior se puede determinar que la RSE tiene una importante oportunidad para ser impulsada en las Pymes en Colombia para aportar al desarrollo sostenible y para que simultáneamente las empresas y el entorno donde ejercen su actividad puedan beneficiarse de todas las ventajas que genera la implementación de la RSE.

### **1.1 Evolución de la RSE en Colombia**

La iglesia católica ha influido un papel importante en cuanto a las manifestaciones sociales en el ámbito caritativo.

#### **Años 40:**

1944: Se crea la Asociación Nacional de Industriales (ANDI).

1945: Se crea la Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO).

#### **Años 50:**

1951: Se crea la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias (ACOPI)

#### **Años 60: Primeras Fundaciones.**

**La legislación colombiana contribuyó a la protección social de los empleados y permitió que las donaciones sean deducidas de los impuestos.**

**Primer debate el concepto de RSE entre la academia y los empresarios.**

1960: Fundación Coodesarrollo, en Medellín.

Fundación Mario Santo Domingo.

1962: Fundación Carvajal, Cali.

1963: Fundación Corona, Medellín.

1964: Fundación FES, Cali.

1965: Programa de Maestría de Administración de la Universidad del Valle con conferencias de Peter Drucker.

**Años 70: Crecimiento material y cuantitativo de RSE**

1977: Fabricato y Enka, empresas antioqueñas primeras en medir su gestión social a través del balance social.

El Instituto Colombiano de Administración (INCOLDA) y FES patrocina el estudio “Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia”.

1979: INCOLDA dicta seminarios de RSE y realiza estudio sobre la función social del empresario.

**Años 80: Autores afirmaban el uso de la RSE como maquillaje de la imagen de la empresa.**

1981: La ANDI elabora el primer modelo de Balance Social, basado en el modelo francés.

Centro Colombiano de Relaciones Públicas (CECORP) en congreso en Medellín menciona los siguientes puntos importantes:

- Incorporar concepto de RSE en el proceso de toma de decisiones.
- Alcanzar objetivos económicos en términos éticos y sociales.
- Efectuar inversiones sociales y proceder por el interés público.

1985: La ANDI junto con la OIT elaboró un manual de balance social para Colombia.

1986: Cámara Junior inicia programa de proclamación de la empresa con mejor proyección social.

1987: La ANDI junto con la OIT propone un modelo de balance social.

**Años 90: Se crean corporaciones que apoyan el desarrollo sostenible.**

1990: Se constituyó la Corporación Fenalco Solidario Colombia, con un propósito social que permitiera contribuir con la construcción de desarrollo y sostenibilidad.

1991: Constitución de 1991 introduce principio de función social de la propiedad:

Para garantizar el derecho a propiedad privada y que está se encuentra al servicio de la sociedad  
Se crea el Consejo Gremial Nacional.

1993: La ANDI definió el concepto de RSE así: “Es el compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general” (Manual de Balance Social, ANDI – OIT, 2001, p,12).

La ANDI crea el comité de Responsabilidad Social Empresarial.

Se crea el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES)

1994: Surge el Centro Colombiano de Responsabilidad Social (CCRE)

1995: Surge la fundación Compartamos con Colombia, la apoya proyectos sin ánimo de lucro para aumentar su viabilidad y ayuda a incrementar las donaciones extranjeras en Colombia.

1996: Se crea la fundación Entre Todos la cual promueve la RSE, la convivencia y el desarrollo de la ciudad.

**Años 2000: Hay un esfuerzo por aumentar el impacto de la RSE en la empresa privada y la coordinación con el estado.**

2000: Colombia ingresa a la declaración del milenio.

2002: Se funda Empresarios por la Educación con el propósito de contribuir a la transformación del sistema educación.

2003: Surge el estado del arte de la responsabilidad social por COMFAMA, un documento que detalla los instrumentos para evaluar y medir la RSE.

2004: Se crea el Comité Colombia de Responsabilidad Social Empresarial (CCRSE).

Se constituye La Red Local del Pacto Global en Colombia como un programa de cooperación internacional entre el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el gobierno canadiense.

2005: La Corporación Fenalco Solidario Colombia otorga los primeros Certificados en Responsabilidad Social como reconocimiento e incentivo a las organizaciones que realizan prácticas y están comprometidas con la RS.

2006: Proyecto de Ley 153 que tenía el objetivo de regular los aspectos más importantes de la RSE en Colombia. (Este proyecto no fue aprobado por el Congreso de la Republica).

2007: Confecámaras publica la Primera edición de ComprometeRSE, Manual de Implementación de Responsabilidad Social Empresarial.

Proyecto de Ley 31 que buscaba regular la RSE en Colombia. (Este proyecto no fue aprobado por el Congreso de la Republica).

2008: El Icontec publica la Guía Técnica Colombiana No. 180 sobre Responsabilidad Social Empresarial la cual es una guía voluntaria que permite a las empresas adoptar prácticas de RSE.

Confecámaras emite la segunda edición de ComprometeRSE, Manual de Implementación de Responsabilidad Social Empresarial.

2009: La Red Local del Pacto Global se consolida jurídicamente como Corporación Red Local del Pacto Global Colombia.

Proyecto de Ley 058 sobre la RSE en Colombia. (Este proyecto no fue aprobado por el Congreso de la Republica).

La Corporación Fenalco Solidario Colombia crea el programa Formador de Formadores, el cual capacita sobre RSE, sostenibilidad y mejoramiento continuo.

2010: Confecámaras lanza la tercera edición de ComprometeRSE, Manual de Implementación de Responsabilidad Social Empresarial.

Proyecto de Ley 70, este es el último proyecto de Ley presentado en Colombia sobre las RSE, el cual tampoco fue aprobado.

2011: Primer Congreso de Responsabilidad Social organizado por La Corporación Fenalco Solidario Colombia.

2012: Segundo Congreso de Responsabilidad Social organizado por La Corporación Fenalco Solidario Colombia.

2013: Tercer Congreso de Responsabilidad Social organizado por La Corporación Fenalco Solidario Colombia.

2014: Cuarto Congreso de Responsabilidad Social organizado por La Corporación Fenalco Solidario Colombia.

2015: Quinto Congreso Nacional de Responsabilidad Social organizado por La Corporación Fenalco Solidario Colombia.

2016: Transformación Organizacional por el Desarrollo Sostenible, Sexto Congreso Nacional de Responsabilidad Social organizado por La Corporación Fenalco Solidario Colombia.

2017: Hacia los Grande Objetivos, Séptimo Congreso Nacional de Responsabilidad Social organizado por La Corporación Fenalco Solidario Colombia.

2018: Colombia ingresa a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) la cual tiene como objetivo debatir y compartir prácticas en materia de las políticas económicas y sociales de sus países miembros.

Evolución, Octavo Congreso Nacional de Responsabilidad Social organizado por La Corporación Fenalco Solidario Colombia.

La Corporación Fenalco Solidario Colombia lanza el plan Pymes para el mundo, que trabajando de la mano de Global Reporting Initiative, ayudaran a las Pymes a realizar el primer informe de Sostenibilidad referenciado en los estándares del GRI.

## **2. Problema de la investigación**

### **2.1 Planteamiento del problema**

Uno de los principales objetivos que ha impulsado el negocio empresarial a través de los tiempos ha sido la satisfacción de las necesidades de la sociedad a través de la oferta de bienes y servicios. Sin embargo, en la actualidad y de manera global las empresas para sostener el negocio y minimizar las amenazas que afectan el futuro empresarial, han complementado este objetivo ocupándose por operar en entornos saludables, esto quiere decir, intervenir los problemas que padece el entorno, como son la pobreza, la marginalidad, el deterioro del medio ambiente, las relaciones laborales, estrategias administrativas para mantener motivados y comprometidos a los colaboradores de la organización, la reputación y credibilidad, la percepción de los inversionistas, propietarios y socios, relación con los proveedores, clientes, competencia y la comunidad donde la empresa opera. Las anteriores acciones que en el pasado se observaban como acciones filantrópicas en la actualidad son denominadas de Responsabilidad Social Empresarial - RSE, algunas de las cuales adicionalmente generan otros beneficios a la empresa como son, exenciones tributarias y posicionamiento de la imagen corporativa.

Un significativo número de las grandes empresas y grupos empresariales a nivel internacional y en Colombia como lo son Alpina Productos Alimenticios S.A, Asociación Colombiana de Exportadores de Flores - Asocolflores, Bavaria, Cemex Colombia, Grupo Nutresa S.A, Grupo de Inversiones Suramericana - Grupo Sura, Ecopetrol S.A, Manuelita S.A, Cerrejón, Chevron Colombia, Productos Naturales de la Sabana S.A. – Alquería S.A, Coca-Cola - Femsa, Organización Corona, Alimentos Caribe, Organización Carvajal, British American Tobacco, entienden la importancia de llevar a cabo actividades de RSE, por los beneficios que estas acciones generan, las cuales realizan a través de Fundaciones, programas y otras modalidades de

acción a través de organismos que hacen parte de su estructura empresarial, como es el caso de la Fundación Éxito, Fundación Sociedad Portuaria Regional Buenaventura, Fundación Corona, Fundación Carvajal. Programas y proyectos sociales realizados por la Organización Corona como: voluntariado corporativo, donación de producto, escuelas protectoras del medio ambiente, por nombrar algunas actividades, muchas de las cuales han contribuido con su gestión a fortalecer la imagen corporativa de las empresas que las financian y simultáneamente han posicionado su nombre en la sociedad por la calidad de la gestión que desarrollan, implementando programas y proyectos hasta llegar a convertirse en entidades altamente reputadas y referentes obligados de consulta en el campo de las acciones de su objeto misional. No obstante, este claro ejemplo de los alcances que produce la RSE las Pymes especialmente en Colombia desconocen las ventajas competitivas y los beneficios que genera ser y actuar con criterios de RSE, aunque existen algunas Pymes que han logrado implementar y desarrollar políticas de RSE como Laboratorios Probiol, Creaciones Miquelina, Procesadora de Materias Primas y Productos Alimenticios El Glotón, las cuales incluso han sido condecoradas por la Cámara de Comercio y el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial por ser ejemplo de RSE. De igual manera entidades como Fenalco desarrollan planes para ayudar a las Pymes en la toma de iniciativas y desarrollo de programas de RSE, empresas como Inexmoda, Parque Comercial El Tesoro, Centro Comercial Plaza de las Américas, Agencia de Comunicaciones Videobase y Macrollantas han logrado certificarse en RSE de la mano de Fenalco Solidario.

Otras entidades también han juntado sus esfuerzos para apoyar a las pequeñas y medianas empresas en Colombia en la incorporación de prácticas de RSE, como la Fundación para el Desarrollo Institucional de las Organizaciones Sociales (Fundación DIS) y la Confederación de Cámaras de Comercio (Confecámaras) a través de programas como Compromete RSE han



logrado contribuir en el fomento de RSE en Pymes en empresas como Genelec Ltda., y Valentina Auxiliar Carrocera S.A.

De acuerdo con la Ley 905 del 2 de Agosto de 2004, conocida como la Ley MiPymes, la cual modificó la Ley 590 de 2000, en Colombia las empresas se clasifican de acuerdo a su tamaño, valor de sus activos y por el número de empleados, en grandes, medianas, pequeñas y microempresas así: Microempresa es aquella que posee activos hasta 500 salarios mínimos legales vigentes (SMMLV) y con número de personal no superior a 10 trabajadores; pequeña empresa se considera aquella que posee entre 501 hasta 5000 (SMMLV) en activos y entre 11 y 50 trabajadores; una empresa se considera como mediana empresa cuando sus activos están entre 5001 y 30.000 (SMMLV) y su planta de personal está compuesta entre 51 y 200 empleados; y las grandes empresas son aquellas cuyo sus activos son superiores a 30.000 (SMMLV) y su planta de personal es superior a 200 empleados, lo anterior fue modificado por la Ley 1111 del 27 de diciembre de 2006, la cual re-expreso los valores absolutos a Unidades de Valor Tributario (UVT).

En Colombia según cifras del Registro Único Empresarial y Social, el 94,7% de las empresas corresponde a microempresas y el 4,9% son pequeñas y medianas empresas. Las Pymes son grandes generadoras de empleo en el país y debido a la importancia que representan para el desarrollo económico del país se convierten en un área de estudio importante, donde es posible incorporar la RSE como una estrategia de gestión que permita mitigar los profundos conflictos socioeconómicos y medioambientales que se presentan en el entorno donde operan las Pymes a través de los incentivos tributarios, como los que ofrece la Ley 1819 de 2016 y las normas tributarias ordinarias.

En Buenaventura, según el informe de registro de la Cámara de Comercio de Buenaventura, este sector está conformado por 6.917 empresas, de las cuales 12 se encuentran clasificadas como grandes empresas, 50 como medianas empresas, 446 son pequeñas empresas, 6384 son microempresas y 25 no muestran información de su clasificación, las cuales operan en un territorio que vive en medio de una inexplicable paradoja; se caracteriza por poseer una gran diversidad de recursos naturales biodiversos atractivos para favorecer el desarrollo de múltiples actividades económicas relacionadas con la calidad de los mismos y del sector turístico, una posición geográfica estratégica idónea para el desarrollo de la actividad portuaria y actividades conexas con el puerto pero contrasta con los altos índices de necesidades básicas insatisfechas de la población y pobreza extrema.

Tabla 1  
*Personas con necesidades básicas insatisfechas NBI*

<b>Personas con necesidades básicas insatisfechas NBI</b>			
<b>NOMBRE DE LOCALIDAD</b>	<b>CABECERA</b>	<b>RESTO</b>	<b>TOTAL</b>
Cali	10,87	18,92	11, 01
Buenaventura	34,52	47,32	35,85
Dagua	18,19	27,05	24,98
Valle del Cauca	14,06	26,22	15,68
Total Nacional	19,66	53,51	27,78

Fuente: Necesidades Básicas Insatisfechas - NBI, por total, cabecera y resto, según

departamento y nacional. A junio 2011. DANE. Recuperado de

<http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/necesidades-basicas-insatisfechas-nbi>

También se destaca por ser el principal puerto colombiano en el mar pacífico por donde circula más del 53% del comercio internacional marítimo del país. Dentro de sus principales

actividades económicas además de la actividad portuaria se destacan el ecoturismo, la pesca marina y fluvial, la explotación maderera, la minería y el comercio.

Debido a la importancia de Buenaventura por su condición de puerto, el Gobierno Nacional está realizando grandes inversiones para impulsar el desarrollo y crecimiento de la actividad portuaria en obras como la expansión de la red vial intermunicipal (Proyecto doble calzada Buga – Loboguerrero, Loboguerrero – Buenaventura) y la profundización del canal de acceso al puerto de Buenaventura que le permitirá recibir barcos de gran calado o post panamá con capacidad de más de 17 mil contenedores. De igual forma, la empresa privada adelanta proyectos como, la Zona Franca Permanente CELPA y proyecta la construcción del puerto del delta del río Dagua.

Todas estas inversiones solo buscan mejorar las condiciones de competitividad de la actividad económica del distrito en el sector portuario, postergando las inversiones en el campo social, que solo se reflejan en los planes de desarrollo de los entes gubernamentales a nivel local y regional, más por norma constitucional que por compromiso con los sectores vulnerables de la población que padece una grave crisis de carácter humanitario cuando se revisan la cifras de los indicadores de pobreza, nivel de vida, y oportunidades de movilidad social de la población, poco desarrollo en infraestructura de la ciudad, deficiencia en la prestación de los servicios públicos básicos (agua, aseo, transporte, alcantarillado); fallas en la prestación del servicio de salud y educación, factores que colocan a Buenaventura en el primer lugar de desigualdad social entre los 42 municipios del departamento (Cámara de Comercio de Buenaventura,2016).

Por esta razón es importante conocer las prácticas de RSE que desarrolla el sector empresarial de Buenaventura y en particular de las Pymes; además determinar cómo estas acciones están incidiendo en la solución de los problemas que afectan a la población y su entorno con el propósito de instrumentar acciones de sensibilización, formas de adopción de la RSE, como una

estrategia que articulada con la gestión del estado nación pueda contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, impulsar el crecimiento de la economía de la región y disminuir los impactos desfavorables al medio ambiente y el ecosistema local por su gran riqueza biodiversidad, abundancia e importancia estratégica para el país y la región. Adicionalmente, concientizar a los empresarios sobre la importancia de incorporar la RSE en sus estrategias de gestión, para obtener ventajas competitivas, fortalecer la imagen corporativa, obtener beneficios tributarios, generado de un efecto imitador para todas las Pymes que no practican la RSE, en la ciudad, el departamento y la nación.

## **2.2 Formulación del problema**

¿Qué elementos se deben tener en cuenta en la propuesta de un modelo de responsabilidad social RSE para orientar a los empresarios Pymes del distrito de Buenaventura?

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Diseñar un modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la gestión de las Pymes en el Distrito de Buenaventura.

#### **3.2 Objetivos específicos**

Caracterizar las prácticas de RSE desarrolladas por las Pymes en el Distrito de Buenaventura.

Evaluar la incidencia de las acciones de RSE realizadas por las Pymes en beneficio de los trabajadores.

Identificar las líneas de acción a desarrollar en un modelo de RSE orientado a las Pymes del distrito de Buenaventura

## **4. Marco de Referencia**

### **4.1 Marco teórico**

#### **4.1.1 Evolución de la responsabilidad social empresarial.**

La gran depresión, fue una crisis económica mundial acaecida durante la década de los años 30 del siglo pasado, anteriores a la Segunda Guerra Mundial. Fue la depresión más larga y la que afectó a mayor número de países; se originó en Estados Unidos y rápidamente se extendió a casi todos los países del mundo produciendo como; Alemania, Gran Bretaña, Francia, Chile, Noruega y España, aunque también otros se escaparon de sus efectos devastadores gracias a la influencia de las políticas socioeconómicas adoptadas por dichos estados como: China, Japón y la Unión Soviética. La devastación no solo afectó Wall Street, también incidió en la explotación agraria, los bancos y la industria, donde millones de campesinos perdieron sus propiedades; la producción de la industria automotriz cayó de 4.5 millones de automóviles a 1.9 millones en solo tres años. Muchos bancos se vieron obligados a cerrar, lo que indujo al jefe de estado a decretar vacaciones bancarias generalizadas para controlar la retirada de los fondos bancarios. Durante estos años hubo un creciente deterioro del empleo y la calidad del mismo, caracterizado por salarios bajos, menos horas de trabajo; igualmente la población apelaba a cualquier forma de sobrevivencia, incluso comiendo desperdicios; provocando que la inseguridad y la miseria se transmitieran como una epidemia, de modo que cayeron todas las variables macroeconómicas que gobiernan la economía global. Los países comenzaron a recuperarse progresivamente a comienzo de la Segunda Guerra Mundial. El inicio

del final de la Gran Depresión en Estados Unidos parte del establecimiento del New Deal liderado por el entonces presidente de los Estados Unidos (Franklin D. Roosevelt); a través de la aprobación de leyes en el Congreso para incentivar la reactivación de la economía americana y la creación de nuevos organismos encargados de llevar a cabo su implementación.

Como la infraestructura productiva y social de gran parte de Europa, África y Asia Oriental se deterioró a consecuencia de la segunda guerra mundial, se abrió una nueva oportunidad para favorecer las intervenciones del Estado que había comenzado a desarrollarse en la década de los 1930 con el liderazgo norteamericano que al no ver afectado su territorio por los efectos del conflicto global, lideró la recuperación económica de los países afectados a través del Plan Marshall, que les facilitó disponer de materias primas, alimentos, productos manufacturados y consecuentemente el posicionamiento de las empresas americanas en Europa.

Una de las características de la posguerra fue el surgimiento de la economía mixta, que se basa en una relación entre el Estado y la empresa privada como una estrategia para afectar los problemas generados por las crisis; donde queda explícita la necesidad de una intervención creciente del Estado por la incapacidad de la economía de mercado para su mitigación. (Schiller, 1994).

El papel de la empresa en este contexto es principalmente propiciar progresos tecnológicos, la implementación de economías de escala y las mejoras en la organización para aumentar la productividad que tiene un efecto directo en el mejoramiento de las condiciones del bienestar social.

En los primeros años de la década de los 50 del pasado siglo se pusieron de manifiesto los primeros planteamientos del concepto de Responsabilidad Social Empresarial a partir de los estudios realizados por (Bowen, 1953) y publicados en su libro *Social Responsibilities of the Businessman*, “plantea que las decisiones que tomen los empresarios no solo tienen impacto en la calidad de vida del negocio, sino que también en sus empleados, clientes y demás Stakeholders”. La responsabilidad social según este economista, es un medio viable para mejorar problemas económicos y alcanzar los objetivos económicos propuestos. Además, plantea el cuestionamiento de si el empresario asume la responsabilidad social como un deber económico desde una perspectiva cristiana o si debe actuar motivado por servir a la sociedad en lugar de maximizar el beneficio económico como único fin de la empresa.

No obstante para Friedman (1970) la responsabilidad social es un comportamiento más propio de las personas que de las organizaciones, por lo que argumento su teoría en los accionistas o Stakeholders, en la cual los directivos deben responder solo a los accionistas, realizando actividades que estén diseñadas para aumentar al máximo las utilidades obtenidas por la empresa, es decir, que generar utilidades o incrementar los beneficios es la única responsabilidad social de una empresa; aunque delimito este argumento al cumplimiento de las leyes y buenas prácticas.



Aunque muchos otros autores no estuvieron de acuerdo con el enfoque de la teoría de Friedman, en esta teoría se puede encontrar una apología para que las empresas realicen prácticas de RSE, solo si éstas están encaminadas con la obtención de mayores utilidades.

Para Davis (1973) “la responsabilidad social empieza donde la ley termina” (p.313), esto quiere decir, que una empresa no se puede definir como socialmente responsable si simplemente cumple con lo que le exige la ley, la responsabilidad social va más allá de los requisitos de ley. También afirma que la empresa que tiene mayor sensibilidad hacia las necesidades de la comunidad tendrá la oportunidad de incursionar en una sociedad con mejor ambiente que le permite responder de manera positiva hacia el negocio de la empresa.

En la década de los ochenta, surgieron disertaciones sobre la RSE desde las prácticas empresariales y el desempeño social corporativo, donde sobresalieron planteamientos que consideraron las acciones de RSE como oportunidades económicas, es decir, como una inversión en vez de un gasto. (Drucker, 1984).

Sin embargo, autores como Freeman (1984) argumentaron que la gestión empresarial debe estar orientada a beneficiar los grupos de interés (Stakeholders), pues son los que hacen parte del desarrollo de la actividad de la empresa. Los grupos de interés hacen parte de la empresa y viceversa.

A demás describe y recomienda métodos a través de los cuales la empresa puede tener en cuenta los intereses de esos grupos, entre los cuales menciona: clientes, competencia, defensores de consumidores, agrupaciones profesionales, medios de comunicación, ambientalistas, proveedores, gobierno, comunidad y empresarios.

Desde el punto de vista del desempeño social Wartick y Cochran (1985) reconfiguran los principios de la Responsabilidad Social enfatizando los procesos de sensibilización y el desarrollo de políticas para la problemática social.

La Organización de las Naciones Unidas – ONU, una de las organizaciones internacionales con mayor intervención en temas sobre RSE, ha presentado diversas iniciativas para el desarrollo de prácticas de RSE.

La ONU (1987) elaboró el informe de la comisión mundial sobre medio ambiente y desarrollo, mejor conocido como el Informe de Brundtland; que hace referencia principalmente al desarrollo sostenible definido como las acciones orientadas a aprovechar los recursos que satisfacen las necesidades de las actuales generaciones sin comprometer a las futuras generaciones. Sin embargo, el propósito del desarrollo sostenible no es solo cuidar el medio ambiente, si no mejorar la calidad de vida de la población, por ende, el crecimiento económico está sujeto al establecimiento de políticas que contribuyan a sostener el medio ambiente, proporcionando por ejemplo alivio a la pobreza que existe en gran parte de los países en desarrollo.

La Satisfacción de las necesidades esenciales exige no solo una nueva era de crecimiento económico para las naciones donde los pobres constituyen la mayoría, sino la garantía de que estos pobres recibirán la parte que les corresponde de los recursos necesarios para sostener ese crecimiento. El desarrollo sostenible no es un estado de armonía fijo, sino un proceso de cambio por el que el aprovechamiento de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación de los progresos tecnológicos y la modificación de las instituciones se

vuelven acordes con las necesidades presentes también como las futuras (ONU, 1987).

A partir de la década de los noventa la responsabilidad social ya no se consideraba como un hecho aislado dentro de la empresa, por el contrario, debía estar inmersa en las diferentes áreas de la organización, García (como se citó en Carroll, 1979) menciona que después de determinar por primera vez las responsabilidades de la empresa en tres: económicas, legales, éticas y filantrópicas, resaltando que la ética y la filantropía son voluntarias, desarrolló en 1991 la teoría de la pirámide con la cual complementó las responsabilidades de la empresa así: Económica (Generadora de utilidades), legal (cumplimiento de las Leyes), ética (Ser ético) y Filantrópica (Buen Ciudadano Corporativo).

La ONU, (1992) promulgó la declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo con el objetivo de promover el desarrollo sostenible a través de acuerdos internacionales, donde se proclamaron 27 principios de los cuales cinco (5) abordan el tema de la RSE así:

Principio 1. Centra a los seres humanos como la principal preocupación en el desarrollo sostenible.

Principio 3. El desarrollo socioeconómico debe ir ligado a responder de manera equitativa las necesidades de desarrollo ambientales de las generaciones presentes y futuras.

Principio 4. Las acciones de protección del medio ambiente deben abordarse de manera integral para poder obtener el desarrollo sostenible y no debe considerarse en forma separadas.

Principio 5. Tanto las personas como el Estado deben contribuir en la reducción de la pobreza con el propósito de reducir las brechas en los niveles de vida para mejorar las condiciones y calidad de vida de la población mundial.

Principio 8. A través de nuevas formas de producción y consumo sostenible los Estados deben fomentar políticas demográficas apropiadas para para mejorar la calidad de vida de todas las personas y alcanzar el desarrollo sostenible.

Drucker (1996) complementa lo mencionado por Freeman en la década de los 80, afirmando que “Cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque” (p.83).

Elkington (1997) menciona que la empresa se puede considerar como una institución para la prosperidad económica, la equidad social y la protección del medio ambiente, es decir, que la empresa para ser sostenible en el largo plazo, debe mostrar una actuación socialmente responsable que equilibre los resultados positivos (creando valor), tanto económico como social y medioambiental.

En coherencia con esta misma tendencia de RS dentro de la organización y sus grupos de interés, surge el termino de ciudadanía corporativa, la cual es definida por Rahman (como se citó en McIntosh, 1998) como la relación entre la empresa y la sociedad basada en el concepto de derechos, que por lo tanto implica

también deberes, quienes además establecieron los 5 principios de la ciudadanía corporativa: Empresa – política internacional (empresa, gobierno y sociedad civil), Empresa – individuos, Empresa – sociedad, Empresa – personas y planeta y Empresa – comunidad.

El Pacto Global, iniciativa de RSE de la ONU (1999) inició con la participación de más 130 países aproximadamente, desarrollando diez (10) principios aplicadas en cuatro (4) áreas como lo son: derechos humanos, medio ambiente, estándares laborales y anticorrupción, con el propósito de que las empresas adheridas al pacto implementen estrategias de gestión que aporten a la solución de problemas sociales, económicos y medio ambientales.

ONU (2015) Como quiera que el concepto de desarrollo ha cambiado a lo largo de los años siendo el bienestar de las personas uno de los principales objetivos; fomentar la prosperidad y las oportunidades económicas, un mayor bienestar social y la protección del medio ambiente, es el mejor camino para mejorar la vida de la población.

Porter y Kramer (2002) en el artículo *The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*, se refieren a la RSE como una Filantropía estratégica, afirman que las empresas no pueden funcionar aisladas de la sociedad que las rodea, porque para que puedan ser competitivas necesitan incursionar en una sociedad saludable. Hablan sobre la convergencia que hay entre sociedad y economía, debido a la posibilidad que tiene la Filantropía estratégica de influenciar en aspectos que llevan a la empresa a ser competitivas y productivas,

como lo son: trabajadores educados, motivados, saludables, procesos administrativos transparentes y eficiente y un medio ambiente sano, el cual no solo beneficia a la sociedad sino también a la empresa.

La RSE es un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Esta estrategia aplicada a la toma de decisiones y las operaciones de las empresas aumenta el valor agregado y de esa manera mejora su competitividad, (Banco Interamericano de Desarrollo - BID, 2003).

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2004) en su artículo Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial, define la RSE como una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente.

Para Porter y Kramer (2006), “la RSE dista de representar un costo para la empresa, una restricción o un acto de caridad y se traduce como una fuente de oportunidades de innovación y de ventaja competitiva”. Ellos afirman que un negocio que persiga sus fines a expensas de la sociedad en la que opera encontrará que su éxito es ilusorio y temporal. Esta concepción tiene mucho que ver que la idea expuesta sobre la importancia de que las empresas operen en un

ambiente social sano, dado a que de este depende que el ciclo de vida del negocio perdure a través del tiempo.

La Organización Internacional del Trabajo – OIT (2007), en la conferencia Internacional del Trabajo, la promoción de empresas sostenibles: El sector privado desempeña un papel importante debido a que constituye el primer recurso para enfrentar el desarrollo a través de la generación de empleo. Todas las empresas configuran y hacen parte de la sociedad en las que actúan. Para promover empresas sostenibles es preciso fortalecer las instituciones y los sistemas de gobernanza que enmarcan la actividad empresarial, para que haya mercados sólidos y eficaces, a través de la combinación de recursos financieros y naturales para promover la innovación y el aumento de la productividad en el talento humano.

El alcance del concepto de desarrollo sostenible no es solamente medioambiental, implica la articulación o integración de los tres pilares del desarrollo: económico, social y medioambiental. La dimensión social consiste en la promoción y fomento de sociedades donde se promuevan, protejan y garanticen los derechos fundamentales del ser humano y la defensa y promoción de los derechos de las minorías; condición esencial de sociedades igualitarias, donde el estado es el principal garante para el ciudadano.

Por su parte, Torres (2006) afirma en su artículo Retos para la Responsabilidad Social Empresarial, “que la gestión empresarial exige menos retórica y un mayor compromiso con las acciones de RSE” (p.4). En este enfoque y con el fin de facilitar la orientación y direccionamiento de las empresas hacia la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, organismos como la ONU a través del Pacto Global, la OIT, GRI, ISO 26000 y demás organizaciones internacionales han orientado sus esfuerzos por establecer lineamientos o

guías de responsabilidad social que le permitan a las empresas la implementación de la RSE de modo sostenible, no solo con el propósito de generar beneficios a las organizaciones, sino también, para producir un impacto positivo en la sociedad con estas acciones.

Rincón y Díaz (2009) en el proyecto de investigación, Diagnóstico y creación de un modelo de gestión basado en la Responsabilidad Social Empresarial aplicado a la empresa Marval S.A. identificaron las siguientes tendencias:

- La creación de valores sociales influye en la cultura empresarial.
- Una sociedad más consciente del rol que desempeñan las empresas obliga a estas últimas a replantear sus estrategias de manera que aporten al desarrollo de la sociedad y consecuentemente mejoran las posibilidades de comercialización y ganancias, así como la imagen corporativa.
- El creciente impulso generado por jóvenes empresarios quienes implementan la RSE incentiva la creación de capital e inversión social.
- Para convertir las acciones tenga credibilidad en la sociedad se necesita compromiso del Estado y la empresa y que el talento humano asuma ese rol con respeto y ética. (p.25).

La norma ISO 26000, (2010) en la definición de la RSE establece que una organización socialmente responsable debe asumir el compromiso de atenuar o mitigar los impactos que sus decisiones y actividades ocasionen a la sociedad y al medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad, tomando



en consideración las expectativas de las partes interesadas, cumpliendo con la legislación aplicable, siendo coherente con la normativa internacional e integrando a toda la organización en el desarrollo de las prácticas y sus relaciones (p.4).

Muchas organizaciones generan informes que las promocionan como socialmente responsables, pero están muy lejos de convertirse en empresas realmente sensibles en favorecer a los grupos de intereses que la conforman o en contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente.

El reto para impulsar la RSE comienza por reconocer que el propósito de la acción es contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los Stakeholders y que como resultado de una buena ejecución de estas estrategias la empresa pueda instalarse en el mercado global, mejorar la rentabilidad y sustentabilidad a largo plazo y mejorar la eficiencia del talento humano de la empresa. (Cano, 2011, p. 175)

Uno de los objetivos centrales de las organizaciones es la pervivencia y presencia en el mercado de manera competitiva, una forma de lograr este propósito para la empresa es atender de manera adecuada las expectativas de sus Stakeholders, contribuyendo en su desarrollo y la consolidación de su capital social.

Porter y Kramer (2011) exponen diversas teorías sobre la RSE entre ellas la del Valor compartido que significa desarrollar políticas y prácticas corporativas que mejoren la competitividad de la empresa y al mismo tiempo favorezcan el mejoramiento de las condiciones sociales y económicas de las comunidades en las que opera, en este contexto cuando una empresa ejerce el valor compartido sus decisiones benefician tanto a la empresa como a la sociedad.

En este mismo sentido, las empresas deben ser conscientes que la RSE no debe solo centrarse en enfrentar los problemas sociales del presente, sino que también es importante actuar en la intervención de los impactos y efectos del futuro.

Las empresas deben focalizar sus acciones en los temas relacionados con su objeto misional debido a que no pueden resolver todos los problemas de la sociedad y asumir el costo de hacerlo. Cada empresa debe seleccionar los problemas relacionados con su negocio en particular.

Según Porter y Kramer (2011), existen tres (3) categorías de problemas sociales clasificados por unidad de negocio, ubicación e impacto potencial, estos son: “Problema social general, impacto en la cadena de valor, problema de contexto competitivo”.

Según Porter (2011), las acciones de RSE deben evolucionar a las acciones de “Integración Social Corporativa”, gestionadas por las ONG, los gobiernos y las empresas en el marco de la estrategia del valor compartido que requerirá un pensamiento muy diferente en la forma de hacer negocios.

Para Boatright la RSE es “la decisión voluntaria de asumir responsabilidades económicas y legales por la empresa, de manera implícita, renunciando a ciertas medidas de las ganancias para alcanzar fines no económicos”. Boatright (citado en Abreu, 2012).

La Responsabilidad Social Empresarial como parte de la estrategia de gestión es una herramienta que las organizaciones deben utilizar para generar diferenciación y competitividad, construyendo una relación filantrópica entre el mercado y la sociedad. Esto ayuda a producir una reacción positiva y un efecto imitador en el sector económico donde se aplica. (Henaó, 2013).

Emmanuel Julien (2014) señala en su artículo, Los Gobiernos y la RSE, escrito para la Organización Internacional del Trabajo - OIT, hace referencia a “la importancia que tiene para los Gobiernos generar políticas y leyes especiales que promuevan en las empresas comportamientos responsables y a su vez menciona cómo las empresas comprenden los beneficios que produce incorporar en sus planes estratégicos conductas socialmente responsables”. (p.2).

Medina, A y Severino P (2014) en su artículo Responsabilidad Empresarial Generación de Capital Social de las Empresas, plantea cómo “la estrategia institucional se relaciona con el papel de la compañía en la comunidad, lo que implica no solamente cumplir con la responsabilidad económica sino también con la responsabilidad legal, ética y discrecional” (p.2).

La Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad se ha convertido en la piedra angular para el desarrollo de un modelo de gestión social; es considerada un paradigma y estrategia de éxito en los negocios que proyectan estructurar dentro de los modelos estratégicos de las empresas, incluyendo técnicas de mercadeo social como filosofía de gestión en la búsqueda del crecimiento sostenible.

Benito y Esteban (citado en Espitia 2015), estudian el cómo “las redes de cooperación pueden ser un elemento para incentivar a una microempresa al poner en marcha políticas de RSE, fortaleciendo el grado de desarrollo de su capital relacional y estructural”.

Para llevar a cabo toda actividad que contribuya a la implementación de la RSE en las organizaciones el talento humano juega un papel fundamental, se necesita que haya sentido de pertenencia de los empleados de la empresa y que orienten sus acciones desde la solidaridad y la confianza para alcanzar un desarrollo sustentable y sostenible a largo plazo de la empresa.

Por ello se hace necesario generar al interior de la organización una cultura basada en la confianza, la solidaridad, la ética, los valores, la reputación y el compromiso de los empleados y demás individuos partícipes de la organización; de lo contrario llevar a cabo la tarea de ser empresa Socialmente Responsables será una tarea difícil. (Molero, G.2016, p. 48)

#### 4.1.2 Proceso histórico de la evolución y desarrollo de la Responsabilidad Social

##### Empresarial.

La siguiente tabla incluye una relación de pensadores y autores que en sus escritos han señalado el camino por el que han evolucionado las acciones que hoy son caracterizadas como Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla 2

*Evolución y desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial*

<b>EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>		
<b>PERIODO</b>	<b>AUTOR</b>	<b>ENFOQUE</b>
Siglo VI A.C.	Zaratustra	Hacer el bien a través del libre albedrío.
1776	Smith	La vida económica y social no puede separarse.
1953	Bowen, H.R.	La RSE es un medio viable para mejorar problemas económicos y alcanzar objetivos económicos.
1954	Drucke	La empresa es un órgano de la sociedad y deber tener en cuenta el impacto de su gestión en la sociedad.
1956	Eells	Las contribuciones (donaciones) como un instrumento de las empresas.
1957	Heald	Compromiso empresarial con la sociedad.
1959	Selekman	Filosofía moral en la toma de decisiones. Empresa y los grupos de interés.
1960	Davis	La Ley de Hierro, de acuerdo al poder y reconocimiento social es la responsabilidad social de los empresarios.
1963	McGuire	La empresa no solo tiene obligaciones económicas y legales, sino también hacia la sociedad.
1967	Walton	La relación entre la empresa y la sociedad debe ser tenida en cuenta, tanto como por los altos directivos como por los grupos con ella relacionados para alcanzar sus respectivos objetivos.
1972	Manne & Wallich	La RSE es de carácter voluntario y no esta encausada por la generosidad individual, por el contrario, es un gasto corriente.

---

**EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**


---

<b>PERIODO</b>	<b>AUTOR</b>	<b>ENFOQUE</b>
1973	Davis	La responsabilidad social va más allá de los requisitos de ley.
1974	Eells & Walton	El papel de las empresas es el apoyar y mejorar el orden social.
1975	Davis & Blomstrom	Obligación empresarial de adoptar medidas para proteger y mejorar el bienestar de la sociedad.
1979	Carrol	Cuatro dimensiones de la RSE: económicas, legales, éticas y filantrópicas. RSE debe ser adoptada voluntariamente y debe incluir como stakeholders a otros grupos sociales como clientes, empleados, proveedores y comunidad.
1980	Jones	Rentabilidad y Responsabilidad: Las actuaciones socialmente responsables pueden ser oportunidades de negocio.
1984	Drucker	Teoría sobre los grupos de interés.
1984	Freeman	Se debe enfatizar el componente ético de la RSE.
1985	Wartick & Cochran	Configuración de los principios de RSE: Conciencia social es un conjunto de procesos y Gestión social es un conjunto de políticas.
1987	Informe de Brundtland- Organización de las Naciones Unidas - ONU	Desarrollo Sostenible, satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de las futuras generaciones.
1991	Carroll	Pirámide de la RSE – Dimensiones: Económica (Generar utilidades), legal (cumplir la Ley), ética (Ser ético) y Filantrópica (Buen Ciudadano Corporativo).

---

---

**EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL**


---

<b>PERIODO</b>	<b>AUTOR</b>	<b>ENFOQUE</b>
1992	Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo - ONU	Ejercer el desarrollo sostenible respondiendo equitativamente a las necesidades de desarrollo ambientales de generaciones presentes y futuras. La finalidad de las organizaciones en el bienestar social, siendo este el punto central en la elaboración de un código ético.
1994	Cortina	Cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga sobre los grupos de interés. La RS consiste en asumir voluntariamente las consecuencias sociales y medio ambientales de la empresa.
1996	Drucker	Triple Línea: Responsabilidad Social (Personas), Responsabilidad ambiental (Planeta) y Responsabilidad Económica (Beneficio).
1996	Cortina	Nueva teoría de identificación de los grupos de interés con base en tres variables: Poder (de influir en la empresa), legitimidad (en las relaciones de los grupos de interés con la empresa) y urgencia (de las demandas de los grupos de interés a la empresa).
1997	Elkington	Establecen los cinco principios para una ciudadanía corporativa. La RSE, es un contrato entre empresa y sociedad. La comunidad otorga a la empresa una licencia para operar, a cambio, las empresas retornan un comportamiento aceptable.
1997	Mitchel, Agle & Wood	Pacto Global. Adopción de principio y valores que buscan fomentar la prosperidad y las oportunidades económicas, mayor bienestar social y protección del medio ambiente. Es la iniciativa de ciudadanía Corporativa más grande del mundo.
1998	Mcintosh, Leipziger, Jones & Coleman, G	
1999	Woodward-Clyde	
1999	ONU	

---

<b>EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>		
<b>PERIODO</b>	<b>AUTOR</b>	<b>ENFOQUE</b>
2001	Lantos	Tres Tipos de RSE: éticos (Empresas moralmente Responsables), altruistas (voluntariamente Verdadera) y estratégica (compromiso de actividades de servicio a la comunidad que logren los objetivos estratégicos del negocio).
2002	Porter, M y Kramer, M.	Filantropía estratégica. La RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de objetivos sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con el resto de actores implicados.
2002	Comisión Europea	Inteligencia social como una competencia para hacer RSE.
2003	Schvarstein	Conjunto de políticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas las comunidades.
2003	Banco Interamericano de Desarrollo - BID	La RS es un acto libre y voluntario donde la empresa tiene su desarrollo y los intereses de los grupos de interés.
2003	Araque & Montero	Sistematización de las teorías de RSE: Teorías instrumentales, Teorías Políticas, Teorías Integradoras y Teorías Éticas.
2004	Garriaga & Melé	Incorporar las estrategias y políticas de Ciudadanía Corporativa dentro del proceso general de gestión de las organizaciones y sus públicos de interés.
2004	Waddock	Hacer negocios tomando en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de acción empresarial.
2004	Comisión Económica para America Latina y el Caribe - CEPAL	Valor compartido.
2006	Porter, M y Kramer, M.	Fortalecer instituciones para que haya mercados sólidos y poder garantizar recursos financieros y naturales se combinen de manera equitativa y eficiente con el fin de promover la innovación y el aumento de la productividad.
2007	Organización Internacional del Trabajo	



<b>EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>		
<b>PERIODO</b>	<b>AUTOR</b>	<b>ENFOQUE</b>
2010	Raufflet	Refiere desde un contexto histórico la evolución del concepto de RSE en cuatro etapas: Responsabilidad Social Inducida, Responsabilidad Social Enmarcada, Responsabilidad Social Obligatoria y Responsabilidad Social Voluntaria.
2010	ISO 26000	Compromiso de la organización en conocer los impactos de sus decisiones sobre la sociedad y medio ambiente, dando respuesta a través de comportamientos éticos.
2011	Porter, M.	Integración social corporativa.
2012	Boatright, J.R.	La RSE es una decisión voluntaria de responsabilidades económicas y legales de la empresa.

Fuente: Basada en Prácticas de responsabilidad social fundamento de la transición hacia a un modelo de sostenibilidad en Cementos Argos en el periodo 2005-2013. (Citado Jaramillo, 2015).

## 4.2 Marco jurídico

Dentro del marco jurídico se encuentra la regulación ambiental y de seguridad en el trabajo:

Tabla 3  
*Marco legal*

<b>NORMA</b>	<b>AÑO</b>	<b>RESUELVE</b>
Decreto - Ley 376	1957	Por el cual se dictan normas sobre pesca en aguas colombianas.
Ley 23	1973	Por la cual se conceden facultades extraordinarias al presidente de la República para expedir el Código de Recursos Naturales y protección al medio ambiente y se dictan otras disposiciones.
Decreto - Ley 2811	1974	Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.
Decreto 877	1976	Por el cual se señalan prioridades referentes a los diversos usos del recurso forestal, a su aprovechamiento y al otorgamiento de permisos y concesiones y se dictan otras disposiciones.
Decreto 1681	1978	Por el cual se reglamentan la parte X del libro II del Decreto Ley 2811 de 1974 que trata de los recursos hidrobiológicos, y parcialmente la Ley 23 de 1973 y el Decreto Ley 376 de 1957.
Ley 09	1979	Por lo cual se dictan medidas sanitarias.
Decreto 1874	1979	Por el cual se crea el Cuerpo de Guardacostas y se dictan otras disposiciones.
Decreto 02	1982	Por el cual se reglamentan parcialmente el Título I de la Ley 09 de 1979 y el Decreto Ley 2811 de 1974, en cuanto a emisiones atmosféricas.
Ley 50	1990	Por la cual se introducen reformas al Código Sustantivo del Trabajo y se dictan otras disposiciones.
Ley 99	1993	Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones.
Documento CONPES 2750	1994	Políticas sobre manejo de residuos sólidos.
Resolución 0189	1994	Regulación para impedir la entrada de residuos peligrosos al territorio nacional.

<b>NORMA</b>	<b>AÑO</b>	<b>RESUELVE</b>
Decreto 1753	1994	Por el cual se reglamentan parcialmente los Títulos VIII y XII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales.
Decreto 948	1995	Por el cual se reglamentan, parcialmente, la Ley 23 de 1973, los artículos 33, 73, 74, 75 y 76 del Decreto - Ley 2811 de 1974; los artículos 41, 42, 43, 44, 45, 48 y 49 de la Ley 9 de 1979; y la Ley 99 de 1993, en relación con la prevención y control de la contaminación atmosférica y la protección de la calidad del aire.
Ley 430	1998	Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental referentes a los desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones.
Ley 590	2000	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
Ley 685	2001	Por la cual se expide el Código de Minas y se dictan otras disposiciones.
Ley 697	2001	Mediante la cual se fomenta el uso racional y eficiente de la energía, se promueve la utilización de energías alternativas y se dictan otras disposiciones.
Ley 789	2002	Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.
Ley 905	2004	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de las micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
Ley 1014	2006	De fomento a la cultura del emprendimiento.
Ley 1111	2006	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de las micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.
Ley 1124	2007	Por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Administrador Ambiental.
Decreto 1299	2008	Por el cual se reglamenta el departamento de gestión ambiental de las empresas a nivel industrial y se dictan otras disposiciones.
Ley 1333	2009	Por la cual se establece el procedimiento sancionatorio ambiental y se dictan otras disposiciones.
ISO 26000	2010	Guía de Responsabilidad social, proporciona orientación sobre la implantación de medidas de RSE aplicable a todo tipo de organizaciones.
Ley 1429	2010	Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.

Fuente: Elaboración Propia.

## **5. Diseño metodológico**

### **5.1 Tipo de estudio**

Para el desarrollo de esta investigación se llevará a cabo un estudio de tipo exploratorio y descriptivo, exploratorio debido a que en Buenaventura no se han desarrollado estudios de esta índole, y descriptivo, dado que permite analizar e interpretar las características fundamentales de la realidad empresarial, enfocada en la gestión de los procesos hacia la Responsabilidad Social, teniendo como objeto de estudio las Pymes en Buenaventura.

Esta investigación se puede considerar como un estudio de carácter descriptivo ya que se van a identificar propiedades y características propias de una comunidad en un espacio de tiempo claramente definido. Hernández, Fernández y Baptista (2003).

La investigación se realizará en tres fases, en la primera se desarrollará el diagnóstico preliminar, en la segunda se efectuará un análisis a la evaluación efectuada para precisar el alcance y magnitud de la investigación y en la tercera se formulará el modelo de RSE.

### **5.2 Método**

Para el logro de los objetivos se utilizará el método cuantitativo, dado a que se aplicaran encuestas donde se permita caracterizar las prácticas de RSE que actualmente aplican las pymes en el distrito de Buenaventura. Los resultados de las encuestas se analizarán a través de herramientas de estadística descriptiva (método deductivo) y estadística Inferencial (método Inductivo). Adicionalmente se realizarán una serie de entrevistas que permitan conocer de un sector representativo de los grupos de interés afectado por las intervenciones de RSE implementadas en el territorio por las Pymes los efectos que hayan ocasionado dichas intervenciones en estos.

### **5.3 Fuentes y técnicas de recolección de información**

#### **5.3.1 Fuentes primarias.**

La presente investigación tiene como fuente primaria de información la obtenida directamente a través de encuestas y entrevistas realizadas a las Pymes en Buenaventura.

La información capturada a través de las encuestas y entrevistas será procesada y sistematizada para elaborar el diagnóstico situacional que evidencie las prácticas de responsabilidad social empresarial desarrolladas últimamente por las Pymes en Buenaventura. Las encuestas y entrevistas serán procesadas en el paquete estadístico SPSS versión 25.5 en español, realizando un análisis estadístico de tipo descriptivo.

Este diagnóstico será analizado en tres momentos:

Momento uno: Captura de información a través de encuestas y entrevistas

Momento dos: Análisis estadístico e inferencial de los datos recolectados en las encuestas de campo y las entrevistas

Momento tres: Con los resultados de las encuestas de campo y las entrevistas, se tendrán los elementos esenciales para definir la propuesta del modelo de RSE que permita a las pymes su aplicación en el entorno social y económico de Buenaventura.

#### **5.3.2 Fuentes secundarias**

Entre las fuentes secundarias utilizadas en esta investigación para la obtención de la información serán: Normatividad vigente, tesis escritas, sitios web, libros, proyectos, publicaciones, textos, artículos, documentos, manuales y guías sobre Responsabilidad Social Empresarial que sirven como fundamento teórico para sustentar la investigación.

## 5.4 Diseño muestreo y tamaño de muestra

### 5.4.1 Población meta.

La población de interés en el presente proyecto corresponde a las pymes de Buenaventura clasificadas como pequeñas y medianas empresas. Según información de la cámara de comercio de Buenaventura, al respecto se tiene la siguiente información:

Tabla 4  
*Número de pequeñas y medianas empresas en Buenaventura*

Tipo empresa	Número empresas
Pequeñas	446
Medianas	50
Total	496

Fuente: Datos obtenidos de la Cámara de comercio, Agosto 10 del 2018. Elaboración propia.

### 5.4.2 Tamaño de muestra.

Para la aplicación de las encuestas se utilizará un muestreo estratificado con afijación proporcional óptimo, se utilizará la fórmula para variable cualitativa en población finita, a saber:

$$n = \frac{NZ^2 PQ}{(N - 1) \epsilon^2 + Z^2 PQ}$$

n: tamaño de muestra

N: Tamaño población

Z.: Valor tabulado tabla normal según nivel de confiabilidad (confianza 92.5%, Z= 1,78)

P: Proporción poblacional que tienen la característica de interés (en este caso, proporción de pymes interesadas en la RSE) P = 0,5 (muestreo óptimo)

(Generalmente se toma P=0,5 y Q=0,5 para calcular el tamaño de muestra óptimo)

Q: 1-P Proporción poblacional que no están interesados en la RSE

€: Margen de error (error máximo permitido en la estimación del parámetro de interés a estimar con la muestra) (E = 6% = 0.06)

$$n = \frac{496(1,78)^2 (0.5)(0.5)}{(496 - 1)0.06^2 + (1.78)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 153$$

Estratificando la muestra global, los tamaños de muestra seria:

Tabla 5  
*Estratificación de la muestra*

Tamaño Empresa	Total	muestra
Pequeñas	446	138
Medianas	50	15
Total	496	153

Fuente: Datos obtenidos de la Cámara de comercio, Agosto 10 del 2018. Elaboración propia

### 5.5 Actividades o fases de la investigación

A continuación, se encuentra relacionado el procedimiento a desarrollar para alcanzar los objetivos de la investigación.

- Recolección de la Información - (Fuentes Primarias y Secundarias)
- Procesamiento de la información.
- Sistematización de la información
- Análisis de la información.
- Establecimiento de los aspectos relevantes de la investigación.
- Conclusiones

- Propuesta modelo de Responsabilidad Social Empresarial de fácil implementación por las Pymes.



## 6. Desarrollo de la investigación

### 6.1. Caracterización de las prácticas de responsabilidad social empresarial en las Pymes del distrito de Buenaventura

Las pequeñas y medianas empresas juegan un papel relevante en la economía del distrito de Buenaventura y en general aportan en el desempeño de los indicadores de desarrollo para el Valle del Cauca, pues son generadoras activas de empleo y de riqueza para la región, y dinamizan la economía de una ciudad que busca posicionarse con fuerza en el contexto departamental y nacional.

El siguiente documento muestra los resultados obtenidos a partir de la realización de una investigación aplicada a las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del distrito de Buenaventura. A continuación, se muestran los resultados discriminados a partir de las preguntas realizadas en la encuesta (ver anexos).

#### 6.1.1 El tamaño de las empresas.

Se determina su rango de acción y su relevancia en el contexto general del sector en el distrito de Buenaventura, por tanto, identificar la cantidad y el porcentaje asociados nos brinda un espectro más claro partiendo del número de encuestas realizadas.

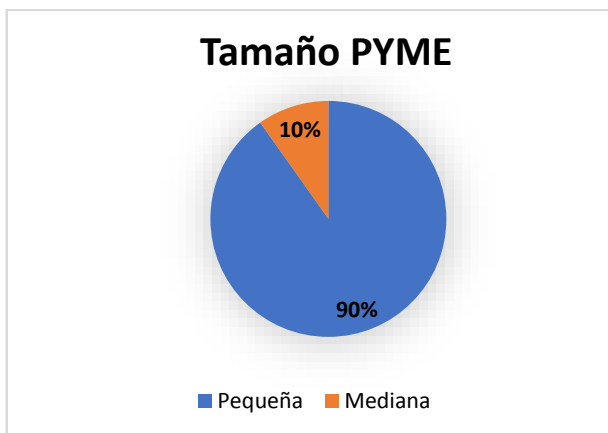
Tabla 6

*Cantidad de Pymes Encuestadas en Buenaventura por Tamaño.*

	Frecuencia	Porcentaje
Pequeña	138	90,2
Mediana	15	9,8
Total	153	100,0

Fuente: Elaboración Propia, 30 Enero del 2019.

De un total de 153 empresas que se aplicaron, fueron 138 empresas, correspondiente al 90.2% de las empresas encuestadas pertenecen al sector de la pequeña empresa, mientras que 15 empresas que corresponden al 9.8% pertenecen al sector de la mediana empresa.



*Figura 1.* Tamaño Pyme.

Fuente: Elaboración propia

El gráfico muestra una relevancia de las pequeñas empresas en el distrito de Buenaventura lo cual nos plantea una situación positiva en cuanto a la generación de programas de emprendimiento y creación de buenas prácticas de Responsabilidad social empresarial (RSE).

### 6.1.2 Sectores económicos.

Los sectores económicos a los que pertenecen las empresas nos aportan información acerca de la distribución de las Pymes dependiendo del renglón económico productivo donde se ubique.

Tabla 7

*Sector al que pertenece.*

	Frecuencia	Porcentaje
Servicios	72	47,1
Industria	4	2,6
Comercio	44	28,8

Tecnologías	1	0,7
Transporte	8	5,2
Educación	7	4,6
Construcción	17	11,1
Total	153	100,0

Fuente: Elaboración Propia.

En la tabla aparecen los sectores en los cuales se ubicaron las empresas encuestadas, el sector de servicios es en el que se ubica el mayor número de empresas con un porcentaje del 47.1 %, seguido por el sector de comercio 28.8% y el sector de la construcción con un 11.1% en el siguiente grafico se muestra esta relación:



Figura 2. Sectores económicos en donde se ubican las Pymes.

Fuente: Elaboración propia

En este grafico podemos observar la importancia del sector servicios en el distrito de Buenaventura, esto debido al dinamismo que proporciona el puerto y su alta demanda de servicios, y actividades comerciales derivadas del flujo propio de una ciudad portuaria. No obstante, cabe destacar la baja participación de empresas de tecnologías y de industria.

### 6.1.3 Conceptos de RSE.

Ante la pregunta ¿Cuál de los siguientes términos según su concepto es el que más se acerca a lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron siguientes, expresados en el siguiente gráfico:

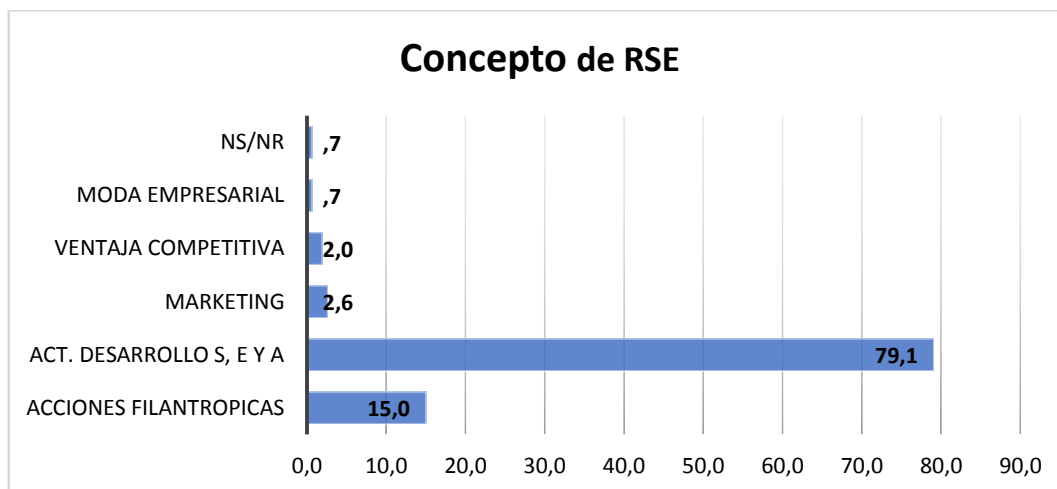
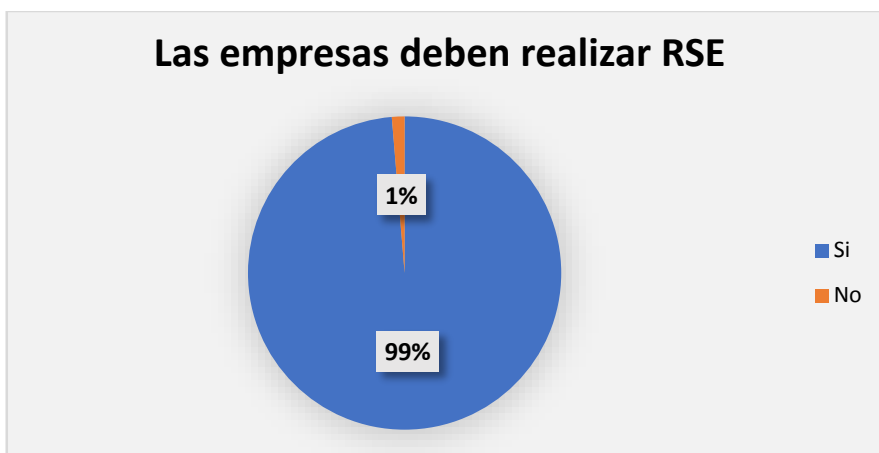


Figura 3. Conceptos más cercanos a lo que significa RSE.

Fuente: Elaboración propia

El gráfico nos muestra una alta tendencia de las empresas encuestadas a considerar que la RSE son actividades orientadas al desarrollo social, económico y ambiental, seguido de considerar que el concepto de responsabilidad social empresarial esté ligado a actividades filantrópicas, cabe destacar otras respuestas que sitúan el concepto ligado al marketing o una moda empresarial.

Ante la pregunta ¿Cree usted que las empresas deben realizar acciones de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron bastante contundentes, a continuación, se describen en el siguiente gráfico:

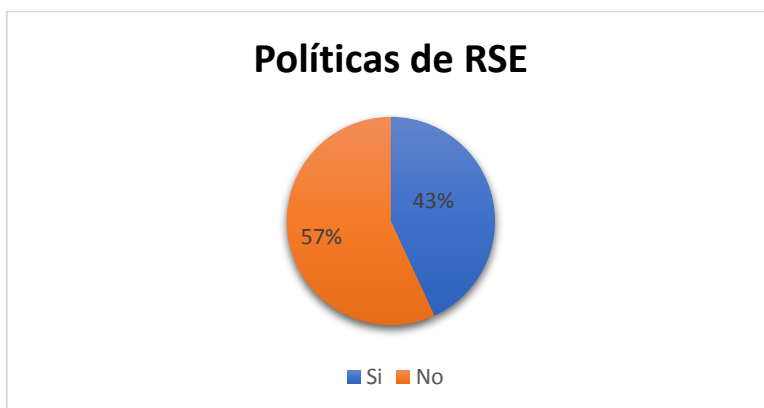


*Figura 4.* Pertinencia de las empresas a realizar acciones de RSE.

Fuente: Elaboración propia

Los resultados de este gráfico muestran el alto compromiso de las empresas encuestadas con la realización de prácticas de RSE. Esto evidencia el impacto positivo que estas investigaciones pueden dar y aportar a la economía y a las empresas en el distrito de Buenaventura, proporcionando herramientas de análisis y ejecución de prácticas de RSE a distintos niveles.

Ante la pregunta ¿La empresa tiene políticas de gestión orientadas a la Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron obtenidos a partir del número de empresas que aplicaron.

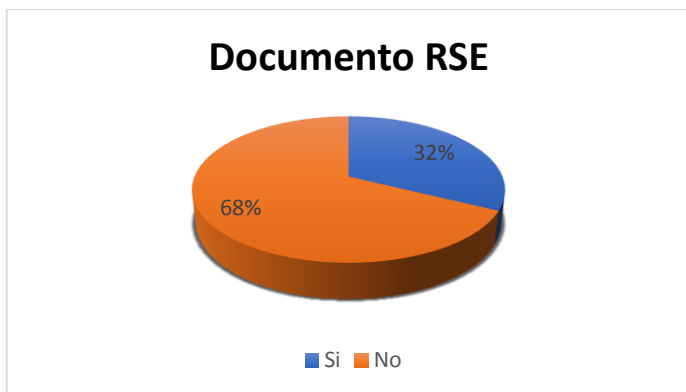


*Figura 5.* Políticas orientadas a la RSE.

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que la mayoría de las empresas no adopta políticas que vayan orientadas hacia las prácticas de RSE, sin embargo, el margen de diferencia con respecto a las empresas que si lo realizan es muy pequeño. Se podría decir que la mitad de las empresas encuestadas si aplican las políticas RSE mientras que la otra mitad no las aplica quizás por desconocimiento o por la falta de gestión e información al momento de realizar estas acciones.

A la pregunta ¿La Política de Responsabilidad Social Empresarial que posee la empresa está formulada en un documento estructurado?, los resultados fueron los siguientes:

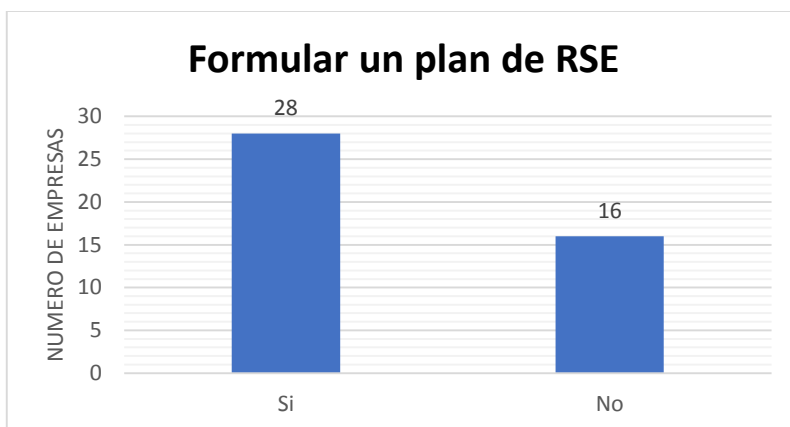


*Figura 6.* Políticas de RSE expresadas en documento.

Fuente: Elaboración propia.

El gráfico nos muestra que la mayoría de las empresas (un 68%) no muestran o expresan las políticas de responsabilidad social empresarial mediante un documento estructurado, lo cual evidencia un buen camino y una organización adecuada al momento de establecer parámetros y lineamientos normativos de RSE.

Siguiendo con lo anterior, ante la pregunta: Si respondió NO, ¿Estaría dispuesto a formular un plan de gestión de la Política de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:



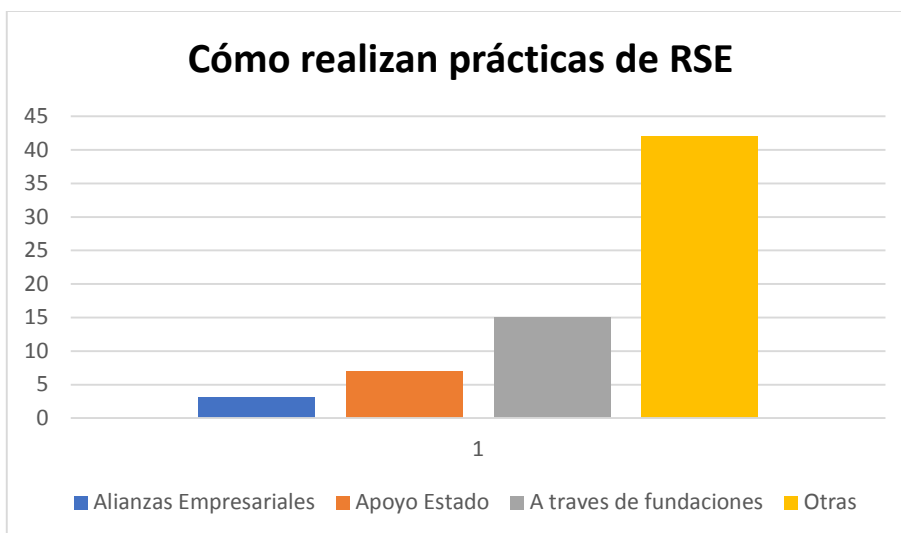
*Figura 7.* Disposición de las empresas a formular una Política de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran una receptividad ante la disposición de realizar políticas de RSE, sin embargo, no es una tendencia contundente, ya que un número de empresas no estarían dispuestos a realizar una política de RSE. Lo anterior podría evidenciar un desconocimiento o una falta de capacitación para formular una política adecuada a las necesidades de cada empresa.

A la pregunta ¿Cómo realiza las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:



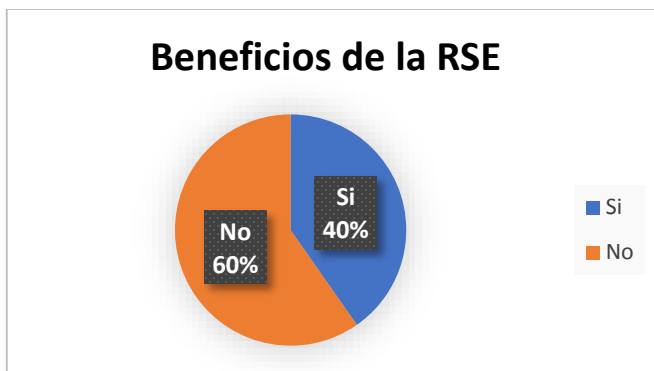


*Figura 8. Cómo realiza prácticas de RSE.*

Fuente: Elaboración propia.

EL grafico nos muestra una tendencia alta a considerar otras opciones, como iniciativa de la empresa, al momento de realizar prácticas de RSE seguido de la opción a través de fundaciones. También cabe destacar la baja participación de la opción alianzas empresariales al momento de realizar las prácticas empresariales.

A la pregunta ¿Conoce los beneficios de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:



*Figura 9.* Beneficios de la RSE.

Fuente: Elaboración propia.

El gráfico nos muestra que la mayoría de las empresas que aplicaron a esta encuesta no conocen los beneficios de la RSE con un porcentaje del 60% contra un 40% que si conocen los beneficios. Esto evidencia que, si bien hay un conocimiento más o menos claro sobre la RSE, las empresas desconocen en términos prácticos la aplicación y los posibles beneficios que trae la implementación de la RSE a sus empresas.

A la pregunta Si respondió NO, ¿Estaría dispuesto a mejorar los conocimientos sobre los beneficios de desarrollar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:

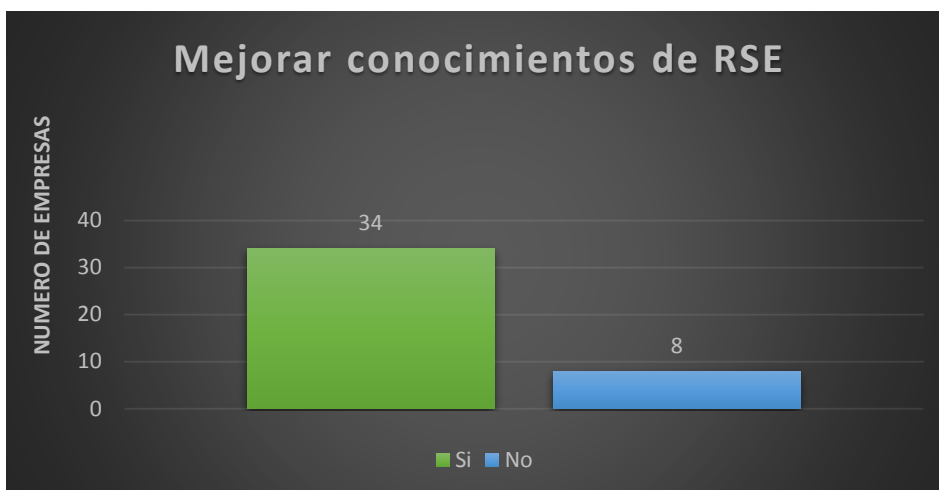


Figura 10. Mejorar conocimientos de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

El grafico muestra la tendencia a mejorar los conocimientos por parte de las empresas, aspecto positivo para la posterior aplicación de prácticas de RSE.

A la pregunta ¿En la organización quien asume las labores de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:

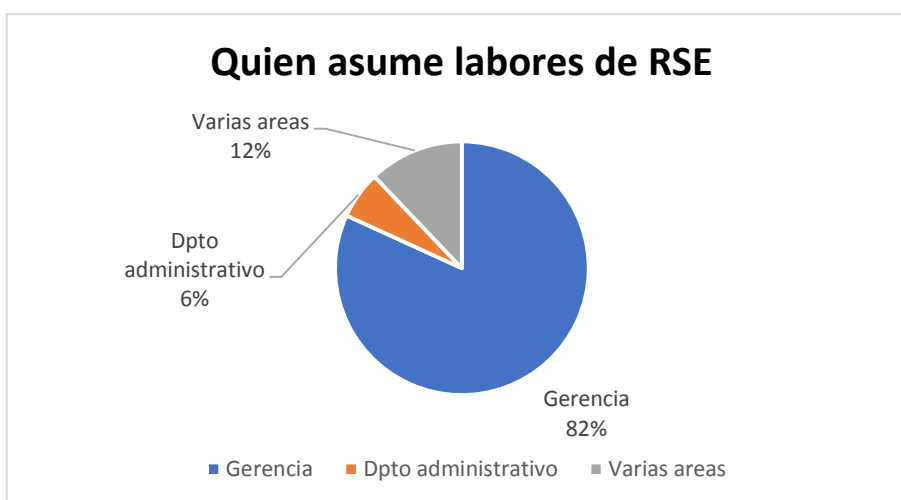
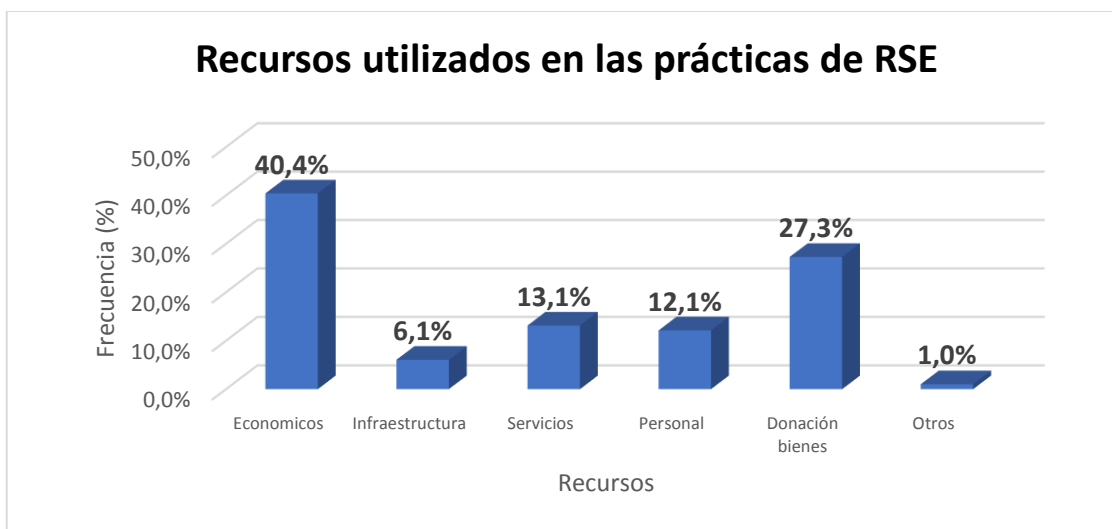


Figura 11. Quien asume labores de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

El grafico nos muestra que existe una alta tendencia a reconocer la gerencia como el principal responsable de adoptar y aplicar las labores de RSE dentro de la compañía y organización empresarial.

A la pregunta ¿Qué recursos han invertido en la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:

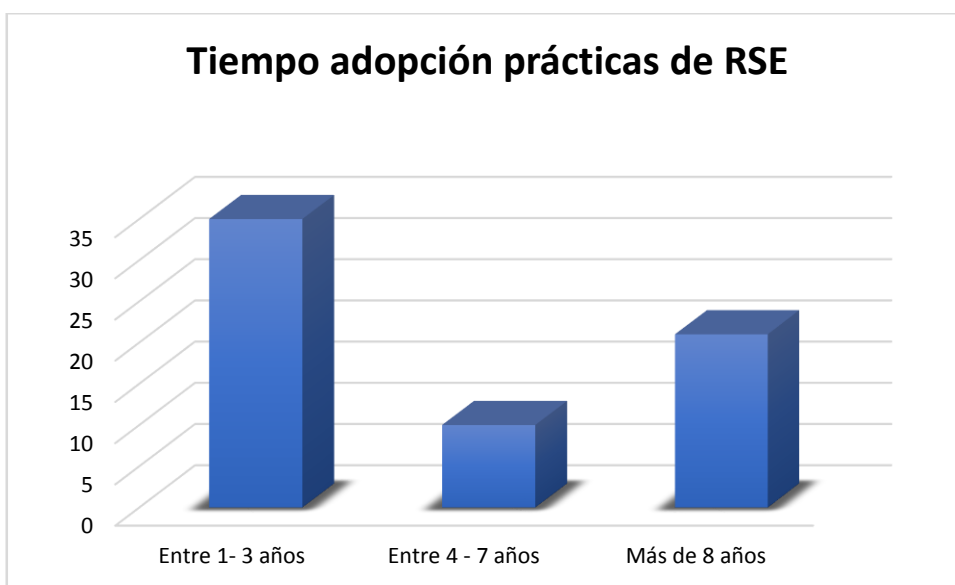


*Figura 12.* Recursos utilizados en las prácticas de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

Las Pymes evaluadas en la implementación de sus prácticas de RSE, han invertido recursos en su mayoría en forma económica (40.4 %) y en donación de bienes (27.3%). La minoría ha invertido en infraestructura (6.1%). En Colombia, por lo general las empresas a la hora de cumplir con sus prácticas de RSE, realizan inversiones de recursos en ayudas económicas que benefician bien sea a sus trabajadores o a la comunidad, a través de incentivos en capacitaciones o cualificación y en obras. Este es el caso que también se presenta en las pymes de Buenaventura.

Ante la pregunta ¿Cuánto hace que adoptó prácticas de RSE?, los resultados fueron los siguientes:

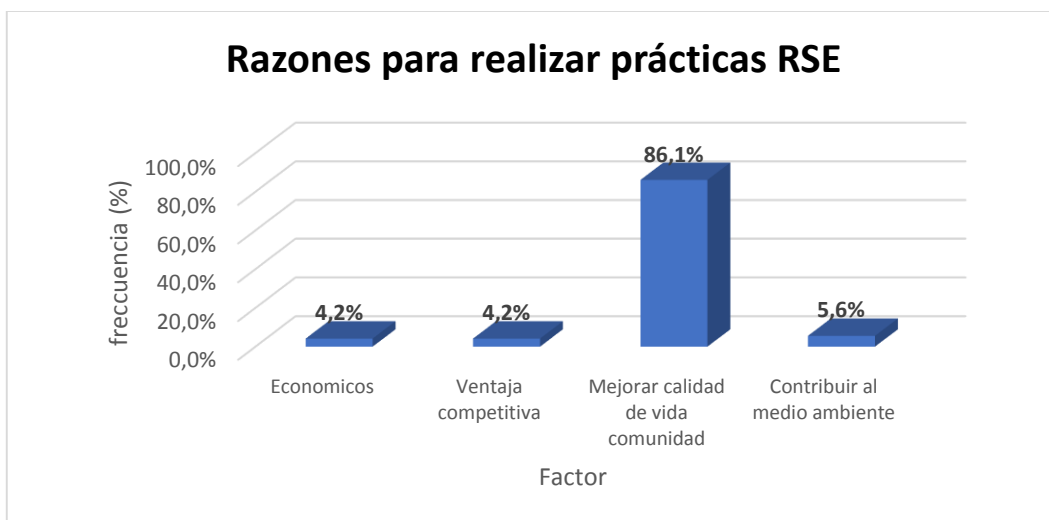


*Figura 13.* Tiempo adopción prácticas de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

Este gráfico nos muestra que las empresas encuestadas recientemente adoptaron prácticas de RSE, sin embargo, hay un alto porcentaje de las empresas que desde hace más de 8 años llevan adoptando prácticas de RSE lo que muestra una distribución hacia los extremos en cuanto a la recepción de la RSE en las empresas encuestadas.

Ante la pregunta ¿Cuál es la razón por la cual la empresa lleva a cabo actividades de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:



*Figura 14.* Razones para realizar prácticas de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

La principal razón por la cual las pymes del distrito especial de Buenaventura, realizan prácticas de RSE, es en primer lugar mejorar la calidad de vida de la comunidad (86.1%), en segundo lugar, está el factor medio ambiente (5.6%).

“Para los empleados, el tercer factor más importante para su compromiso con la compañía, es sentir que su trabajo contribuye como un aporte significativo para el desarrollo de la sociedad, lo que significa para las empresas una mayor capacidad para atraer y retener a sus empleados, esto según Society for Human Resource Management”t. (Valencia, 2018, sección de contribuir a la sociedad párr. 1). El anterior resultado confirma dicha apreciación.

Ante la pregunta ¿Cuáles son los grupos de interés, el sector, el nivel y la periodicidad a los cuales van dirigidas las actividades de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:



*Figura 15.* Grupos de interés.

Fuente: Elaboración propia.

Claramente se observa que los principales grupos de interés donde las Pymes aplican la RSE, son en su respectivo orden, la comunidad con un 52% y los empleados con un 28%. Es importante notar que este resultado se dio entre las 67 empresas que respondieron a esta pregunta, las restantes (86), no aplican RSE o no respondieron a esta pregunta.

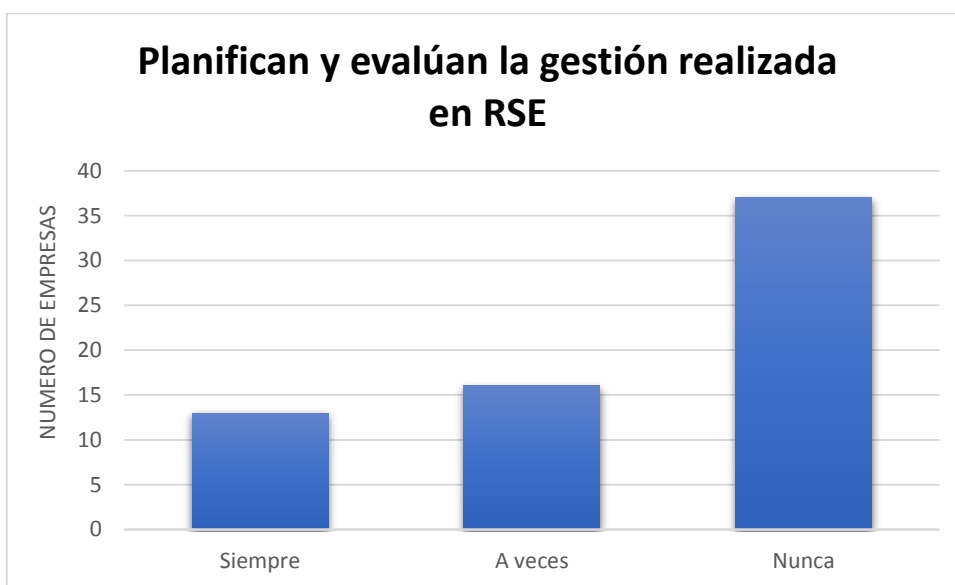
Este resultado confirma lo que teóricamente y muchos estudios realizados, muestran que es en estos sectores en donde la mayoría de las empresas aplican las prácticas de responsabilidad social.

A continuación, se detallan los resultados más sobresalientes en los grupos de interés en donde más se aplicaron las prácticas de RSE.

Grupo de interés: Empleados: En este grupo los sectores donde más aplican la RSE, son la recreación y la capacitación con un 31.1% y 24.4% respectivamente, con un nivel de incidencia medio (62.2%) y en forma periódica anual (32.1%)

Grupo de Interés: comunidad: En este grupo los sectores más beneficiados son la recreación, la alimentación y la educación, con un 28%, 20% y 18.7% respectivamente. El nivel de incidencia de estas prácticas en estos sectores, es de un grado o nivel medio (50%), y la periodicidad es también anual con un 29.8%

A la pregunta ¿Planifican y evalúan la gestión realizada en la política de Responsabilidad Social Empresarial realizada por la empresa?, los resultados fueron los siguientes:



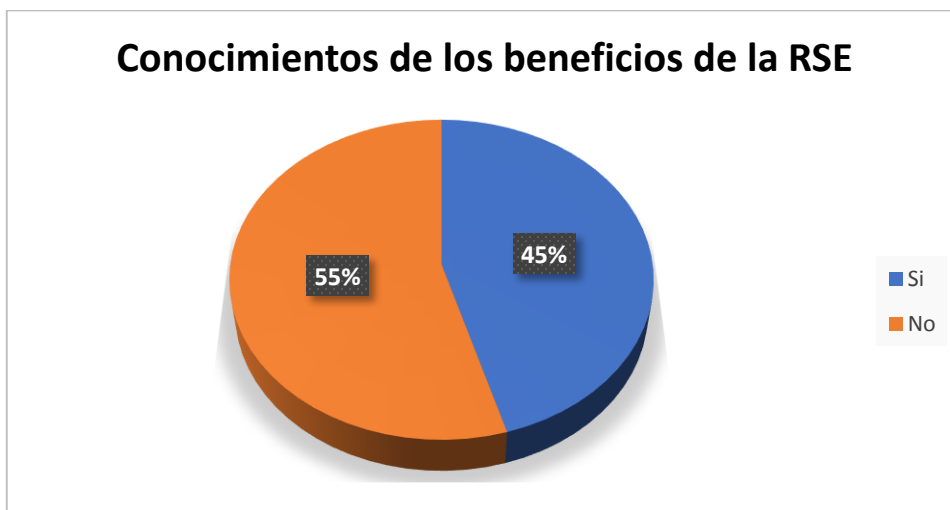
*Figura 16.* Planifican y evalúan la gestión realizada en RSE.

Fuente: Elaboración propia.

Lo anterior muestra que en cuanto a la planificación y evaluación de las prácticas y/o políticas de RSE la mayoría de las empresas encuestadas, nunca realiza estas actividades. Mostrando un desconocimiento del tema, en la pregunta que sigue observaremos este comportamiento.



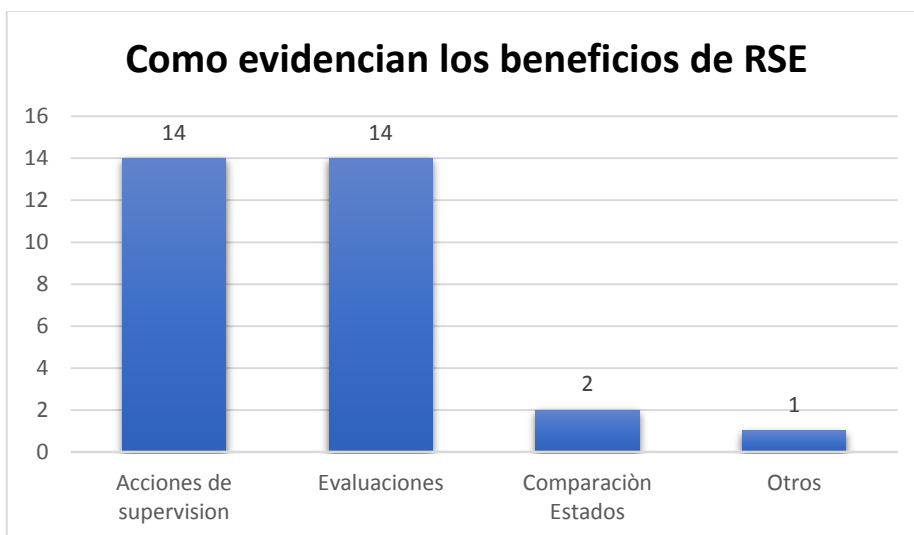
A la pregunta ¿Tiene conocimiento de los beneficios que producen en los grupos de interés las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa?, los resultados fueron los siguientes:



*Figura 17.* Conocimientos de los beneficios que producen en los grupos de interés la RSE.

Fuente: Elaboración propia.

La pregunta anterior se relaciona con la siguiente: En caso de haber respondido SI, en la pregunta anterior, ¿Cómo evidencia los beneficios de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en sus grupos de interés?, los resultados fueron los siguientes:

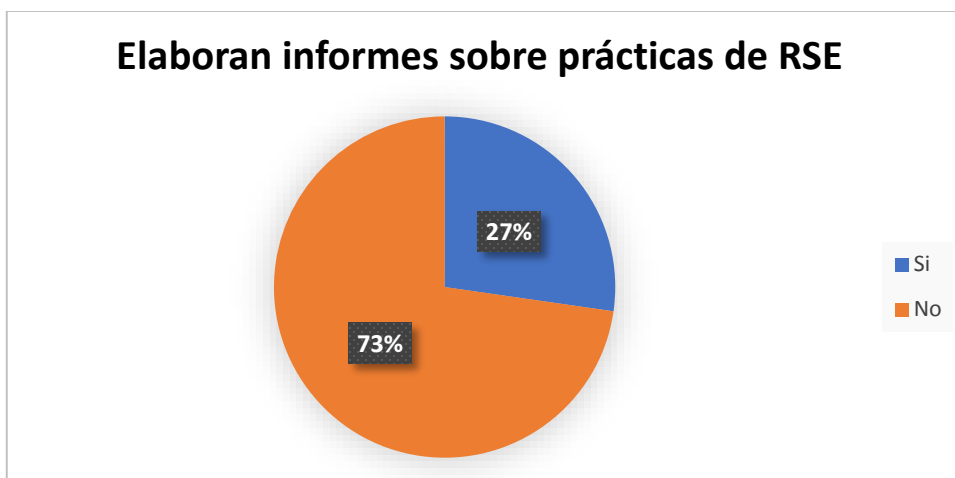


*Figura 18.* Como evidencian los beneficios de las acciones de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

Las dos graficas muestran un comportamiento parejo entre las empresas que conocen las prácticas de RSE con respecto a las empresas que no conocen acerca de RSE, posteriormente, las empresas que si conocen sobre los beneficios de la RSE hay un porcentaje igual entre quienes evidencian estos resultados mediante acciones de supervisión y evaluaciones.

A la pregunta ¿Disponen o elaboran informes sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:

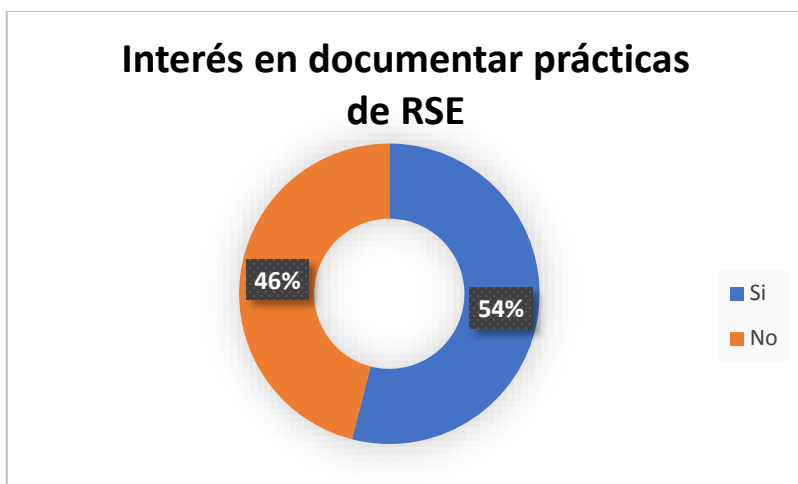


*Figura 19.* Disponen o elaboran informes de RSE.

Fuentes: Elaboración propia.

Estas empresas en su mayoría no elaboran informes sobre prácticas de RSE. Esto se podría explicar debido a que las empresas en su mayoría no tienen una organización clara y estructurada en cuanto a la ejecución de informes sobre RSE. Sin embargo, en la siguiente pregunta se mostrará la disposición a elaborar informes.

La pregunta anterior se relaciona con la siguiente: Si respondió NO en la anterior pregunta. ¿Estaría interesado en documentar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa?, los resultados son los siguientes:



*Figura 20.* Interés en documentar prácticas de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados evidencian que la mayoría de las empresas si están interesadas en elaborar o documentar las prácticas de RSE, evidenciando que solo un poco menos de la mitad de las empresa no tiene interés en documentar estas practicas.

A la pregunta ¿Tienen o han obtenido algún tipo de certificación?, los resultados fueron:



*Figura 21.* Tipo de certificación.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados evidencian que la mayoría de las empresas no tienen certificaciones, lo que muestra una especie de informalidad y ausencia de estándares de calidad óptimos en el distrito de Buenaventura. Situación que según las empresas (y a lo largo de esta encuesta) se debe a una falta de conocimiento en algunos aspectos, pero también una falta de disposición por parte de algunos sectores empresariales.

A la pregunta ¿Cómo visibiliza las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que realiza?, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 8  
Visualización acciones RSE.

<b>Medio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Publicidad	10	15,40%
Informes de Responsabilidad Social	2	3,10%
Eventos	8	12,30%
Ns/Nr	45	69,20%
<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Para esta pregunta se tuvo en cuenta la cantidad (65) de empresas encuestadas que **SI** tienen políticas orientadas a la RSE.

Los principales medios a través del cual el personal de las pymes visualiza las acciones de RSE por parte de la empresa, son la publicidad con un 15.4% y en la presentación de eventos (12.3%), como por ejemplo en la presentación del informe de gestión anual que realizan periódicamente ante los socios y la comunidad en general. Es preocupante observar que de las empresas que respondieron esta pregunta, el 69.2% no saben o no tienen claro como la alta gerencia comunica o visibiliza sus aportes o prácticas de RSE; puede ser por desconocimiento o porqué la empresa no tiene los mecanismos definidos para ello.

A la pregunta ¿Cuál es la razón por la cual **NO** tienen prácticas o políticas de Responsabilidad Social?, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 9  
Razones de no realizar prácticas de RSE

<b>Razón</b>	<b>Número de Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Desconocimiento	11	8,90%
Falta de Apoyo Gubernamental	5	4,00%

Desinformación	13	10,50%
Escasez de Recursos económicos	38	30,60%
Falta de Interés	21	16,90%
Falta de compromiso empresa	5	4,00%
Falta de infraestructura	9	7,30%
Todas las anteriores	20	16,10%
Otro	2	1,60%
Total de Respuestas	124	100,00%

Fuente: Elaboración Propia.

De los gerentes o administradores de las pymes encuestados, 87 manifestaron que la empresa no tienen políticas de gestión orientadas a la RSE e identificaron más de una razón por la cual no aplican estas prácticas así:

El principal factor que argumentan es el de escasez de recursos económicos (30.6%), le siguen en su orden la falta de interés (16.9%) y la desinformación (10.5%). Estos resultados vislumbran que, al interior de las Pymes, realmente en su mayoría, no cuentan con los recursos económicos para hacerlo ni tampoco hay plena disponibilidad por hacerlo; esto tal vez se deba a la alta tasa de violencia y corrupción que cada día más se apodera de Buenaventura, desmotivando a los empresarios.

Al preguntárseles si en un corto o mediano plazo estarían dispuestos a realizar prácticas de RSE, es sorprendente ver que el 61.2% de los empresarios pymes respondieron que no lo harían, tan solo el 38.8% estarían dispuestos a hacerlo. Habría que indagar más a fondo de las razones de ello, y buscar las estrategias que permitan motivar a las empresas pymes a invertir en prácticas RSE.

A la pregunta ¿Estaría dispuesta la empresa de llevar a cabo prácticas de Responsabilidad Social Empresarial? Los resultados fueron:

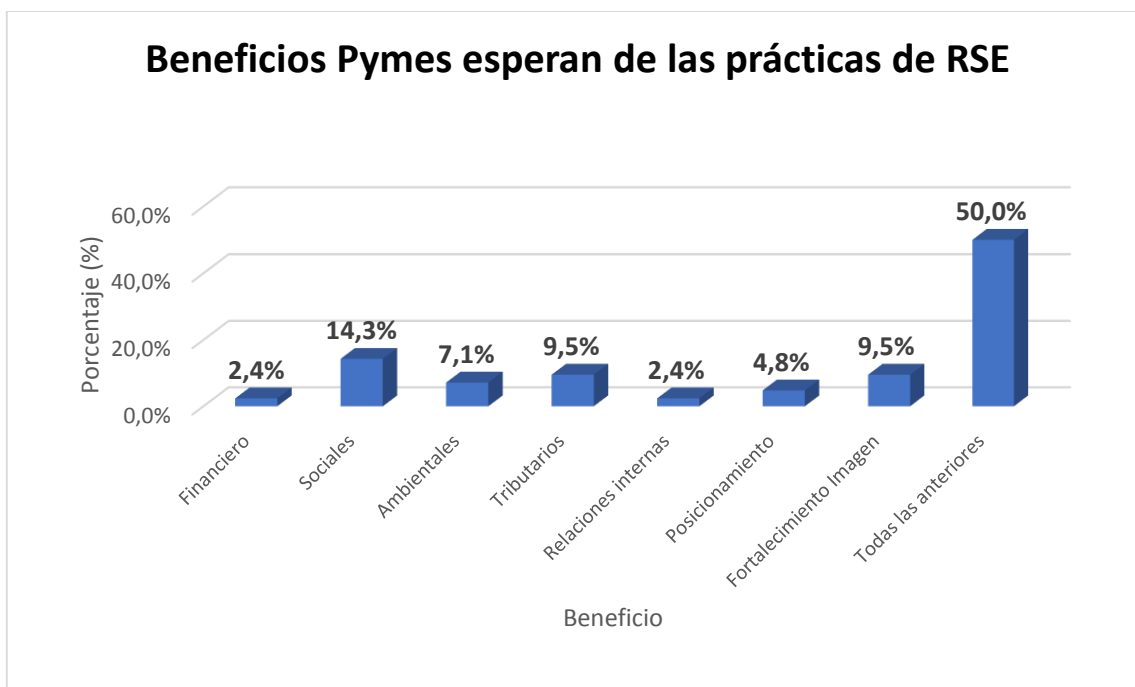


*Figura 22.* Disposición para realizar prácticas de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

A la pregunta ¿Qué beneficios esperaba obtener para la empresa si practicara Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:



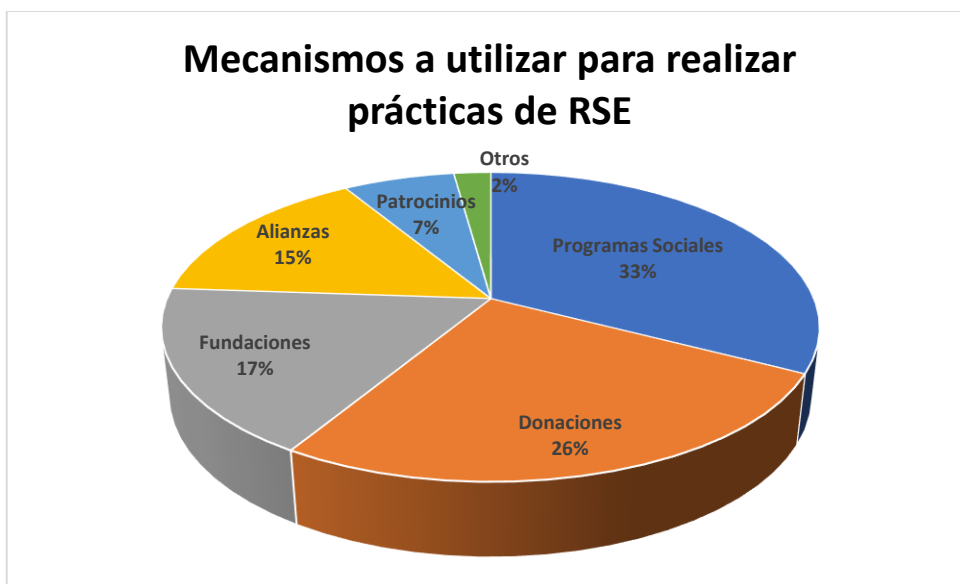


*Figura 23.* Beneficios que las pymes esperan de las prácticas de RSE.

Fuente: Elaboración Propia.

Los principales beneficios que los empresarios pymes esperarían de realizar las prácticas de RSE, son en su orden, Sociales (gran reconocimiento entre la comunidad) con un 14.3% de aceptación, y los beneficios tributarios (9.5%), esto es natural, por ley en Colombia las empresas que hagan aportes a la comunidad, son exentas de impuestos en el capital invertido, el cual se restaría de la parte operacional del estado de cuentas que haya generado en dicho periodo fiscal.

A la pregunta ¿Cuáles cree usted serían los mecanismos utilizados para desarrollar acciones de Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron los siguientes:



*Figura 24.* Mecanismos a utilizar para realizar prácticas de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

Según los encargados del área de responsabilidad social, los mecanismos que utilizarían para llevar a cabo las prácticas de RSE, serían a través de donaciones (26%), programas sociales (33%) y con fundaciones (17%). Es claro que prima en estas prácticas el interés y bienestar de la comunidad, por mejorar las condiciones de la calidad de vida.

## 6.2 Incidencias de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en los trabajadores de las Pymes del Distrito de Buenaventura

Análisis de los resultados obtenidos en la entrevista sobre la incidencia de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en los trabajadores de las Pymes de Buenaventura. A continuación, se muestran los resultados que fueron discriminados con base a la información obtenida en las entrevistas.

### 6.2.1 Características generales.

#### Vinculación laboral:

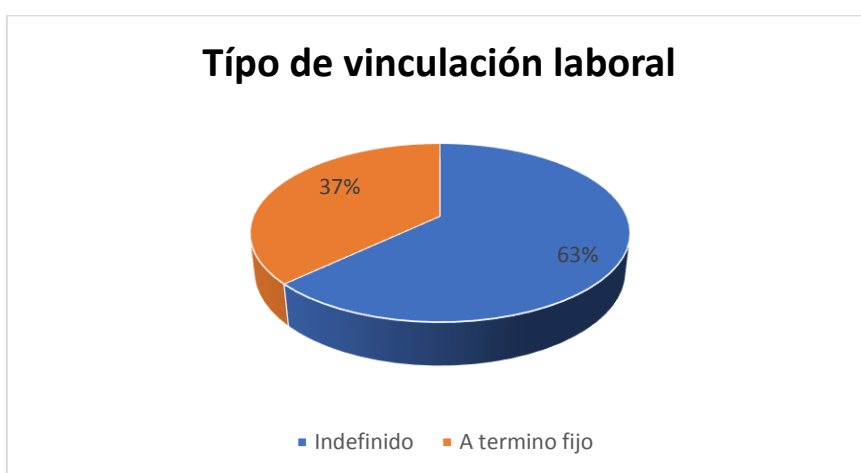


Figura 25. Tipo de vinculación laboral.

Fuente: Elaboración propia.

El 63% de los empleados tiene contrato a término indefinido, mientras que solo el 37% tiene contrato a término fijo. Se vislumbra que hay un grado de estabilidad laboral aceptable en las pymes de Buenaventura, situación beneficiosa para los empleados a la hora de aplicar prácticas de RSE por parte de dichas empresas.

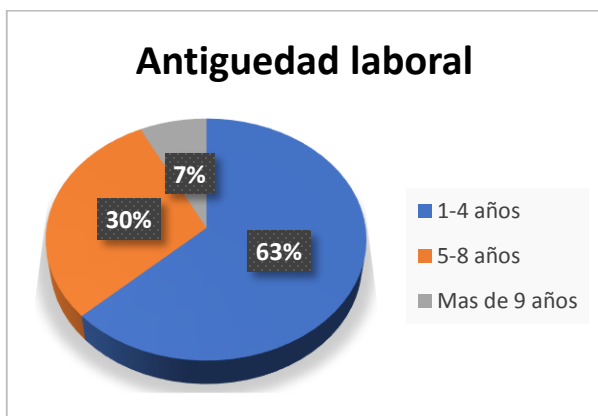
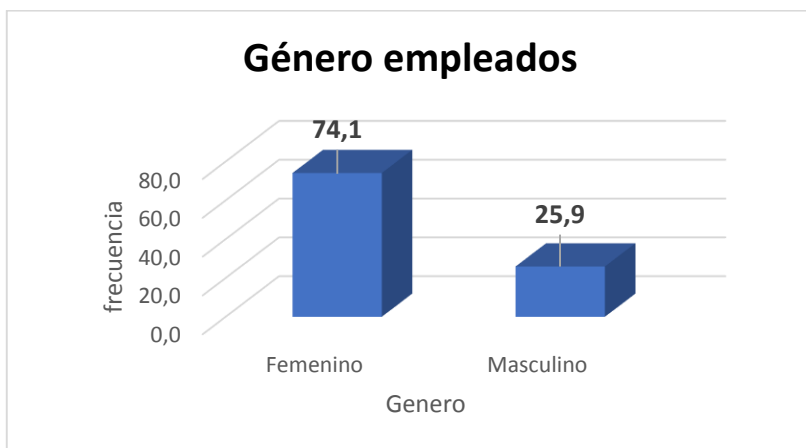
**Antigüedad laboral:**

Figura 26. Antigüedad laboral.

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los empleados tienen entre 1 a 4 años de vinculación laboral con dichas empresas (63%), mientras que solamente el 7% lleva más de 9 años. Resultado que muestra que a pesar de que tienen contratos indefinidos no hay mucha estabilidad; tal vez, es posible que las pymes evaluadas sean empresas nuevas en el mercado.

**Genero:***Figura 27. Género.*

Fuente: Elaboración propia.

El 74.1% de los empleados evaluados corresponde al género femenino y el 25.9% al género masculino. Es un resultado muy llamativo; el género femenino predomina en dichas empresas, debido a que las encuestas se aplicaron en especial al personal administrativo de las pymes, es decir que, la mayoría del personal administrativo son mujeres.

**Edad:** De acuerdo al anexo de resultados del SPSS, se observa que 70.4% de los empleados tiene 32 o menos años de edad, y tan solo el 11.1% tiene más de 40 años de edad. Esto indica que las pymes son empresas que tienen personal bastante joven y con mucha proyección y futuro. Aspecto importante para el desarrollo y de la aplicación de las prácticas de RSE, bien sea en recreación y capacitación, que son los sectores donde más actúan dichas empresas.

### **6.2.2 Aspectos sobre comunicación y prácticas de RSE en la empresa.**

#### **Comunicación:**

El 92.9% de los empleados manifiestan que la comunicación al interior de la empresa se hace de manera informal, y el medio más utilizado para ello son los informes de gestión (33%). Es preocupante observar que el 66.7% dice no conocer los medios de comunicación utilizados para ello. Este resultado es un aspecto negativo a la hora de realizar prácticas de RSE; pues los empleados no estarían al tanto de dichos beneficios.

#### **Prácticas de RSE:**

A la pregunta ¿Tiene usted conocimiento de que la empresa realiza actividades de Responsabilidad Social Empresarial?, se obtuvo el siguiente resultado:

El 63% de los empleados tienen conocimiento de las practicas RSE que desarrolla la empresa, mientras que el 37% no conoce o no sabe sobre dichas prácticas. Es un resultado muy similar al obtenido con las encuestas aplicadas a los administradores o encargados de dichas políticas.

A la pregunta ¿Cómo se enteró de las actividades de Responsabilidad Social que realiza la empresa?, encontramos el resultado en el siguiente gráfico:



*Figura 28.* Como se enteró el empleado sobre las actividades de RSE que realiza la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

La gran mayoría tuvo conocimiento de la aplicación de dichas prácticas RSE, a través de los informes de gestión (41%) y por sus jefes con un 53%. En este sentido, se confirma que por cualquier medio que sea, los empleados si tienen conocimiento de las actividades de RSE desarrollada por la empresa.

A la pregunta ¿Cómo visualiza las actividades de RSE que realiza la empresa?, resulto lo siguiente:

El 37% lo visualiza a través de eventos desarrollados por la empresa y el 29.6% lo hacen a través de los informes de gestión. Es decir que, aproximadamente el 67% de los empleados si visualizan dichas prácticas.

A la pregunta. ¿La empresa le permite aportar ideas que mejoren las prácticas de RSE que realizan?, encontramos que:

Es preocupante observar que el 66.7% de los empleados manifiestan que la empresa no les permite aportar ideas en el desarrollo de las actividades de RSE. Esto, claramente muestra que las decisiones frente a la aplicación de dichas prácticas, está centralizado en la alta gerencia, lo

cual no es una política sana, ya que excluye el sentir y el pensar de los trabajadores que son la esencia y el alma de dichas empresas.

En la pregunta ¿Qué beneficios está recibiendo de las prácticas de RSE que realiza la empresa?, se obtuvo el siguiente gráfico:

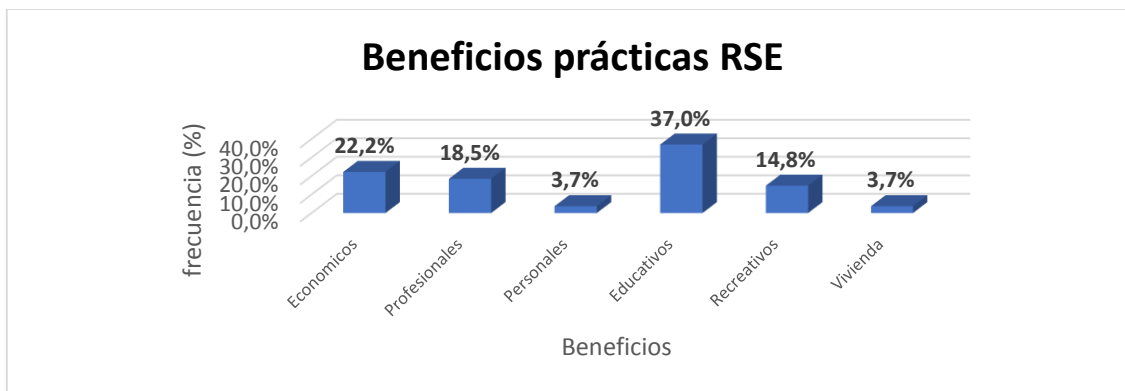


Figura 29. Beneficios obtenidos por las prácticas de RSE.

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados confirman lo dicho por los gerentes, administradores y personal responsable de las actividades de RSE; es decir, que los recursos de RSE donde más invierten son en la educación, en forma económica y en la cualificación (profesionales), con un 37%, 22.2% y 18.5% respectivamente.

En la pregunta ¿Ha podido crecer a nivel personal y profesional con las prácticas de RSE que realiza la empresa gracias a esos beneficios?, resulto lo siguiente:

El 66% considera que con la realización de las prácticas de RSE por parte de la empresa, no le han beneficiado ni en lo personal ni en lo profesional. Resultado muy preocupante y contrario a lo afirmado por los encargados de RSE, quienes dicen que el grupo de interés en el que más



desarrollan las prácticas de RSE, son los empleados y la comunidad. En este aspecto toca indagar más a fondo, y buscar las estrategias para que las Pymes incentiven y motiven a sus empleados con el desarrollo de estas prácticas de RSE.

A la pregunta ¿Cómo evidencia este crecimiento aportado por dichas prácticas de RSE?, se estableció el siguiente resultado:

Tabla 10

*Evidencia de las prácticas de RSE*

<b>Evidencias</b>		<b>Porcentaje</b>
Evidencias		
Crecimiento personal	Unión Familiar	7,10%
	Bienestar familiar	57,10%
	Desarrollo cultural	21,40%
	Crecimiento profesional	7,10%
	Todas las anteriores	7,10%
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Del 34% de los empleados entrevistados que afirmaron que las prácticas de RSE, le han aportado a su crecimiento personal y profesional, el 57.1% lo evidencia en Bienestar familiar, el

21.4% en desarrollo cultural, resultados que difieren un poco de los obtenidos con las encuestas al personal responsable de las actividades de RSE.

A la pregunta ¿Por qué razón no le han aportado a su crecimiento?, obtuvimos el siguiente resultado:

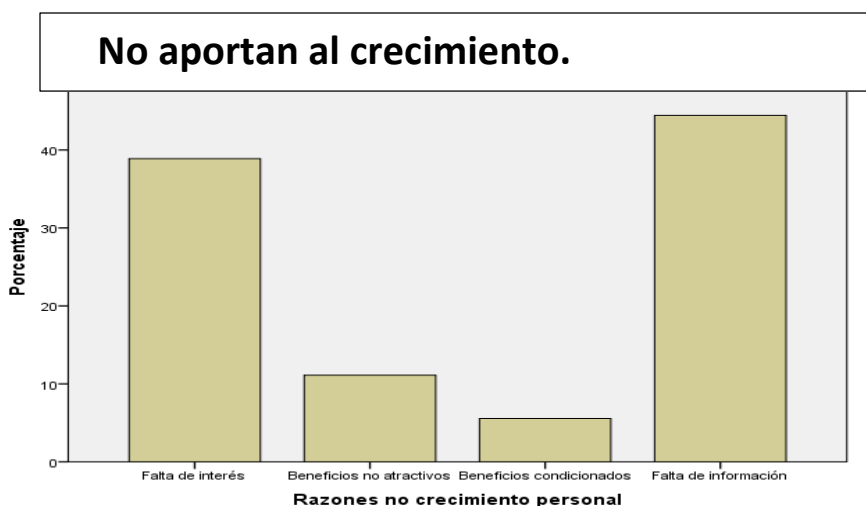


Figura 30. Razones actividades de RSE no aportan al crecimiento personal.

Fuente: Elaboración propia.

Los principales motivos por los cuales las prácticas de RSE por parte de la compañía, no le han aportado a su crecimiento personal, los empleados afirman que están la falta de información y la falta de interés con un 44.4% y un 38.9%. Resultados muy similares a los de las encuestas realizadas a los directivos.

A la pregunta ¿En su empresa existe un código de ética? La respuesta fue contundente:

Por unanimidad, el 96.6% consideró que en la empresa existe un código de ética. Este es un factor importantísimo a tener en cuenta a la hora de implementar las prácticas de RSE en las pymes de Buenaventura, ya que uno de los elementos esenciales de dichas actividades.

En la pregunta ¿Considera que su empresa es amigable con el medio ambiente?, se obtuvo lo siguiente:

Tan solo el 33% de los entrevistados consideran que la empresa a la hora de aplicar la RSE, tiene en cuenta al medio ambiente. A nivel mundial y de Colombia, por lo general las actividades de RSE están orientadas a salvaguardar el medio ambiente, como por ejemplo, el embellecimiento de parques, avenidas, etc., siendo beneficiarios la misma comunidad.

A la pregunta ¿Qué actividad responsable promueve la empresa con el medio ambiente?, la respuesta fue:

Según los empleados que consideraron que la empresa era amigable con el medio ambiente, el 20% sostiene que el aporte de RSE lo orientan en el reciclaje y el 16.7%, a la conservación del agua y la energía.

## **6.3 Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para las Pymes del Distrito de Buenaventura**

### **6.3.1 Introducción a la RSE.**

El presente modelo para la implementación de la RSE en las Pymes en el distrito de Buenaventura, está concebido como una guía metodológica para que las empresas que hayan tomado la decisión de aportar a la construcción de ciudadanía y la atención de los factores que inciden desfavorablemente en las condiciones de vida de la sociedad, planifiquen con un enfoque estratégico y de manera sistemática las intervenciones a realizar con dicho propósito a través de un proceso secuencial.

#### ***6.3.1.1 Proceso para la implementación de un Modelo de RSE en las Pymes en el distrito de Buenaventura.***

Alcance: Desde la definición de la Política hasta la evaluación de las estrategias desarrolladas.

El proceso para la implementación del Modelo, como se puede observar en la ilustración, es el siguiente:

1. Establecimiento de la política de responsabilidad social empresarial
2. Identificación y priorización de los grupos de interés
3. Elaboración del diagnóstico estratégico de los grupos de interés priorizados y de la empresa frente a los mismos.
4. Formulación de la planeación estratégica
5. Planificación, control y evaluación de la planeación estratégica

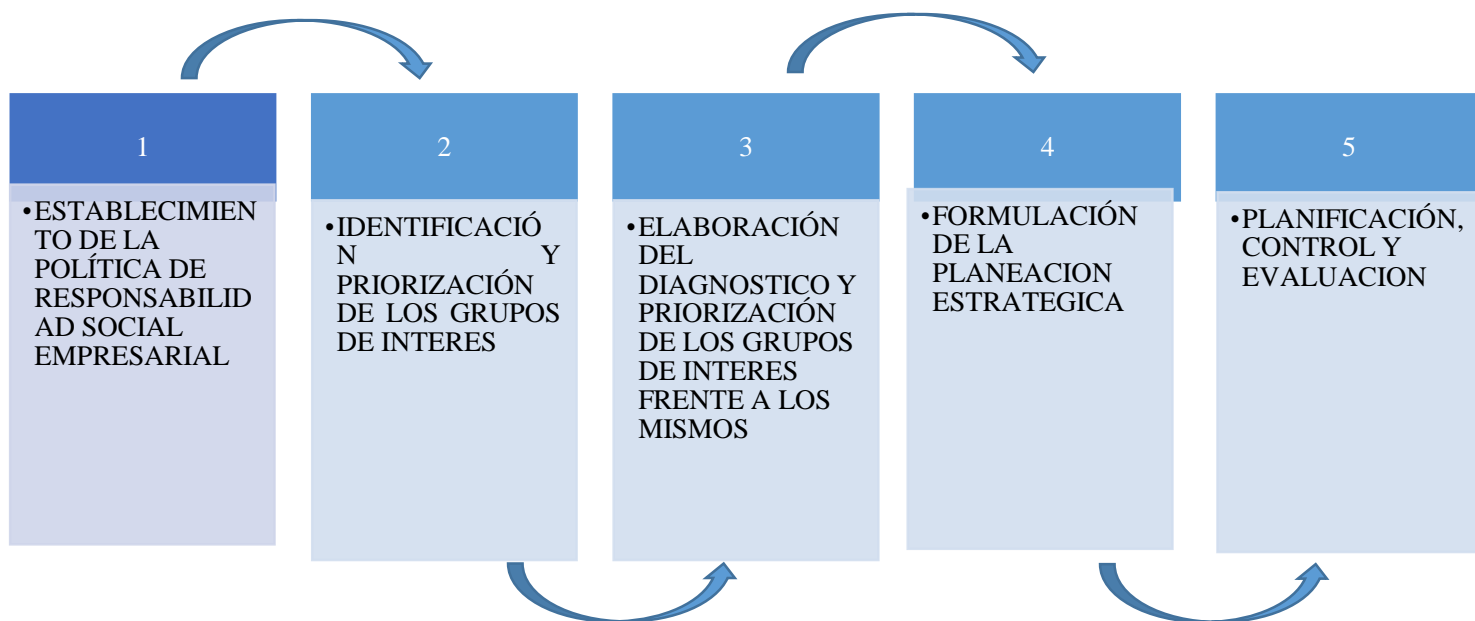


Figura 31. Paso a Paso para la implementación de un Modelo Responsabilidad Social Empresarial.

Fuente: Elaboración propia.

### 6.3.1.2 Establecimiento de la política de responsabilidad social empresarial.

Definición:

La política de Responsabilidad Social Empresarial es un marco de actuaciones sistematizadas para orientar a las pequeñas y medianas empresas en el proceso de adopción e implementación de un modelo de gestión con enfoque en RSE.

La política de RSE permite que los empresarios dentro de la planeación estratégica puedan identificar los grupos de interés, fijar objetivos, metas de corto, mediano y largo plazo alcanzables con la disposición e inversión de unos recursos, físicos, humanos y financieros, para impactar de manera favorable la sociedad, el medio ambiente y la imagen corporativa como efecto complementario o adicional, de manera que contribuya en mejorar la competitividad,

adquiriendo beneficios generados por el bienestar y desarrollo económico, social y medioambiental alcanzado.

Objetivo:

Orientar al empresario para que de manera fácil y sencilla adopte un modelo de RSE como parte de la estructura de la organización.

Responsable:

El establecimiento de la política de RSE es competencia de la Alta Gerencia quien tendrá el compromiso de su formulación, documentación, implementación, supervisión, control y evaluación; definiendo sobre qué área o quiénes son los responsables de su desarrollo.

### **6.3.2 Identificación de los grupos de interés.**

Los grupos de interés también denominados stakeholders, actores sociales o partes interesadas, son todos aquellos (personas, grupos y organizaciones) que se ven afectados directa o indirectamente por las decisiones o acciones de la empresa (Freeman, 1983).

El enfoque de una organización en la Responsabilidad Social Empresarial requiere de una planeación bien estructurada que incluya el análisis de los grupos de interés, pues estos son la pieza fundamental que determina el punto de partida para desarrollar estrategias que posibiliten alcanzar la política de responsabilidad social. Para garantizar el éxito en la implementación de la política de RSE parte de la adecuada identificación y priorización de los grupos de interés.

#### ***6.3.2.1 Clasificación de los grupos de interés.***

El primer paso que se debe realizar consiste en identificar que personas o grupos están relacionados con las acciones que desarrolla la organización.

La identificación de los grupos de interés depende de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de la empresa, las cuales hacen parte de su estructura básica y se constituyen en agentes internos y externos:

- Internos: Empleados y Accionistas.
- Externos: Gobierno, Clientes, Medio Ambiente, Proveedores, Mercado y Sociedad.

La característica de los grupos de interés depende del tipo de empresa, ubicación, sector, etc. es decir, que los grupos de interés no están fijados ni establecidos y que varían de acuerdo a la empresa (Mitchell, Agle y Wood, 1997).


Una vez identificados los grupos de interés se deben clasificar, para determinar las acciones y estrategias a desarrollar con cada uno de ellos.

Determinados los grupos macros (internos y externos), se procede a determinar cómo influyen en la organización y los efectos de esta relación.

#### ***6.3.2.2 Herramienta de Categorización de los Grupos de Interés.***

Para la identificación y clasificación de los grupos de interés se utilizar la siguiente herramienta que permitirá caracterizar y al mismo tiempo facilitará la priorización de los grupos de interés.

Tabla 11  
Identificación y clasificación grupos interés (Stakeholders)



**MATRIZ PARA LA IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES  
EN EL PROCESO DE ADOPCION DE RSE PARA LAS PYMES EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA**

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>GRUPO DE INTERES</b>	<b>LOCALIZACIÓN</b>	<b>RELACION</b>	<b>EFECTO DE LA RELACIÓN</b>
<b>ECONOMICA</b>	<b>GOBIERNO</b>	<b>EXTERNA</b>	NORMAS, LEYES Y PROCEDIMIENTOS INSTITUCIONES	Cumplimiento de la normas y leyes, exenciones tributarias.
	<b>CLIENTES</b>		BIENES Y SERVICIOS	Calidad, oportunidad, cantidad, precios bajos, fidelidad, vinculo, confianza. Bienestar, barreras de acceso (exclusión, precios altos, etc.).
	<b>PROVEEDORES</b>	<b>INTERNA</b>	INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS SOCIOS - ACCIONISTAS - INVERSIONISTAS PROPIETARIOS	(Materia prima) Inventarios, calidad, oportunidad, vinculo, fidelidad, bajo precio, competitividad.
	<b>ACCIONISTAS</b>		LABORAL	Beneficio económico y político. Rendimientos financieros, capacidad de incidencia social.
<b>SOCIAL</b>	<b>EMPLEADOS</b>	<b>EXTERNA</b>	ORGANIZACIONES SOCIALES Y COMUNITARIAS LIDERES COMUNITARIOS AUTORIDADES LOCALES	Bienestar, crecimiento personal y familiar. Seguridad y salud en el trabajo, vivienda, educación, ingresos, recreación, aprendizaje y experiencia, formación del carácter, fortalecer valores.
			<b>SOCIEDAD COMUNIDAD</b>	NORMAS INSTITUCIONES PUBLICAS Y PRIVADAS ECOSISTEMA
<b>AMBIENTAL</b>	<b>MEDIO AMBIENTE</b>			Cuidado del medio ambiente, contaminación, cumplimiento de normas ambientales, relaciones constructivas con actores ambientales, respeto del medio ambiente.

Fuente: Elaboración Propia.



### **6.3.2.3 Priorización de los grupos de interés.**

El objetivo de la priorización de los Grupos de interés es la focalización de las acciones y la racionalización de los recursos de la organización para la obtención de los objetivos en la implementación de la política de RSE.

#### **6.3.2.3.1 Factores Priorización de los grupos de interés.**

Para establecer un orden de prioridades entre los grupos de interés, es necesario determinar su nivel de influencia, para lo que se utilizarán los siguientes criterios:

- Decisiones: Influyen en la toma de decisiones de la organización.
- Ingresos: Influyen en la obtención de ingresos.
- Operación: Influyen en las operaciones del negocio.
- Estrategia: Influyen en el direccionamiento de la empresa.
- Reputación: Influyen en la imagen corporativa.

Tabla 12  
*Factores de priorización grupos interés*

GRUPO	FACTORES					
	DECISIONES	INGRESOS	OPERACIÓN	ESTRATEGIA	REPUTACION	TOTAL
GOBIERNO						
EMPLEADOS						
CLIENTES						
MEDIO						
AMBIENTE						
PROVEEDORES						
SOCIEDAD /						
COMUNIDAD						
ACCIONISTAS						

Fuente: Manual de implementación RSE 3era Edición – Confecámaras

Referencia de Marcación:

1. No tiene Influencia.
2. Baja Influencia.
3. Media Influencia.
4. Alta Influencia.
5. Muy Alta Influencia.

Se debe diligenciar la matriz factores de priorización de acuerdo a la referencia de marcación, del 1 al 5 de acuerdo al nivel de influencia, siendo 5 el nivel más alto.

Una vez diligenciada la matriz, se procede a realizar la sumatoria de la calificación de los factores por grupos de interés, clasificándolos de acuerdo a la categorización stakeholders.

Tabla 13  
*Categorización Stakeholders*

PUNTAJE	COLOR	CATEGORIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
1-10		Complementarios	Nivel Bajo Influencia
11-15		Básicos	Nivel Medio Influencia
16-25		Críticos	Nivel Alto Influencia

Fuente: Adaptado de Manual de implementación RSE 3era Edición - Confecámaras.

Los grupos que se encuentren categorizados como críticos son con los que la organización deberá mantener un dialogo estructurado y vincularlos en el desarrollo de la iniciativa o política de responsabilidad social.

### **6.3.3 Elaboración del diagnóstico estratégico de los grupos de interés priorizados y de la empresa frente a los mismos.**

La elaboración de un diagnóstico situacional del sujeto de la Política tiene el propósito de conocer de las condiciones iniciales de este, antes de iniciar la intervención, de igual forma sirve para prospectar el escenario de futuro al que se desea llegar.

Los resultados de este diagnóstico, o evaluación estratégica también servirán para consultar la situación de la empresa respecto del objetivo, es decir, definir el punto de partida y el diseño de estrategias orientadas al cumplimiento de las metas.

Con el diagnóstico estratégico o línea de base, la empresa estará en condiciones de identificar los retos a los que se ha de enfrentar y cuáles son sus posibilidades de éxito.

#### ***6.3.3.1 Metodología Para Elaborar el Diagnostico Estratégico De Los Grupos De Interés.***

Para conocer la situación inicial de los grupos de interés se debe realizar una encuesta que permita evaluar las condiciones actuales de los Stakeholders en el área o sector que se desea intervenir.

Una encuesta estructurada se puede definir como una serie de preguntas, ya sean abiertas o cerradas que se realizan a la población objetivo de la intervención, en un ambiente de confianza para disminuir el sesgo de las respuestas.

La encuesta estructurada se utiliza para conocer la situación del sujeto de la política y permite analizar dicha condición situacional.

### ***6.3.3.2 Metodología para Evaluar la Capacidad Institucional para afectar el Diagnostico de los Grupos De Interés.***

Una vez se obtenga el diagnóstico de la situación de los Stakeholders se debe realizar un análisis DOFA de la empresa para conocer su capacidad de intervención de la problemática identificada al sujeto de la política, también servirá para orientar las decisiones que se deben tomar para alcanzar metas y objetivos en el desarrollo e implementación de estrategias de acción. Con la realización de la DOFA se definen las estrategias de intervención de la problemática que padece el sujeto seleccionado, en el sector identificado.

- La DOFA es una herramienta para realizar un análisis situacional de las empresas con la cual se evalúa sus fortalezas (F) y debilidades (D), además se identifican las amenazas (A) y oportunidades (O).

Fortalezas: Son las capacidades que posee la compañía, que facilitan el logro de los objetivos.

Oportunidades: Son condiciones o factores externos a la compañía que aprovechados de manera adecuada sirven de dinamizadores e impulsores de las acciones hacia las metas.

Debilidades: Limitaciones internas, factores y situaciones negativas que pueden interferir con la capacidad de la compañía para alcanzar sus objetivos.

Amenazas: Circunstancias o factores externos que podrían afectar el desempeño de la empresa.

Para procesar el análisis externo de la empresa (OPORTUNIDADES- AMENAZAS) se debe convocar a un grupo de personas que pertenezcan a la empresa y personas externas. La presencia de agentes externos a la organización permite tener una opinión amplia de la misma y no sesgada


a la opinión de la parte interesada en realizar el diagnóstico. En la realización del análisis externo, se deben identificar los factores del entorno, los cuales pueden ser; económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos, competitivos, medioambientales y/o coyunturales.

Para realizar el análisis interno (DEBILIDADES – FORTALEZAS) se debe convocar a un grupo de personas que pertenezcan a la empresa, preferiblemente de todos los niveles de la estructura, y con un vínculo temporal de corta vigencia, mediana y de gran antigüedad. Las debilidades y fortalezas de la entidad pueden ser de carácter, administrativo, operativo, técnico, económico, organizacional y/o político – Relaciones constructivas.

Los ejercicios de análisis situacional deben ser conducidos o moderados por un Facilitador, con experiencia y conocimiento comprobados en su realización. La Técnica más comúnmente utilizada en esta actividad es la Lluvia de Ideas

#### **6.3.3.2.1 Sistematización de los resultados de análisis DOFA.**

Tabla 14  
Matriz DOFA

 <b>MATRIZ DOFA</b>		
EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES

Fuente: Elaboración Propia

Una vez sistematizado el resultado del análisis DOFA, se procede a priorizar o jerarquizar los componentes identificados, tarea que se puede realizar utilizando técnicas, como El Multivo.

### ***6.3.3.2 Procedimiento para realizar el Multivoto.***

El Multivoto es una metodología que se utiliza para jerarquizar y seleccionar las mejores opciones en un conjunto de iniciativas elegibles para solucionar o intervenir un problema estudiado.

Cuando usar el Multivoto.

- Ante la existencia de una larga lista de ideas después de realizar una lluvia de ideas.
- Para reducir una lista de ideas en el proceso de definición de las más relevantes al problema estudiado.
- Para facilitar el consenso del grupo de trabajo en el proceso de selección de las ideas que ayudarán a resolver el problema.
- Para definir la focalización de las intervenciones.

Proceso operativo del Multivoto.

Definir los criterios de selección, esto es: De fácil implementación, que sea de bajo costo, que tenga relación directa con el problema.

Enumerar las opciones para que sea visible a todo el grupo.

Algunas consideraciones en relación a esto:

1. Combine ideas duplicadas.
2. Evalúe si es importante enumerar las ideas (en detalle) o enumerar los temas o tópicos que están relacionados con un grupo de ideas.
3. Definir el número de ideas a seleccionar y priorizar para la focalización.

4. Definir la escala de votación (1 – 10, 1 – 5, etc.).
5. Asegurar la claridad y comprensión de los participantes sobre las reglas de la votación.
6. La votación se debe llevar a cabo de manera individualizada y en completo silencio.
7. Cada participante asignará de mayor a menor importancia la puntuación que asignará a las ideas en proceso de selección aplicando la escala definida.
8. Al finalizar la votación se proceda a contabilizar los votos y producto de ello se reordenarán las ideas de mayor a menor a partir de los resultados obtenidos.
9. Seleccionar el número de ideas que tuvieron las mayores puntuaciones de acuerdo al límite establecido para priorizar y seleccionar.
10. Revisar y consensuar con el grupo su conformidad con el resultado de las votaciones.
11. Con los componentes priorizados se trabaja en la identificación y definición de estrategias para aprovechar las Oportunidades y potenciar las Fortalezas; así como también para neutralizar las Amenazas y como superar las Debilidades. Estas estrategias servirán como insumo básico en el proceso de planificación estratégica.

#### **6.3.4 Formulación de la planeación estratégica.**

La planeación estratégica es el proceso de gestión que determina la dirección de la empresa para concebir el modelo de Responsabilidad Social Empresarial a través de la formulación de la visión, misión y los objetivos estratégicos.

La formulación de la visión y misión se deben formular en el marco de la planeación estratégica de la empresa y deben estar articuladas o complementarse, bajo el postulado de hacer

coherente el proceso de planificación para alcanzar las metas de la empresa al desarrollar las actividades de Responsabilidad Social Empresarial

#### ***6.3.4.1 Visión.***

La Visión describe el estado ideal al que una organización desea llegar en el mediano o largo plazo. Fleitman (2000) define la visión como “la senda que recorre en el largo plazo la empresa hacia un propósito y sirve de guía para la toma de decisiones estratégicas para la competitividad y el crecimiento corporativo” (p.283).

##### ***6.3.4.1.1 Pasos para la elaboración de la visión.***

Usualmente para la construcción de la visión de una organización se puede recurrir a metodologías que den respuesta a preguntas como:

- ¿Cuál es la imagen que desea proyectar el negocio?
- ¿Cómo se ve la empresa en el futuro?
- ¿Qué esperan estar haciendo en el futuro?
- ¿Qué actividades se pretenden llevar a cabo en el futuro?

Las respuestas se pueden obtener y sistematizar a través de reflexiones obtenidas con la metodología del sueño prospectivo que realizan diferentes miembros de la organización en un ejercicio grupal. Por la importancia que reviste para la empresa, la actividad del sueño debe ser facilitada o conducida por un experto, preferiblemente psicólogo que induzca a la reflexión a los miembros del grupo que se organice para el desarrollo de este ejercicio. Los resultados del ejercicio se sistematizan e integran en una formulación que se obtiene utilizando la metodología del Diagrama de Afinidad.



El Diagrama de Afinidad es una herramienta para conducir el proceso de agrupar elementos relacionados entre sí de manera natural y creativa. Para realizar el Diagrama de Afinidad debe existir un grupo de personas con conocimiento de la temática en discusión un líder o facilitador, adicionalmente como elementos de trabajo logístico, se requieren papel o tarjetas y marcadores para escribir, cinta adhesiva y un tablero o pared amplios para pegar las tarjetas. Cada miembro del grupo escribe sus ideas en un tiempo estipulado como máximo en minutos. Luego en silencio fija las tarjetas o el papel en la pared o tablero. Al finalizar esta parte del proceso el facilitador retira las tarjetas de los participantes y las comienza a agrupar por similitud o semejanza utilizando las ideas aportadas o una frase que facilite agruparlas. Después de esa etapa se propicia una discusión en el grupo sobre el resultado y la relación con el propósito u objetivo para proceder a formular o estructurar el texto de la visión.

#### ***6.3.4.2 Misión.***

Salgado (como se citó en Campbell, 1992) una misión que logra tener éxito debe incorporar 4 elementos en su implementación: Los propósitos para los accionistas y grupos de interés, una estrategia que refleje la lógica comercial de la empresa, valores que describan principios que guían la cultura organizacional y estándares de comportamiento que ayudan a los empleados a decidir cómo actuar sobre una base cotidiana.

##### ***6.3.4.2.1 Pasos para la elaboración de la misión.***

Para la elaboración de la misión de una organización el principal factor a considerar es su relación directa con la Visión. En su formulación se pueden utilizar las respuestas obtenidas a preguntas frecuentes como:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué buscamos?

- ¿Qué hacemos?
- ¿Dónde lo hacemos?
- ¿Por qué lo hacemos?
- ¿Para quién trabajamos?

Para formular la misión dentro del plan estratégico con lineamientos de responsabilidad social Empresarial se hace necesario adoptar un enfoque, no solo organizacional, sino también con respecto al entorno, para lo cual se debe tener en cuenta:

Primero, el propósito general de la organización; Segundo, considerar a los grupos de interés, identificar las necesidades de los clientes o los grupos de interés, identificar que necesidades de los clientes o grupos de interés pueden ser satisfechas por la organización; Tercero, si ya existía una misión, se debe revisar la definición existente.

De acuerdo a Salgado (2012) para asegurar que la misión elaborada por la organización cuente con un enfoque hacia la Responsabilidad Social, deberá incluir aspectos que permitan comprobar la participación social, teniendo en cuenta a los diferentes grupos de interés, la orientación hacia la generación de valor social, económico y ambiental.

La metodología más práctica para formular la misión es la que realiza un grupo interdisciplinar de la organización a través de la lluvia de ideas, tomando como referencia las consideraciones expuestas anteriormente y la Visión formulada que luego se sistematiza en un enunciado corto e integral, apoyándose para este ejercicio en el Diagrama de Afinidad, método similar al utilizando para sistematizar la Visión.

Algunos ejemplos de Visión y Misión que se plantean de acuerdo a las definiciones antes mencionadas son las de grandes organizaciones como:

#### Ecopetrol

Visión: “Ecopetrol será una compañía integrada de clase mundial de petróleo y gas, orientada a la generación de valor y sostenibilidad, con foco en exploración y producción, comprometida con su entorno y soportada en su talento humano y la excelencia operacional”.

Misión: “Trabajamos todos los días para construir un mejor futuro: rentable y sostenible, con una operación sana limpia y segura. Asegurando la excelencia operacional y la transparencia en cada una de nuestras acciones. Construyendo relaciones de mutuo beneficio con los grupos interés”.

#### Alpina

Visión: “Crear un mundo de bienestar, alimentando todos los momentos de tu vida”

Misión: “Garantizar el desarrollo sostenible de Alpina con innovación y calidad generando retornos esperados e impactando positivamente a nuestros grupos de interés”

#### **6.3.4.3 Objetivos.**

Para Boyd W. y Larréché M. (2005) “los objetivos guían a las unidades de negocios y empleados de una organización hacia dimensiones y ámbitos de desempeño” (44.p).

Kotler P. y Armstrong G. (2012) afirman que “La compañía necesita convertir su misión en objetivos específicos de apoyo para cada nivel administrativo” (40.p).

Los objetivos se plantean con el propósito de alcanzar en un tiempo determinado los propósitos de la organización. Estos objetivos deben contribuir al cumplimiento de la misión

tomando como principio de acción la visión. Para formular los objetivos se debe tener en cuenta que estos deben ser medibles, alcanzables, realistas y describen con verbos en infinitivo.

En el marco de la política de RSE los objetivos se formulan a partir de los resultados que se evidencien en el proceso de elaboración del análisis DOFA para la empresa y el diagnóstico situacional de los Stakeholders, dando origen a los objetivos específicos. El objetivo general dará alcance al cumplimiento de la misión y el logro de los objetivos específicos; asegurando la coherencia y relación entre estos. Se recomienda formular pocos objetivos específicos tanto como sea posible (Entre tres y cuatro).


#### **6.3.4.4 Proyectos.**

Chamoun (2002) definió los proyectos como “Un conjunto de esfuerzos temporales, dirigidos a generar un producto o servicio único” (p.27).

Por otro lado, Baca (1995) afirma que “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana” (p.2).

En el marco de la política de RSE los proyectos son las acciones orientadas a intervenir los problemas evidenciados en el diagnóstico situacional de los Stakeholders, deben estar alineados con los objetivos específicos. Estos para la implementación pueden ser plurianuales o anuales, dependiendo del nivel de complejidad, costo y capacidad institucional de ejecución. Son los que generan costos financieros que, sumados al acopio de otros recursos necesarios para su desarrollo, configuran el presupuesto general del mismo. Sirven para sensibilizar a otros actores sociales en su vinculación y el establecimiento de alianzas estratégicas para dinamizar logros en sectores comunes de interés, gestionando recursos y voluntades de fuentes externas a la empresa.

Tabla 15  
*Guía de formulación del proyecto*

 <b>GUÍA DE FORMULACIÓN DEL PROYECTO</b>	
<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	Escriba aquí el título del proyecto que se pretende realizar. Tener en cuenta que esta descripción tiene mucha similitud o relación con el objetivo del proyecto.
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	Escriba de manera precisa las razones por la cual se realiza el proyecto. Por lo general se refiere al problema objeto de la intervención, tanto en sus causas, como los efectos.
<b>RESPONSABLE</b>	En esta sección se identifica de manera precisa quien ejecuta el proyecto. Por lo general no se incluye a los responsables operativos si no el directivo de mayor nivel, quien tiene el control del presupuesto de inversión del mismo.
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	En esta parte del proyecto se hace referencia a los beneficiarios directos e indirectos del proyecto, quienes por lo general son la población afectada por el problema.
<b>SECTOR SOCIOECONÓMICO</b>	Describa en este componente el sector socioeconómico del que hacen parte las acciones que se desarrollarán en la implementación del proyecto ejemplo: salud, educación, medio ambiente, económico o productivo, vivienda, saneamiento, etc.
<b>LOCALIZACIÓN</b>	Identifica el lugar preciso donde se realizará el proyecto
<b>TIEMPO</b>	Define el marco de tiempo estimado como necesario o previsto para ejecutar el proyecto hasta el cumplimiento de las metas y objetivos
<b>RECURSOS NECESARIOS</b>	Aquí se identifican de manera detalla el tipo de recursos requeridos para el normal desarrollo del proyecto como son: talento humano, económicos, físicos, etc.
<b>PRESUPUESTO</b>	En este componente se monetizan todas las actividades del proyecto, en relación directa con el ítem anterior. Se realiza el presupuesto de todas las actividades que se van a llevar a cabo, gastos de personal, material, equipos etc.
<b>OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO</b>	Aquí se define el propósito principal del proyecto. Un objetivo bien formulado parte por utilizar un verbo en infinitivo que sea determinante en su logro. Ejemplo: construir, realizar etc.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	Se describen los componentes del objetivo general. Por lo general es una desagregación del mismo; son los progresos hacia su cumplimiento.
<b>METAS</b>	En esta sección se describe hasta donde se quiere llegar en cumplimiento de los objetivos específicos. Las metas se definen con indicadores de gestión
<b>ACTIVIDADES</b>	Son todas las acciones que se orientan al cumplimiento de los objetivos y metas. Son las que definen los costos o presupuesto de proyecto.
<b>INDICADORES</b>	Son establecidos a partir de la línea de base y estimando hasta donde se pretende llegar con la realización del proyecto. Son la cuantificación de las metas.

Fuente: Elaboración propia

### **6.3.5 Planificación, control y evaluación de la planeación estratégica.**

#### ***6.3.5.1 Plan de acción.***

El plan de acción es la herramienta que se utiliza para la planificación, la gestión y control de los proyectos y programas a desarrollar en cumplimiento de los objetivos en un periodo de tiempo establecido e invirtiendo unos recursos definidos.

Se materializa a través del acto administrativo generado por la alta dirección y dirigido al área de la empresa responsable de administrar la política de RSE en la entidad. Debe incluir el monto del presupuesto que la organización asigna para el cumplimiento de la política en un período determinado.

Con base en esta directriz, el responsable de la política elabora la programación a realizar durante la vigencia que tiene garantizada los recursos financieros, discriminando los proyectos a realizar y el alcance financiero de cada uno. Esta programación debe ser aprobada por la alta gerencia.

Para la elaboración del plan de acción es necesario tener en cuenta que la base de su construcción se encuentra en los resultados del diagnóstico estratégico y la planeación estratégica.

Tabla 16  
Matriz plan de acción.

**MATRIZ PLAN DE ACCIÓN**



**Objetivo General:**

**Objetivo Específico:**

**Período Fiscal:**

**Responsable:**

	<b>Metas</b>	<b>Proyecto</b>	<b>Actividades</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Periodo</b>	<b>Verificación</b>
						<b>Inicio</b>	<b>Terminación</b>
<b>Objetivo Especifico 1</b>							<b>D- M -A</b>
<b>Objetivo Especifico 2</b>							
<b>Objetivo Especifico 3</b>							

Fuente: Elaboración propia

Los indicadores de gestión permiten realizar las mediciones y analizar periódicamente el alcance de los objetivos estratégicos. En la definición de los indicadores se debe evitar establecer gran cantidad, pues estos deben ser medibles, ejecutables, concisos y de fácil obtención periódica. Ejemplo de indicadores que se pueden utilizar en el diligenciamiento de la matriz del plan de acción:

Tabla 17  
*Indicadores de gestión*

Indicadores de Gestión		
Gobierno	Cumplimiento Normatividad	Número de normas cumplidas / Total de normas aplicables
	Índice de satisfacción del cliente	Clientes satisfechos / clientes encuestados
	ventas por producto	Utilidad bruta / ingresos totales
	ventas por tipo de cliente	Margen total desde el inicio del negocio / Número total de clientes
Clientes	participación del mercado	Ingresos / tamaño del mercado
	Devoluciones	Devoluciones / ventas totales
	Rotación Inventario	Coste mercancías vendidas/Promedio inventarios
	Rotación Cartera	Ventas a crédito/Promedio cuentas por cobrar
Proveedores	Pago a proveedores	Pagos Liquidados/obligaciones reconocidas netas
	Cumplimiento de entregas	Pedidos recibidos a tiempo / total pedidos recibidos
	Rotación Proveedores	Compras / proveedores
	Rentabilidad	Utilidad Neta / Ventas Netas
Accionistas	Endeudamiento	Pasivo Total /Activo Total
	Liquidez	Activo corriente - inventario / pasivo corriente
	Productividad	Unidades producidas ( bienes o servicios) / insumo humano
	Rotación de personal	Nuevas contrataciones – retiros en la organización / Trabajadores al final del periodo
Empleados		# Personas objetivo / total personas en la unidad organizacional
	capacitación	Cantidad de horas capacitación / Cantidad de horas de capacitación presupuestadas



	Índice de accidentabilidad	# Accidentes / # promedio de trabajadores
	Enfermedad	# Días incapacidad por enfermedad / # horas-hombre generada por los trabajadores
	Beneficios sociales	Número de beneficios / Total de empleados
Sociedad	contribución social	Contribución social / utilidades netas
	Proyectos comunitarios	Número de proyectos generados hacia la comunidad
Medio	normatividad ambiental	Número de Normas ambientales cumplidas / Total de Normas aplicables
Ambiente	Plan Ambiental	Número de actividades realizadas / Número de actividades Programadas
	Manejo Residuos	Residuos Recuperado / Residuos totales

Fuente: Elaboración propia

Una vez determinados los indicadores se establecerá sobre estos mismos los objetivos a alcanzar (metas) y las acciones que se realizarán para alcanzar dichos objetivos.

Posteriormente se asignan responsabilidades para la ejecución y seguimiento de las actividades, se definirá un periodo de tiempo para la ejecución y se establecerá una fecha de verificación del proceso.

#### **6.3.5.2 Control o seguimiento.**

Es la verificación periódica del avance en la ejecución del Plan de acción, medido con base en los indicadores de cumplimiento, reflejan el progreso físico y financiero de cada proyecto, que al sumarlos dan cuenta del desarrollo integral del Plan.

Esta tarea por lo general es asignada a un área de la organización diferente a quien la programa y ejecuta. En algunas organizaciones son las oficinas de Control interno, revisoría fiscal, auditoría, supervisión o planeación. No obstante, quien ejecuta no está desvinculado de la

tarea, en supervisor se apoya en la realización del control en quien ejecuta, debido a que el informe lo genera el ejecutor. Con base en este informe, la planificación realizada y las evidencias físicas y financieras que dan cuenta del desarrollo del Plan se constata su consistencia, validez y veracidad para producir un dictamen. Los informes de gestión deben ser aprobados por la alta dirección.

Para realizar el control o seguimiento se debe recopilar la información de los indicadores y avance del plan de acción, actividades que realizará el encargado por la alta gerencia para el desarrollo y ejecución de la política de RSE.

Seguidamente esta información se socializa en reunión con la alta gerencia y responsables de cada área y proceso, en la cual se analizarán los indicadores, se revisa el avance del plan de acción y se toman decisión para mejorar, corregir y prevenir problemas con el plan de acción.

La verificación del plan de acción se recomienda realizarla trimestralmente, tiempo mínimo en el que se podrá medir los indicadores de gestión.

Tabla 18  
Indicadores de gestión

**MATRIZ DE SEGUIMIENTO**



**Objetivo General:**

**Objetivo Específico:**

**Periodo de Evaluación**

**Primer Periodo:**

**Segundo Periodo:**

**Tercer Periodo:**

**Cuarto Periodo:**

**Responsable:**

Meta	Proyecto	Actividad Programada	Actividad Realizada	Valor Presupuestado	Valor Ejecutado	Variación	Explicación de la Variación	Avance del Indicador	Observaciones
------	----------	----------------------	---------------------	---------------------	-----------------	-----------	-----------------------------	----------------------	---------------

Fuente: Elaboración propia

### 6.3.5.3 Evaluación.

Es la revisión que se realiza al cumplimiento cuando termina la vigencia de programación.


Es un ejercicio donde se compara las acciones programadas contra las acciones realizadas y donde se estima en nivel de cumplimiento del Plan.

La evaluación al igual que el control la realiza una sección de la empresa diferente a quien la programa y ejecuta. Al igual que en la actividad control, los informes de evaluación deben ser aprobados por la alta dirección.

Todos los informes son insumos que soportan los ejercicios de rendición de cuenta, la planeación periódica y la toma de decisiones.

Tabla 19  
*Modelo del informe de evaluación*

---

	<b>Modelo del Informe de Evaluación</b>
---	---

---

<b>Año / Vigencia</b>
<b>Responsable</b>
<b>Objetivo General</b>
<b>Objetivos Especifico</b>
<b>Metas</b>
<b>Proyectos Desarrollados</b>
<b>Factores que inciden favorablemente</b>
<b>Factores que inciden desfavorablemente</b>
<b>Acciones desarrolladas para superarlos</b>
<b>Retos</b>

---

Fuente: Elaboración propia

## 7. Conclusiones

Al analizar los resultados de información consultada a las fuentes primarias, se puede inferir que las Pymes en Buenaventura relacionan el concepto de RSE con actividades que generan desarrollo social, económico y ambiental; sin embargo hay un número importante de empresas que consideran que el significado de RSE es una filantropía, percepción totalmente opuesta al real significado de lo que es RSE; lo cual se constituye en una gran oportunidad para trabajar con las Pymes en desarrollar actividades que aporten y generen conciencia del verdadero significado de RSE para que se puedan involucrar en el propósito de contribuir al desarrollo socioeconómico y medio ambiental utilizando como estrategia de gestión la RSE.

Igualmente se encontró que las empresas presentes en el Distrito de Buenaventura que realizan actividades de RSE, comparadas con las que no lo hacen presentan un margen de diferencia muy bajo en favor de quienes la practican; por lo que existe un alto potencial para involucrar a aquellas que no ejecutan actividades de RSE.

Para aquellas empresas que practican la RSE, pero lo hacen a través de actividades sociales y comunitarias de manera informal, sin adoptar políticas y sin fortalecer las acciones con una planificación de carácter estratégico que incluya alianzas con otros actores sociales se evidencia una oportunidad para proponer mejoras a las intervenciones de RSE.

El hecho que las empresas que practican la RSE no la estén desarrollando con políticas documentadas o sistematizadas y de manera estructurada, muestra la existencia de una oportunidad para introducir mejoras al modelo de gestión a través de la formulación de la política y la planificación de la intervención; por el hecho que un alto número de las empresas estudiadas no planifican su quehacer y están dispuestas a realizarlo.

Aunque las empresas estudiadas consideran saber cuál es el significado de la RSE, también se evidencia un desconocimiento de los beneficios que le genera implementar estas acciones, mostrando buena disposición para aumentar su conocimiento y comprensión del significado de actuar socialmente responsable a través de prácticas de RSE, lo anterior permite y facilita la introducción y adopción de un modelo de RSE en dichas compañías.

El estudio realizado encontró que en las Pymes del distrito de Buenaventura el principal responsable de la adopción y aplicación de las prácticas de RSE es la alta gerencia, condición que no garantiza el éxito ni la sostenibilidad de las acciones, los resultados y logros, por tanto se concluye que las acciones deben involucrar a todos los niveles de la organización, manteniendo la dirección el control de las acciones, lo cual se logra a través de una política claramente formulada y adoptada a nivel corporativo.

Como quiera que las prácticas de RSE más comunes que realizan las Pymes en Buenaventura están orientadas en actividades como la recreación, la capacitación, proveeduría de alimentos o nutrición, según los resultados del estudio, además los destinatarios o beneficiarios de estas actividades son los empleados y la comunidad. Este modelo de intervención es susceptible de ser mejorado con acciones enfocadas al desarrollo sostenible y de mayor impacto, el cual se debe planificar de manera rigurosa en beneficio de la imagen corporativa, la focalización, racionalización de los recursos disponibles y evaluación de sus resultados.

Aunque muchas de las empresas estudiadas orientan sus acciones de RSE en beneficio de los trabajadores, estos no son conscientes de este beneficio ni el impacto que produce en su calidad de vida y en su desarrollo individual y colectivo, por tanto se concluye que las Pymes, deben mejorar sus prácticas de RSE con acciones de promoción y sensibilización hacia los empleados y la sociedad en su conjunto, lo cual aumentaría el nivel de compromiso y sentido de

pertenencia de los empleados con la empresa y la promoción de la imagen corporativa, tarea que se puede realizar a través de estrategias de comunicación interna y externa.

Se hace imperioso orientar de manera sistemática y metodológica la práctica de la RSE para facilitar los acercamientos e interrelación con otros actores de la sociedad que puedan contribuir en el logro de los objetivos en acción complementaria con el sector empresarial.

## **8. Recomendaciones**

Formular o diseñar programas de sensibilización dirigido a las Pymes respecto de los beneficios e importancia de implementar prácticas de RSE.

Orientar a las empresas al momento de asumir la RSE para la adopción de un modelo sostenible y permanente a través del tiempo creando una estructura dentro de la organización que no dependa de personas si no de las funciones o cargos.

Promover al interior de las empresas que adopten prácticas de RSE el establecimiento de canales y mecanismos de comunicación en los grupos internos y externos, como parte central en la creación de valor para el negocio.

Implementar el Modelo de RSE propuesto con las Pymes que mostraron una mayor disposición a incluir prácticas de RSE en sus estrategias de gestión, con el objetivo de conocer el alcance del modelo y sugerir planes de mejoras al mismo.

Hacer acercamientos y gestiones ante la Cámara de Comercio de Buenaventura y el Gobierno local a través de la Secretaria de desarrollo económico del Distrito, para que el Modelo de RSE se constituya en una herramienta de gestión empresarial que permita contribuir con el desarrollo socioeconómico y medio ambiental de la región.



## 9. Bibliografía

- Abreu, J (2012). El concepto de RSE y sus debates: ¿Es posible un consenso? En P. Lattuada. (Ed.), H. Bustamante, Responsabilidad social empresarial: Miradas plurales, un interés singular (Pág. 27). Medellín, Colombia: Ediciones Unaula.
- Abreu, J y Jafarey, (2010). Gathas: Los Cantos Divinos d Zaratustra. Recuperado de [https://gathagatha.files.wordpress.com/2013/08/gathas\\_-los-cantos-divinos-de-zaratustra-spanish-edition.pdf](https://gathagatha.files.wordpress.com/2013/08/gathas_-los-cantos-divinos-de-zaratustra-spanish-edition.pdf).
- Aiteco. (2015). *Diagrama de afinidad*. Recuperado de <http://www.aiteco.com/diagrama-de-afinidad/>.
- Alarcón, J. (2012). Diseño de un modelo estratégico de medición que incorpora los elementos claves de sostenibilidad asociados a la gestión organizacional (tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá D.C., Colombia.
- Alpina. (2019). *Propósito superior*. Recuperado de <https://www.alpina.com/corporativo/somos-alpina/quienes-somos/proposito-superior>.
- Aquino, M, Reficco, E y Arroyo, J (2014). Perspectivas sobre la situación y proyección de la Responsabilidad social empresarial en América Latina. Redalyc, Volumen (54), pp 10.11. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155129752002>.

Aranda, F y Rojas, M. (2014). Responsabilidad social empresarial orientada a los colaboradores desde el área de gestión humana de la empresa productos comestibles Calipan S.A. (tesis de maestría). Universidad del Valle, Santiago de Cali, Colombia.

Baca, G. (1995). *Evaluación de Proyectos*. Naucalpan de Juárez, México. McGraw – Hill Interamericana de México S.A.

Banco Interamericano de Desarrollo. (2003). BID impulsa responsabilidad empresarial en América Latina. Recuperado de <https://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2003-08-04/bid-impulsa-responsabilidad-social-empresarial-en-america-latina%2C413.html>.

Barbosa, D, Medina C, y Vargas, M (2014). Globalización, capitalismo financiero y responsabilidad social empresaria: tensiones estructurales. Redalyc, Volumen (14), pp 135-154. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=100235716008>.

Bonilla Ortiz Arrieta, L. (2011). Evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *Revista el observador económico*. Disponible en <http://www.elobservadoreconomico.com/articulo/1096> [dic/14].

Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa, United States of América. Federal Council of the Churches of Christ in América. Recuperado de <https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=ALIPAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&d>

[q=Bowen,+HR+1953,+Social+responsibilities+of+the+businessman,&ots=da5bUkpmpq&sig=kjI82stWwgwX5-\\_eycM2ImBDMcg#v=onepage&q=Bowen%2C%20HR%201953%2C%20Social%20responsibilities%20of%20the%20businessman%2C&f=false.](https://www.google.com/search?q=Bowen,+HR+1953,+Social+responsibilities+of+the+businessman,&ots=da5bUkpmpq&sig=kjI82stWwgwX5-_eycM2ImBDMcg#v=onepage&q=Bowen%2C%20HR%201953%2C%20Social%20responsibilities%20of%20the%20businessman%2C&f=false)

Boyd, W. y Larréché, M. (2005). *Marketing Estratégico, enfoque de toma de decisiones.*

México D.F. México. McGraw – Hill.

Cámara de Comercio de Buenaventura (2018). Informe de empresas inscritas en cámara de comercio.

Cano, J. (2011). Percepción de la ética y la Responsabilidad Social Empresarial en los ejecutivos de Monterrey (tesis de maestría). Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey, México.

Cantillo, U. A. T. (2013) Evolución, aproximación al concepto y teorías de responsabilidad Social empresarial (tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.

Cañeque, F. C. (2006). La RSE ante el espejo: carencias, complejos y expectativas de la empresa responsable en el siglo XXI (Vol. 59). Universidad de Zaragoza.

Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct of business and society. Recuperado de

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/000765039903800303>.

Chamoun, Y. (2002). *Administración profesional de proyectos, La guía*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill Interamericana.

Correa, M. E. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial (Vol. 85). United Nations Publications.

Correa, M., Flynn S. y Amit A. (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Comisión Económica para América Latina y el Caribe pag.15.

Recuperado de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5621/1/S044214\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5621/1/S044214_es.pdf).

Davis, K. (1973). The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibility.

Recuperado de <http://57ef850e78feaed47e42->

[3eada556f2c82b951c467be415f62411.r9.cf2.rackcdn.com/Davis-1973-](http://57ef850e78feaed47e42-3eada556f2c82b951c467be415f62411.r9.cf2.rackcdn.com/Davis-1973-)

[ForAnd%20Against.pdf](http://57ef850e78feaed47e42-3eada556f2c82b951c467be415f62411.r9.cf2.rackcdn.com/Davis-1973-ForAnd%20Against.pdf).

De Castro Sanz, M. (2005). La Responsabilidad Social de las Empresas, o un nuevo concepto de empresa. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (53), 29-51.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2011). Necesidades Básicas

Insatisfechas – NBI, por total, cabecera y resto. Recuperado de

<http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/necesidades-basicas-insatisfechas-nbi>.

Drucker, P. (1996). *La gestión en tiempos de grandes cambios*. Ediciones Gestión 2000 S.A.

Ecopetrol. (2014). *Marco estratégico*. Recuperado de

<https://www.ecopetrol.com.co/wps/portal/es/ecopetrol-web/nuestra-empresa/quienes-somos/acerca-de-ecopetrol/marco-estrategico/mision-vision>.

Elkington, J. 1997, *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Oxford, Capstone Publishing Limited.

Espitia, A (2015). La Responsabilidad Social Empresaria (RSE) como elemento estratégico en las MiPymes colombianas. Redalyc, Volumen (IV), pp 75-84. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215047422008>.

Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos: Cómo Empezar, Administrar y Operar Eficientemente un Negocio*. México; Mc Graw Hill.

Florido, M. (2017). *Cómo definir la misión, visión y valores de una empresa*. Recuperado de <https://www.marketingandweb.es/emprendedores-2/mision-vision-y-valores-de-una-empresa/>.

Freeman, E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Series in Business and Public Policy.

Freeman, E. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Recuperado de [https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=NpmA\\_qEiOpkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=edward+freeman+strategic+management+a+stakeholder+approach+pdf&ots=60emK3Q4MH&sig=R-32E8nRy\\_MktVvbWl47zpf3nCE#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=NpmA_qEiOpkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=edward+freeman+strategic+management+a+stakeholder+approach+pdf&ots=60emK3Q4MH&sig=R-32E8nRy_MktVvbWl47zpf3nCE#v=onepage&q&f=false).

Friedman, M., (September 13, 1970), “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, *The New York Times Magazine*.

Friedman, M. (2009). *Capitalism and freedom*. University of Chicago press.

García, Q. (2016). *Mans Unides: Historia de la RSC*. Cataluña. Recuperado de <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc>.

González, Y. C. P. (2015). *La RSE en el Mundo Actual, un Recorrido por su Evolución en Diferentes Contextos*. *AIOS*, (1).

Hernández, F y Sánchez, J (2016). Análisis del efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los resultados de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). Redalyc, Volumen (10), pp 110-123 Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511854473006>.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.

Henaó Ramírez, J. F. (2013). La Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de gestión en la organización Pranha SA (tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Manizales, Colombia.

Herrera, J. C., & Abreu, J. L. (2008). Cómo gestionar la responsabilidad social en las pymes Colombianas. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 3(1).

Iríbar, Amaya. (2003 6 de Enero). Hacia la triple cuenta de resultados. El País. Recuperado de [https://elpais.com/diario/2003/04/06/negocio/1049636854\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2003/04/06/negocio/1049636854_850215.html).

Jaramillo, J. G. C. (2007). Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social. *Semestre económico*, 10(20), 87-102.

Jiménez, Tania. (Octubre 01 del 2017). Las 10 ventajas de la Responsabilidad Social

Corporativa. Recuperado de <https://www.diarioinformacion.com/empresas-en-alicante/2017/10/01/10-ventajas-responsabilidad-social-corporativa/1941178.html>.

Juárez, Kathy. (Marzo 1 del 2017). ¿Qué beneficios se logra al implementar RSE? El Nuevo Diario. Recuperado de <https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/420343-que-beneficios-se-logra-implementar-rse/>.

Julien, Emmanuel. (Noviembre 19 del 2014). Los gobiernos y la responsabilidad social de las empresas. La contratación pública sostenible está en auge. OIT. Recuperado de [http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS\\_321018/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_321018/lang--es/index.htm)

Kotler,P y Armstrong, G. (2012). pp 82-83. *Marketing*. Recuperado de [https://www.academia.edu/29671014/Marketing\\_decimocuarta\\_edici%C3%B3n\\_Philip\\_Kotler\\_Gary\\_Armstrong.pdf](https://www.academia.edu/29671014/Marketing_decimocuarta_edici%C3%B3n_Philip_Kotler_Gary_Armstrong.pdf).

Medina, A y Severino, P (2014). Responsabilidad Empresarial: generación de capital social de las empresas. Redalyc, VOLUMEN (9), pp 63-72. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281632446005>.

Mitchell, R.K.; Agle, B.R.; Wood, D.J. (1997) Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of who and what really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), pp. 853–886.



Molero, G (2016). La Responsabilidad Social Empresarial en el contexto del capital social.

Redalyc, Volumen (22), pp 46-59. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73752819004>.

Norma Internacional ISO 26000 Guía de Responsabilidad Social (2010). Ginebra, Suiza. ISA 2600.

Obando Jaramillo, A. M. (2015). Prácticas de responsabilidad social fundamento de la transición hacia a un modelo de sostenibilidad en Cementos Argos en el periodo 2005-2013.

Organización de las Naciones Unidas. (1987). Desarrollo y cooperación económica internacional: Medio Ambiente, Informe de la Comisión Mundial sobre el medio ambiente y el Desarrollo. Pág. 16 y 24. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre-Medio-Ambiente-y-Desarrollo>.

Organización de las Naciones Unidas. (1992). Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo. Recuperado de [http://www.unesco.org/education/pdf/RIO\\_S.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/RIO_S.PDF).

Organización de las Naciones Unidas. (2015). Los 10 Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Recuperado de <https://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>.

Organización Internacional del Trabajo, (2007). Conferencia Internacional del Trabajo, La Promoción de las empresas sostenibles. Recuperado de <http://www.ilo.org/public/spanish/standards/relm/ilc/ilc96/pdf/rep-vi.pdf>.

Organización Internacional de trabajo, (2010). La OIT y la responsabilidad social de la empresa RSE. Recuperado de [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---multi/documents/publication/wcms\\_142694.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf).

Page, Frederic. (2012, 04 de mayo). Las Claves para un Negocio Sostenible. Recuperado de <https://negociosostenible.wordpress.com/2012/05/04/los-beneficios-de-la-rse-para-las-empresas/>.

Parada, J. L. (2007). *¿De qué hablamos cuando hablamos de RSE?*.

Porter, M. (2011, junio). Creating shared value: Redefining capitalism and the role of the corporation in Society. Harvard Business Review, Recuperado de [https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/2011-0609\\_FSG\\_Creating\\_Shared\\_Value\\_20859152-c051-44dd-a2c0-761abf6bc2d1.pdf](https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/2011-0609_FSG_Creating_Shared_Value_20859152-c051-44dd-a2c0-761abf6bc2d1.pdf).

Porter, M. y Kramer, M. (2002, diciembre). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. Harvard Business Review. Recuperado de <https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy>.

- Porter, M. y Kramer, M. (2006, diciembre). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, vol. XX, 2, 3, 7, 13. Recuperado de [https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy\\_and\\_Society.pdf](https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy_and_Society.pdf).
- Puche, R. y Henríquez, G. (2011). Diseño de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Barranquilla: Que permita mejorar la calidad de vida y el acercamiento a las mujeres cabeza de familia (tesis de maestría). Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia.
- Rahman, S. (2011). Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility. *World Review of Business Research*, (1), 166-176.
- Razeg, F. C. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 119-130.
- Redacción El Tiempo, (2007, 20 de Marzo 20). Unas pymes que sirven de ejemplo. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2421488>.
- Redacción revista Dinero, (2016, 09 de septiembre 09). Pymes contribuyen con más del 80% del empleo en Colombia. *Dinero*. Recuperado de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/porcentaje-y-contribucion-de-las-pymes-en-colombia/231854>.

- Rincón, L, y Díaz, L. (2009). Diagnóstico y creación de un modelo de gestión basado en responsabilidad social empresarial aplicado a la empresa Marval S.A (tesis de maestría). Universidad del Rosario, Bogotá D.C., Colombia.
- Rivera, A. (2014, 03 de febrero). *Executive MBA Internacional en Empresas del Sector de las Infraestructuras*. Recuperado de <http://www.eoi.es/blogs/embacon/2014/02/03/los-beneficios-de-la-responsabilidad-social-empresarial-rse-para-las-empresas/>.
- Salgado, S. (2012). *La misión empresarial en línea con la RSE*. Recuperado de <https://diarioresponsable.com/opinion/15894-la-mision-empresarial-en-linea-con-la-rse>.
- Schiller, B (1994). *Principios esenciales de economía*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Tamayo, J. (2003). Responsabilidad social. In V Simposio Latinoamericano De Comunicación Organizacional. Seminario Comunicación, Participación y Responsabilidad Social Septiembre (Vol. 3, No. 4).
- Torres, J. (2006, 15 de septiembre). Retos para la RSE. *Dinero*. Recuperado de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/retos-para-rse/36378>.
- Valencia, A. (20 de Septiembre de 2018). Las ocho razones por las que es importante tener prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. *La Republica*. Recuperado de

<https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/las-ocho-razones-por-las-que-es-importante-tener-practicas-de-responsabilidad-social-empresarial-2773063>.

Vásquez Paniagua, J. A., & Gonzales Isaza, D. P. (2009). Metodología para implementar un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria de la curtiembre en Colombia. *Contabilidad y Negocios*, 4(8).

Venegas, A. (05 Abril del 2018). Las Pyme se conectan con programas de RSE con Ayuda de la Corporación Fenalco Solidario. *La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/las-pyme-se-conectan-con-programas-de-rse-con-ayuda-de-la-corporacion-fenalco-solidario-2709424>.

Vives, A., & Peinado-Vara, E. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. *Washington, DC: Banco Interamericano de Desarrollo*.

Wartick, S. y Cochran P. (1985) The Evolution of Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, 10(4).

## 10. Anexos

### Encuesta Sobre Las Acciones De Responsabilidad Social Empresarial Desarrolladas Por Las Pymes En Buenaventura

Buenos Días / Tardes, somos estudiantes de postgrado de la maestría de dirección empresarial de la Universidad Santiago de Cali, estamos realizando una investigación aplicada a las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del distrito de Buenaventura por lo cual solicitamos su valiosa colaboración con el diligenciamiento de la siguiente encuesta, sus respuestas serán de carácter confidencial y para efectos de análisis estadístico.

Fecha:

No De la Encuesta: \_\_\_\_ (Tres Dígitos, iniciando por el 001)

Nombre de la Empresa: \_\_\_\_\_

Sector económico al que pertenece

Servicios  Industria  Comercio  Tecnologías

Transporte  Educación  Construcción

Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

Marque con una X la respuesta que considere sea más acertada según su criterio:

- ¿Cuál de los siguientes términos según su concepto es el que más se acerca a lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial?

a. Acciones Filantrópicas	
b. Actividades orientadas al desarrollo social, económico y ambiental	

c. Estrategia marketing.	
d. Ventaja Competitiva.	
e. Moda empresarial.	
f. No sabe.	
g. Otro. ¿Cuál?	

2. ¿Cree usted que las empresas deben realizar acciones de Responsabilidad Social Empresarial?

- a. Si       b. No       c. ¿Porque? \_\_\_\_\_

3. ¿La empresa tiene políticas de gestión orientadas a la Responsabilidad Social Empresarial?

- a. Si.       ¿Cuál? \_\_\_\_\_      b. No.

En el caso de haber contestado **NO** en la pregunta anterior, por favor pasar directamente a la pregunta **No 21**

4. ¿La Política de Responsabilidad Social Empresarial que posee la empresa está formulada en un documento estructurado?

- a. Si       b. No

5. Si respondió **NO**, ¿Estaría dispuesto a formular un plan de gestión de la Política de Responsabilidad Social Empresarial?

- a. Si       b. No

6. ¿Cómo realiza las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

- a. A través de alianzas empresariales
- b. Con el apoyo del Estado
- c. A través de fundación
- d. ¿Otra? Cual\_\_\_\_\_

7. ¿Conoce los beneficios de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

- a. Si  b. No

8. Si respondió NO, ¿Estaría dispuesto a mejorar los conocimientos sobre los beneficios de desarrollar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

- Si  b. No

9. ¿En la organización quien asume las labores de Responsabilidad Social Empresarial?

a. Gerencia.	<input type="checkbox"/>
b. Departamento Administrativo.	<input type="checkbox"/>
c. Varias Áreas	<input type="checkbox"/>

10. ¿Qué recursos han invertido en la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

a. Económicos.	<input type="checkbox"/>
b. Infraestructura.	<input type="checkbox"/>
c. Servicios	<input type="checkbox"/>
d. Personal	<input type="checkbox"/>



e. Donación de bienes	
f. Otro. ¿Cuál?	

11. ¿Cuánto hace que adoptó prácticas de RSE?

- a. Entre 1 y 3 años
- b. Entre 4 y 7 años
- c. Más de 8 años

12. ¿Cuál es la razón por la cual la empresa lleva a cabo actividades de Responsabilidad Social Empresarial?

a. Económicos.	
b. Ventaja competitiva.	
c. Mejorar la calidad de vida de la comunidad.	
d. Contribuir con el medio ambiente.	

13. Marque con una X los grupos de interés, el sector, el nivel y la periodicidad a los cuales van dirigidas las actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

Grupo Interes	ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL														
	Sector								Nivel de Incidencia			Periodicidad			
	Salud	Educación	Vivienda	Alimentación	Recreación	Marketing	Formación/ Capacitación	Investigación	Alto	Medio	Bajo	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
Empleados															
Sociedad / Comunidad															
Proveedores															
Clientes															
Medio Ambiente															
Gobierno															
Accionistas															

**14. ¿Planifican y evalúan la gestión realizada en la política de Responsabilidad Social**

Empresarial realizada por la empresa?

- a. Siempre.
- b. A Veces.
- c. Nunca.

**15. ¿Tiene conocimiento de los beneficios que producen en los grupos de interés las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa?**

- a. Si.
- b. No.

**16. En caso de haber respondido SI, en la pregunta anterior, ¿Cómo evidencia los beneficios de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en sus grupos de interés?**

- a. Acciones de supervisión
- b. Evaluaciones
- c. Comparación de los estados en el proceso de intervención
- d. ¿Otro? Cual\_\_\_\_\_

17. ¿Disponen o elaboran informes sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

- a. Si.       b. No.

18. Si respondió **NO** en la anterior pregunta. ¿Estaría interesado en documentar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa?

- a. Si       b. No

19. ¿Tienen o han obtenido algún tipo de certificación?

- a. ISO
- b. RSE
- c. Ninguna
- d. Otra, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

20. ¿Cómo visibiliza las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que realiza?

Marque más de 1 opción si es el caso.

- a. Publicidad
- b. Informes de Responsabilidad Social
- c. Eventos (celebraciones y conmemoraciones)
- d. No sabe.

21. En caso de **NO** realizar actividades de Responsabilidad Social Empresarial, ¿Cuál es la razón por la cual **NO** tienen prácticas o políticas de Responsabilidad Social?

Marque más de 1 opción si es el caso.

- a. Desconocimiento.
- b. Falta Apoyo gubernamental.
- c. Desinformación.

- d. Escases de recursos económicos.
- e. Falta de interés.
- f. Falta de compromiso de la empresa.
- g. Falta de infraestructura.
- h. Todas las anteriores
- i. Otro. ¿Cual? \_\_\_\_\_

22. ¿Estaría dispuesta la empresa de llevar a cabo prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

- a. Si.
- b. No.

23. ¿Qué beneficios esperarías obtener para la empresa si practicara Responsabilidad Social Empresarial?

- a. Financieros.
- b. Sociales.
- c. Ambientales.
- d. Beneficios tributarios
- e. Relaciones Internas.
- f. Posicionamiento.
- g. Fortalecimiento de la imagen corporativa
- h. Todas las anteriores

24. ¿Cuáles cree usted serían los mecanismos utilizados para desarrollar acciones de Responsabilidad Social Empresarial?

- a. Programas sociales
- b. Donaciones

- c. Fundaciones
- d. Alianzas
- e. Patrocinios
- f. Otros, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

Muchas Gracias por su colaboración.

**Entrevista para Evaluar la incidencia de las acciones de RSE realizadas por las Pymes en beneficio de los trabajadores**

El Propósito de esta entrevista es conocer la opinión de los trabajadores de las empresas que realizan prácticas de RSE, en beneficio de estos mismos, con el fin de evaluar como esas prácticas de RSE inciden en la calidad de vida de los colaboradores de las Pymes de Buenaventura.

No. De La Entrevista: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Vinculación laboral:

Indefinido  A termino fijo  OPS  Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

Antigüedad laboral: (1- 4 años)  (5 – 8 años)  (más de 9 años)

Genero:  F  M

Edad: (18 – 25 años)  (26 – 32 años)  (33 - 40 años)  (más 40)

Marque con una X la respuesta que considere sea la más acertada según su criterio:

1. ¿Cómo es la comunicación en la empresa?:

- a) Formal
- b) Informal
- c) Personal
- d) Colectiva

2. ¿Qué medios se utilizan para transmitir la comunicación?

- a) Informes de gestión
- b) Reuniones
- c) Redes sociales
- d) Ninguno

3. ¿Tiene usted conocimiento de que la empresa realiza actividades de Responsabilidad Social Empresarial?

- a) Si
- b) No
- c) No sabe

Si respondió **SI**

4. ¿Cómo se enteró de las actividades de Responsabilidad Social que realiza la empresa?:

- a) Compañero
- b) Jefes
- c) Informes
- d) Medio Virtual
- e) Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo visualiza las actividades de RSE que realiza la empresa?

- a) Publicidad
- b) Informes de Responsabilidad Social
- c) Eventos (celebraciones y conmemoraciones)
- d) Página Web.
- e) No sabe

f) Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. ¿La empresa le permite aportar ideas que mejoren las prácticas de RSE que realiza la Empresa?

a) Si

b) No

7. ¿Qué beneficios está recibiendo de las prácticas de RSE que realiza la empresa?

a) Económicos

b) Profesionales

c) Personales

d) Educativos

e) Recreativos

f) Vivienda

8. ¿Ha podido crecer a nivel personal y profesional con las prácticas de RSE que realiza la empresa gracias a esos beneficios?

a) Si

b) No

Si respondió **SI**

9. ¿Cómo evidencia este crecimiento aportado por dichas prácticas de RSE?

a) Unión Familiar

b) Bienestar

c) Desarrollo Cultural

d) Crecimiento profesional

e) Todas Las Anteriores



Si respondió **NO**

**10.** ¿Por qué razón no le ha aportado a su crecimiento?

- a) Falta de interés
- b) Beneficio no son atractivos
- c) Son beneficios condicionados
- d) Falta de información

**11.** ¿En su empresa existe un código de ética?

- a) Si
- b) No
- c) No Sabe

**12.** ¿Considera que su empresa es amigable con el medio ambiente?

- a) Si
- b) No
- c) No Sabe

Si respondió **SI**

**13.** ¿Qué actividad responsable promueve la empresa con el medio ambiente?

- a) Reciclaje
- b) Conservación del agua y la energía
- c) Preservación de la flora y la fauna
- d) Tratamiento de residuos solidos
- e) No Sabe

Muchas Gracias Por Su Colaboración...