



**ESTRATEGIAS DE RSE EN LAS PYMES DEL SECTOR MANUFACTURERO DE
LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI VALLE DEL CAUCA**

ANDRÉS ORLANDO TAMAYO GONZÁLEZ

**Director
ÁLVARO URIBE RESTREPO
MG. Gestión Pública**

**DIRECCIÓN NACIONAL UDCII
UNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA INVESTIGACIÓN Y LA
INNOVACIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
Diciembre 2020**



TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA.....	4
1. INTRODUCCIÓN	8
2. JUSTIFICACIÓN	10
3. ESTADO DEL ARTE	12
3.1. Orígenes de la RSE.....	12
3.2. La RSE en Colombia	13
3.3. La RSE en el Valle del Cauca	14
4. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	19
4.1. Objetivo General.....	19
4.2. Objetivos específicos.....	19
5. MARCO TEÓRICO	20
5.1. Conceptualización teórica de la RSE.....	20
5.2. Parámetros normativos de la RSE	22
5.3. Medición de la RSE.....	24
6. METODOLOGÍA.....	26
6.1. Para la recolección de la información se aplicará una encuesta	27
6.2. Selección de la muestra	27
7. RESULTADOS Y ANÁLISIS	28
7.1. Caracterización de RSE.....	28
7.1.1. Dimensión de Gobierno Corporativo	30
7.1.2. Dimensión de aspectos internos	30
7.1.3. Dimensión ambiental.....	30
7.1.4 Dimensión clientes	31
7.1.5 Dimensión comunidad y entorno social	31
7.2. Análisis de los principios de RSE bajo la norma ISO 26000	32
7.3. Esbozar estrategias de RSE para las pymes objeto de estudio	34
8. CONCLUSIONES Y LOGROS.....	37
9. BIBLIOGRAFÍA CITADA	40
ANEXOS.....	44



LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Teorías de la RSE.....	20
Tabla 2. Principales normas internacionales de RSE.....	23
Tabla 3. Propuestas para medir la RSE.....	24
Tabla 4. Estándares de RSE bajo la ISO 26000.....	26
Tabla 5. Caracterización de RSE en las pymes. ISO 26000.....	28
Tabla 6. Aplicación de los principios de RSE de acuerdo a la norma ISO26000.....	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Proceso Histórico de la RSE.....	13
Gráfico 2. Evolución de la RSE en el Valle del Cauca – Cali.....	16
Gráfico 3. Principios en los que se basa la ISO 26000.....	31
Gráfico 4 Estrategias de infraestructura y sostenibilidad de pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería.....	35



1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

Es notable la importancia y el papel fundamental que juegan las microempresas en el ámbito económico y social de Colombia, en los últimos diez años se han convertido en uno de los sectores más productivos y dinámicos de la economía colombiana. En todo el país, según cálculos del Departamento Nacional de Planeación, hay 1.200.000 microempresas, que generan alrededor de 2,8 millones de empleos, y que además contribuyen con cerca del 20 por ciento de la producción total de bienes y servicios o Producto Interno Bruto (PIB) anual en Colombia. Sin embargo, se trata de un sector carente del apoyo estatal.

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

La responsabilidad social empresarial pasó de ser filantropía o mito a convertirse en una realidad imperante en cada una de las actividades desarrolladas por las empresas y sus diferentes grupos de interés, adoptando así mayor fuerza e interés el concepto social.

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

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

La presente monografía, apunta a identificar las diferentes estrategias de RSE en el sector del calzado, cuero y la marroquinería de las pymes en la ciudad de Cali como apuesta de un modelo de negocio sustentable y el lector encontrará que se proponen tres objetivos así:



El primero dedicado a Caracterizar las estrategias de RSE como factor de competitividad para las pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería en Santiago de Cali bajo la norma ISO 26000

El segundo, Conocer si hay integración de responsabilidad social dentro de las políticas y estrategias de acción de las pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería en la ciudad de Santiago de Cali bajo la norma ISO 26000

El tercero, Determinar la incidencia en el plan de negocios de las pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería que implementan estrategias de RSE

PALABRAS CLAVES: Stakeholders, RSE, Desarrollo Sostenible, Grupos de interés, Microempresas, pymes, Sector del cuero y la marroquinería.



ABSTRACT

The importance and fundamental role played by micro-enterprises in the economic and social sphere of Colombia is remarkable. Currently there are 1,200,000 micro-enterprises, which generate around 2.8 million jobs, and which also contribute about 20 percent. percent of total production of goods and services or annual Gross Domestic Product (GDP) in Colombia. However, it is a sector lacking state support.

It is essential to understand that CSR is about both internal and external behavior of the organization, which seeks to generate mutual benefits between it and the community, and for which a fluid and open relationship between all members of the environment is necessary.

Corporate social responsibility went from being philanthropy or myth to becoming a prevailing reality in each of the activities carried out by companies and their different interest groups, thus adopting greater strength and interest in the social concept.

It was found that the managers of micro-enterprises in the leather and leather goods sector in the city of Santiago de Cali interpret CSR as the responsibility to be assumed with respect to stakeholders, but in practice it is different, since each one of the activities carried out in this regard are totally empirical and focused only internally, thus neglecting to meet the expectations of other stakeholders.

It is also established that there is ignorance about the subject and although it is recognized that CSR contributes to the competitiveness of micro-enterprises in the sector and significant efforts are made in this regard, it is not part of the organization's strategic plan.

This monograph aims to identify the different CSR strategies in the footwear, leather and leather goods sector of SMEs in the city of Cali as a commitment to a sustainable business model and the reader will find that three objectives are proposed as follows
The first one dedicated to characterizing CSR strategies as a competitiveness factor for SMEs in the footwear, leather and leather goods sector in Santiago de Cali under the ISO 26000 standard



The second, to know if there is integration of social responsibility within the policies and action strategies of SMEs in the footwear, leather and leather goods sector in the city of Santiago de Cali under the ISO 26000 standard.

The third, Determine the impact on the business plan of SMEs in the footwear, leather and leather goods sector that implement CSR strategies

KEY WORDS: Stakeholders, CSR, Sustainable Development, Stakeholders, Micro-companies, SMEs, Leather and leather goods sector.



1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo a las fuentes secundarias consultadas se encontró que los orígenes de la responsabilidad social empresarial, se remontan al siglo XIX, cuando el cooperativismo y el asociacionismo, buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva trabajaban para que los empresarios entendieran que había que relacionar la producción con el hombre y el medio ambiente y así, los dos alcanzaran los objetivos planeados.

Ahora bien, la información existente en materia de RSE aplicada a las microempresas se puede considerar escasa en el país, y su aplicación se da en un entorno diferente al colombiano, ya que la mayor cantidad de teorías y datos corresponden a países como España, Chile y Argentina. Así las cosas, éste fue el punto de partida de esta monografía, con la cual se pretende caracterizar las estrategias aplicadas en los modelos de negocio de las pymes del sector del cuero y la marroquinería que son fuentes de apalancamiento para su perduración en el tiempo y competitividad.

Las implicaciones éticas y morales de las acciones y prácticas manejadas por los empresarios frente a la Responsabilidad Social Empresarial es uno de los temas de más auge en nuestros tiempos porque para los dueños de las empresas lo único importante era la rentabilidad económica que se veía representada en el éxito, la sostenibilidad y continuidad de los negocios, hoy el contexto social ha obligado a que la RSE sea incorporada en todos los procesos, operativos productivos, y administrativos en las empresas, básicamente porque los clientes han exigido que los productos sean amigos del medio ambiente con producción limpia y asegurando a que a través de ellos la riqueza sea mejor distribuida y se dignifique al ser humano dentro y fuera de la organización impulsando la incorporación de la Responsabilidad Social en la estrategia empresarial.

Según el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC (2008), la responsabilidad social empresarial (RSE), consiste en la retribución de las ganancias de una empresa, al medio ambiente y a la comunidad donde se desenvuelve; en tal sentido es importante destacar dentro de los stakeholders, que las empresas se relacionan con la comunidad de manera interna a través de los empleados y de forma externa con las autoridades, proveedores y consumidores.

El papel de las Pymes es muy importante en la economía del país porque son generadoras de riquezas, empleos y cohesión social al mejorar la calidad de vida de las familias que participan del proceso productivo, para este caso de análisis, el del calzado



cuero y marroquinería, puede ver mejorada la competitividad desarrollando una nueva forma de gestionar, no solo en la ejecución de estrategias de negocios buscando rentabilidad económica, sino en diseñar estrategias, que beneficien a todos los actores que participan en la consecución de objetivos y alcance de metas. Se entiende que la sociedad pide un cambio en el modo de hacer las cosas de las empresas, deben surgir nuevas estrategias en el manejo del medio ambiente, sin afectar la sostenibilidad de la empresa, cambios administrativos en el manejo del entorno social.

Por lo anterior expuesto la sociedad comienza a pedir estrategias en el manejo del medio ambiente, sin afectar la sostenibilidad de la empresa, a través de cambios administrativos en el manejo del entorno social. La RSE o responsabilidad corporativa, que hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, tanto nacionales como internacionales produce en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos, las variables necesarias para alcanzar la satisfacción de los clientes internos y externos de las organizaciones

En este contexto es necesario que las pymes del sector del calzado, cuero y la marroquinería de la Ciudad de Cali identifiquen los beneficios, en sus modelos de negocio que les permita generar su “posicionamiento, reputación y competitividad”, pasando de un enfoque estratégico netamente económico a uno cada vez más social y ambiental, en un alto grado de compromiso con la sostenibilidad y con los diferentes grupos de interés, asumiendo como un asunto que está en el eje de su objeto social.

2. JUSTIFICACIÓN

La responsabilidad social empresarial está vinculada al desarrollo de las comunidades que la integran, basado en un modelo de negocio que responda a las dimensiones socio empresarial de integración económica. Esto exigirá a los empresarios mejorar su capacidad de adaptación y flexibilidad en propiciar nuevas estrategias comerciales, productivas y tecnológicas basadas en la RSE en pro de alcanzar su propia competitividad.

Contrario a que lo que se piensa comúnmente, la Responsabilidad Social Empresarial va más allá de prácticas puntuales, iniciativas ocasionales o motivadas por el marketing, las relaciones públicas u otros beneficios empresariales. La RSE es una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de una empresa, para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de su influencia o comunidad. La RSE es considerada como un conjunto integral de políticas, prácticas y programas que se instrumentan en toda la gama de operaciones corporativas y en los procesos de toma de decisiones, y que significa poner en marcha un sistema de administración con procedimientos, controles y documentos. Según el Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa de CEDICE (2005) argumenta lo siguiente:” *Es definida por la relación que la empresa establece con todos sus públicos (stakeholders), a corto y a largo plazo. Los públicos correspondientes, en contacto y afinidad con la empresa, comprenden innumerables organizaciones de interés civil social-ambiental, además de aquéllos usualmente reconocidos por los gestores – (público interno, accionistas y consumidores/clientes)*”

El caso de las PYMES en cuanto a integración de estrategias de RSE en sus modelos de gestión, es un camino que ha empezado a recorrerse. Muchas de ellas están incursionando ahora en incorporar la RSE dentro de su estrategia de negocio. Según la investigación llevada a cabo por la Organización Forética¹ (Forética, 2020) la principal motivación de una empresa para integrar la RSE dentro de su dirección estratégica es la gestión de su reputación, del valor de su marca. En el contexto Pyme donde la marca no es tan notoria, ni su percepción afecta de igual manera al negocio, se debe hablar en cambio de *competitividad*, basada en la confianza que genera en sus grupos de interés. La credibilidad de una Pyme está muy ligada

¹ Forética es la organización referente en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial. Su misión es integrar los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. Actualmente está formada por más de 240 socios, entre ellos el 43% de las empresas que cotizan en el IBEX 35, además de filiales de multinacional, pequeñas y medianas empresas, ONG de referencia y socios personales.



a la credibilidad de sus propietarios y gestores, y esto es algo absolutamente diferencial con la gran empresa. En esa credibilidad que resulta del buen hacer personal de sus máximos responsables, la que garantiza la diferenciación competitiva, la demanda por parte de los clientes y consumidores, la estabilidad financiera (con un mejor acceso al crédito), la atracción del talento humano e incluso reconocimientos públicos como empresa ejemplar. Todo esto en conjunto, favorece el éxito de la empresa y su aceptación por parte de la comunidad.

Igualmente, los consumidores o clientes son muy importantes para la generación del modelo de negocio competitivo que responda a las nuevas necesidades de los usuarios y a las inquietantes condiciones medioambientales, entendiendo el concepto de modelo de negocio, según el análisis realizado por Shafer, Smith y Linder (2005), quienes tomaron 12 definiciones diferentes propuestas entre 1982 y 2002, concluyendo que “un modelo de negocio describe el modo en que una organización debe incluir las elecciones estratégicas, muchas veces asociadas a una red de organizaciones que colaboran, que explican la creación y captura de valor”, lo que aclara que una propuesta de valor de negocio es el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes. Ellos están atentos no solo al producto, sino también a los comportamientos empresariales en relación con el medio ambiente, los empleados, los proveedores y la comunidad. Roberts (1996) declaró, que para el éxito de la mercadotecnia con enfoque hacia la responsabilidad social, se debe de estudiar tanto la demografía como la conducta del consumidor socialmente responsable, lo que implica según Beckman (2007), superar algunas barreras de mercado que impiden que las pymes tome una decisión efectiva y eficiente que impacte sobre las actitudes de los consumidores, incluidas las intenciones de compra, la identificación de los productos, la lealtad y la satisfacción individual y colectiva.

Basados en la situación descrita anteriormente este trabajo de monografía de investigación se propone analizar desde la realidad, ejemplos prácticos tomados de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector manufacturero del cuero y la marroquinería de la ciudad de Santiago de Cali, como llevan a cabo las estrategias de responsabilidad social empresarial en sus modelos de negocios.



3. ESTADO DEL ARTE

3.1. Orígenes de la RSE

La Responsabilidad Social Empresarial, nace en los años 20 del siglo XX y se fortalece en los años 50 y 60, se inicia por la idea de que si las empresas usan recursos que posee una sociedad, el solo hecho de su uso genera un deber ético y por consiguiente de alguna manera se debe devolver dichos beneficios, las empresas deben ir más allá de la generación de trabajo y riqueza, deben velar por el bienestar de la comunidad donde se encuentra situada. La importancia y el interés por la RSE no es nuevo, desde mediados del siglo XX se consideraba que “las empresas debían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones” Howard Bowen en “Social Responsibilities of the Businessman”. Harper. New York. 1953.

Es así que en los años ochenta, se introduce el término de Stakeholders (grupo de interés), como complemento al shareholder (accionista), como único interesado en la empresa”, con el motivo de tomar en cuenta a los grupos de interés como sociedad, trabajadores, clientes y proveedores, el término Stakeholders es introducido mediante argumentaciones de la ya defendida calidad total, ya que señala que la satisfacción del cliente es obtenida mediante el excelente desempeño de los trabajados, proveedores y sociedad, dichos actores son los implícitos en los grupo de interés (Huamán, 2011).

Uno de los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) vino de manera objetiva de la iniciativa del “Pacto Global” (Global Compact) entre las Naciones Unidas y el mundo del libre mercado que propuso en ese entonces el Secretario General de Naciones Unidas Kofi Annan, en el FORO ECONOMICO MUNDIAL, celebrado en Davos, Suiza, el 31 de enero de 1999. La perspectiva del propósito del Pacto Global (forética)² es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que posibilite conciliar intereses de empresas, con demandas y valores de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), sobre la base de 10 principios que sean transversales en el conjunto de actividades que materializan las empresas y que están relacionados con los valores fundamentales en materia de: • Derechos Humanos • Normas Laborales • Medio Ambiente • Lucha contra la corrupción.

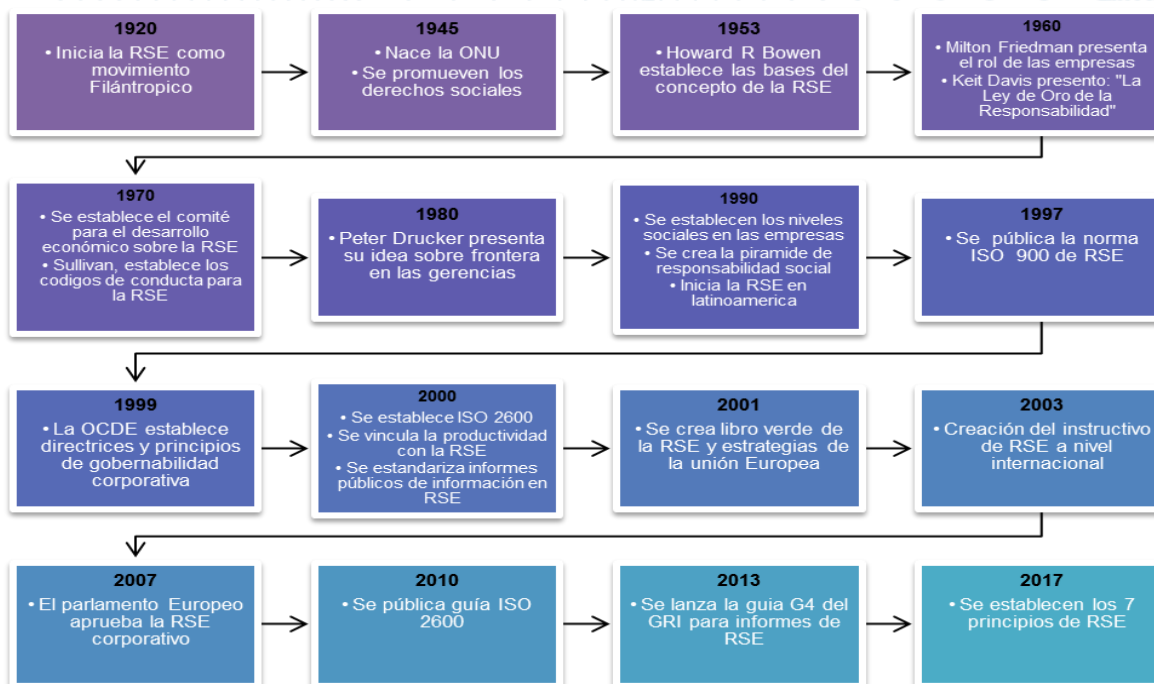
2 United Nations Global Compact



3.2. La RSE en Colombia

La Ley 905 de 2004 define el concepto de Pyme como toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica. Para su clasificación, se utilizan dos variables fundamentales, esto es, el número de empleados y el total de activos. Así, se define como microempresa aquella empresa con un personal no superior a los 10 trabajadores o activos totales excluida la vivienda por valor inferior a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Por su parte, pequeña empresa es aquella con un personal entre 11 y 50 trabajadores o activos totales por valor entre 501 y menos de 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Finalmente, mediana empresa es aquella que tiene entre 51 y 200 trabajadores o activos totales por valor entre 5.001 a 30.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Gráfico 1. Proceso Histórico de la RSE



Fuente: Elaboración propia a partir de las fuentes citadas



3.3. La RSE en el Valle del Cauca

Actualmente se considera que la actividad de las Pymes es muy importante para la economía Colombiana, la mayoría de estas se encuentra principalmente en la ciudad de Bogotá y en departamentos como Antioquia, Valle del Cauca (Cali) y Cundinamarca. Según el DANE (2019), en el censo económico se estimaba que hay 1, 422,117 empresas en Colombia, de las cuales el 96.4% se clasifica como MiPymes: microempresas (92.6%) y empresas pequeñas y medianas (3.7%) que representan el 96% del tejido empresarial, aportando el 40% al PIB, representan 9,8% de las exportaciones nacionales y generan más de 17 millones de empleos.

Con el propósito de contribuir de manera significativa en la implementación de las estrategias de RSE de las Pymes en Cali, se inicia el estudio en el Valle del Cauca, identificando según cifras de la Cámara de Comercio de Cali, que las pymes se concentran en tres sectores: el sector de servicios (44%), comercio (30%) y manufactura (13%), representadas acorde a su clasificación en un 41% de microempresas, un 16% de pequeñas empresas, un 7.5% de medianas y un 4.7% de grandes empresas, con actividad empresarial concentrada en Cali (64%) y ciudades intermedias como Buga (13%) y Palmira (7.9%). En cuanto a las pymes, están altamente concentradas en Cali (el 80% del total) y es muy importante su participación en la generación de valor para el país, ya que el 26.8% representa la industria nacional y generan el 43.1% de los empleos en esta área. (Cámara de Comercio de Cali, 2014).

De acuerdo con la concentración de las Pymes en el departamento del Valle del Cauca se enfoca la presente monografía en las medianas y pequeñas empresas de la ciudad de Cali ya que tuvieron un gran avance en el año 2019 con base a el fortalecimiento y la consolidación de sus iniciativas empresariales según el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio donde el número de empresas que se matricularon ascendió a 20.214, lo que correspondió a un crecimiento de 9,4% frente al año 2018. Las empresas que renovaron su Registro fueron 77.481, lo que significó un crecimiento de 4,0% respecto a 2018; por la tanto es necesario identificar las estrategias a implementar de RSE basado en la experiencia de las empresas que ya están realizando este proceso.

Teniendo claro que existe una diversidad de estudios y conceptos sobre la RSE como se puede ver en los anexos 1 y 2, enfocamos el presente rastreo documental en el departamento del valle del cauca (Cali-Colombia) acorde al objetivo general, identificando las principales acciones de la RSE desde las perspectivas históricas de su creación e implementación. De acuerdo al BID (2007), en Colombia no está ampliamente documentada la Responsabilidad social, especialmente en las Pymes, pero podemos ver en



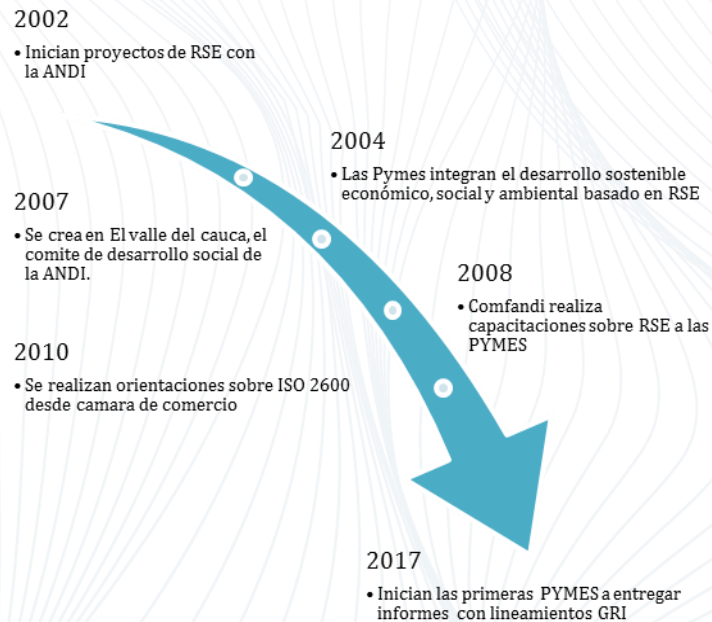
la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** – Cali, como se inician los proyectos y programas del Sistema Regional de Responsabilidad Social Empresarial de la ANDI² seccional Valle del Cauca cuyo objetivo fue mejorar los temas de implementación de la RSE en la región, creando modelos empresariales con el fin de lograr un desarrollo sostenible de integración empresa, sociedad y medio ambiente

Datos tomados de las memorias del 64° Congreso Nacional de MYPYME 2019 realizado en la ciudad de Barranquilla donde se informa y analiza la economía nacional de las PYMES con el fin de potenciar las mejoras regulatorias, la flexibilización laboral y el comercio exterior entre otras. El instituto colombiano de normas técnicas y certificación (*ICONTEC*), es el organismo nacional de normalización de Colombia. Entre sus labores elabora la guía técnica colombiana en responsabilidad social la cual proporciona directrices para establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión. La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa.

² La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), es una agremiación sin ánimo de lucro, que tiene como objetivo difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa.



Gráfico 2. Evolución de la RSE en el Valle del Cauca – Cali



Fuente: BID

Aunque no existe a nivel nacional e internacional un concepto unificado sobre la RSE, existen varias definiciones citadas por diferentes autores, entre los cuales se destacan, para el presente estudio a: Howard R. Bowen (1953) quien es considerado el padre de los conceptos modernos de la RSE; Sullivan (1977) que da inicio a los principios de un código de conducta, donde su objetivo principal es de unificar las empresas con la sociedad para que se alcancen sus metas en común, que luego fue ampliado por Caux (1986); Carroll (1999) quien enfatiza en las primeras nociones de la responsabilidad social en la era moderna; Tomas (2003) con sus conceptos de Empresas Socialmente Responsables; Crane (2008) donde identifica la RSE como un campo de estudio de las actividades organizacionales, y la iniciativa del “Pacto Global” (1999) propuesto por el Secretario General de Naciones Unidas, el señor Kofi Annan, quien planteó promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que permitiera el balance y la interacción entre los intereses de las empresas, con las demandas y valores de la sociedad civil basado en 10 principios básicos de desarrollo empresarial para la RSE (Universidad Santiago de Cali, 2009). Estos conceptos aportaron al sector empresarial de nuestro país parámetros claros que a través de la historia fueron mejorando la implementación de la Responsabilidad social empresarial.



De acuerdo al BID (2007), en Colombia no está ampliamente documentada la RSE especialmente en las Pymes, en el artículo de Rojas & Olaya (2009) se pudo analizar las raíces del surgimiento de la RSE desde el siglo XX en 1920, hasta el siglo XXI, donde se observa la creación de los primeros estados del arte (2003) de la RS realizado por la Caja de Compensación Familiar de Antioquia en asociación con el ICONTEC, lo que luego permitió al sector empresarial Colombiano en el 2004, la adhesión al “Pacto Global” que es el ente comisionado de este asunto a nivel mundial.

Los estudios realizados específicamente en el Valle del Cauca – Cali, inician en el 2002 con proyectos y programas del Sistema Regional de Responsabilidad Social Empresarial de ANDI seccional Valle del Cauca mediante un comité social, cuyo objetivo fue mejorar los temas de implementación de la RSE en la región, creando modelos empresariales con el fin de lograr un desarrollo sostenible de integración empresa, sociedad y medio ambiente que según Elkington (1998), representan las tres “líneas de fondo” de los negocios: la rentabilidad económica, la sostenibilidad ambiental y la justicia social.

Igualmente, las Pymes de Cali son consideradas en la actualidad, como un sector activo de desarrollo empresarial que colaboran en la economía nacional mediante la generación de trabajo, riquezas, exportaciones y valor agregado, Pérez Franco y León (2004).

La implementación de la RSE en las PYMES es un tema de amplio interés entre la comunidad académica, Salazar (2019) realizó un estudio de revisión de literatura sobre el tema en particular, encontrando 138 publicaciones entre el 2011 y el 2018, las cuales tienen en su gran mayoría un enfoque cualitativo, con una mayor parte de los estudios de tipo exploratorio y descriptivo. En el caso de Cali, el trabajo de Torres & Alvares (2016) establece una propuesta de metodología de medición de la responsabilidad social empresarial en las organizaciones PYMES de Cali que arroja un aporte importante en la consolidación de una metodología de medición de la aplicación de la RSE en esta ciudad.

De otra parte, López y Riascos (2019) señalan que si bien el impacto en Colombia de la RSE sobre la valoración de las empresas es bajo, en el caso de Cali el efecto resulta ser significativo en la medida que el tejido empresarial de la ciudad ha generado una mayor cultura de la responsabilidad empresarial mediante diferentes tipos de acciones entre las que se contempla la creación de asociaciones como la Asociación Nacional de Mujeres Empresarias de Colombia (COLEMPRESARIAS), y el Centro de Ayuda a la Mujer Empresaria (CAME). Cabe señalar que este estudio toma en cuenta al sector empresarial en su conjunto durante el 2018 sin realizar una delimitación del tamaño o sector de las empresas



estudiadas, por lo que es importante establecer aproximaciones recientes más concretas sobre la manera como se dan estas acciones de RSE.

Uno de los sectores de la pequeña manufactura en el que resulta importante asumir un compromiso con la RSE es el del cuero y la marroquinería (DNP,2018), señala que las consideraciones medio ambientales y laborales por el cumplimiento de las normas nacionales para la industria del cuero y el calzado se focaliza en el segmento de las pequeñas curtiembres, por lo que es necesario un periodo de transición para garantizar producciones con sistemas más limpios por el lado ambiental, y mejorar el nivel de formalidad laboral en las pymes del sector mediante un mayor cumplimiento gradual de la legislación existente.

A partir de esta situación son múltiples los trabajos que desarrollan estudios sobre la forma como se implementa la RSE en este segmento de empresas en el país. (Moreno, 2017) analiza la forma en la que la responsabilidad social y el desarrollo sostenible inciden en la asociatividad del sector del cuero, el calzado y la marroquinería en Colombia; de otra parte, Maldonado, Antolínez y Villamizar (2016), estudian la incidencia de la responsabilidad social en las medianas industrias de la marroquinería en Cúcuta y Guarín (2017) hace lo propio para la ciudad de Bucaramanga.

En el caso de Cali, los trabajos de la Universidad Católica sobre creación de empresas sostenibles en el sector de cueros y marroquinería Arévalo y Rodríguez (2015), Salazar y Rueda (2016), Romero y Burbano (2017), Caicedo y Galeano (2017), entre otros, dan elementos para constituir pequeñas y medianas empresas industriales dedicadas a la marroquinería que satisfagan con los principios de RSE.

De acuerdo con Moreno (2017) las pequeñas empresas de este segmento no incorporan la responsabilidad social como una estrategia de la empresa, convirtiéndose requerimiento cumplido en la medida que los mecanismos de presión obligan su implementación. Esta concepción evita que se pueda desarrollar políticas corporativas encaminadas a desarrollar voluntariamente la responsabilidad social e incorporar dentro del modelo de negocios de las pymes este aspecto.

En cuanto a los grupos de interés, Maldonado et al (2016) concluye que estas empresas tienen un interés particular por la satisfacción del cliente, el cual es visto como la fuente de los ingresos de la organización, sin embargo, hay descuido por el bienestar de los empleados, vistos como fuente de gastos para la empresa. A esto se suma la difícil situación financiera que atraviesan muchas de estas empresas, principalmente a partir de la apertura comercial de los últimos años. Lo anterior se constituye en una restricción objetiva a la hora de



implementar programas de RSE, las cuales en su mayoría se limitan a proyectos en comunidades como apoyos a actividades culturales y deportivas (Guarín, 2017).

De acuerdo con lo anterior, surge la siguiente pregunta ¿Qué estrategias de responsabilidad social empresarial se puede incluir en los modelos de negocios de las PYMES del sector del cuero y la marroquinería en la ciudad de Cali Valle del cauca?

4. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

4.1. Objetivo General

Identificar las estrategias de RSE aplicadas a las pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería bajo la norma ISO 26000 en la ciudad de Santiago de Cali Valle de Cauca

4.2. Objetivos específicos

1. Caracterizar las estrategias de RSE como factor de competitividad para las pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería en Santiago de Cali bajo la norma ISO 26000
2. Conocer si hay integración de responsabilidad social dentro de las políticas y estrategias de acción de las pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería en la ciudad de Santiago de Cali bajo la norma ISO 26000
3. Determinar la incidencia de estrategias de RSE en el plan de negocios de las pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería que implementan estrategias de RSE



5. MARCO TEÓRICO

5.1. Conceptualización teórica de la RSE

La Responsabilidad social empresarial se puede definir como “la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y valor añadido” (Piña, 2013).

Según la clasificación de las teorías de la Responsabilidad Social Empresarial propuestas por Garriga y Melé (2004), los cuales tienen en cuenta cuatro aspectos fundamentales que son:

- a) Teorías Instrumentales, las cuales se enfocan en la relación de la riqueza como un sistema de interacción empresarial con la sociedad;
 - b) Teorías Integradoras, donde se aborda las demandas sociales en relación con intereses y normas que deben cumplir las empresas ante la sociedad de consumo;
 - c) Teorías de Carácter político, en este apartado se toman los textos más importantes con relación al cumplimiento normativo de las empresas frente a la RSE; y
 - d) Teorías sobre la Ética y la Moral en los Negocios, se observan estudios enfocados en los aspectos éticos y morales, que propendan en el desarrollo sustentable para un bien común.
- Se presenta en la Tabla No 1 los principales autores y enfoques teóricos importantes en la implementación de la RSE:

Tabla 1. Teorías de la RSE

TEORIAS INSTRUMENTALES	
Friedman. (1970) La doctrina - la responsabilidad social de negocio es de aumentar sus ganancias”.	Según este autor, el único deber o responsabilidad social de la empresa es lograr una magnificación de su capital, para generar una mayor riqueza. Igualmente plantea que la RSE está dada para todas las personas y no para la empresa en sí, buscando un bienestar común más allá del factor de producción económica.
Murray, K. y Montanaro, J. (1986) “Dirección y Teorías de Marketing”	Los autores consideran que las actividades de RSE están orientadas a generar efectos positivos sobre la imagen de una empresa, ya que las actividades socialmente responsables, se justifican siempre y cuando cualquier proyecto retorne mejoras en el marketing de la empresa.



Lizt, R. (1996) “Un Recurso visto Basado de la Firma Socialmente Responsable”	En esta obra el autor muestra que las estructuras y capacidad de adaptación de las empresas serán las que permitirán obtener beneficios no sólo a nivel económico, sino que también en un desarrollo sostenible de la empresa y su entorno social. Indica, que el mejorar las actividades sociales empresariales atrae mayor cantidad de recursos que pueden proporcionar ventajas competitivas a nivel nacional e internacional.
Porter. (2006) Estrategia y Sociedad: El Eslabón Entre Ventaja Competitiva y Responsabilidad social corporativa”	El autor propone una nueva forma de ver la relación entre las empresas y la sociedad identificando los efectos positivos como negativos que le permitan a la RSE ser una fuente de oportunidades, innovación y ventaja competitiva.
Yepes (2007) Responsabilidad social empresarial. fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy	Su teoría se centra en la estrategia del negocio, donde se puede agregar valor a las empresas y generar una ventaja competitiva, mediante beneficios sociales, como, por ejemplo, la satisfacción de ciertas necesidades, la generación de puestos de trabajo y el pago de impuestos mediante un paradigma filantrópico y asistencialista.
TEORÍAS INTEGRADORAS	
Carroll. (1979) Un Modelo Tridimensional Conceptual de Funcionamiento Corporativo”.	El autor expone un modelo conceptual que describe exhaustivamente los tres aspectos esenciales del desempeño social de las empresas que abarca los campos económico, legal y ético, con el objeto de cumplir con las expectativas discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones.
Jones, T. (1980) Responsabilidad social corporativa	El autor establece una postura sobre la necesidad de un marco regulatorio público, que sea congruente con el desarrollo de prácticas de negocio para el fortalecimiento de mercados. Es decir, propone la necesidad de generar políticas públicas bajo un enfoque responsable, en que se delimiten de manera explícita las acciones empresariales que son percibidas como irresponsables.
Vogel, D. (1986) El estudio de publicaciones sociales en dirección: “una apreciación crítica”	En este estudio el autor propone establecer parámetros de conducta, es decir motivos que induzcan a las empresas a cumplir con las acciones de la RSE, el análisis se centra en la interacción entre la empresa y el gobierno, dejando que todo dependa de la variabilidad del entorno donde se interactúa.
Wilcox, D. (2005) Responsabilidad Social Empresarial. La Nueva Exigencia Global.	Wilcox, Explica como la RSE es un factor positivo en la manera de como las empresas realizan sus negocios teniendo en cuenta la relación entre Responsabilidad Social, Reputación Corporativa y Relaciones Públicas donde se logra una integridad medioambiental, el desarrollo de proyectos sustentables y estándares laborales que incluyan acuerdos sobre recursos naturales.



TEORÍAS DE CARÁCTER POLÍTICO	
Wood, D. y Lodgson, J, (2002) Ciudadanía De negocio: De Individuos a Organizaciones, Sociedad para Deontología.	El autor plantea que las corporaciones mientras más amplias son, pueden ser percibidas como un ente político ya que sus decisiones y participación económica, afectan el entorno donde se lleva a cabo su operación. Esto se debe a que las empresas dan empleos, realizan transacciones comerciales manejan proveedores, entre otras actividades, con lo cual van produciendo movimientos en su economía.
TEORÍAS SOBRE LA ÉTICA Y LA MORAL EN LOS NEGOCIOS	
Howard R. Bowen (1953) Responsabilidad Social de la Empresa: una revisión crítica a las principales teorías	Describió la RSE como “la obligación que tiene los directivos empresariales de establecer políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que sean deseables de acuerdo con los objetivos y principios de la sociedad”.
World Economic Forum (2002) La gran transformación: dar forma a nuevos modelos	Plantea que las empresas deben ser buenas ciudadanas con individuos que contribuyan a resolver problemas o necesidades sociales. El concepto de esta teoría se basa en el significado de “participación cívica”, este concepto va de la mano con tradición aristotélica que habla del cooperativismo social y en la participación responsable de la empresa para formar una buena sociedad.

Fuente: Elaboración Propia a partir de Martínez (2005), Vives (2011), Cansino (2008), G. Perdiguero (2005), Arroyo (2014) y Medina (2014)

5.2. Parámetros normativos de la RSE

Los fundamentos legales de la RSE en Colombia se identifican desde los parámetros normativos que rigen la creación de las Pymes en nuestro país desde tres dimensiones: la social, la económica y financiera y la ambiental; ya que de manera indirecta todas estas empresas están obligadas a cumplir con la responsabilidad social establecida a nivel nacional e internacional de acuerdo diferentes parámetros que les permiten participar en el desarrollo económico sostenible empresarial y social. A continuación, se presentan las diferentes normas internacionales y nacionales que inciden en la RSE:



Tabla 2. Principales normas internacionales de RSE

NORMA	APLICACIÓN
AA1000SES (2011)	Es una norma de marco abierto y aplicación general para diseñar, implementar, evaluar y comunicar la calidad del compromiso de los grupos de interés. Describe cómo implicarse en el proceso de compromiso de los grupos de interés, cómo integrarlo con el gobierno corporativo, la estrategia y las operaciones; cómo determinar el propósito, alcance y los grupos de interés relevantes para el compromiso; y los procesos que proporcionarán una práctica de la relación inclusiva y de calidad, y resultados que aporten valor
ISO 2600	Es una Norma internacional ISO que ofrece guía en RS. Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado, en los países desarrollados y en desarrollo, así como en las economías en transición. La norma les ayudará en su esfuerzo por operar de la manera socialmente responsable que la sociedad exige cada vez más.
SA 8000	Norma certificable de aplicación voluntaria creada por la organización estadounidense Social Accountability International – SAI, con el objeto de promover la Responsabilidad laboral a través de mejores condiciones laborales. Es la base sobre la que trabajan las organizaciones que respetan las condiciones establecidas en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, la Convención Internacional de los Derechos del Niño y los convenios de carácter internacional que promueve la Organización Internacional del Trabajo.
ISO 14000	Esta norma, al igual que la norma ISO 9000, garantizan la calidad de un producto mediante la implementación de controles exhaustivos a lo largo de todo el proceso de fabricación de este. Especifica los requisitos para un sistema de gestión ambiental que le permita a una organización formular una política y objetivos, teniendo en cuenta los requisitos legales y la información sobre impactos ambientales significativos. Ambas normas forman parte de la serie de Normas ISO creadas por la ISO (International Standart Organization).
OSHAS 18001	Seguridad y salud laboral, es la especificación de evaluación reconocida internacionalmente para sistemas de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo. OHSAS 18001 se ha concebido para ser compatible con ISO 9001 e ISO 14001 a fin de ayudar a las organizaciones a cumplir de forma eficaz con sus obligaciones relativas a la salud y la seguridad.



<p>La Global Reporting Initiative (o GRI)</p>	<p>Es una organización internacional independiente que, en colaboración con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), trabaja para la concreción, el establecimiento y la estandarización de criterios de sostenibilidad, elaborando informes y estudios de situación, y publicando conclusiones de estos que, entre otras cuestiones, dan lugar a lo que se conoce por indicadores GRI.</p> <p>Estos indicadores están adecuadamente estandarizados para su aplicación a escala internacional, y son perfectamente compatibles con otros estándares de referencia en cuestiones relacionadas con la RSE, como la norma ISO 26000 de responsabilidad social.</p>
<p>Norma SGE 21</p>	<p>Fue creada por FORETICA y es elegida por numerosas empresas de todo tipo y tamaño para dar respuesta a sus retos de transparencia, integridad y sostenibilidad en su triple perspectiva -económica, ambiental y social. es totalmente compatible con modelos de gestión consolidados tales como los de calidad ISO 9001, medio ambiente ISO 14001, prevención riesgos laborales ISO 45001 (antigua OHSAS 18001), a los que enriquece a través de una visión multistakeholder.</p>

Fuente: Elaboración Propia

5.3. Medición de la RSE

La medición de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial también ha sido objeto de estudio por diferentes autores. Puentes y Lis-Gutiérrez (2018), realizan una revisión de literatura frente al tema, encontrando tres tipos de propuestas diferentes para medir la RSE.

Tabla 3 Propuestas para medir la RSE

Clasificación	Autores
Análisis de contenido de publicaciones	Nazarí et al (2017) De Jong y Van Der Meer (2015) Barrera, López y Romero (2017)
Indicadores únicos y múltiples	United Nations Conference on Trade and Development (2008) Vitezic (2010) Asociación Española de Contabilidad y Negocios (2010) Focacci (2011) Luna y Rodríguez (2012) Rahman y Post (2012) Gallardo et al (2013) Gangone & Ganescu (2014) Burlakova (2014) Janamrung & Issarawornrawanich (2015)



	Bonsón & Bednárová (2015) Pinto-Ferreira et al. (2015) Carroll et al. (2016) Jiménez, Martínez & López (2016) Sánchez-Hernández & Mainardes (2016) Latif (2017) Wuttichindanon (2017) United Nations (2018)
Otras propuestas de medición	Martínez et al. (2013) Jonikas (2014) Morioka et al. (2016)

Fuente: Puentes y Lis-Gutiérrez (2018)

La metodología de análisis de contenido de publicaciones es descrita por los autores como aquella en la que se realiza una revisión de los informes y reportes de responsabilidad social para determinar la forma como esta se ha implementado (Puentes y Lis-Gutiérrez, 2018).

De otra parte, la formulación de indicadores únicos o múltiples se deriva de un estudio de orden cuantitativo de medición a partir de baterías de información de las cuales es posible construir indicadores que reflejen el nivel de RSE y realizar comparaciones entre empresas y sectores (Puentes y Lis-Gutiérrez, 2018).

Mientras que en las otras propuestas de medición se pueden encontrar iniciativas metodológicas cualitativas y mixtas que tienen diferentes enfoques que van desde el desarrollo sostenible hasta la gerencia de valor (Puentes y Lis-Gutiérrez, 2018).

5.4. Conceptualización de RSE bajo la norma ISO 26000

En la Tabla 4 se presenta el concepto de RSE para la norma en mención, así como los objetivos y funciones de las mismas. En lo que al concepto respecta, se encuentra que la ISO 26000 define la RSE a partir de una serie de características de comportamiento, habla en términos generales y tipifica que dichas características de comportamiento se traducen en actividades que contribuyen a minimizar sus impactos negativos de la actividad empresarial y maximizar los impactos positivos en la sociedad. (Duque, Acevedo y Rendón, 2013)



Tabla 4 Estándares de RSE bajo la ISO 26000

TITULO		CONCEPTO DE RSE	OBJETIVO Y FUNCION	
ISO 26000		Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente (ISO 26000:2010, p.4)	Proporcionar orientación a las organizaciones sobre responsabilidad social y puede utilizarse como parte de las actividades de la política pública". Función: "Ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible" (ISO 26000:2010, p.1)	
TITULO	TIPOLOGÍA	DESCRIPCIÓN	DIMENSIÓN	RELACIÓN CON OTRAS NORMAS
ISO 26000	Es una guía. No es certificatoria ni regulatoria.	Proporciona una guía a las organizaciones sobre los principios, temas centrales relacionados con la responsabilidad social, y los métodos para implementar los principios de responsabilidad social en las actividades diarias en una organización, incluyendo aquellas actividades de involucramiento de stakeholders (ISO/WD 26000, 2006 P.8)	1. Medio ambiente 2. Derechos humanos 3. Prácticas laborales 4. Gobierno organizacional 5. Prácticas de negocio justo / reglas de mercado 6. Participación de la comunidad 7. Consumidores / responsabilidad del producto	La ISO 26000 es la culminación del proceso para el desarrollo de la primera guía consensuada sobre la Responsabilidad Social, establecida por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO)

Fuente: Universidad del Valle (2013), Responsabilidad Social Empresarial: *Teorías, índices, estándares y certificaciones*. Recuperado de [//www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf](http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf)



6. METODOLOGÍA

Para el desarrollo metodológico de las investigaciones se pueden realizar diseños desde dos enfoques distintos, el enfoque cualitativo y el cuantitativo, los cuales durante mucho tiempo fueron considerados como opuestos e irreconciliables, pero que en la actualidad se pueden entender como complementarios (Sampieri, Fernández & Baptista, 2010). En ese sentido, resulta necesario establecer el enfoque de la presente monografía, para poder establecer el diseño metodológico y tipo de estudio que se va a desarrollar.

Se realizará una investigación de enfoque cuantitativo, para lo cual se plantea una investigación de tipo no experimental ejecutada a través de una encuesta descriptiva, entendida esta como un instrumento que tiene por objetivos describir la distribución de las variables estudiadas en una población o una muestra, establecer comparaciones entre subgrupos significativos y calcular medidas de tendencia central y dispersión de las variables (Briones, 1996)

La existencia de instrumentos en el ámbito de la RSE permite efectuar un diagnóstico y evaluación del grado de responsabilidad social que pone en práctica cada empresa en sus acciones cotidianas. Además, las herramientas pueden ser utilizadas como instrumentos de gestión y planificación, de autodiagnóstico y autoevaluación empresarial.

6.1. Para la recolección de la información se aplicará una encuesta

Describiendo la forma de selección de la muestra y las variables que se van a medir, para lo cual se diseñará un cuestionario que permita la recolección de los datos y la presentación de resultados. (Ver anexo 3). El instrumento utilizado consta de una serie de ítems, dividido en seis secciones temáticas (dirección y gobierno corporativo, derechos humanos y organización interna, bienes y servicios, proveedores y relaciones comerciales, medio ambiente, comunidad) para ser evaluadas desde la perspectiva de procesos. (Ver las instrucciones del instrumento en el anexo). La investigación realizada para este estudio será no experimental transversal ya que no se manipularán las variables y además se recolectaran datos en un solo momento del tiempo.

6.2. Selección de la muestra

Se establecerá de manera no probabilística, enfocándose en la obtención de datos de PYMES del sector del calzado, cuero y marroquinería de la ciudad Santiago de Cali, que voluntariamente se acogieron al programa.



Para Kinnear at al, (1993) un muestreo no probabilístico es en el cual “la selección de los elementos se basa parcialmente en el criterio del investigador” en donde se incluyen muestras por conveniencia, por juicios y por cuotas. Son seleccionadas por la opinión del mismo. Para esta monografía se utilizará el muestreo por conveniencia por la facilidad y acceso a la información disponible de pymes de la región en la web, de tal manera que se encuestará a las pymes que cumplan con las características propias del estudio (sector del cuero, calzado y marroquinería). Las pymes referenciadas son ejemplos interesantes de cómo empresarios de las pequeñas y medianas empresas están tratando de incorporar la RSE en la realidad de sus negocios y operaciones como factor de competitividad, para lo que se aplicarán 40 encuestas, cada una de estas diligenciada por gerentes generales, administradores, encargados del área de RSE (si la empresa lo posee), o quien la empresa designe.

Para realizar el cálculo de la muestra se tomó en cuenta la siguiente formula (estimación de proporciones)

$$n = \frac{Z^2 P \cdot q}{e^2}$$

Donde

Z: nivel de confianza

P: probabilidad que ocurra el suceso

q: probabilidad de fracaso

e: porcentaje de error

7. RESULTADOS Y ANÁLISIS

7.1. Caracterización de RSE

Este documento permitió caracterizar las estrategias de RSE para las pymes del cuero, calzado y marroquinería en la ciudad de Santiago de Cali bajo la norma ISO 26000, las cuales fueron clasificadas en cinco dimensiones estableciendo el grado de aplicación de la RSE en las organizaciones como fuente de competitividad sostenible, la siguiente tabla muestra las variables que componen cada una de las particularidades en este aspecto.



Tabla 5 Caracterización de RSE en las pymes. ISO 26000

Dimensión	Variable
<p>- Gobierno corporativo Se refiere a cómo una empresa integra un conjunto de principios y valores éticos y generales en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos.</p>	<p>-Misión socialmente responsable -Visión socialmente responsable -Existencia de política corporativa de RSE. -Existencia de iniciativas de buen gobierno corporativo</p>
<p>- Aspectos internos Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc.</p>	<p>Salud y bienestar de trabajadores Capacitación de trabajadores Participación de los trabajadores</p>
<p>- Medio ambiente Es el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sostenible. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal.</p>	<p>Procesos de reducción y optimización de agua y energía Cumplimiento de normas ambientales Promoción del medio ambiente entre colaboradores y comunidad en general. Existencia de programas de reciclaje y reutilización de desechos Aprovechamiento de subproductos de la producción - Mitigación del impacto ambiental de los bienes producidos.</p>
<p>- Clientes y consumidores finales Se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad.</p>	<p>-Atención clara y oportuna de PQR - Informa a los clientes sobre los programas de RSE de la empresa. - Informa claramente a los clientes las características de los bienes producidos, así como de sus posibles efectos o impactos sobre el ambiente.</p>
<p>- Comunidad y entorno social Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.</p>	<p>Realización o financiamiento de proyectos sociales Apoyo a actividades deportivas y/o culturales Existencia de fundaciones asociadas a la empresa Realización de donaciones a causas sociales o ambientales. Fomento educativo en la población (programas de becas, plan padrino, otro similar)</p>

Fuente: Elaboración propia



Los resultados obtenidos a partir de la encuesta se presentan de acuerdo a las dimensiones que se espera evaluar de cada aspecto de la Responsabilidad Social Empresarial, en las Pymes de Cali, teniendo como elemento principal de análisis el segmento de empresas industriales dedicadas a la marroquinería y la producción de cuero.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la aplicación, tabulación y análisis de la encuesta mencionada en párrafos anteriores. (para ver los resultados gráficamente vea anexo 4)

7.1.1. Dimensión de gobierno corporativo

En esta dimensión se encontró que el 62.5% de las empresas del segmento estudiado no cuentan con una política corporativa de RSE, lo que denota que la mayoría de las empresas no han incorporado este elemento a su modelo de negocio. Así mismo se logró establecer que de la muestra solo 12.5% poseen un manual de buen gobierno, lo que contrasta con la proporción de empresas que incorporan en su visión y misión elementos de responsabilidad social, los cuales se encuentran en el 60% y 62.5% respectivamente.

7.1.2. Dimensión de aspectos internos

Dentro de los aspectos internos de las empresas se estableció que el 60% de la muestra no contempla programas de bienestar para sus empleados, mientras que una proporción igual manifestó sí realizar capacitaciones periódicas a estos, lo que podría ser un indicio de que las empresas del segmento estudiado desarrollan inversiones en sus trabajadores cuando observan efectos directos explícitos de estas en la productividad y la calidad de los productos (como el caso de las capacitaciones), dejando de lado otros aspectos de la condición humana que también pueden ser fuente de valor agregado para las empresas (como el bienestar de sus trabajadores).

7.1.3. Dimensión ambiental

En la dimensión ambiental los resultados muestran que las mayoría de las acciones que las empresas realizan en materia ambiental están relacionadas con actividades que les permiten obtener un beneficio económico de su realización, en ese sentido, los planes de manejo de residuos, de subproductos, de optimización de consumos de energía y agua son los que más ponen en práctica las empresas estudiadas debido al incentivo que representa la



diminución en los gastos servicios públicos, o la venta de residuos y subproductos para el reciclaje o como materia prima para otras actividades industriales.

Por otra parte, las empresas que manifestaron no realizar mediciones del impacto ambiental de sus actividades ascienden al 87.5% y solo el 7.5% de las encuestadas posee certificaciones de calidad en sus procesos. Adicionalmente se observó que solo el 35% de las empresas reconoció haber sido sancionada alguna vez por alguna infracción relacionada con el medio ambiente. En ese sentido, se puede analizar que unos bajos incentivos para la implementación de programas ambientales, combinados con pocas sanciones a las empresas, han llevado a este segmento una escasa incorporación de elementos de RSE en materia ambiental.

7.1.4 Dimensión clientes

En esta dimensión se encontró que el 40% de las empresas de la muestra cuentan con un sistema para atención de peticiones, quejas y reclamos (PQR), de otras partes son muy pocas las que divulgan sus políticas de responsabilidad social a sus clientes ante la ausencia de las mismas.

7.1.5 Dimensión comunidad y entorno social

Las empresas en general realizan o financian actividades para la comunidad, exceptuando a un 5% que reconocieron no promover ninguna.

Las actividades que las empresas realizan con mayor frecuencia son los proyectos deportivos y los proyectos sociales, los cuales son realizados por el 52.5% y 47.5% de las empresas respectivamente. Las actividades que las empresas realizan con mayor frecuencia son los proyectos deportivos y los proyectos sociales, los cuales son realizados por el 52.5% y 47.5% de las empresas respectivamente.

En su gran mayoría las acciones que coinciden con prácticas de RSE responden a motivaciones económicas de la operación de las empresas y están motivadas por la búsqueda de mejorar su nivel de utilidades, y no por un plan que incorpore los lineamientos de la ISO 26000 a su modelo organizacional. En ese sentido, no es posible hablar de una política concreta de RSE que sea aplicada por estas pymes.

7.2. Relación de RSE y políticas Pymes bajo la norma ISO 26000

En el capítulo 6 de la norma ISO 26000, se explican los siete principios fundamentales en la responsabilidad social y sus asuntos asociados, como se indica en la Figura 3. Dentro de estas materias se indican las acciones y actividades que deben desarrollar las organizaciones para mitigar sus impactos de tipo económico, ambiental y social. La norma constituye una guía para la aplicación de la RSE que plantea como materias fundamentales varios de los aspectos evaluados en las pequeñas empresas del sector industrial de Cali, en particular del segmento de marroquinería, cuero y calzado. De esta manera, los resultados evidencian que dichas empresas, en términos generales, no poseen una relación entre sus políticas y estrategias empresariales con la aplicación de los principios ISO 26000, en la medida que es escaso su desarrollo en materia de gobernanza de las organizaciones, de prácticas laborales ajustadas a la norma, de sostenibilidad ambiental, de prácticas justas de operación y preocupación por los asuntos de los consumidores.

Gráfico 3. Principios en los que se basa la ISO 26000



Fuente: geoinnova.org



Tabla 6. Aplicación de los principios de RSE de acuerdo a la norma ISO26000

Principio	Marco de Actuación	Aplicación
Gobernanza de la Organización	Sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión Ejecutiva • Operaciones • Gestión de Proyectos • Mejora de Procesos
Derechos humanos.	Conocer la normativa internacional sobre derechos humanos, incluyendo la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH)	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos humanos y grupos de interés
Prácticas laborales.	Prácticas y políticas que involucran a los trabajadores de la propia organización o a trabajadores subcontratados	<ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento, formación y desarrollo • Salud y seguridad • Jornada laboral y remuneración.
Medio ambiente.	La utilización de los recursos, la localización física y la producción de residuos y agentes contaminantes son factores que afectan la estabilidad de los ecosistemas	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de cultura ambiental • Mejora del desempeño ambiental • Gestión ambiental preventiva y uso racional de recursos
Prácticas justas de operación.	La organización tenga un comportamiento ético en sus relaciones con otras organizaciones, así como con sus partes interesadas.	<p>Las pymes se plantean interrogantes</p> <ul style="list-style-type: none"> • A qué nivel de desarrollo ético se aspira • Cómo se puede alcanzar un desarrollo ético cada vez más incluyente
Asuntos de consumidores.	La organización asuma ciertas responsabilidades con sus consumidores, brindándoles educación e información veraz sobre las estrategias de marketing y contratación, fomentando el consumo responsable y sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante su publicidad se fomentará valores sociales. • Difundirá el cumplimiento de su Política Ambiental. • La información que reciba el consumidor será siempre clara y se fundamentará en la verdad.
Participación activa y desarrollo de la comunidad	Desarrollar políticas y procesos que contribuyan al desarrollo político, económico y social de las comunidades que estén dentro de su esfera de influencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Educación y cultura • Empleo y desarrollo de habilidades • Desarrollo y acceso a la tecnología • Inversión social.

Fuente: Elaboración propia



7.3. Incidencia en el plan de negocios de las pymes que implementan estrategias de RSE

En este trabajo se comprueba que las estrategias de RSE, sí tienen incidencia en los planes de negocio de las pymes. Hoy en día la RSE se ha convertido en un aspecto fundamental en la generación de utilidades de las empresas que se da a través de la imagen positiva del negocio hacia los diversos grupos de interés, así que las pymes deben incorporar en sus planes de negocios estrategias de Responsabilidad Social, acoplándolas en toda la gestión de la empresa en aspectos sociales, económicos y ambientales. Estas afirmaciones se realizan tras la aplicación de la encuesta en donde se caracterizaron dichas estrategias, la encuesta diseñada para este trabajo se constituye en una herramienta que realizar un seguimiento a la evolución que tienen las empresas en materia de RSE, varios de las pymes del sector objeto de estudio no son sostenibles porque carecen de altos niveles en ingeniería por su informalidad.

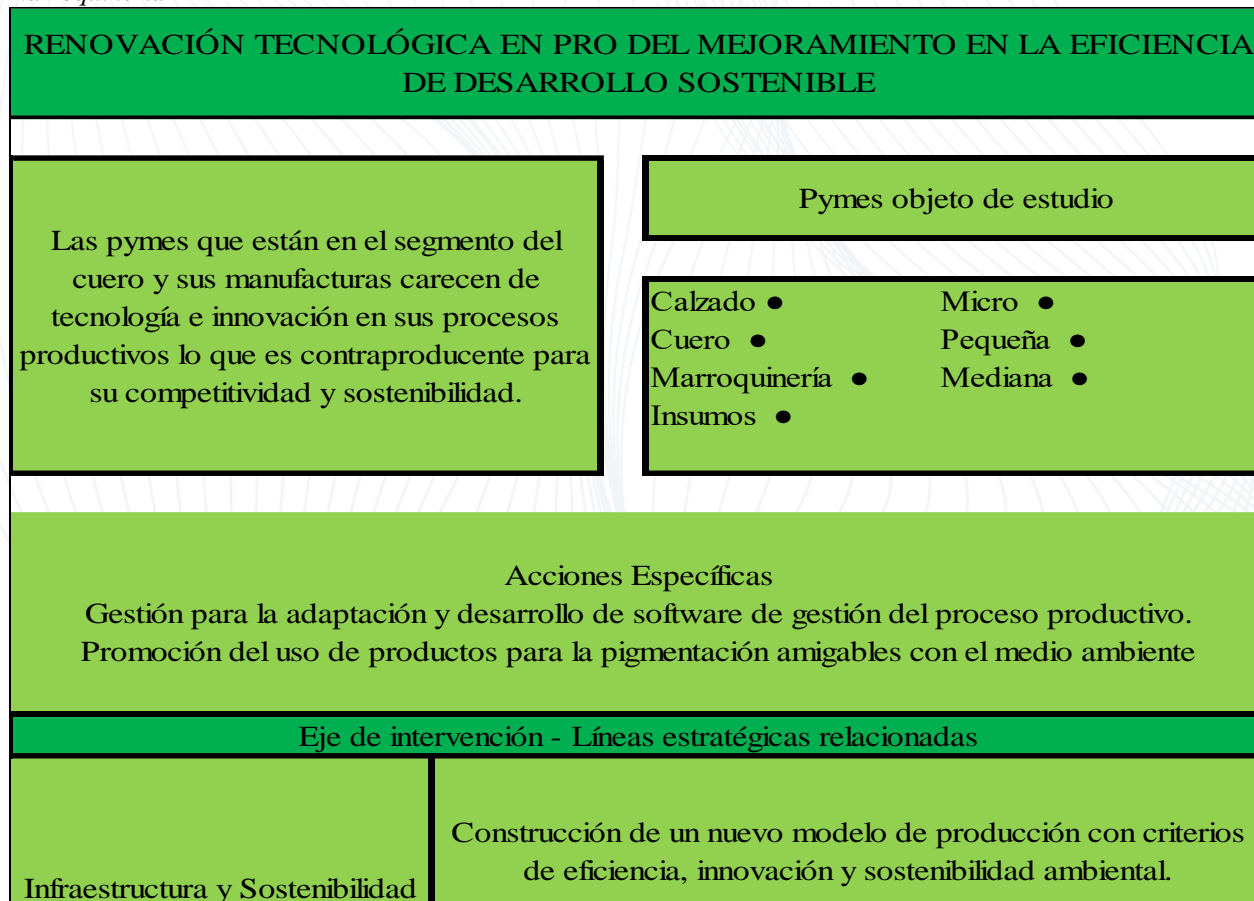
El diseño de estrategias para la incorporación de la RSE para pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería en sus modelos de negocios implica un esfuerzo conjunto de empresas, estado y agremiaciones que permitan equilibrar los aspectos económicos, sociales y ambientales de la actividad de cada pyme en pro de lograr una transformación del modelo de negocio hacia esquemas sustentables, en los que se logre equilibrar la generación de utilidades con el valor social y ambiental para con los grupos de interés de las pymes.

De igual manera se identificó líneas de estrategias relacionadas con la infraestructura y la sostenibilidad cuya intensión consiste según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2013) en “impulsar procesos de renovación tecnológica para mejorar la eficiencia en el marco del desarrollo sostenible”. Cabe anotar, que a esta línea estratégica le vinculan otras orientadas a la consolidación de un marco normativo que asegure simultáneamente la sostenibilidad ambiental y la competitividad empresarial.

La figura 4 muestra las estrategias de infraestructura y sostenibilidad a implementar en pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería en sus modelos de negocio de acuerdo a la norma 26000.



Gráfico 4 Estrategias de infraestructura y sostenibilidad de pymes del sector del calzado, cuero y marroquinería



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Ministerio de Industria y Comercio

7.4 Análisis de los resultados en relación con la norma ISO 26000

La norma ISO 26000 constituye una guía para la aplicación de la RSE que plantea como materias fundamentales varios de los aspectos evaluados en las pequeñas empresas del sector industrial de Cali, en particular del segmento de marroquinería, cuero y calzado. De esta manera, los resultados evidencian que dichas empresas, en términos generales, no tienen una aplicación de esta norma, en la medida que es escaso su desarrollo en materia de gobernanza de las organizaciones, de prácticas laborales ajustadas a la norma, de sostenibilidad ambiental, de prácticas justas de operación y preocupación por los asuntos de los consumidores.

En su gran mayoría las acciones que coinciden con prácticas de RSE responden a motivaciones económicas de la operación de las empresas y están motivadas por la búsqueda



de mejorar su nivel de utilidades, y no por un plan que incorpore los lineamientos de la ISO 26000 a su modelo organizacional. En ese sentido, no es posible hablar de una política concreta de RSE que sea aplicada por estas pymes.



8. CONCLUSIONES Y LOGROS

El tipo de investigación realizada fue descriptiva no experimental y permitió la presentación de forma objetiva y lógica de las diferentes variables que son tenidas en cuenta en la RSE, así fue posible definir, limitar y conocer el nivel de desarrollo que existe en dichas variables.

Se logró identificar que, del segmento de empresas industriales dedicadas al calzado, marroquinería y cueros de la ciudad de Cali, la mayor parte no tienen incorporadas estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, en la medida que, dentro de la muestra de pymes seleccionada, el 62.5% manifestaron no contar con una política corporativa orientada en tal sentido.

La revisión del estado del arte permitió ubicar que en estudios similares desarrollados en otras ciudades se presentan situaciones parecidas a las encontradas en este trabajo. En muchos casos se encontró que las deficiencias en la incorporación de la RSE en las empresas de este sector corresponden a la escasa capacidad financiera de estas pymes, las cuales han sido afectadas por el incremento del volumen de importaciones tras la firma de tratados comerciales con otros países. En ese sentido, las empresas asumen la RSE como una amenaza para su operación que supone incremento de los gastos en un contexto de reducción de sus ventas, en lugar de corresponder a una oportunidad para la generación de valor.

Una de las limitaciones de este trabajo es que no estudia la capacidad financiera de las pymes para implementar la RSE y el efecto que puede tener la situación de la pequeña industria nacional en el desarrollo de estrategias de sostenibilidad en las empresas de Cali, lo que puede constituir un importante problema de investigación para otros trabajos académicos.

Como conclusión del primer objetivo específico en términos generales se logró caracterizar las estrategias de RSE con respecto a la norma ISO 26000 en las pymes del sector objeto de estudio como fuente de competitividad, en donde al ser diagnosticadas a fondo por medio de una encuesta no se encontró políticas actuales en las pymes del sector del cuero, calzado y marroquinería que estén orientadas por la norma ISO 26000 en la ciudad de Cali, por lo que las estrategias para su implementación deben implicar un esfuerzo conjunto de diferentes actores, entre los cuales se incluyen las empresas, el Estado y las agremiaciones, las primeras como actores principales del proceso de aplicaciones de los lineamientos de la ISO 26000, el segundo como protector de la pequeña empresa el cual puede desarrollar políticas públicas que faciliten la incorporación de la RSE en estas empresas, y las



agregaciones como organismos que pueden brindar asesoría en el tema a partir de las experiencias de empresas con mayores avances en términos de la ISO 26000.

Lo anterior permitió identificar que no existe en general una integración entre los principios de RSE con las políticas y estrategias de acción bajo la norma ISO 26000 dadas en este segmento, como se había propuesto en el segundo objetivo específico, por lo que la falta de estrategias claras en materia de RSE llevan a que las empresas estudiadas descuiden en buena medida este elemento en el desarrollo de su operación, limitándose en muchos casos a la realización de actividades esporádicas que no tienen una perspectiva concreta de generación de valor y tomando medidas de protección ambiental o de bienestar de sus trabajadores, únicamente hasta donde la ley lo exige y hasta donde el cumplimiento de las normas vigentes es efectivo.

Finalmente en términos del tercer objetivo específico, la encuesta diseñada para este trabajo determinó que es fundamental que las medianas y pequeñas empresas caleñas del sector del calzado, cuero y marroquinería incluyan acciones específicas de RSE como eje de su proyección al futuro, en cuanto a la sostenibilidad y la competitividad que logren adaptarse al modelo del negocio de la empresa, es importante resaltar que este cambio o transformación es a largo plazo y que se requerirá compromiso de los directivos de las pymes así como de todos sus integrantes en pro de poner en marcha las estrategias con herramientas importantes como una comunicación efectiva y asertiva de forma transversal.

Las pymes deben reconectar el éxito empresarial con el progreso social, deben cambiar la percepción de la Responsabilidad Social sólo como filantropía e incorporarla como un elemento clave dentro de los objetivos del negocio.

Por las razones antes mencionadas, este trabajo puede constituir un punto de partida para futuras investigaciones orientadas a profundizar sobre el tema. El resultado arrojado por la muestra de empresas de Cali, deja un precedente para próximos estudios sobre la evolución del sector empresarial colombiano en torno a la RSE.

El hecho de reconocer una ventaja competitiva en la adopción de políticas de RSE, da pie para que se puedan desarrollar nuevas estrategias de valoración que pueden influir en el desarrollo del mercado en el país. La realidad de las MiPymes es claramente muy particular, dado que, en la mayoría de los casos estas tienen como única preocupación la supervivencia y destinar recursos (humanos, de tiempo y económicos) para pensar en un tema nuevo como la RSE, se convierte en un obstáculo.



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

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



9. BIBLIOGRAFÍA CITADA

- Arévalo, G. y Rodríguez, J. (2015). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de bolsos y otros artículos elaborados en material de pendones reciclados en la ciudad de Santiago de Cali. Tesis de grado Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.
- Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. (2005). Situación de la responsabilidad social y ambiental de la empresa en las Pymes de Latinoamérica. Recuperado de <http://www.fundes.org>
- Beckman, S. C. (2007). Consumidores y responsabilidad social corporativa. A juego con lo inigualable. *Australasian Marketing Journal*, 15, 27-36
- Briones, G. (1996). Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales. En Bogotá D.C. Instituto Colombiano para Fomento de la Educación Superior ICFES.
- Caicedo, M. y Galeano, D.(2017). Estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de bolsos multiestilo a base de telas ecológicas en la comuna 3 de la ciudad de Cali. Tesis de grado Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.
- Centro de Ética y Ciudadanía Corporativa de CEDICE (2005). Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial. Editorial del Instituto Ethos y Centro de Divulgación del Conocimiento Económico "CEDICE".
- Centro de Investigación de la Caña de Azúcar de Colombia (CENICANA, 2010). (s.f) El Clúster del azúcar en Colombia. Recuperado de: http://www.cenicana.org/quienes_somos/agroindustria/cluster_del_azucar.php
- CEPAL (2002) La responsabilidad social empresarial: Una prioridad en el mundo empresarial moderno. Recuperado de: <http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/8/12168/respempresarialglobal.pdf>
- Chaufen, A. A. (2006). Libre Empresa y Responsabilidad Social. Editorial Centro de Divulgación del Conocimiento Económico "CEDICE".
- Crane, A. et al., (2008), The Corporate Social Responsibility Agenda, in Crane, A. et al. (Ed.): *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford University Press, Oxford et al., p. 3-15.



- Fernández, R. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa*. Alicante: Ediciones Club Universitario.
- Figuroa, Eduardo y Rueda, Alexis (2014). *Responsabilidad social empresarial; enfoque en entorno sociocultural, caso: grupo puerto de Cartagena*. Trabajo de grado. Cartagena: Universidad de Cartagena
- Fleitman, Jack. (2000). *Negocios exitosos: cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. México: McGraw-Hill Interamericana, capítulo 2, p 31-49
- García, J., Palacios, B. y Espasandín F. (2014). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa*, Madrid: Ediciones Pirámide.
- Guarín, G. (2017). *Evaluación del estado actual de aplicación de la responsabilidad social empresarial en las pymes del sector calzado en Bucaramanga y su área metropolitana*. Tesis de grado. Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga.
- Gutiérrez, J. (2000) *La responsabilidad social. Un valor corporativo en la empresa moderna*. Revista Mundo eléctrico colombiano. V 14, # 38, enero-marzo.
- Gutiérrez, R., Avella, L., y Villar, R. (2006). *Aportes y desafíos de la Responsabilidad Social empresarial en Colombia*. Bogotá: Ediciones especiales LTDA.
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. ICONTEC. (2008). *Guía Técnica Colombiana GTC 180*. [Consulta realizada: el 15 de marzo de 2020] Disponible en: <http://tienda.icontec.org/brief/GTC180.pdf>
- Maldonado, J., Antolínez, Y. y Villamizar, M. (2016). *Incidencia de la responsabilidad social empresarial en las medianas industrias marroquinera de la ciudad de Cúcuta*. Revista Mundo FESC. 12 p. 42-51.
- Ministerio de Educación de Colombia (2006). *Responsabilidad social empresarial*. [Consulta realizada: el 15 de marzo de 2020]. Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-93439.html>
- Moreno, L.(2017) *El desarrollo sostenible y la responsabilidad social territorial : factores que inciden en la asociatividad del sector del cuero, calzado y la marroquinería en Colombia*. Universidad Santo Tomás.
- Muñoz-Martín, J. (2013). *Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC)*. GCG: Revista De Globalización, Competitividad & Gobernabilidad, 7(3), 76-88.



- López, R. y Riascos, D. (2019). Impacto de la responsabilidad social como recurso organizacional en las empresas de Cali en el año 2018. Trabajo de Grado Universidad Santiago de Cali.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. & Clark, T. (2011). Generación de modelos de negocio un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Barcelona: Deusto. (Lienzo Modelo de Negocio)
- Pérez, A (2011). Estudio de la imagen de responsabilidad social corporativa: formación e integración en el comportamiento del usuario de servicios financieros. Trabajo de Grado. Santander: Universidad de Cantabria.
- Pérez. G. (2010). Implementación del gobierno corporativo en las Pymes. Contaduría Pública, 457.
- Pontificia Universidad Javeriana. (2007). Situación de la responsabilidad social y ambiental de la empresa en las PYMES de Latinoamérica. Bogotá.
- Puentes, A y Lis-Gutiérrez, M. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: una revisión de literatura (201-2017). Suma de Negocios. 9(20) p. 145-152.
- Reyno, Manuel (2007) Responsabilidad social empresarial (RSE) como ventaja competitiva. Chile: Universidad Técnica Federico Santa María
- Rincón, Lady y Díaz, Luis (2009). Diagnóstico y creación de un modelo de gestión basado en responsabilidad social empresarial aplicado a la empresa Marval S.A. Trabajo de maestría. Bogotá: Universidad del Rosario
- Roberts, J. A. (1996). Will the real socially responsible consumer please step forward? Business Horizons, 39 (1), 79-83.
- Román, Y., Sánchez, Y., Correa, J. y Olarte, O. (2008). Responsabilidad Social y Balance Social en Organizaciones Colombianas, Colombia: Logofomas impresión digital.
- Romero, M. Burbano, A. (2017). Viabilidad para la creación de una empresa productora de maletines publicitarios empresariales en la comuna 8 de la ciudad de Cali. Tesis de grado, Institución Universitaria Católica Lumen Gentium.
- Ruiz Barrios, José (2013). Diseño de modelo de responsabilidad social empresarial en PYME constructora araucana. Trabajo de grado. Orinoquia: Universidad Nacional de Colombia



- Sampieri, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México D. F. Editorial McGraw Hill.
- Salazar, G. (2019). Particularidades en la revisión de literatura de la RSE en las PYMES en el periodo 2011-2018. Revista Eficiencia 1 (4), p. 1-24
- Salazar, Y. y Rueda, G. (2016). Estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de sandalias artesanales en el barrio San Cayetano comuna 3 en el municipio de Santiago de Cali. Tesis de grado. Universidad Católica Lumen Gentium
- Shafer, S.M., Smith, H.J. y Linder J.C. (2005). The power of business models. Business Horizons, (48), 199-207
- Torres, M. y Álvarez, A. (2016). Metodología de medición de responsabilidad social y su incidencia en el proceso organizacional para mipymes en la ciudad de Cali. Memoria X Congreso Red Internacional de Investigadores en Competitividad.
- Vives, A., y Peinado, E. (2011). La Responsabilidad social de la empresa en América Latina. Washington: Banco Iberoamericano de Desarrollo.



ANEXOS

Anexo 1. Definiciones de Responsabilidad social Empresarial

Autores	Definición
Bowen, 1953	Obligación de la empresa de llevar a cabo las políticas, tomar las decisiones y seguir las líneas de acción que son deseables en función de los objetivos y valores de nuestra sociedad
Davis, 1960	Decisiones y acciones directivas que se toman por razones que van más allá de los intereses económicos y técnicos de la organización
Frederick, 1960	Supervisión por parte de los directivos de un sistema económico que satisfaga las expectativas de sus públicos, empleando los medios de forma tal que la producción y distribución mejore el bienestar socioeconómico total
Friedman, 1962	Uso de los recursos de la empresa e implicación en actividades diseñadas únicamente para incrementar sus utilidades, siempre que permanezca dentro de las reglas del juego, es decir, de la competencia abierta y libre, sin decepción o fraude
McGuire, 1963	Ir más allá de los requerimientos legales y económicos
(Davis y Blomstrom, 1968	Obligación personal de considerar los efectos de las decisiones y actos dentro de un sistema social global
Manne y Wallich, 1972	Acciones voluntarias
Steiner, 1972	Actividades económicas, legales y voluntarias
Eells y Walton, 1974	Preocupación por el conjunto del sistema social
Sethi, 1975	Comportamiento organizativo en un nivel congruente con las normas sociales, los valores y las expectativas de desempeño prevalecientes en la sociedad
Backman, 1975	Objetivos y motivaciones a los que se debería conceder importancia en la empresa
Davis, 1976	Respuesta de la empresa a problemas distintos de los tradicionales – económicos, técnicos y legales– de la empresa
Fitch, 1976	Intento de solucionar los problemas sociales causados en parte o totalmente por la empresa
Hay, Gray y Gates, 1976	Responsabilidad en una serie de ámbitos de interés social
Drucker, 1977	Cumplimiento de las reclamaciones de la sociedad y los consumidores
Carroll, 1979	Conjunto de expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene sobre las organizaciones en un momento del tiempo determinado
Jones, 1980	Obligación con los grupos de interés, más allá de lo recogido en la ley y el contrato social, y que indica que la responsabilidad excede el interés de la propiedad de la empresa
Frederick, 1983	Obligación de actuar en busca del bien social, incluso si para ello la empresa ha de realizar actividades fuera de su ámbito de negocio, que puedan reducir sus beneficios económicos



Epstein, 1987	Obtención de resultados derivados de las decisiones empresariales relativas a problemas o cuestiones específicas que tienen un efecto positivo en los pertinentes grupos de interés
Andrews, 1987	Preocupación inteligente y objetiva por el bienestar de la sociedad que impide las actividades destructivas de los individuos y organizaciones, independientemente de su rentabilidad, y que guía a la empresa en la realización de contribuciones positivas para el desarrollo humano
Lerner y Fryxell, 1988	Medida en que los <i>outputs</i> organizativos son consistentes con los valores y las expectativas de la sociedad
Wood, 1991	Conjunto de principios, procesos, políticas, programas y resultados observables relativos a las relaciones de la empresa con la sociedad
Ibrahim y Angelidis, 1993	Acciones corporativas cuyo propósito es satisfacer las necesidades de la sociedad
Murray y Vogel, 1997	Comportamiento voluntario que persigue el bienestar de otros sin una aparente probabilidad de beneficio inmediato para el benefactor
Brown y Dacin, 1997	Posicionamiento y actuación de la empresa frente a las obligaciones sociales percibidas
Maignan, Ferrell y Hult, 1999	Grado en que las empresas asumen sus responsabilidades económicas, legales, éticas y discrecionales hacia sus grupos de interés
Commission of the European Communities, 2001	Integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores
Kok, van der Wiele, McKenna y Brown, 2001	Obligación de la empresa de usar sus recursos de manera beneficiosa para la sociedad a través de la participación como miembro comprometido de la misma y teniendo en cuenta toda su extensión
McWilliams y Siegel, 2000	Acciones que persiguen algún bien social más allá de los intereses de la empresa y de los requerimientos legales
Mohr, Webb y Harris, 2001	Compromiso de una empresa de minimizar o eliminar cualquier efecto negativo y maximizar su impacto positivo en la sociedad
Mercer, 2003	Expectativas de la sociedad de que la empresa no producirá daño y de que contribuirá positivamente al bienestar de otros
Valor y de la Cuesta, 2003	Reconocimiento e integración en la gestión y las operaciones de la organización de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que generen políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores
van Marrewijk, 2003	Actividades que demuestran la inclusión de preocupaciones sociales y medioambientales en el desarrollo de los negocios de la empresa y en su relación con sus grupos de interés, y en función de los niveles de sostenibilidad que desea
Smith, 2003	Conjunto de obligaciones de la empresa para con la sociedad o, más específicamente, con los grupos de interés de la empresa (aquellos afectados por las políticas y prácticas corporativas)
Watson y MacKay, 2003	Formas distintas en que la empresa intenta integrar sus obligaciones sociales y medioambientales en sus actividades de negocio



Autores	Definición
Nieto y Fernández, 2004	Todas las decisiones empresariales que son adoptadas por razones que, a primera vista, se encuentran más allá de los intereses económicos y técnicos de la empresa
Basil y Weber, 2006	Expectativa de que las empresas se comporten de una forma que sea beneficiosa, o al menos no dañina, para un grupo de públicos objetivo mayor que el de aquellos relacionados directamente con sus productos y servicios
Panwar, Rinne, Hansen y Juslin, 2006	Forma estratégica y proactiva de hacer negocios en un contexto específico y con una filosofía sinérgica que integre aspectos económicos, ambientales y sociales de una forma equilibrada
Waldman, de Luque, Washburn y House, 2006	Acciones corporativas que satisfacen las necesidades y objetivos de un grupo de interés identificable, o un colectivo social amplio. Acciones que van más allá de los requerimientos legales
Foro de Expertos sobre RSE, 2007	Cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes e integración voluntaria por parte de las empresas en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos, que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones
Alvarado, 2008	Proceso y conjunto de actividades de marketing, de carácter estratégico y proactivo, que lleva a cabo una organización empresarial y que incorpora las preocupaciones sociales y medioambientales de sus grupos de interés, de forma que se minimicen los daños y se maximicen los impactos beneficiosos de la empresa sobre la sociedad en el largo plazo
Vaaland, Heide y Grønhaug, 2008	Gestión corporativa de las preocupaciones de los grupos de interés por los actos responsables e irresponsables en materia ambiental, ética y social, en tal forma que cree beneficios para la empresa

Fuente: Tomado de Estudio de la imagen de responsabilidad social corporativa, Pérez (2011)



Anexo 2. Evolución de la RSE en Colombia

Años 60	<p>Se crean las primeras fundaciones en el país:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1960 - Fundación Codesarrollo en Medellín. • 1962 - Fundación Carvajal en Cali. • 1963 - Fundación corona en Medellín. • 1964 - Fundación FES en Cali.
Años 70	<ul style="list-style-type: none"> • 1977 - Fabricato y Enka (organizaciones antioqueñas) comienzan a medir su gestión social a través del balance social; también entidades como Incolda y la Fundación FES patrocinaron el estudio "Hacia un nuevo compromiso del empresario en Colombia" • 1979 - La ANDI impulsa la gestión sobre RSE a través del modelo de balance social. • Incolda realiza estudios sobre la función social del empresario y cuestiona el crecimiento -cuantitativo- de las organizaciones.
Años 80	<ul style="list-style-type: none"> • 1981 - CECORP realiza un congreso en Medellín para trabajar en temas como: incorporar el concepto de RSE en toma de decisiones, objetivos económicos en términos éticos y sociales y proceder por el interés público o común. • 1985 - La ANDI y la OIT elaboran el manual de balance social para Colombia. • 1986 - La Cámara Junior inicia el programa con mayor proyección social. • 1987 - Se comienza a hablar de balance social por la Asociación Nacional de Industriales y la OIT, la RSE se convierte en un instrumento de gestión tanto cualitativa como cuantitativa.
Años 90	<ul style="list-style-type: none"> • 1991 - La constitución Nacional de Colombia introduce el principio de la función social de la propiedad. • 1993 - Evolucionan el concepto de RSE por la ANDI. Se crea en la ANDI el comité de RSE. • 1994 - Surge el CCRE quien se centra en los procesos, promoción y asesoría en temas de RSE y ética en las organizaciones. • 1995 - Nace la corporación Comportamos en Colombia, que busca brindar apoyo, incrementar el flujo de donaciones y servir de ejemplo a otras organizaciones. • 1996 - Se crea la Fundación Entretodos, participa en proyectos y promueve la RSE para la convivencia y el desarrollo en la ciudad.
Siglo XXI	<ul style="list-style-type: none"> • 2003 - Surge el Estado del arte de la RS, documento que informa más detalladamente los instrumentos para medir la RSE; documento elaborado por COMFAMA en convenio con la INCONTEC. • 2004 - Se crea el Comité Colombiano de RSE, el cual se convierte en una herramienta para la gestión social.

Fuente: Tomado de La Importancia de Implementar La Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes de Colombia Poveda H & Ramírez, L. (2012); basado en Román et al., (2008)



Anexo 3. Cuestionario que hace parte de la encuesta.

Cuestionario

El siguiente es el cuestionario elaborado para la aplicación de la encuesta con 10 preguntas el cual se estima pueda ser diligenciado por el encargado en cada empresa en un tiempo de 5 a 10 minutos.

ESTA ENCUESTA ES REALIZADA CON FINES ACADEMICOS Y LA INFORMACIÓN RECOPIADA NO SERÁ USADA PARA OTROS FINES

Nombre de la empresa:

Nombre de la persona que diligencia el cuestionario:

Cargo:

Número de trabajadores que posee la empresa:

Año de constitución de la empresa:

1. La misión de su empresa incorpora elementos de RSE Si__ No__
2. La visión de su empresa incorpora elementos de RSE Si__ No__
3. Su empresa cuenta con una política corporativa de RSE Si__ No__
Si su respuesta anterior fue afirmativa
 - 3.3. Hace cuantos años fue creada su política corporativa de RSE ____
 - 3.4. Ha tenido ajustes a su política de RSE desde su creación hasta hoy Si__ No__
 - 3.5. Si su respuesta es afirmativa ¿Cuáles y por qué motivos?

- 3.6. Informa a sus clientes sobre su política de RSE Si__ No__
- 3.7. Informa a las comunidades sobre su política de RSE Si__ No__
4. De los elementos mencionados a continuación, marque con una X los que posee su empresa:
 - a) Manual o reglamento de buen gobierno corporativo
 - b) Sistema para recepcionar PQR
 - c) Programa de bienestar para sus trabajadores
5. Realiza capacitaciones a sus empleados Si__ No__
Si su respuesta anterior fue afirmativa
 - 6.1. Con que frecuencia realiza capacitaciones a sus empleados ____
 - 6.2. Cuantos empleados se han visto beneficiados por estas capacitaciones ____
 - 6.3. Que efectos ha tenido estas capacitaciones en el desempeño de la empresa

6. Existe sindicato u otro espacio de organización y participación de los trabajadores de su empresa Si__ No__

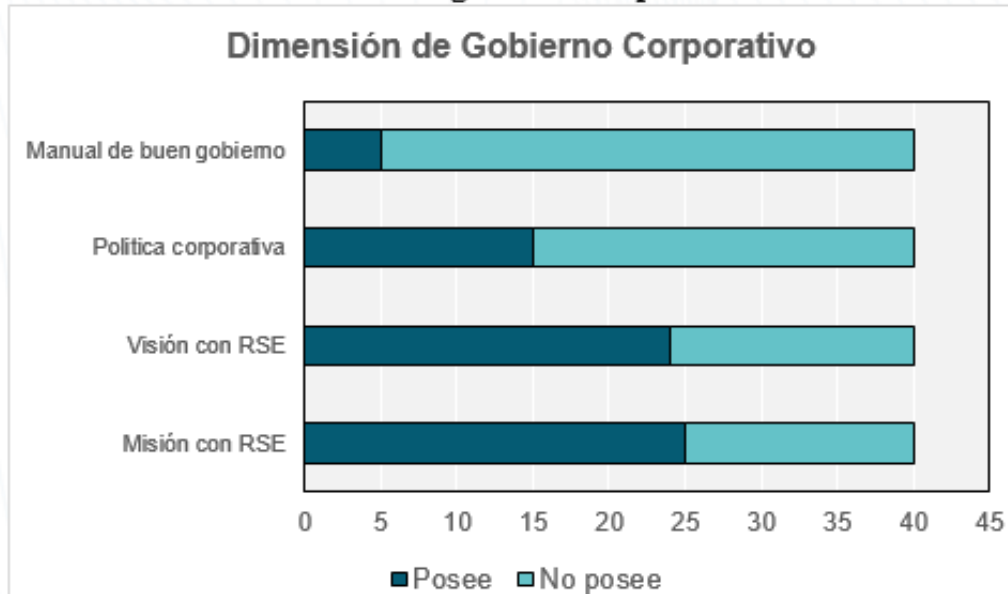


7. De los siguientes elementos, marque con una X aquellos que sus procesos de producción contemplen:
 - a) Plan de optimización de energía
 - b) Plan de optimización de agua
 - c) Certificaciones de calidad
 - d) Plan de manejo de residuos y desechos
 - e) Plan de manejo de subproductos
8. Alguna vez ha recibido sanciones por incumplimiento de normas ambientales Si__
No__
9. De las siguientes acciones, marque con una X aquellas que realiza su empresa:
 - a) Mediciones del impacto ambiental de los bienes producidos
 - b) Mitigación del impacto ambiental de los bienes producidos
 - c) Jornadas de información del impacto ambiental de los bienes producidos dirigidas a sus clientes.
10. De las siguientes actividades marque con una X aquellas que ha realizado o financiado recientemente:
 - a) Proyectos sociales
 - b) Proyectos culturales
 - c) Proyectos ambientales
 - d) Proyectos deportivos
 - e) Fundaciones
 - f) Planes padrino



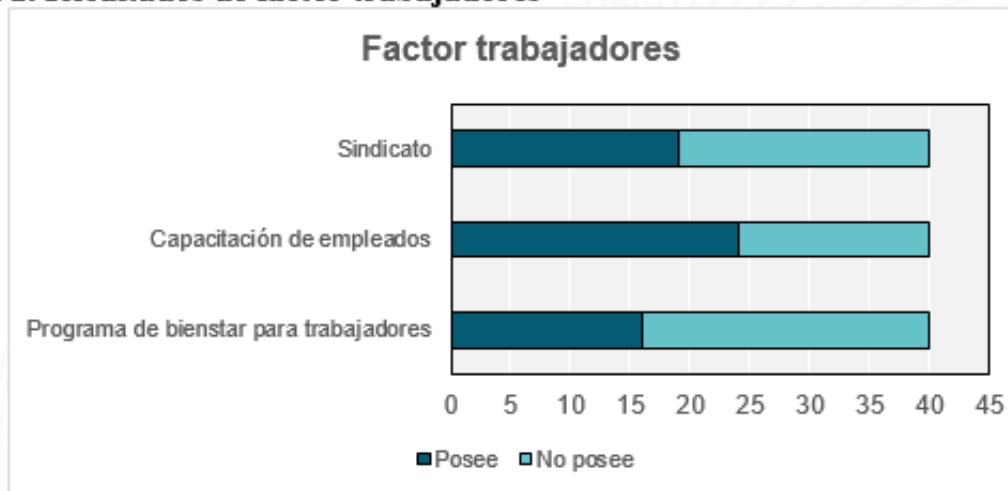
Anexo 4. Gráficas de la caracterización de RSE en las pymes encuestadas.

Gráfica 1. Resultados de la dimensión gobierno corporativo



Fuente: elaboración propia

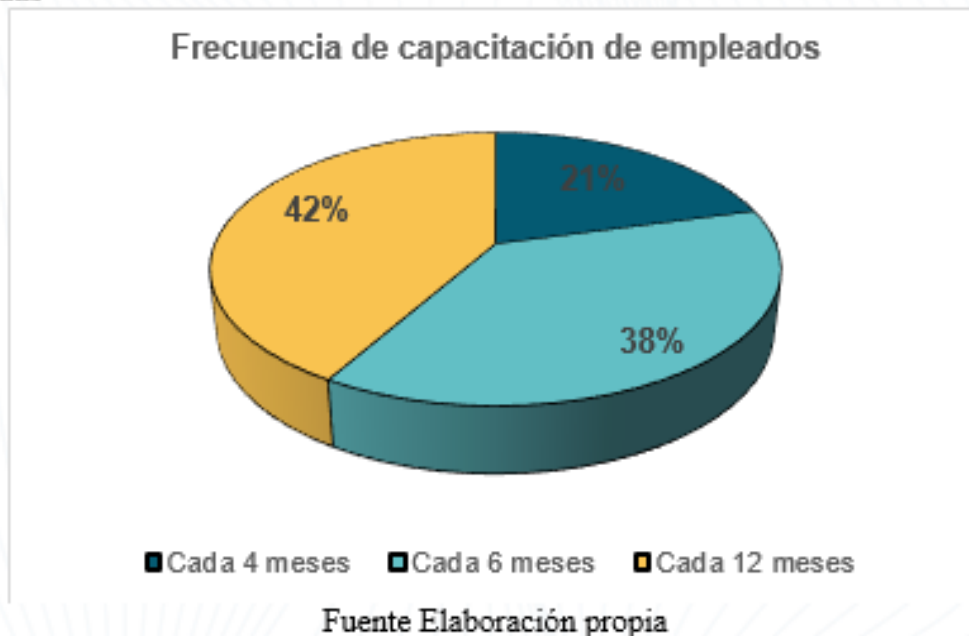
Gráfica 2. Resultados de factor trabajadores



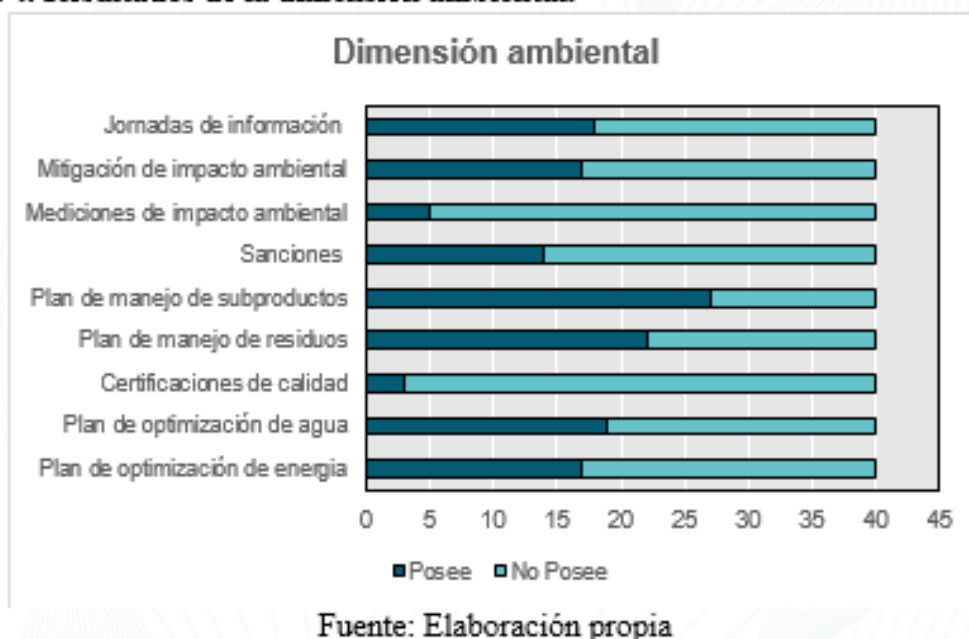
Fuente: Elaboración propia



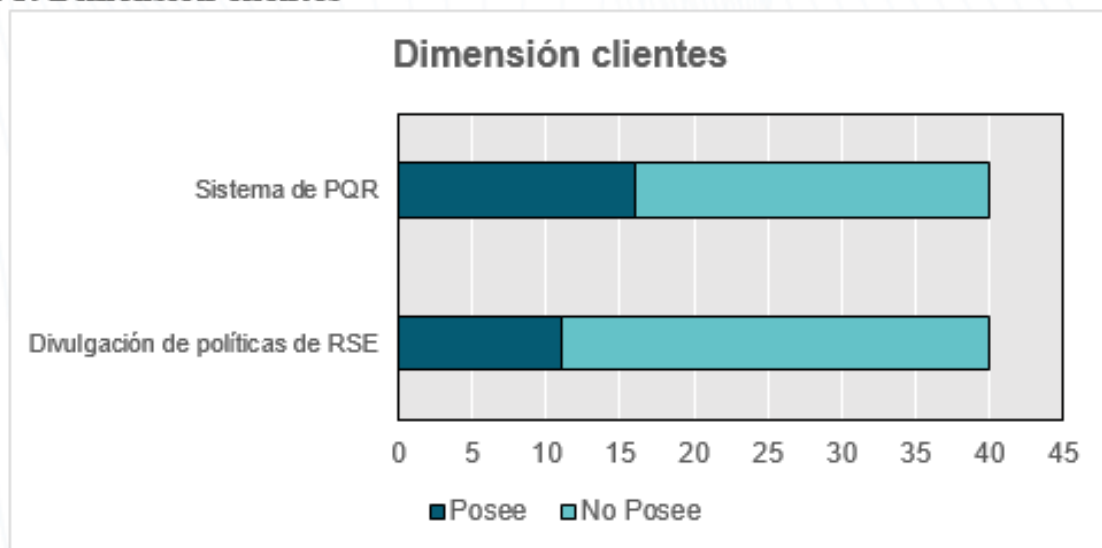
Gráfica 3. Frecuencia con la que se capacitan a los empleados en las empresas estudiadas



Gráfica 4. Resultados de la dimensión ambiental.

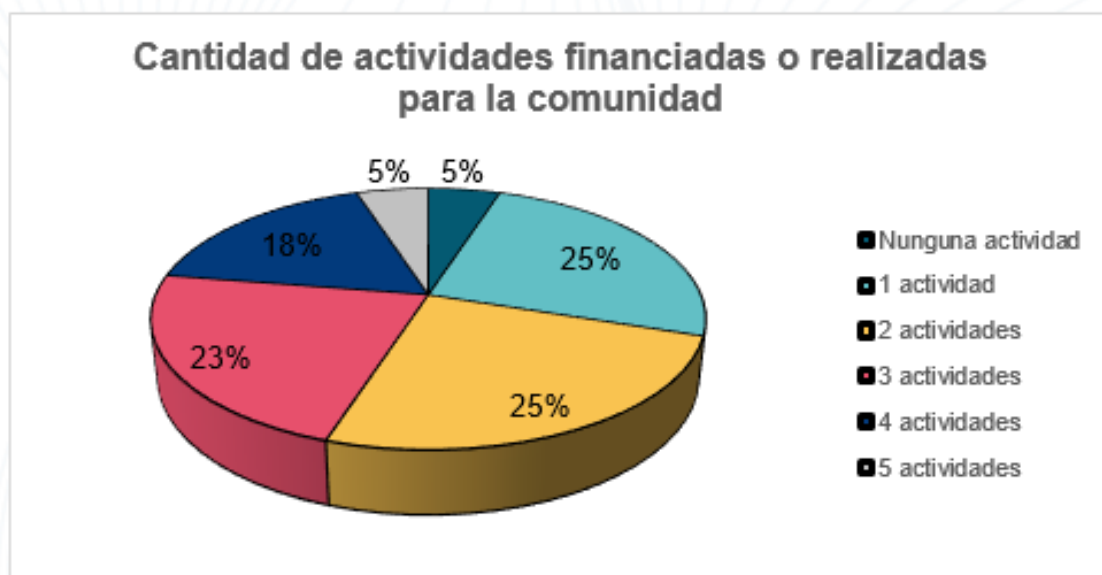


Gráfica 5. Dimensión clientes



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 6. Cantidad de actividades financiadas o realizadas por las empresas para la comunidad



Fuente: Elaboración propia



Gráfica 7. Actividades que realizan o financias las empresas con sus comunidades



Fuente: Elaboración propia