



**DETERMINACIÓN DE BRECHAS ESTRUCTURALES EN LA
INTEGRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN GRANDES Y
MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LA
REGIÓN CENTRO SUR DE CALDAS**

JULIÁN ELIECER FONSECA ARIAS

**Maestría en Administración de Negocios- MBA
Facultad de Estudios Sociales y Empresariales
Universidad Autónoma de Manizales**

**Manizales, Colombia
2015**

**DETERMINACIÓN DE BRECHAS ESTRUCTURALES EN LA
INTEGRACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN GRANDES Y
MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE LA
REGIÓN CENTRO SUR DE CALDAS**

JULIÁN ELIECER FONSECA ARIAS

Trabajo de investigación presentado como requisito parcial para optar al título de:

Magister en Administración de Negocios

Tutor y Co-Investigador:

M. Sc. Olga Lucía Ocampo López

Grupo de Investigación: *Línea de Investigación*

Diseño Mecánico y Desarrollo Industrial: *Optimización de procesos Industriales*

Ética y Política: *Ética de la Empresa*

Empresariado: *Gestión Organizacional*

Desarrollo Regional Sostenible: *Capital Social*

Universidad Autónoma de Manizales

Facultad de Estudios Sociales y Empresariales, MBA Cohorte VII

Manizales, Colombia

2015

Resumen

Esta investigación identifica las brechas para la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en grandes y medianas empresas manufactureras, pertenecientes a los sectores de alimentos y bebidas de la región Centro Sur del Departamento de Caldas. El análisis incorpora la caracterización de los enfoques de RSE; la correlación entre las políticas, prácticas, valores y objetivos corporativos con los principios y materias fundamentales de la RSE; la identificación de los mecanismos de relación con los *stakeholders* (partes interesadas o grupos de interés); la caracterización de las estrategias de comunicación y las acciones para la integración de la RSE. Esta investigación de tipo explicativo se realizó con base en los lineamientos establecidos en las guías de Responsabilidad Social ISO 26000: 2010. Consideró el análisis de información primaria recolectada por visitas a las empresas seleccionadas, mediante las técnicas de la entrevista o encuesta. Los resultados de la investigación permiten evidenciar el dinamismo, legitimidad y amplitud de perspectiva que ha ganado el concepto de responsabilidad social a lo largo de las últimas décadas. En el campo empresarial, dicho concepto ha avanzado desde una postura eminentemente legalista, muy arraigada a la defensa de los derechos laborales y sindicales que al cabo de los años fueron tornándose de obligatorio cumplimiento, hacia una visión alineada con el horizonte institucional y la estrategia corporativa de las organizaciones. Es así como desde los lineamientos de la Norma ISO 26000, la concepción actual de la RSE tiene por objetivo el contribuir al desarrollo sostenible, propósito que trasciende el escenario de la organización y se integra a asuntos fundamentales como la garantía de los derechos humanos, la ética ciudadana, la conservación ambiental, entre otros, que resultan determinantes para garantizar una coexistencia sustentable a escala global.

Abstract

Keywords: *Strategies, company social responsibility, stakeholders.*

Contenido

1. AREA PROBLEMÁTICA	Error! Bookmark not defined.
1.1 Descripción del área problemática.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Formulación del problema	Error! Bookmark not defined.
1.3 Justificación.....	Error! Bookmark not defined.
2. ANTECEDENTES	Error! Bookmark not defined.
3. OBJETIVOS	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objetivo General	Error! Bookmark not defined.
3.2 Objetivos Específicos	Error! Bookmark not defined.
4. REFERENTE TEÓRICO	Error! Bookmark not defined.
4.1 Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial	Error! Bookmark not defined.
4.2 Contexto Histórico y Tendencias	Error! Bookmark not defined.
4.3 Enfoques RSE.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Guía y Normas de RSE	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Libro Verde (Comisión de las Comunidades Europeas)	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Pacto Mundial	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Guía Técnica Colombiana GTC 180	Error! Bookmark not defined.
4.4.4 Social Accountability International (SAI)	Error! Bookmark not defined.
4.4.5 Norma Internacional ISO 26000	Error! Bookmark not defined.
4.5 Principios de RSE	Error! Bookmark not defined.
4.6 Materias Fundamentales y Asuntos.....	Error! Bookmark not defined.
5. CONTEXTO SECTOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS	Error! Bookmark not defined.
6. METODOLOGÍA	Error! Bookmark not defined.
6.1 Enfoque	Error! Bookmark not defined.
6.2 Tipo de estudio.....	Error! Bookmark not defined.
6.3 Población y muestra	Error! Bookmark not defined.
6.4 Variables.....	Error! Bookmark not defined.
6.5 Técnicas e instrumentos de recolección	Error! Bookmark not defined.
6.6 Plan de Análisis	Error! Bookmark not defined.
7. RESULTADOS	Error! Bookmark not defined.
7.1 Enfoques RSE.....	Error! Bookmark not defined.
7.2 Principios y materias fundamentales RSE.....	Error! Bookmark not defined.
7.2.1 Principios de RSE	Error! Bookmark not defined.
7.2.2 Materias fundamentales RSE.....	Error! Bookmark not defined.
7.3 Partes Interesadas.....	Error! Bookmark not defined.
7.4 Estrategias de comunicaciones y de integración de RSE	Error! Bookmark not defined.
7.5 Cumplimiento General de RSE según estructura de la norma ISO 26000	Error! Bookmark not defined.
8. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	81
8.1 Enfoques RSE.....	Error! Bookmark not defined.
8.2 Principios y materias fundamentales RSE.....	Error! Bookmark not defined.
8.2.1 Principios RSE.....	Error! Bookmark not defined.
8.2.2 Materias fundamentales RSE.....	Error! Bookmark not defined.

8.3	Partes Interesadas	Error! Bookmark not defined.
8.4	Estrategias de comunicaciones y de integración de RSE	Error! Bookmark not defined.
9.	CONCLUSIONES	Error! Bookmark not defined.
10.	RECOMENDACIONES.....	Error! Bookmark not defined.
11.	LÍNEAS DE TRABAJO FUTURO	Error! Bookmark not defined.
	BIBLIOGRAFÍA	Error! Bookmark not defined.

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. La Pirámide de la RSE.....	Error! Bookmark not defined.
Figura 2. Sectores industriales más dinámicos (producción)...	Error! Bookmark not defined.
Figura 3. Variación anual de la producción, ventas y personal ocupado en el sector industrial del Eje Cafetero	Error! Bookmark not defined.
Figura 4. Enfoque Metodológico.....	Error! Bookmark not defined.
Figura 5. Nivel de cumplimiento de Enfoques de RSE	Error! Bookmark not defined.
Figura 6. Enfoques de RSE según el tamaño de las Organizaciones	Error! Bookmark not defined.
Figura 7. Análisis de frecuencias de los Enfoques de RSE	Error! Bookmark not defined.
Figura 8. Análisis de frecuencias Enfoques de RSE según tamaño industrial	Error! Bookmark not defined.
Figura 9. Nivel de cumplimiento de los Principios de RSE	Error! Bookmark not defined.
Figura 10. Nivel de cumplimiento Principios RSE por tamaño de Organización.....	Error! Bookmark not defined.
Figura 11. Análisis de Frecuencia de los Principios de RSE...	Error! Bookmark not defined.
Figura 12. Análisis de frecuencias Principios RSE según tamaño de las Organizaciones ..	Error! Bookmark not defined.
Figura 13. Resultados de Materias Fundamentales de la RSE.	Error! Bookmark not defined.
Figura 14. Materias Fundamentales de RSE por tamaño de las Organizaciones	Error! Bookmark not defined.
Figura 15. Análisis de Frecuencia Materias Fundamentales RSE	Error! Bookmark not defined.
Figura 16. Análisis de Frecuencia Materias Fundamentales RSE por tamaño de las Organizaciones	Error! Bookmark not defined.
Figura 17. Partes Interesadas en la RSE	Error! Bookmark not defined.
Figura 18. Partes Interesadas en la RSE por tamaño de las Organizaciones...	Error! Bookmark not defined.
Figura 19. Análisis de Frecuencia Partes Interesadas en la RSE	Error! Bookmark not defined.
Figura 20. Análisis de Frecuencia Partes Interesadas en la RSE por tamaño de las Organizaciones	Error! Bookmark not defined.
Figura 21. Identificación y Relación con los Stakeholders	Error! Bookmark not defined.
Figura 22. Identificación y Relación con los Stakeholders por tamaño de las Organizaciones	Error! Bookmark not defined.
Figura 23. Frecuencias de la relación con Stakeholders	Error! Bookmark not defined.

Figura 24. Estrategias de Comunicación e Integración de RSE **Error! Bookmark not defined.**

Figura 25. Estrategias de Comunicación e Integración de RSE por tamaño de las Organizaciones **Error! Bookmark not defined.**

Figura 26. Frecuencia de las Estrategias de Comunicación e Integración de RSE **Error! Bookmark not defined.**

Figura 27. Frecuencia de las Estrategias de Comunicación e Integración de RSE por tamaño de las Organizaciones **Error! Bookmark not defined.**

Figura 28. Cumplimiento RSE según ISO 26000 **Error! Bookmark not defined.**

Figura 29. Cumplimiento RSE según ISO 26000 por tamaño de las Organizaciones **Error! Bookmark not defined.**

Figura 30. Frecuencias del Cumplimiento RSE según ISO 26000 **Error! Bookmark not defined.**

Figura 31. Frecuencias del Cumplimiento RSE según ISO 26000 por tamaño de las Organizaciones **Error! Bookmark not defined.**

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Caracterización manufacturera del Eje Cafetero MTMR (DANE, 2014)	Error!
Bookmark not defined.	
Tabla 2. Brechas en Capital humano sector chocolatería y materias primas	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabla 3. Brechas en Innovación y sostenibilidad sector chocolatería y materias primas	Error!
Bookmark not defined.	
Tabla 1. Población y tamaño de la muestra para el estudio.....	Error! Bookmark not defined.
Tabla 5. Coeficiente de variación nivel de cumplimiento de enfoques de RSE	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabla 6. Prueba de Normalidad – Nivel de cumplimiento de Enfoques RSE ...	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabla 7. Prueba de Comparación de Medias – Nivel de cumplimiento de Enfoques RSE...	Error!
Bookmark not defined.	
Tabla 8. Coeficiente de variación Principios de la RSE	Error! Bookmark not defined.
Tabla 9. Prueba U de Mann-Whitney Principios de la RSE.....	Error! Bookmark not defined.
Tabla 10. Coeficiente de variación Materias Fundamentales de la RSE	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabla 11. Prueba U de Mann-Whitney para Materias Fundamentales de la RSE	Error!
Bookmark not defined.	
Tabla 12. Coeficiente de variación Partes Interesadas en la RSE	Error! Bookmark not defined.
Tabla 13. Prueba U de Mann-Whitney para Partes Interesadas en la RSE .	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabla 14. Coeficiente de variación Orientación sobre Integración de RSE en la Organización	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabla 15. Prueba U de Mann-Whitney para Estrategias de Comunicación e Integración en la RSE.....	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabla 16. Coeficiente de variación Cumplimiento Norma ISO 26000	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	
Tabla 17. Prueba U de Mann-Whitney para Cumplimiento ISO 26000	Error! Bookmark not defined.
Bookmark not defined.	

INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como objetivo identificar las brechas para la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en grandes y medianas empresas manufactureras, pertenecientes a los sectores de alimentos y bebidas de la región Centro Sur del Departamento de Caldas. Para la recolección de datos, se aplicaron 3 encuestas, una de ellas bajo la estructura de la norma ISO 26000, otra haciendo énfasis en los Enfoques de la RSE y la tercera sobre Stakeholders o partes interesadas. Estas encuestas fueron aplicadas a una muestra de 10 empresas del sector de alimentos y bebidas, en donde se tuvieron 6 empresas medianas y 4 empresas grandes, catalogadas de esta forma por el número de empleados de las mismas.

Inicialmente se desarrollaron algunas pruebas piloto con los instrumentos metodológicos de las encuestas, y esto permitió la verificación y validación de los mismos. Posteriormente después de aplicar dichos instrumentos en las diferentes empresas seleccionadas, se analizó la información empleando las herramientas gráficas y estadísticas del software IBM SSPS y Microsoft Excel. Finalmente esta información es socializada con las empresas en un foro de divulgación que permite conocer los resultados consolidados y de manera individual, se presenta un informe de resultados que incluya las acciones de mejora identificadas que puedan ser implementadas en materia de RSE en cada organización.

1. AREA PROBLEMÁTICA

1.1 Descripción del área problemática

Partiendo de una de las definiciones de responsabilidad social empresarial más acertadas establecida por el *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, 2000) que la define como el compromiso continuo de las empresas de comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, a la vez que mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en su conjunto; se evidencian falencias en materia de RSE en las organizaciones empresariales productivas.

Según Porter y Kramer (2011), las empresas son señaladas como una de las principales causas de los problemas sociales, ambientales y económicos y se percibe que prosperan a costa de la comunidad en general; una parte del problema radica en las mismas empresas que permanecen atrapadas en el enfoque antiguo de creación de valor a corto plazo, haciendo caso omiso de las tendencias y de las influencias que determinan el éxito a largo plazo: bienestar de los clientes, empleados y proveedores, y disponibilidad de los recursos naturales para sus negocios, entre otras.

También afirman Porter y Kramer (2011) que las empresas aún carecen de un marco general para guiar estos esfuerzos y que la mayoría continúan concibiendo la “responsabilidad social” enfocada en los procesos sociales que están en la periferia, no en el núcleo; un ejemplo de ellos son los programas de responsabilidad corporativa, los cuales han surgido como una reacción a la presión externa, para mejorar la reputación de las empresas y se tratan como un gasto.

En Colombia, la ANDI ha liderado los esfuerzos para la incorporación de la RSE en las organizaciones. Según la Encuesta de Responsabilidad Social de la ANDI para el año 2013, que consideró 292 organizaciones, la RSE ocupa un lugar cada vez más importante en la agenda empresarial porque se evidencian políticas o estrategias de RSE, pero que se presentan diferentes

barreras en su desarrollo como la dificultad en el entendimiento del tema de RSE y la falta de direccionamiento estratégico.

En Colombia, las medianas y pequeñas empresas presentan un menor grado de desarrollo de la RS. Según Rivero (2006), en su entorno existe menor necesidad en la asunción del concepto y se enfrentan a barreras de entrada como: carencia de personal preparado, limitación de recursos, entre otros aspectos. Por su parte, Gutierrez (2006) argumenta que las dificultades de estas empresas giran en torno a la supervivencia; en consecuencia, los recursos son limitados y por esta razón el principal desafío de la RSE es establecer estrategias que permitan alcanzar un mayor valor económico y social.

Los lineamientos establecidos por la guía ISO 26000 sirven actualmente para establecer estas estrategias para integrar la RSE, teniendo en cuenta un impacto directo en la generación de valor, el aumento de la productividad, competitividad, sostenibilidad e innovación en dichas organizaciones.

En el departamento de Caldas se ha liderado la estrategia “Caldas: Territorio Socialmente Responsable”, la Fundación Caldas Socialmente responsable (2012) ha definido como referentes de actuación referentes de actuación los Objetivos de Desarrollo del Milenio, el Pacto Global, Global Report y la ISO 26000.

La revisión de antecedentes permitió identificar análisis con el modelo Responsabilidad Social para Caldas definido por la GTZ que tiene como objetivo realizar la valoración de las prácticas alineadas con los objetivos del Milenio. Sin embargo, no se evidenciaron estudios con los lineamientos internacionales de la ISO 26000.

En este sentido, es necesario profundizar en estudios que permitan la identificación de las brechas estructurales para la integración de las estrategias y prácticas de RSE en las organizaciones. El análisis de las brechas exige una comprensión holística del sector objeto de análisis (Pineda & Jara, 2009).

La Universidad Autónoma de Manizales como una “comunidad educadora, comprometida con el desarrollo sostenible” viene adelantando una serie de investigaciones desde sus grupos que buscan hacer frente a los retos que este desarrollo sostenible impone y que permitan mejorar los niveles de productividad, competitividad y sostenibilidad de las industrias de la región.

Una de estas investigaciones está siendo desarrollada por los grupos de investigación de Empresariado, Ética y Política, Desarrollo regional Sostenible y Diseño Mecánico y Desarrollo Industrial, quienes formularon el macro-proyecto de investigación titulado: “Determinación de las brechas estructurales en la integración de la responsabilidad social en empresas de la región Centro-Sur de Caldas. Estudio Multisectorial”. Este proyecto de investigación hace parte del macroproyecto y pretende la identificación de las brechas en el sector de alimentos y bebidas.

1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son las brechas estructurales para la integración de la responsabilidad social empresarial en las empresas manufactureras de la región centro sur de Caldas?

1.3 Justificación

La Norma Internacional ISO 26000 (2010) plantea que ser socialmente responsable trae múltiples beneficios a las organizaciones porque estrecha las relaciones y genera fidelidad y satisfacción creciente con los stakeholders; establece un marco de gestión basado en el desarrollo sostenible; promueve un modelo dialógico para prevenir y afrontar los conflictos; suscita la renovación de la cultura de la organización a partir de principios compartidos y fines socialmente legítimos; mejora la capacidad de generar confianza pública y protege e incrementa la reputación.

La responsabilidad social empresarial incide de forma directa en el éxito competitivo de las empresas y en sus innovaciones y en consecuencia, se constituye en una nueva forma de hacer negocios, porque integra de manera voluntaria, las preocupaciones sociales, económicas y medioambientales en las acciones propias de la actividad empresarial (Gallardo y Sánchez, 2013).

Según la ANDI (2014), la realidad actual caracterizada por una mayor competencia global, una reducción de las barreras técnicas y arancelarias y una generalización en el uso y apropiación social de las TIC, hacen que la empresa haya adquirido un papel socio-técnico decisivo y que el ámbito de RSE tenga hoy una mayor vocación de permanencia en la realidad corporativa.

Desde esta mirada la RSE se constituye en una estrategia competitiva pues otorga a las empresas que la consideran en su direccionamiento, una serie de herramientas que le permiten monitorear su entorno identificando ventajas y oportunidades que se puedan transformar en ventajas competitivas (Ocampo et al., 2014).

Los sectores productivos no pueden ser ajenos a estas iniciativas y deben procurar por la implementación de estrategias de RSE que conlleven a beneficios ambientales, sociales y económicos, que se reflejen en la competitividad y sostenibilidad empresarial y un mayor bienestar para las partes interesadas.

Para la maestría en administración de negocios, esta investigación presta relevancia por estar inmersa dentro del área de empresariado. Según Ocampo et al. (2014) para los estudiantes del MBA el proyecto permite responder a los desafíos del mundo de los negocios relacionados con la sostenibilidad y resolver los problemas actuales en las organizaciones mediante la definición de estrategias corporativas que llevan a la posibilidad de generar valor compartido considerando la RSE. Además el interés particular es el conocimiento avanzado de las empresas del sector y la forma de tener una estrategia de responsabilidad social empresarial unida a la estrategia del negocio, cualquiera sea. Se espera que los resultados de esta investigación brinden una línea de aportes a las empresas locales, de modo que la región pueda aspirar, desde el sector productivo en alianza con la academia, a condiciones de desarrollo sostenible, tal como lo concibe la Misión de la Universidad Autónoma de Manizales.

2. ANTECEDENTES

Como antecedentes en el sector de alimentos y bebidas, el macroproyecto de investigación (Ocampo et al., 2014) cita los siguientes estudios:

- *La RS en la empresa agroalimentaria una visión desde la aplicación de los principios del pacto mundial en España* (Garcés, 2014) que presenta herramientas para la elaboración de informes de sostenibilidad en PYMES.
- *Las empresas del sector Alimentación y Bebidas, las más responsables según los ciudadanos españoles* (Adecco, 2014). El estudio revela la percepción ciudadana en Responsabilidad Social Corporativa y reconoce la importancia desde el consumo de marcas y productos respetuosos con el entorno.
- *Alimentación no saludable, inactividad física y obesidad en la población infantil colombiana: un llamado urgente al estado y la sociedad civil para emprender acciones efectivas* (Gómez et al., 2014). Este libro presenta la necesidad de patrones de consumo sostenible alrededor de la alimentación saludable y la responsabilidad de las empresas, el estado y la sociedad civil en el tema.
- *Del liderazgo visionario hacia la responsabilidad social corporativa de empresas de licores* (Barradas, 2013). Muestra diferentes visiones de la RSC haciendo énfasis en la visión narcisista donde el principal objetivo es lucro y sólo existe la responsabilidad de rendir cuentas a los accionistas.
- *El caso de perdurabilidad empresarial de Crepes & Waffles desde una perspectiva de responsabilidad social empresarial e innovación en valor en Colombia* (Riaño, 2013). Puntualiza sobre el papel que juega la RSE como creadora de innovación en valor y el papel fundamental que juega la gerencia desde una visión humana, holística y comprometida con la construcción de su entorno.
- *Caracterización de la responsabilidad social empresarial en el sector alimenticio de consumo masivo: caso grupo Nutresa* (Ramírez, 2013). Resalta las buenas prácticas del grupo empresarial y los impactos en los diferentes grupos de interés.
- *Corporate performance indicators for agriculture and food processing sector. Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis* (Hrebicek et al., 2012). Este artículo relaciona los indicadores ambientales y de sustentabilidad con el desempeño organizacional en términos ambientales, sociales, económicos y de gobernanza.

-
- *Diseño de un sistema de gestión que facilite a las PYMES del subsector manufacturero, elaboración de alimentos y bebidas, ejercer la responsabilidad social empresarial* (López et al., 2012). Este trabajo de grado presenta lineamientos para la incorporación de la RSE en las pequeñas y medianas empresas.
 - *La Responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario* (López et al., 2011). Los resultados muestran que las empresas socialmente responsables han logrado permanecer en el mercado.
 - *Corporate social responsibility in the food sector* (Hartmann, 2011). Este artículo describe la relevancia de la responsabilidad social en el sector de alimentos por su alto en la economía, el ambiente y la sociedad.
 - *Principales tendencias que afectan el estado de los agro-negocios en el hemisferio americano* (García et al., 2010). El artículo presenta tendencias en el sector como la conveniencia, la preocupación por la salud, los productos especializados o diferenciados, los productos orgánicos, solidarios y étnicos. Describe tres preocupaciones como: la inclusión social, la protección del ambiente y la nueva forma de considerar los mercados.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Determinar brechas estructurales en la integración de la responsabilidad social en grandes y medianas empresas del sector de alimentos y bebidas de la región Centro-sur de Caldas

3.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar los enfoques de responsabilidad social empresarial en empresas manufactureras del sector de Alimentos y Bebidas de la región Centro Sur de Caldas.
- Establecer la correlación entre las políticas, prácticas, valores y objetivos corporativos de las empresas con los principios y materias fundamentales de la RSE.
- Identificar los mecanismos de relación utilizados por parte de los empresarios o *shareholders* con los *stakeholders* (partes interesadas o grupos de interés) de las empresas.
- Identificar las estrategias de comunicación y las acciones para la integración de la responsabilidad social en las empresas.

4. REFERENTE TEÓRICO

4.1 Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial

En términos generales existen múltiples definiciones de RSE. Faride (2010) aborda una clasificación en tres categorías: 1) Definiciones de las instituciones que fomentan la RSE; 2) Definiciones producto de investigaciones realizadas en diferentes países y 3) la definición más utilizada; esta última plantea que la empresa es socialmente responsable cuando realiza acciones que sobrepasan las obligaciones legales.

En la primera clasificación se destacan las definiciones de ciertos organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar el concepto teórico de la RSE, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas para su incorporación. Dentro de los cuales es posible citar a los siguientes:

- Global Compact (Pacto Mundial) de Naciones Unidas, define que “Ser socialmente responsable implica todo un modo de hacer negocios, lo cual se manifiesta a través de: relaciones con comunidad, trato con empleados y respeto al medio ambiente”. Lo anterior, permite desarrollar la competitividad de las empresas, a través de ambientes de inversión, desarrollo económico y modernización del país. (Pacto Global, 2014)
- La Comisión Europea en el Libro Verde define la RSE como: “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. Así mismo, afirma que ser *socialmente responsable* significa entonces además de cumplir con los requerimientos legales obligatorios, invertir en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores, lo cual impacta directamente en la competitividad y la productividad de las empresas; ésta última, depende

también de la aplicación de normas más estrictas en cuanto a formación del recurso humano, condiciones laborales o relaciones entre la parte estratégica y operativa de las organizaciones. ((Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, pág. 7)

- Según la norma ISO 26000:2010, la Responsabilidad Social se define como: “*La responsabilidad de una organización, ante los impactos que sus decisiones y actividades (productos, servicios y procesos), ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente...*” (ISO 26000, 2010).

Dicho comportamiento ético y transparente, favorece el desarrollo sostenible de la organización, incluyendo salud y bienestar de la sociedad, así mismo, tiene en cuenta las expectativas de las partes interesadas, cumple con la legislación aplicable, es coherente con la normativa internacional de comportamiento e integra en toda la organización la práctica de sus relaciones con dichas partes interesadas. (ISO 26000, 2010)

- El ICONTEC en su guía de responsabilidad social define la RSE como: “Compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas y acciones concertadas que se generan con las partes interesadas, en materia de desarrollo humano integral”. Lo anterior favorece el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, que por lo general parte del cumplimiento de las disposiciones legales. (ICONTEC , 2008)

En la segunda clasificación definiciones procedentes de investigaciones, la revisión de la literatura permite citar los siguientes autores:

- Rivero (2006) afirma que la RSE es el compromiso ético de la empresa con la sociedad en el desarrollo sostenible; en la identificación y satisfacción de sus grupos de interés; en la transparencia de sus actividades y en la integración voluntaria de una estrategia, gestión y operaciones comerciales que incluyan el respeto e interrelación con el entorno social,

económico y medioambiental, que son los pilares básicos que definen la Responsabilidad Social.

- Para Barroso (2007) la RSE es el conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión que buscan un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental.
- Según Mellado (2009), la RSE es una nueva visión de la gestión estratégica y de la ética corporativa de las organizaciones, donde el cambio tecnológico, económico y cultural, han terminado por redefinir la relación que éstas tienen con sus públicos y con el entorno. La RSE se ha transformado en parte fundamental del actuar organizativo y en su declaración identitaria, marcando la diferencia entre quienes son premiados y quienes son sancionados por su entorno y por el mercado (Mellado, 2009).
- En un estudio reciente Crespo (2010) con el propósito de hacer un acercamiento al concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se hizo una revisión bibliográfica que abarca varias discusiones teóricas sobre el concepto para conocer algunas de las investigaciones empíricas desarrolladas en los últimos años.

4.2 Enfoques RSE

Faride (2010) presenta la discusión conceptual de la RSE considerando los diferentes enfoques a través de la historia.

En los años veinte, la RSE surge a partir de prácticas filantrópicas y de voluntariado por parte de un grupo de personas del sector comercial, industrial y financiero (Lozano y Soler, 2000; Faride, 2010).

En los años cincuenta inicia una reflexión sobre las responsabilidades de la sociedad que podían y debían ser asumidas por los empresarios (Bowen, 1953; Carroll, 1999; Faride, 2010).

En la década del sesenta se presentan definiciones más formalizadas y precisas de la RSE (Faride, 2010): Friedman (1970) afirma que la RSE es “*conducir los negocios de acuerdo con los deseos de ellos, que generalmente serán deseos de hacer tanto dinero como sea posible ateniéndose a las reglas básicas de la sociedad, tanto las incorporadas en la ley como las incorporadas en las costumbres éticas*”. Steiner (1971) por su parte, introduce el concepto de la corresponsabilidad que tienen los negocios para ayudar a la sociedad a alcanzar las metas básicas.

En la década del ochenta se desarrollan investigaciones alrededor de la materia; en este sentido se considera que la RS sólo es posible por las acciones o prácticas empresariales de largo plazo (Jones, 1980; Faride, 2010). Por otra parte, Drucker (1984) propone que las acciones de RSE permiten convertir un problema social en una oportunidad económica, con incidencia en la capacidad productiva, las competencias humanas y la rentabilidad empresarial.

En la década del noventa se desarrollan teorías como la ética de los negocios, la ciudadanía corporativa y los grupos de interés (Faride, 2010). Sin embargo, es necesario resaltar que la definición de Stakeholder es propuesta por Freeman desde 1984. Carroll (1991) afirma que las organizaciones que aceptan de manera consciente la RSE, deben tener en cuenta cuatro tipos de responsabilidades sociales: económica, jurídica, ética y filantrópica, las cuales se representan en la Figura 1.



Figura 1. La Pirámide de la RSE

Fuente: (Carroll, 1991)

En la década del 2000 se propició un nuevo escenario de discusión y crítica desde la ética (Faride, 2010); como lo afirma Cortina (2003): “se debe acudir a la responsabilidad como elemento de configuración de la ética, y construir una base de autonomía personal y de libertad responsable”.

En este sentido, Guédez (2006) aborda cuatro conceptos complementarios para la adopción y crecimiento de la RSE, que parte de la empresa socialmente: dispuesta, competente, inteligente y ética; ya que de esto dependerá en primera instancia la “velocidad” de la incorporación de la RSE y en segunda instancia, y quizás la más importante, su factor de “éxito”.

Según Guédez (2006) se debe tener clara la diferencia entre los conceptos o “estados” mencionados (Chirinos, Fernández, & Sánchez, 2013):

La empresa *socialmente dispuesta* es aquella que muestra un interés o intención en trabajar en el tema de la RSE desde el ejercicio estratégico y por tanto, están dispuestos a buscar orientación

para canalizar esa decisión de forma idónea, “como un ejercicio ético y sustentable de la competitividad”.

La empresa *socialmente competente* implica que el personal que la conforma debe estar capacitado en el tema de RSE, ya que “La traducción de las competencias de responsabilidad social es doble: primero, genera capacidades de la organización como un todo para operacionalizar sus acciones sociales, y segundo, promueve capacidades individuales en los trabajadores que impactan sus desempeños personales y profesionales” (Guédez, 2006; Chirinos, Fernández, & Sánchez, 2013)

La empresa *socialmente inteligente* debe considerar la “disposición” sumada a la “competencia” para ser socialmente responsable, que no es más que una empresa capaz de orquestar responsabilidad social en su estructura y procesos.

Finalmente, la empresa *socialmente ética* es aquella que orienta toda su vocación hacia la idea del “bien”, ya que el planteamiento de la ética permite construir o destruir, por lo que todas las decisiones organizacionales deben sustentarse en lo ético, buscando hacer el bien y hacerlo bien. Por otra parte, Pizzolante (2009) recalca que la ética no tiene tamaño ni área de actuación y en consecuencia, el comportamiento ético y responsable aplica para todo tipo de empresas y en cualquier sector productivo.

En la década del 2000, también surge el término de sustentabilidad que hace referencia a la existencia armónica entre las condiciones económicas, ambientales, sociales y políticas. En consecuencia, la sustentabilidad, es uno de los desafíos de la sociedad que debe ser abordado desde la RSE. (Guédez, 2006).

Chirinos, Fernández, & Sánchez (2013) afirman que aunque las empresas desarrollen programas de Responsabilidad Social, no garantiza que sean Socialmente Responsables, porque en algunos casos no son organizaciones inteligentes que comprenden el valor del bien común y el desarrollo sustentable.

El Macroproyecto de investigación de la UAM (Ocampo et al., 2014) considera la evolución del concepto de RSE y las fases propuestas por Yepes et al. (2007):

- **Fase Precursora (1776-1900):** Durante la cual no se establece la RS como “término formal” o concepto que pueda ser aplicado a las empresas, ya que las organizaciones daban respuesta a sus problemas sin tener en cuenta una política de servicio social. Las empresas responsables en esta fase, eran únicamente las que hacían buen uso de sus recursos y generaban utilidades para sus accionistas.
- **Fase Filantrópica (1900-1950):** Como su nombre lo indica, hace referencia al “amor por la humanidad”, visto desde la perspectiva organizacional, es la acción gratuita y externa de las empresas, en donde el principal beneficiario es la comunidad, con énfasis en la protección social.
- **Fase Crítica (1950-1967):** En esta fase se da la evolución del pensamiento administrativo, en donde los empresarios sienten la necesidad de planear, ejecutar y medir el impacto de las decisiones, teniendo en cuenta los valores y/o necesidades de la comunidad. En los negocios esto involucra factores como las responsabilidades de carácter público, las organizaciones sociales y la ética laboral.
- **Fase de los Problemas (1967-1973):** En esta fase Friedman, argumenta que la RS es una doctrina en contra de los intereses de los accionistas y desde ese punto de vista, la empresa no podía ser vista como una institución social, por lo cual se replanteó la necesidad o no de participar en problemas de tipo social como: discriminación racial, migración, contaminación ambiental y decadencia urbana.
- **Fase del Reconocimiento (1973-1980):** En esta fase las empresas en conjunto con el gobierno tratan de hacer frente a los problemas que impedían la reconstrucción del tejido social; así mismo podían aumentar la rentabilidad haciendo frente a responsabilidades que involucraban el manejo del aire, agua, biodiversidad y salud pública. El posicionamiento

organizacional, depende entonces del reconocimiento y la valoración de confianza proveniente de las partes interesadas.

- **Fase del Compromiso (1980-actualidad):** En esta fase se proporciona el marco para que las empresas asuman la sostenibilidad organizacional, como resultado del impacto que generan en las comunidades, la cultura y el medio ambiente; así mismo, entran a formar parte fundamental temas como la corrupción, los derechos humanos y la transparencia ó ética de las actividades realizadas.

Por otra parte, se abordan además los siguientes enfoques de la RSE establecidos por Yepes et al (2007):

- **Enfoque Libertario o de libre mercado:** “Maximización de utilidades para los accionistas”. Este enfoque, fundamentado en las ideas de Friedman, considera a las empresas como organismos no sociales, que deben fundamentar sus esfuerzos en la multiplicación de recursos y generación de bienestar solo para los accionistas y dueños de las organizaiones.
- **Enfoque del Self-Interest o autointerés iluminado:** Según este enfoque las acciones de RS generan como contraprestación a las empresas, beneficios en: imagen corporativa, aumento de clientes, alianzas estratégicas con proveedores, beneficios tributarios y al probabilidad de mejores condiciones financieras bancarias; en conclusión, “la RS se asume como una estrategia de mercadeo para lograr el éxito empresarial y la maximización de beneficios economicos”.
- **Enfoque Moral:** Enfoque que ve la RSE como una obligación de carácter moral, que debe ser asumida por las organizaciones de forma voluntaria y dirigida hacia la sociedad, teniendo en cuenta los impactos causados en la misma y que son debidos a la ejecución de la actividad económica empresarial.

- **Enfoque de los Stakeholders:** En donde se amplía la visión de que los únicos interesados en que las empresas crezcan y sean sustentables, son los accionistas, y se habla entonces de un grupo de “partes interesadas” que pueden impactar o son impactados por las decisiones y acciones de las organizaciones, tanto al interior de las mismas, como al exterior. Dentro de estas partes interesadas se pueden encontrar: accionistas, directivos, empleados, clientes, proveedores, competencia y comunidad, entre otros.
- **Enfoque Axiológico:** En donde se afirma que la ética empresarial se basa en el desarrollo de personas “buenas o moralmente virtuosas”, quienes son las encargadas de tomar decisiones estratégicas e irradiar su bondad en las mismas. La moralidad no se debía medir respecto a factores externos, todo lo contrario, dependía de la moralidad interna de los responsables de la corporación. Así mismo, esta moralidad debía tener una característica “integral”, en donde se tuviera una responsabilidad moral con todos los stakeholders, pues la empresa debe ser considerada como una institución social no solo de beneficio empresarial sino de beneficio integral con sus partes interesadas, bajo principios morales, dialogantes, y dinámicos, tal y como lo afirma Cortina (1997).
- **Enfoque Teológico-Religioso:** En el cual se afirma que el objetivo de los individuos desde el punto de vista religioso, es el desarrollo de la moral; por lo tanto, las empresas socialmente responsables, conformadas por estos individuos, deben promover las condiciones necesarias para favorecer ese progreso moral, lo cual conlleva a mejorar las condiciones laborales y el equilibrio de las oportunidades para el desarrollo del talento humano y obviamente rechaza rotundamente las condiciones inhumanas en las que aún deben laborar muchas personas.
- **Enfoque Institucional Social:** Es el enfoque fundamentado en la organización como “centro de poder”. Las empresas deben fijarse objetivos de RSE, que estén ligados a indicadores medibles e impactos cuantificables, los cuales deben estar fijados según las condiciones político-sociales que afectan a cada organización. Las empresas se convierten

entonces en centro de poder tanto económico como social, donde se dan las demandas de crecimiento y se atienden las necesidades específicas de la sociedad.

4.3 Guía y Normas de RSE

A continuación se describen algunos referentes normativos y guías que se han adoptado a nivel mundial para la incorporación de la RSE en las organizaciones:

4.3.1 Libro Verde

“Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”.

En 1993, se crearon redes europeas de empresas gracias al llamado del Presidente Delors a las mismas, para que participaran activamente en la lucha contra la exclusión social; así mismo, en marzo de 2000, el Consejo Europeo de Lisboa apeló en particular al sentido de RSE según las prácticas adecuadas en materia de aprendizaje permanente, organización del trabajo, igualdad de oportunidades, inclusión social y desarrollo sostenible (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Los niveles de desarrollo social, protección del medioambiente, respeto de los derechos humanos y adopción de un sistema de gobernanza (que reconcilie intereses en un enfoque global de calidad y viabilidad), se presentarán en el momento en que las empresas asuman voluntariamente compromisos de RSE que vayan más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales. El libro Verde reconoce la importancia de estos aspectos, pero hace especial énfasis en las responsabilidades de las organizaciones en el ámbito social (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Lo anterior le permite a las empresas generar nuevas esferas respecto al diálogo social, la adquisición de cualificaciones, la igualdad de oportunidades, la previsión y la gestión del cambio, tanto a nivel local como nacional en cuanto a la cohesión económica-social y la protección de la salud y en el ámbito mundial en cuanto a la protección medioambiental y el respeto de los derechos fundamentales (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

Uno de los objetivos del Libro Verde es iniciar un amplio debate de cómo puede la Unión Europea fomentar la RS en las organizaciones, tanto a nivel europeo, como a nivel internacional, así mismo, sobre cómo sacar el máximo provecho a las experiencias existentes, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación. Lo anterior propone un enfoque basado en asociaciones más profundas en las que todos los agentes desempeñen un papel no solo más dinámico sino mas eficaz (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

4.3.2 Pacto Mundial

El Pacto Mundial o Pacto Global es un instrumento de las Naciones Unidas (ONU) que fue anunciado por el secretario general de las Naciones Unidas Kofi Annan en el Foro Económico Mundial (Foro de Davos) en su reunión anual de 1999. Tiene como objetivo la promoción del diálogo social que favorezca la generación de una ciudadanía corporativa global y de esta forma se puedan coincidir los intereses de las organizaciones, los intereses de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, los sindicatos y las ONG´s entre otros, todo lo anterior, bajo 10 principios fundamentales que relacionan temas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y corrupción (Pacto Global, 2014).

El Pacto Global se convierte en una iniciativa clara para trabajar en la dimensión social de la globalización, es decir, “dar una cara humana al mercad global”, tal y como lo afirmó Kofi Annan cuando hizo su presentación. Este pacto ha tenido gran acogida entre las empresas, así como por parte de sindicatos, entidades educativas y ONG´s, sin embargo sus mayores criticas las recibe por el hecho de no tener un carácter “obligatorio” (Pacto Global, 2014)

La Oficina del Pacto Global está conformada por seis agencias de las Naciones Unidas, entre las cuales se encuentran: la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACDH), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) (Pacto Global, 2014).

Cualquier empresa, sindicato u organización de la sociedad civil puede aplicar los 10 principios que integran las estrategias y operaciones que se proponen en el Pacto Global; aquellos que lo hacen, asumen voluntariamente el compromiso de implementar dichos principios en las labores del día a día dentro de sus organizaciones y a su vez rendir cuentas a la sociedad de manera transparente a través de la elaboración de “Informes de Progreso” (Pacto Global, 2014).

Los 10 principios del Pacto Global se anuncian a continuación:

Derechos Humanos

- Principio N° 1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.
- Principio N° 2. No ser cómplice de abusos de los derechos.

Ámbito Laboral

- Principio N° 3. Apoyar los principios de la libertad de asociación y sindical y el derecho a la negociación colectiva.
- Principio N° 4. Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.
- Principio N° 5. Abolir cualquier forma de trabajo infantil.
- Principio N° 6. Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Medio Ambiente

- Principio N° 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
- Principio N° 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- Principio N° 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anti – Corrupción

- Principio N° 10. Las empresas e instituciones deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidos extorsión y soborno.

(Pacto Global, 2014)

4.3.3 Guía Técnica Colombiana GTC 180

Esta Guía forma parte de una gestión voluntaria que va mas allá del marco legal y se desarrolla en un momento en el que las empresas y la sociedad empiezan a darse cuenta de lo importante que es crear un entorno equitativo y sostenible, para el desarrollo y bienestar de las mismas; lo anterior lo hace a través directrices y principios de gestión socialmente responsable, los cuales son compatibles con otros sistemas e instrumentos de gestión. (ICONTEC , 2008).

La RSE pasa de ser una exigencia de la sociedad actual y la economía global, a ser un factor clave en la toma de decisiones de inversión, producción y comercialización, lo cual impacta directamente

en la sustentabilidad de las organizaciones y evidentemente en el desarrollo de la comunidad. Lo anterior implica una visión integral ante el enfoque social, económico y ambiental de las empresas; dichos enfoques impactan directamente a las partes interesadas tanto en el ámbito externo (clientes, proveedores, estado, entre otros), como en el ámbito interno de la organización como tal (empleados, directivos, asociados, entre otros) (ICONTEC , 2008).

La gestión socialmente responsable involucra entre otros aspectos lo siguiente: Estrechas relaciones, fidelidad y satisfacción de las partes interesadas, marco de gestión basado en el desarrollo sostenible, modelo dialógico para prevenir y afrontar conflictos, renovación de la cultura organizacional, proteger e incrementar reputación de la organización (ICONTEC , 2008).

4.3.4 Social Accountability International (SAI)

Social Accountability International (SAI) es una organización independiente, no gubernamental y sin fines de lucro que promueve los derechos humanos de los trabajadores por medio de la ejecución de su Norma SA8000 (International Trade Centre, 2011).

Esta norma se basa en los principios de los convenios de la OIT, la Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas y la Declaración Universal de Derechos Humanos; no está restringida a ningún sector, grupo de productos o actividad de servicios concretos. Algunas características básicas de la SA8000 son:

- Norma de tipo procesal, no de productos, por lo que los productos elaborados por empresas certificadas de acuerdo a esta norma, no llevan ningún tipo de sello o etiqueta que haga relación a la misma.
- Integra nueve elementos fundamentales: trabajo infantil, trabajo forzoso, seguridad y salud, libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, discriminación, medidas disciplinarias, horas de trabajo, remuneración y sistemas de gestión.

- Sus requisitos se aplican universalmente, independientemente del tamaño de la empresa, su situación geográfica o sector industrial.

(International Trade Centre, 2011)

Esta norma especifica requisitos de RS que permiten a las empresas desarrollar, mantener y aplicar los diferentes principios y procedimientos, con el fin de manejar asuntos que estén bajo su control o influencia y a su vez, puedan demostrar a las partes interesadas que dichos principios son coherentes con los requerimientos establecidos por la norma como tal. Esta es una norma auditable para un sistema de verificación por terceras partes y establece requisitos de carácter voluntario que deben ser cumplidos por los empleadores, quienes deben tener en cuenta: derechos de los empleados, condiciones laborales y sistemas de gestión de la organización (Social Accountability International (SAI), 2008).

4.3.5 Norma Internacional ISO 26000:2010

Esta Norma Internacional proporciona orientación sobre los principios provenientes de la RS y como debe ser el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que la constituyen, haciendo énfasis en la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la RS e incluyendo las diversas maneras de “integrar” un comportamiento socialmente responsable en toda la organización (ISO 26000, 2010).

La ISO 26000 incluye conceptos, términos y definiciones relacionados con la RSE, así como los antecedentes, tendencias, características, principios y prácticas que la conforman, en donde toman relevancia las materias fundamentales y los asuntos de responsabilidad social que involucran integración, implementación y promoción de un comportamiento socialmente responsable que debe ser transversal a toda la organización (ISO 26000, 2010).

Esta norma pretende entonces ayudar a las empresas en su desarrollo sostenible con el objetivo claro de que vayan más allá del cumplimiento legal, sin dejar de reconocer que dicho cumplimiento de ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su RS. Promueve entonces un entendimiento común en este campo, en donde se trate

mas de “complementar” y no de “reemplazar” las estrategias y guías que brindan otros instrumentos e iniciativas relacionados con la RSE (ISO 26000, 2010).

4.4 Principios de RSE

Los principios de la RSE tienen como objetivo definir a través de que herramientas pueden las organizaciones maximizar su contribución al desarrollo sostenible. La norma ISO 26000 ha establecido siete principios fundamentales descritos en el capítulo 4 de la misma, los cuales corresponden a:

- **Rendición de Cuentas:** La rendición de cuentas debe hacerse de manera integral, es decir, incluyendo los impactos generados en la sociedad, la economía y el medio ambiente. Por lo tanto, la dirección de la empresa debe responder ante accionistas o dueños y gobierno (autoridades competentes), en relación con las leyes y regulaciones que le apliquen. La rendición de cuentas tiene un impacto positivo sobre la comunidad y sobre la misma organización y se fundamenta en acciones éticas que van en contra de la corrupción, por lo cual esto incluye la aceptación de responsabilidad cuando se cometen errores, la toma de decisiones para repararlos y a su vez prevenir que se vuelvan a presentar.
- **Transparencia:** Este principio hace relación a la “claridad” tanto de las decisiones como de las actividades que realiza una organización frente a ella misma, la comunidad y el medio ambiente. Las empresas deben revelar en forma clara, precisa, completa y suficiente la información correspondiente a sus políticas, decisiones, actividades o estrategias de las cuales es responsable, incluyendo los impactos conocidos y probables que pueda causar a sus partes interesadas. Este principio no exige que sea publicada información protegida por derechos de propiedad o aquella que pueda producir incumplimientos de obligaciones legales, comerciales, de seguridad o de privacidad de las personas.

Una organización debe ser entonces “transparente” en cuanto a aspectos como: propósito, naturaleza y localización de sus actividades, identidad de cualquier interés que controle la actividad de la organización, desempeño en asuntos significativos a la RS, orígenes, cantidades y aplicación de sus recursos financieros, identidad de partes interesadas, entre otros.

- ***Comportamiento Ético:*** Este comportamiento se basa en valores de honestidad, equidad e integridad, los cuales implican necesariamente preocupación por las personas, animales y medio ambiente, así como un compromiso de tratar los impactos de las decisiones y actividades de las empresas sobre los intereses de sus partes interesadas. Debe entonces existir un comportamiento ético en la identificación y declaración de principios y valores fundamentales, desarrollo y utilización de la estructura de gobernanza, fomento y promoción de normas de comportamiento ético, entre otros.
- ***Respeto a los intereses de las partes interesadas:*** Este principio incluye respetar, considerar y responder a los intereses de los stakeholders de una organización, de tal forma que se tengan en cuenta además de los intereses de dueños, socios y clientes, los intereses de otros grupos o individuos que también puedan tener derechos, reclamaciones o intereses específicos. Para lo anterior se debe primero identificar claramente las partes interesadas y posteriormente reconocer sus derechos, reconocer que pueden afectar el desarrollo de las actividades de la organización, considerar sus puntos de vista incluso cuando no tengan una participación formal dentro de la gobernanza de la empresa, etc.
- ***Respeto al principio de legalidad:*** Este principio hace relación a la “obligatoriedad” de la legalidad, es decir, a la supremacía del derecho y a la idea de que ningún individuo u organización debe estar por encima de la ley (incluyendo el gobierno), por lo tanto, este principio va en contra del ejercicio arbitrario del poder y favorece que las organizaciones cumplan sin excepción con las leyes y regulaciones aplicables. Las empresas deben entre otros aspectos: cumplir los requisitos legales de todas las jurisdicciones en las que opera, cumplir con el marco legal previsto y aplicable según sus actividades, mantenerse informadas de todas las obligaciones legales y revisar periódicamente el grado de cumplimiento en cuanto a este tema.
- ***Respeto a la Normativa Internacional de Comportamiento:*** Este principio está directamente relacionado con el respecto al “principio de legalidad”, ya que se extiende dicho principio a la

normativa internacional de comportamiento, con el fin de que en situaciones donde la ley o su implementación no proporcionen las salvaguardas ambientales o sociales adecuadas, se pueda recurrir a la normativa internacional de comportamiento, para que ésta sea cumplida a cabalidad por las organizaciones.

- ***Respeto a los derechos humanos:*** Las empresas deben respetar y reconocer la importancia y universalidad de los derechos humanos, los cuales son aplicables de forma indivisible en todos los países, culturas y situaciones. Debe tenerse en cuenta que en los casos donde la ley o su implementación no proporcionen la protección adecuada de los derechos humanos, se debe acatar el principio de respeto a la normativa internacional de comportamiento.

(ISO 26000, 2010)

4.5 Materias Fundamentales y Asuntos

Las materias fundamentales pretenden definir el alcance de la RSE de las organizaciones, así como identificar los asuntos pertinentes y establecer sus prioridades. La ISO 26000 relaciona las siguientes materias y asuntos fundamentales en términos de RSE:

- 1. Gobernanza de la Organización:** Hace relación al sistema a través del cual una empresa toma las decisiones o implementa acciones para lograr sus metas y objetivos. Representa entonces esa parte estratégica de la que depende el rumbo de la organización y por ende, define el compromiso que se va a tener frente al tema de RSE. La gobernanza puede incluir mecanismos formales, basados en estructuras y procesos bien definidos, así como también mecanismos informales que normalmente surgen de la conexión entre la cultura y los valores de la organización, los cuales están normalmente bajo la influencia de las personas que la lideran. (ISO 26000, 2010)

Así mismo, la gobernanza de una empresa es quizás uno de los factores más importantes que hacen posible que ésta se responsabilice de los impactos de sus decisiones y actividades, y así poder integrar la RSE en toda la organización (incluyendo las partes interesadas)

Asunto 1: Procesos y estructuras de la toma de decisiones.

(ISO 26000, 2010)

2. **Derechos Humanos:** Estos representan los derechos básicos a los cuales tenemos derecho todos los seres humanos y se dividen en dos categorías fundamentalmente, los derechos políticos y los derechos civiles. Los primeros son por ejemplo el derecho a la vida, la libertad, la equidad, etc y los segundos, hacen relación a los derechos económicos y culturales como por ejemplo el derecho al trabajo, la alimentación, la educación, seguridad social, entre otros. (ISO 26000, 2010)

Asunto 1: Debida diligencia.

Asunto 2: Situaciones de riesgo para los derechos humanos.

Asunto 3: Evitar la complicidad.

Asunto 4: Resolución de reclamaciones.

Asunto 5: Discriminación y grupos vulnerables.

Asunto 6: Derechos civiles y políticos.

Asunto 7: Derechos económicos, sociales y culturales.

Asunto 8: Principios y derechos fundamentales en el trabajo.

- 3. Prácticas laborales:** Políticas y prácticas que se relacionan con la ejecución de las labores del día a día en una organización, lo cual incluye también aquellos trabajos que sean subcontratados. Estas prácticas incluyen el reclutamiento y promoción de los trabajadores, procedimientos disciplinarios, reclamaciones, traslados, finalización de relación de trabajo, actividades de formación, entre otros. (ISO 26000, 2010)

Asunto 1: Trabajo y relaciones laborales.

Asunto 2: Condiciones de trabajo y protección social.

Asunto 3: Diálogo social.

Asunto 4: Salud y seguridad ocupacional.

Asunto 5: Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.

- 4. Medio ambiente:** Todas las actividades y decisiones que tome una empresa siempre van a tener un impacto sobre el medio ambiente, el cual usualmente se asocia a la utilización que la misma hace de los recursos, la generación de contaminación (vertimientos, desechos y emisiones principalmente) y el impacto en los diversos hábitats naturales. Por lo anterior, las empresas deben hacer lo posible por minimizar dichos impactos medioambientales, considerando las implicaciones y valga la redundancia impactos directos e indirectos de las decisiones que toman y las actividades diversas que ejecutan en temas económicos, sociales, de salud y medioambiente. (ISO 26000, 2010)

Asunto 1: Prevención de la contaminación.

Asunto 2: Uso sostenible de los recursos.

Asunto 3: Mitigación y adaptación al cambio climático.

Asunto 4: Protección medio ambiente, biodiversidad y restauración hábitats naturales.

- 5. Prácticas justas de operación:** Estas prácticas están representadas por la conducta ética de la organización en su funcionamiento como tal y en las transacciones y/o relaciones con otras organizaciones, sobre todo cuando el objetivo es promover resultados positivos entre ambas, lo cual impacta directamente el área de responsabilidad social como tal. (ISO 26000, 2010)

Asunto 1: Anti-corrupción.

Asunto 2: Participación política responsable.

Asunto 3: Competencia justa.

Asunto 4: Promover la responsabilidad social en la cadena de valor.

Asunto 5: Respeto a los derechos de la propiedad.

- 6. Asuntos de Consumidores:** En esta parte se hace relación a la responsabilidad que tienen las empresas que proveen productos o servicios para con sus clientes, lo cual incluye aspectos como: información precisa, marketing transparente, condiciones de uso adecuado, procesos contractuales, promoción de consumo sostenible, diseño y servicio que permita acceso a todos y cuando aplique, acceso a población vulnerable o con alguna desventaja o limitación. Los principios de este capítulo aplican a todas las empresas en el rol de servir a los consumidores, sin embargo estos asuntos manejan un nivel de pertinencia muy diferente según el tipo de organización (privadas, de servicio público, organizaciones de bienestar, etc). (ISO 26000, 2010)

Asunto 1: Prácticas justas de marketing y contratación e información objetiva e imparcial.

Asunto 2: Protección de la salud y la seguridad de los consumidores.

Asunto 3: Consumo sostenible.

Asunto 4: Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias.

Asunto 5: Protección y privacidad de los datos de los consumidores.

Asunto 6: Acceso a servicios esenciales.

Asunto 7: Educación y toma de conciencia.

7. Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad: Es claro que además de impactos medioambientales, las empresas también generan impactos en las comunidades en las que operan y por tanto, dicha relación debe involucrar la opinión y necesidades de la comunidad para contribuir con su desarrollo; lo anterior hace parte del desarrollo sostenible al que le apunta la RSE. La participación activa de manera individual o por medio de asociaciones, tienen como objetivo aumentar el bien público y fortalecer la sociedad civil; esto refleja el fortalecimiento de los valores democráticos y cívicos de las organizaciones. (ISO 26000, 2010)

Asunto 1: Participación activa de la comunidad.

Asunto 2: Educación y cultura.

Asunto 3: Creación de empleo y desarrollo de habilidades.

Asunto 4: Desarrollo y acceso a la tecnología.

Asunto 5: Generación de riqueza e ingresos.

Asunto 6: Salud.

Asunto 7: Inversión social.

5. CONTEXTO SECTOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Según el macroproyecto de la Universidad Autónoma de Manizales en RSE, se tienen las siguientes estadísticas y datos del sector manufacturero, específicamente del sector de alimentos y bebidas (Ocampo et al., 2014).

5.1 Dinámica de los Sectores Industriales en Colombia

En Colombia durante el año 2014 la industria muestra una tendencia a estabilizarse, con un crecimiento tanto de la producción como de las ventas, así: en los últimos 12 meses a junio de 2014 la producción industrial creció 0.3% y las ventas aumentaron 0.2%. (MCIT, 2014).

Para el período Enero a Junio del 2014, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se evidencia crecimiento de la producción real del sector industrial en los subsectores Ingenios refineras de azúcar y trapiches (26%), industria de bebidas (6.6%), otros productos alimenticios (6.6%), elaboración de productos lácteos (4.7%) y elaboración de productos de molinería y almidones (2,1%). Los subsectores más dinámicos se resumen en la Figura 2, es evidente que varios de ellos pertenecen a la categoría de Alimentos y Bebidas.

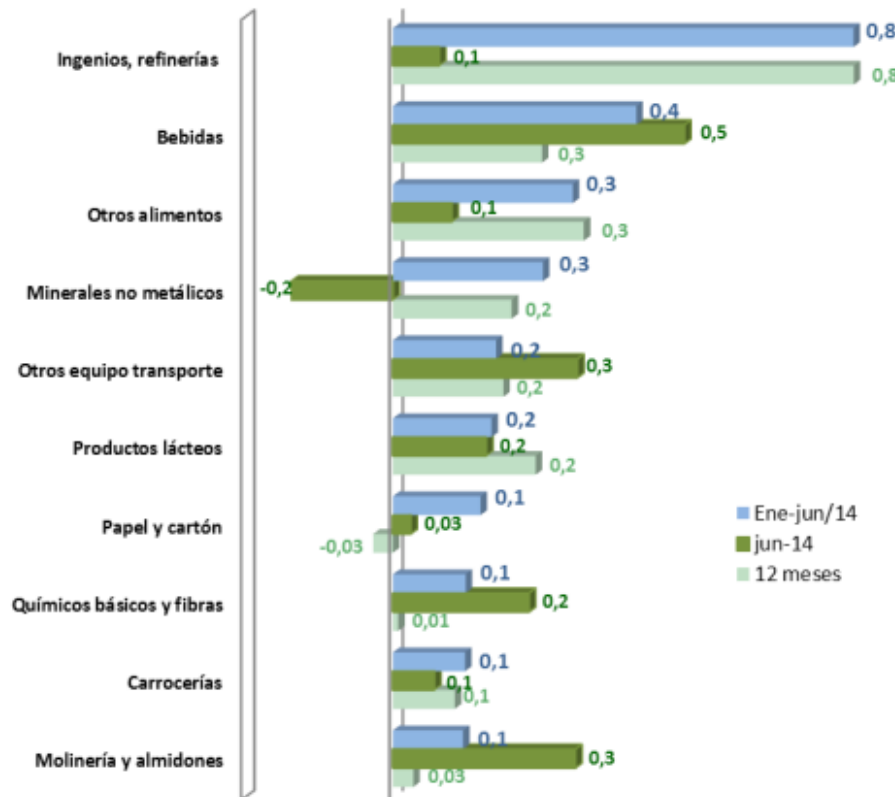


Figura 2. Sectores industriales más dinámicos (producción)
Fuente: (MICT, 2014)

5.2 Dinámica de los Sectores Industriales en el Eje Cafetero

La muestra trimestral Manufacturera regional es una investigación estadística implementada por el DANE para medir el comportamiento coyuntural de la industria a nivel regional. En la muestra se incluye el Eje Cafetero (mediciones puntuales en Manizales, Villamaría, Chinchiná, Pereira, Santa Rosa de Cabal, La Virginia, Dosquebradas y Armenia). Los diferentes sectores evaluados se presentan en la Tabla 1.

Durante el II trimestre de 2014, la producción del sector industrial aumento el 0.6%, las ventas crecieron el 1.4% y el personal ocupado 4.9%, respecto al mismo período de 2013 (DANE, 2014).

La evolución para el período 2007-2014 se muestra en la Figura 3. En términos generales, se evidencia crecimiento en la mayoría de los sectores, con excepción de maquinaria y equipo, otros productos alimenticios y productos de café.

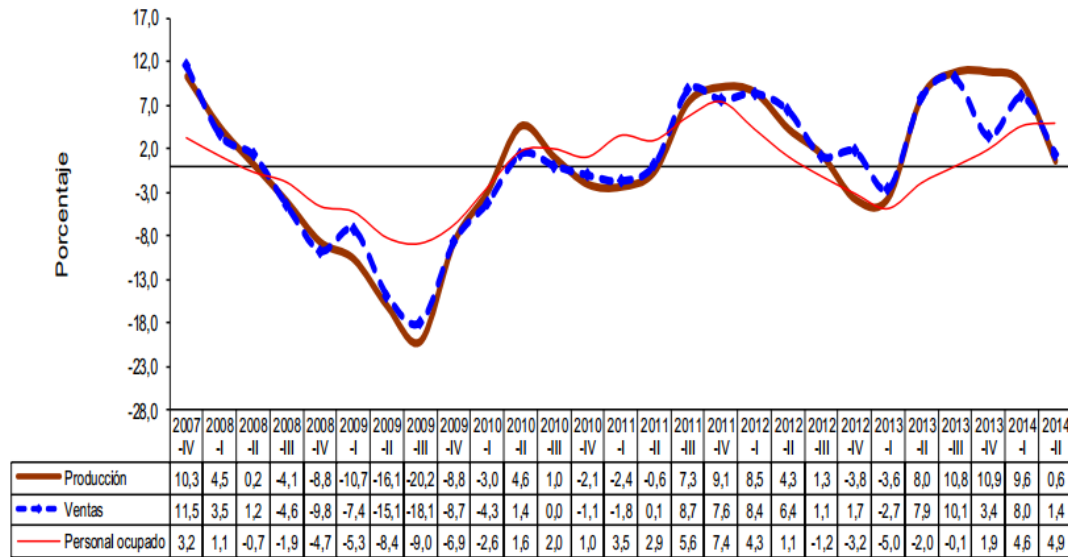


Figura 3. Variación anual de la producción, ventas y personal ocupado en el sector industrial del Eje Cafetero
Fuente: (DANE, 2014)

Tabla 1. Caracterización manufacturera del Eje Cafetero MTMR (DANE, 2014)

Grupos	Agrupación	Descripción	Integrado por	
			CIU Rev. 3 a.c.	Descripción
Productos alimenticios				
1	1530	Transformación de lácteos	1530	Producción, transformación de productos lácteos
2	1580	Otros productos alimenticios	1581	Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería
			1589	Otros productos alimenticios
3	1560	Productos de café	1561	Trilla de café
			1562	Descafeinado
			1563	Tostión y molienda del café
			1564	Elaboración de otros derivados del café
4	1520	Otros productos alimentos	1511	cárnicos
			1521	hortalizas
			1541	Elaboración de productos de molinería
			1542	Elaboración de almidones y de productos derivados del almidón
			1543	Elaboración de alimentos preparados para animales
			1551	Elaboración de productos de panadería
			1572	Fabricación de panela
			1591	alcohol etílico a partir de sustancias fermentadas
			1592	Elaboración de bebidas fermentadas no destiladas
			1593	Producción de malta, elaboración de cervezas y otras bebidas malteadas.
1594	Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales.			
Confecciones				
5	1810	Fabricación de confecciones	1810	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.
Calzado y sus partes; artículos de viaje				
6	1900	Curtido de cuero. Fabricación de Calzado y artículos de viaje	1910	Curtido y preparado de cueros
			1921	el calzado deportivo
			1922	excepto el calzado deportivo
			1925	Fabricación de calzado deportivo, incluso el moldeado
			1926	Fabricación de partes del calzado
			1931	elaborados en cuero; fabricación de artículos de talabartería y elaborados en materiales sintéticos, plástico e imitaciones de cuero
Papel, cartón y sus productos				
7	2100	Papel, cartón y sus productos	2101	Fabricación de pastas celulósicas; papel y cartón
			2102	y de embalajes de papel y cartón
			2109	Fabricación de otros artículos de papel y cartón
Productos Metálicos				
8	2800	Productos elaborados de metal	2811	Fabricación de productos metálicos para uso estructural
			2812	Fabricación de tanques, depósitos y recipientes de metal
			2892	general realizados a cambio de una retribución o por contrata
			2893	ferretería
			2899	Fabricación de otros productos elaborados de metal ncp
Maquinaria y equipo				
9	2900	Maquinaria y equipo	2913	transmisión
			2919	Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso general ncp
			2921	Fabricación de maquinaria agropecuaria y forestal
			2925	tabaco
			2929	Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso especial ncp
			2930	Fabricación de aparatos de uso doméstico ncp
Muebles				
10	3610	Fabricación de muebles	3611	Fabricación de muebles para el hogar
			3619	Fabricación de otros muebles ncp
Motocicletas, Bicicletas y sillones de ruedas				
11	3590	Otros tipos de equipo de transporte	3591	Fabricación de motocicletas
			3592	Fabricación de bicicletas y de sillones de ruedas para discapacitados
Otras manufacturas				
12	3690	Otras industrias manufactureras	1700	Productos textiles
			2000	Productos de madera, excepto muebles
			2200	Edición, impresión y reproducciones de grabaciones
			2300	Productos de la refinación de petróleo
			2400	Sustancias químicas
			2500	Productos de caucho y plástico
			2600	Productos minerales no metálicos
			2700	Metalúrgicos básicos
			3100	Maquinaria y aparatos eléctricos ncp
			3300	instrumentos médicos, ópticos y de precisión
			3400	Vehículos, carrocerías, partes y piezas
			3600	Muebles y otras industrias manufactureras ncp

5.3 Brechas del Sector confitería Chocolatería y materias primas

Los estudios del programa de transformación productiva reflejan que el segmento de chocolates es atractivo, con niveles regionales y globales de competitividad favorable; sin embargo, se hace necesario impulsar los niveles de competitividad e incrementar el volumen exportador del segmento, pues es una de sus principales limitantes de posición competitiva (PTP, 2010)

Los segmento de confitería y chicles tienen una elevada posición competitiva tanto a nivel mundial como regional, con niveles de atractivo moderados. Es necesario garantizar el sostenimiento de sus niveles de competitividad a futuro; profundizar la presencia e incursión en mercados de alto crecimiento para impulsar las exportaciones de estos segmentos (PTP, 2010).

Las brechas identificadas en este sector para el capital humano se resumen en la Tabla 2; mientras que las brechas en innovación y sostenibilidad se presentan en la Tabla 3.

Tabla 2. Brechas en Capital humano sector chocolatería y materias primas

○ Sin impacto en competitividad ● Impacto significativo a la competitividad

Eje Temático	Tema	Impacto en costos ⁽¹⁾				Expor-taciones	Impacto total
		Materia prima	Mano de obra	Logística	Renta y energía		
Capital humano	La investigación de mercados internacionales tiene un nivel de desarrollo limitado	●	○	●	○	●	●
	Limitada investigación en temas de salud	○	○	○	○	●	○
	Poca formación en los procesos de beneficio y producción de cacao en el eslabón primario	●	●	○	○	●	●

Fuente: (PTP, 2010)

Tabla 3. Brechas en Innovación y sostenibilidad sector chocolatería y materias primas

○ Sin impacto en competitividad ● Impacto significativo a la competitividad

Eje Temático	Tema	Impacto en costos ⁽¹⁾				Exportaciones	Impacto total
		Materia prima	Mano de obra	Logística	Renta y energía		
Innovación	No existen foros de discusión comunes en temas relacionados con mejores prácticas de investigación y mercadeo	●	○	○	○	●	○
	Poca vinculación con la academia y los institutos de investigación	●	○	○	○	●	○
Sostenibilidad	No hay incentivos adecuados para una producción de cacao de calidad	●	○	○	○	●	○
	No se promueve la adopción de certificaciones fair trade y de origen para cacao	●	○	○	○	●	○
	La cultura de consumo y manejo de desechos responsable es baja	○	○	○	○	●	○

Fuente: (PTP, 2010)

6. METODOLOGÍA

La metodología que se describe a continuación ha sido tomada del macroproyecto titulado: “Determinación de las brechas estructurales en la integración de las responsabilidad social en empresas de la región Centro-Sur de Caldas. Estudio Multisectorial” (Ocampo et al., 2014), al cual pertenece este proyecto de investigación.

6.1. Enfoque

En este proyecto se consideró un enfoque sistémico que permitió relacionar los principios y prácticas en las organizaciones con los principios y materias fundamentales de la RSE basados en los lineamientos de la ISO 26000. El esquema metodológico se compila en la Figura 4.

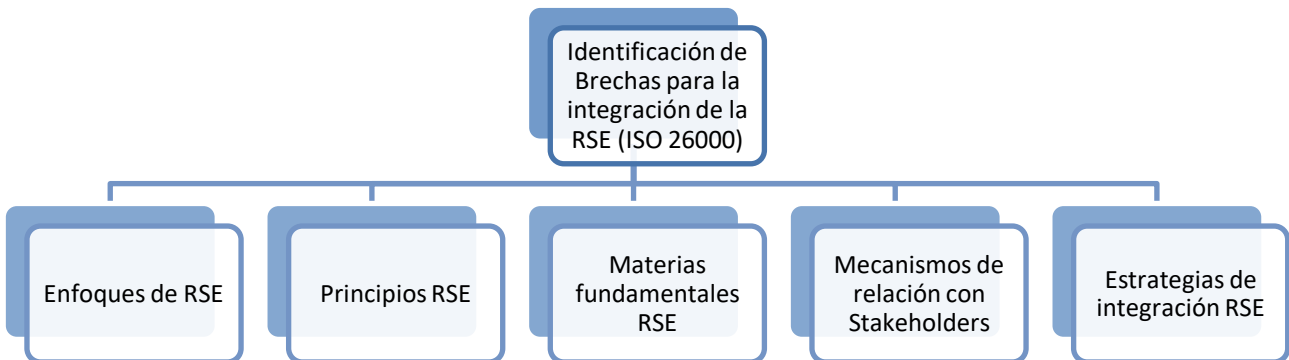


Figura 4. Enfoque Metodológico
Fuente: (Ocampo et al., 2014)

6.2. Tipo de estudio

El tipo de investigación fue explicativa; se empleó información de tipo cuantitativo por los estudios de caso para las empresas del sector de Alimentos y Bebidas. En las organizaciones objeto de análisis se realizó un análisis exploratorio que permitió identificar los enfoques de la RSE en las organizaciones objeto de estudio; un análisis descriptivo para evaluar el nivel de

cumplimiento de los lineamientos de la ISO 26000; un análisis ilustrativo que pone de manifiesto las prácticas de RSE de las empresas y un análisis explicativo que pretende identificar las brechas para la incorporación de la RSE.

6.3. Población y muestra

La unidad de análisis son las empresas pertenecientes al sector de alimentos y bebidas. Se consideraron las Grandes y Medianas y pequeñas según la clasificación industrial para Colombia (Ley 905, 2004).

El área poblacional para la investigación se limitó a la región Centro-Sur del departamento de Caldas, región que concentra el 85% de la producción industrial del Departamento (Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas, 2012). Según los listados de las Cámaras de Comercio, se definió el tamaño de muestra definido que se resumen en la Tabla 1. La selección de las organizaciones se realizó por conveniencia dada la voluntad de la empresa de participar en el estudio.

Tabla 4. Población y tamaño de la muestra para el estudio

SECTORES	TAMAÑO EMPRESA	POBLACIÓN	MUESTRA
Alimentos y Bebidas	Grandes	8	4
	Medianas	12	6

6.4. Variables

Las variables definidas para el estudio se basaron en los capítulos de la ISO 26000 y por tanto, fueron las siguientes:

- **Principios de responsabilidad social:** comprende las dimensiones generalidades, rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respecto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad, respeto a la Normativa internacional de comportamiento y respeto a los derechos humanos.
- **Reconocer la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas:** comprende las dimensiones reconocer la responsabilidad social y la identificación e involucramiento con las partes interesadas.
- **Orientación sobre las materias fundamentales de la RS:** Con las dimensiones gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, el medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad.
- **Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en la organización:** comprende las dimensiones relación de las características de una organización con la RS, Comprensión de las RS en la organización, prácticas para integrar la RS, comunicación sobre la RS, aumento de la credibilidad en materia RS.

Por otra parte se evaluaron diferentes **enfoques de RSE** como: legalista, de identidad, estratégico, funcional, instrumental, filantrópico, crítico, enfoque de los problemas, enfoque de reconocimiento y enfoque del compromiso

6.5. Técnicas e instrumentos de recolección

Se realizaron visitas a las industrias para aplicar los instrumentos de recolección de información primaria (Anexo a) que fueron diseñados por los investigadores principales del estudio y validados en pruebas piloto. Estos instrumentos consideran:

- **Instrumento General** que tiene por objeto recolectar información general y estratégica de la organización, indaga sobre la misión, visión, políticas, valores, sistemas de gestión, responsable de RSE, informes corporativos, entre otros.
- **Instrumento Enfoques** definido considerando los lineamientos planteados por Yepes et al. (2007).
- **Instrumento Stakeholders** considera el análisis de diferentes actores como empleados, clientes, proveedores, sociedad civil organizada, competencia, directivos, gobierno, ONG's, liga de consumidores y sindicatos y la relación con la organización desde varios aspectos. Por otra parte, analiza la forma de involucrarse con las partes interesadas.
- **Instrumento ISO 26000** analiza el cumplimiento de la guía internacional considerando cada uno de los capítulos 4. Los principios de la RS, 5. Reconocer la RS e involucrarse con las partes interesadas, 6. orientación sobre las materias fundamentales, 7. orientación sobre la integración de la RS en toda la organización.

El primer objetivo específico fue desarrollado a partir de la consolidación de los resultados del instrumento de enfoques. Para el segundo objetivo se tuvieron en cuenta los resultados del análisis de implementación del capítulo 4, principios de RSE; se consideró además el numeral 6 de la ISO 26000: 2010 relacionado con las acciones y prácticas empresariales sobre las materias fundamentales de la RSE. Para el desarrollo del objetivo 3 se tomó como base los resultados del nivel de implementación del numeral 5 de la Guía ISO 26.000:2010 y los análisis del instrumento de *stakeholders*. Finalmente, para el objetivo 4 se consideró el numeral 7 de la norma ISO 26000:2010 sobre la orientación de la integración social en toda la organización.

6.6. Plan de Análisis

El análisis de brechas es un proceso de benchmarking que busca la comparación con los mejores referentes para identificar, adaptar e implementar estrategias que permitan mejorar los resultados en una organización (Asociación profesional de especialistas en información [APEI], 2009). Una vez se determinen los puntos críticos, se pueden tomar como puntos de referencia para plantear una serie de acciones que contribuyan al cierre de las brechas (Pineda & Jara, 2009).

Inicialmente, el análisis de la información se realizó por empresa; se empleó la escala: No cumple, cumple parcialmente, cumple totalmente. Se cuantificaron estos valores en términos porcentuales considerando los diferentes capítulos de la norma, la encuesta de enfoques y stakeholders. Como la información por empresa fue de carácter confidencial, se realizó un análisis consolidado de las empresas.

La información fue analizada empleando las herramientas gráficas y estadísticas del software Microsoft Excel e IBM SSPS para tal efecto se emplearon gráficas de barras, análisis de frecuencia, pruebas de normalidad y pruebas de comparación de medias para evidenciar diferencias estadísticamente significativas entre los tamaños industriales.

Los análisis de brechas fueron compilados en gráficas y tablas considerando las clasificaciones tipo semáforo y porcentual empleadas por el Programa de Transformación Productiva.

7. RESULTADOS

Los instrumentos metodológicos fueron aplicados en 10 empresas del sector de Alimentos y Bebidas de la región Centro Sur de Caldas, 40% clasificadas como Grandes Empresas y 60% como medianas. Las empresas evaluadas se enumeran a continuación:

- AVICAL S.A.
- CASA LÚKER S.A.
- CELEMA
- CENTRAL DE SACRIFICIO DE MANIZALES S.A.
- INDUSTRIAS DE ALIMENTOS GRANSOLI
- INDUSTRIA LICORERA DE CALDAS
- INDUSTRIAS NORMANDY S.A.
- AGROINDUSTRIAL SAN JOSE S.A.
- CAFÉ TISQUESUSA
- C.I. PROSAN S.A.

Los resultados se muestran en forma consolidada según los objetivos del estudio. Se realizó un análisis particular por empresa que se presenta en los anexos de este informe y que fue socializado con cada organización.

7.1 Enfoques RSE

Los instrumentos metodológicos permitieron evaluar 10 tipos de enfoques según la información reportada por la Literatura. El análisis consolidado de las encuestas realizadas a las 10 empresas evaluadas permite identificar estos enfoques en RSE como presenta en la Figura 4.

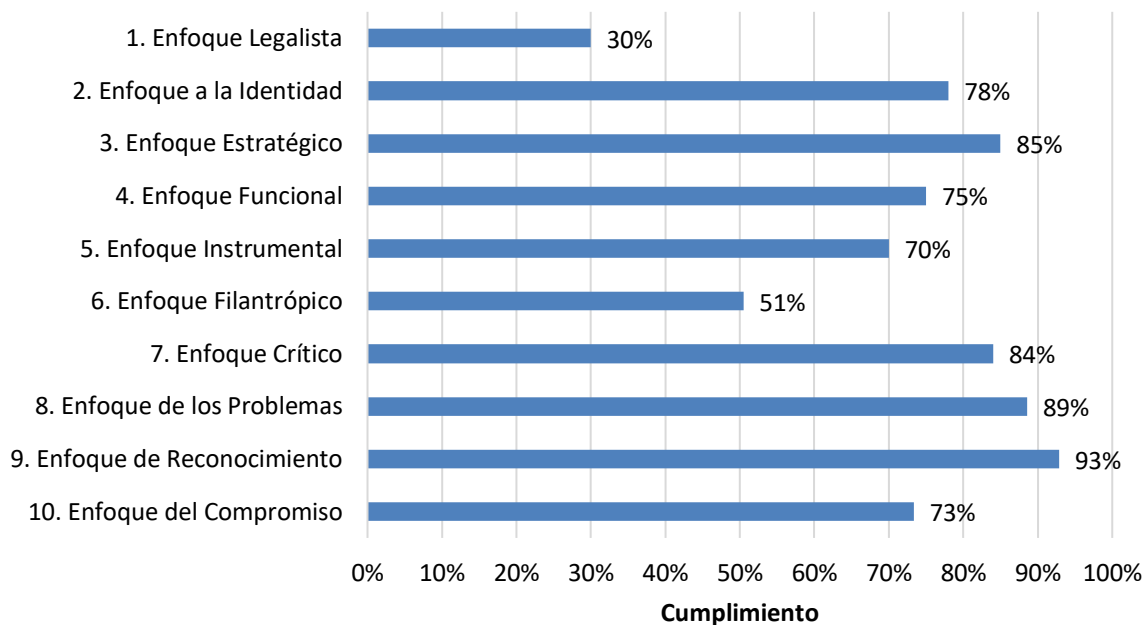


Figura 5. Nivel de cumplimiento de Enfoques de RSE

Fuente: propia

En cuanto a los enfoques evaluados a través de los instrumentos metodológicos aplicados a la muestra de las empresas del sector de bebidas y alimentos, se puede afirmar que se presenta un cumplimiento promedio entre el 70% y el 93%, con excepción de los enfoques legalista y filantrópico.

Al analizar el enfoque legalista, se observa que para la mayor parte de las empresas encuestadas, la RSE va más allá de ser un enfoque organizacional únicamente de orden legal, es decir, es algo que para muchas de ellas quizás pueda partir de la necesidad de cumplir un requerimiento legal, pero evidentemente debe “evolucionar” a otro tipo de actividades y/o responsabilidades por parte de la organización, que apoyen y fundamenten la sustentabilidad de la misma en el tiempo.

En el enfoque Filantrópico, si bien reconocen la necesidad de impactar la sociedad y buscar el bien común, muchas de ellas aún no designan “presupuestos claros y específicos”, para participar en obras y actividades igualmente claras y “específicas” en la comunidad.

La Figura 4 permite evidenciar que el enfoque de Reconocimiento, es el de mayor cumplimiento con un 93%, lo que evidencia que efectivamente las empresas si pueden estar reconociendo el tema de RSE como estratégico y clave dentro de la planeación de las mismas.

El análisis particular por tamaño de empresa se ilustra en la Figura 5, en donde se observa que las grandes empresas presentan mayor cumplimiento en comparación con las medianas; con excepción del enfoque legalista y el enfoque instrumental.

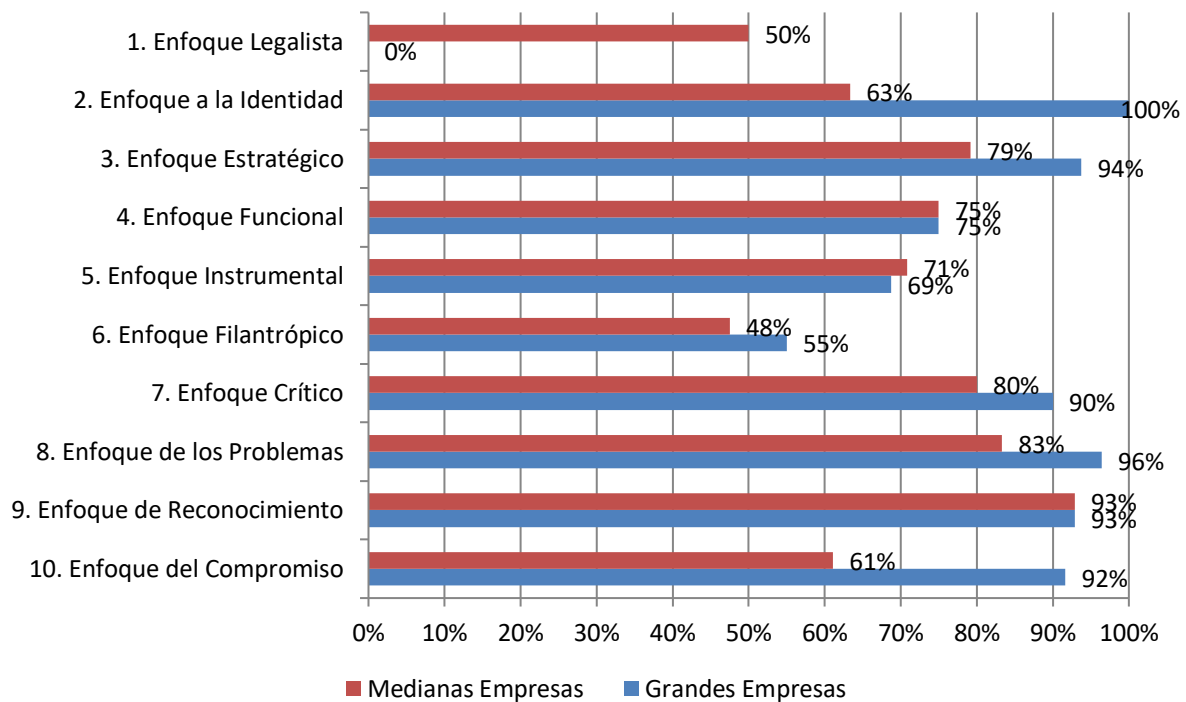


Figura 6. Enfoques de RSE según el tamaño de las Organizaciones

Fuente: propia

Cabe resaltar que en cuanto al enfoque legalista, la diferencia es considerable entre ambos grupos de empresas, ya que para las grandes empresas el cumplimiento es del 0%, mientras que para las medianas empresas es del 50%. Lo anterior se debe a que quizás las grandes empresas reconocen con mayor “claridad y seguridad” que el tema de RSE debe superar el cumplimiento legal y obligatorio derivado del funcionamiento normal de la organización, y a su vez consideran que debe ser un tema más de orden “cultural” al interior de la misma, que genere impactos relevantes, positivos y permanentes en la comunidad y el medio ambiente, y que finalmente aporte a la sustentabilidad de las mismas.

El análisis de frecuencias permite identificar la distribución de las empresas para cada tipo de enfoque evaluado; la Figura 5 considera las 10 empresas objeto de estudio; mientras que la Figura 6 presenta el análisis según la clasificación por tamaño industrial.

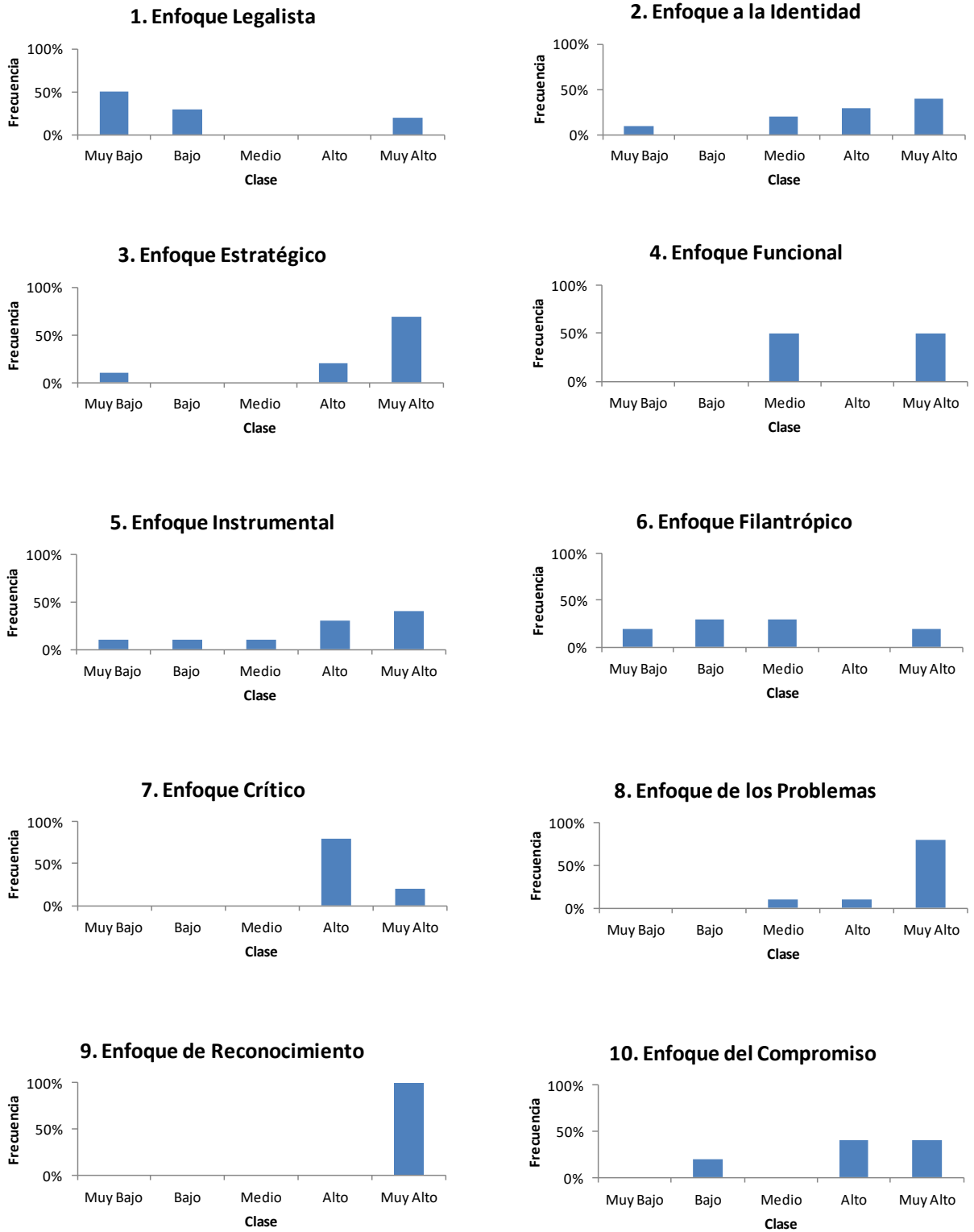


Figura 7. Análisis de frecuencias de los Enfoques de RSE

Fuente: propia

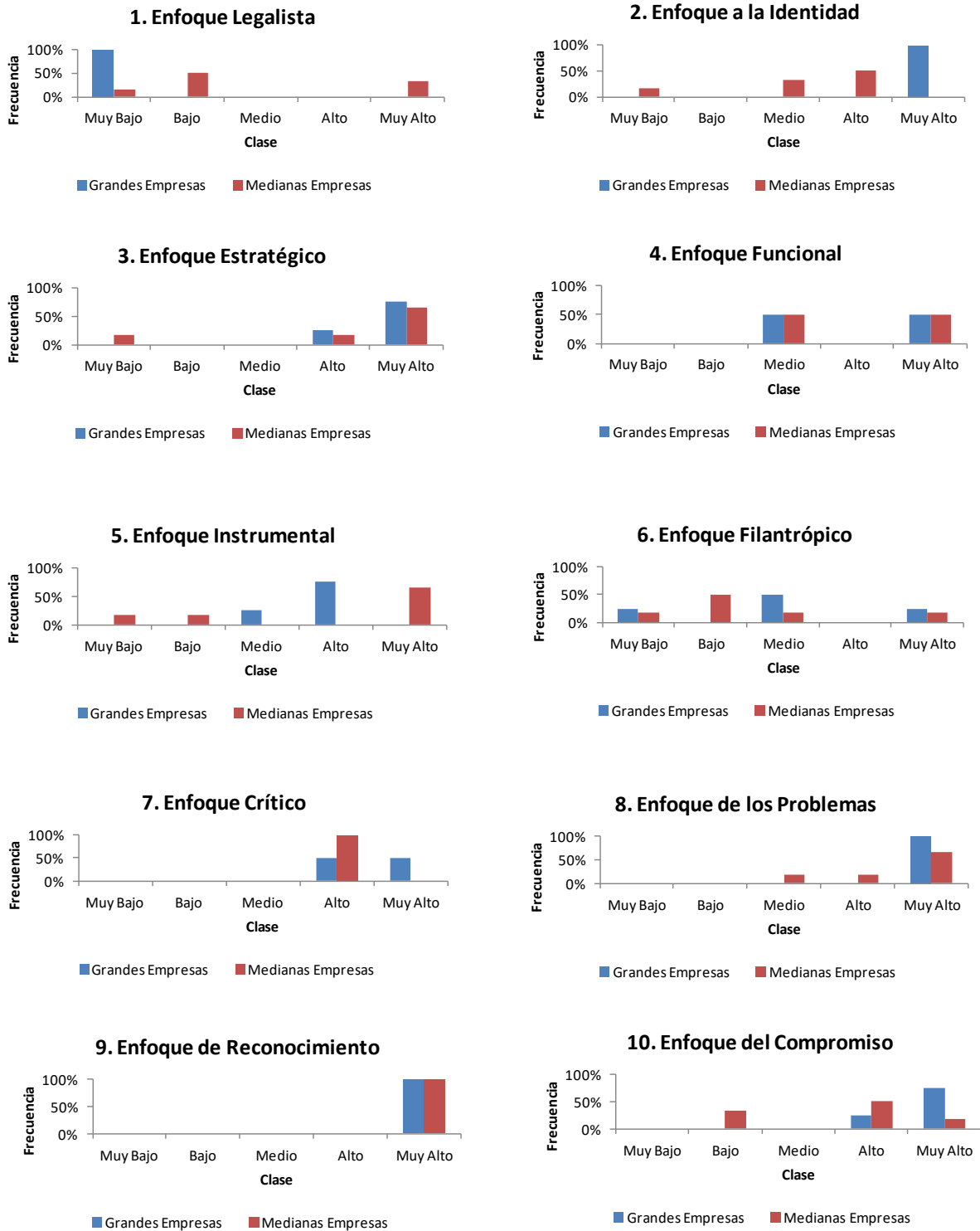


Figura 8. Análisis de frecuencias Enfoques de RSE según tamaño industrial
Fuente: propia

La Figura 6 muestra que no hay homogeneidad entre los tipos de enfoques con excepción del enfoque de reconocimiento y el enfoque crítico, lo cual se confirma con el coeficiente de variación de los datos obtenido a partir de la desviación estándar y el promedio.

Tabla 5. Coeficiente de variación nivel de cumplimiento de enfoques de RSE

ENFOQUES	COEFICIENTE DE VARIACION		
	GLOBAL	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
1. Enfoque Legalista	133%	0%	82%
2. Enfoque a la Identidad	33%	0%	37%
3. Enfoque Estratégico	37%	13%	51%
4. Enfoque Funcional	35%	38%	37%
5. Enfoque Instrumental	50%	18%	65%
6. Enfoque Filantrópico	64%	75%	62%
7. Enfoque Crítico	10%	13%	0%
8. Enfoque de los Problemas	17%	7%	20%
9. Enfoque de Reconocimiento	8%	9%	8%
10. Enfoque del Compromiso	36%	18%	41%

Se aplicó la prueba de normalidad a la variable nivel de cumplimiento de Enfoques RSE que se resume en la Tabla 2; cuando la significancia estadística es menor a 0,05 la variable no presenta distribución normal, lo cual se cumple en la mayoría de los enfoques evaluados.

Tabla 6. Prueba de Normalidad – Nivel de cumplimiento de Enfoques RSE

Nivel de cumplimiento de Enfoques RSE	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Legalista	,736	10	,002
Identidad	,824	10	,028
Estrategico	,559	10	,000
Funcional	,655	10	,000
Instrumental	,835	10	,038
Filantrópica	,937	10	,518
Crítico	,509	10	,000
Problemas	,788	10	,010
Reconocimiento	,655	10	,000
Compromiso	,819	10	,025

En consecuencia, se aplica una prueba no paramétrica para identificar si hay diferencias estadísticamente significativas entre el nivel de cumplimiento de los enfoques considerando el tamaño de la organización; los resultados se muestran en la Tabla 3. Por tanto, sólo hay diferencias estadísticamente significativas entre las grandes y medianas empresas en los niveles de cumplimiento de los enfoques Legalista y de Identidad.

Tabla 7. Prueba de Comparación de Medias – Nivel de cumplimiento de Enfoques RSE

Enfoque	U de Mann-Whitney	Z	Significancia
Legalista	2	-2,31	0,02
Identidad	0	-2,68	0,01
Estratégico	10,5	-0,40	0,69
Funcional	12	0,00	1,00
Instrumental	8	-0,89	0,37
Filantrópica	9,5	-0,54	0,59
Crítico	6	-1,84	0,07
Problemas	6	-1,38	0,17
Reconocimiento	12	0,00	1,00
Compromiso	4	-1,83	0,07

7.2 Principios y materias fundamentales RSE

Para este análisis se consideraron los principios de RSE según la ISO 26000 que incluyen rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, respeto al principio de legalidad, respeto a la normatividad internacional de comportamiento y respeto a los derechos humanos.

Por otra parte, el análisis consideró las materias fundamentales de la ISO 26000 que abarcan gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad

7.2.1 Principios de RSE

Los principios de RSE fueron evaluados según la estructura de la ISO 26000; el análisis consolidado de la muestra de las 10 empresas del sector de bebidas y alimentos se presenta en la Figura 7 que ilustra el nivel de cumplimiento de los principios de RSE según la guía internacional.

Se evidencia un cumplimiento promedio superior al 80% para el análisis consolidado; el de menor cumplimiento fue el principio de Rendición de Cuentas y el de mayor respeto a los derechos humanos.

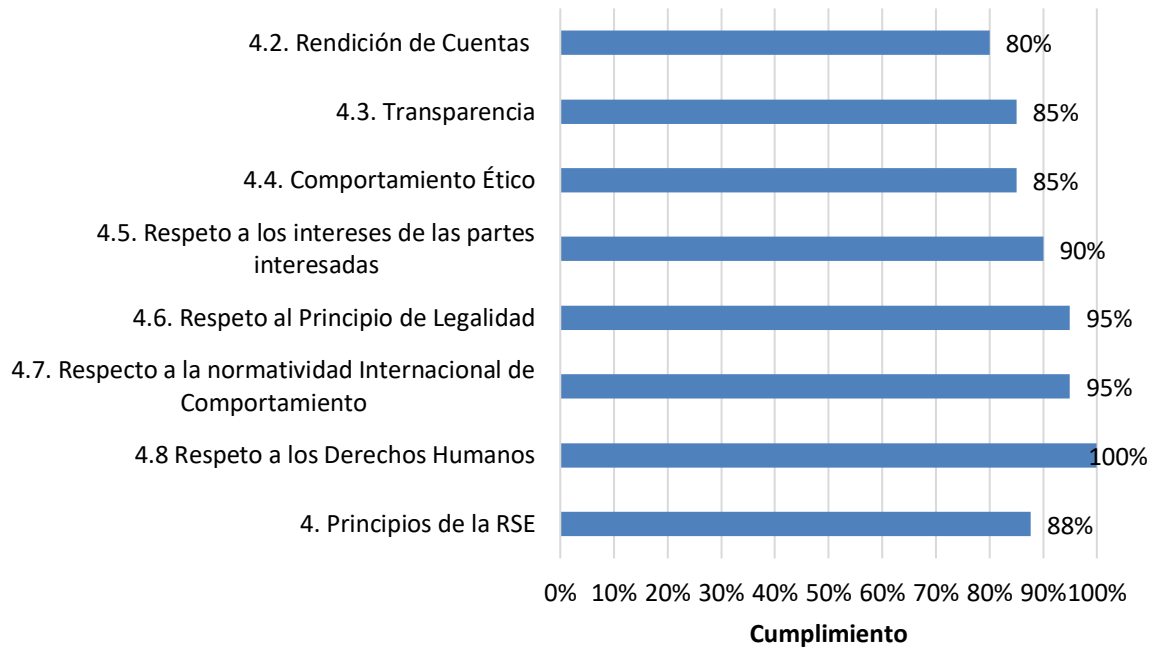


Figura 9. Nivel de cumplimiento de los Principios de RSE

Fuente: propia

En la Figura 8 se observa un cumplimiento mayor al 90% en todos los ítems de las grandes empresas, mientras que las medianas empresas presentan porcentajes de cumplimiento desde el 67% en adelante. Los ítems de menor cumplimiento en las medianas empresas son la rendición de cuentas y la transparencia.

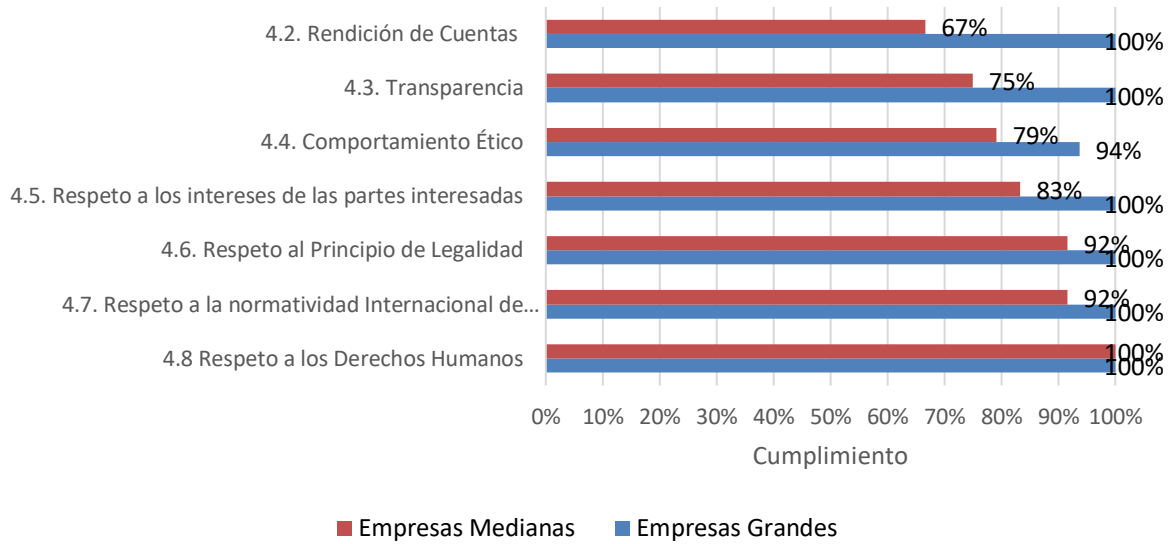


Figura 10. Nivel de cumplimiento Principios RSE por tamaño de Organización

Fuente: propia

En el análisis de frecuencias de los principios de RSE tanto global como discriminado por tamaño de Empresas, se observan tendencias similares, con dispersiones moderadas en la mayor parte de los ítems evaluados, a excepción del ítem 4.8 Respeto a los derechos humanos, en donde no hay dispersión de los datos, pues se presenta un cumplimiento del 100% en los mismos.

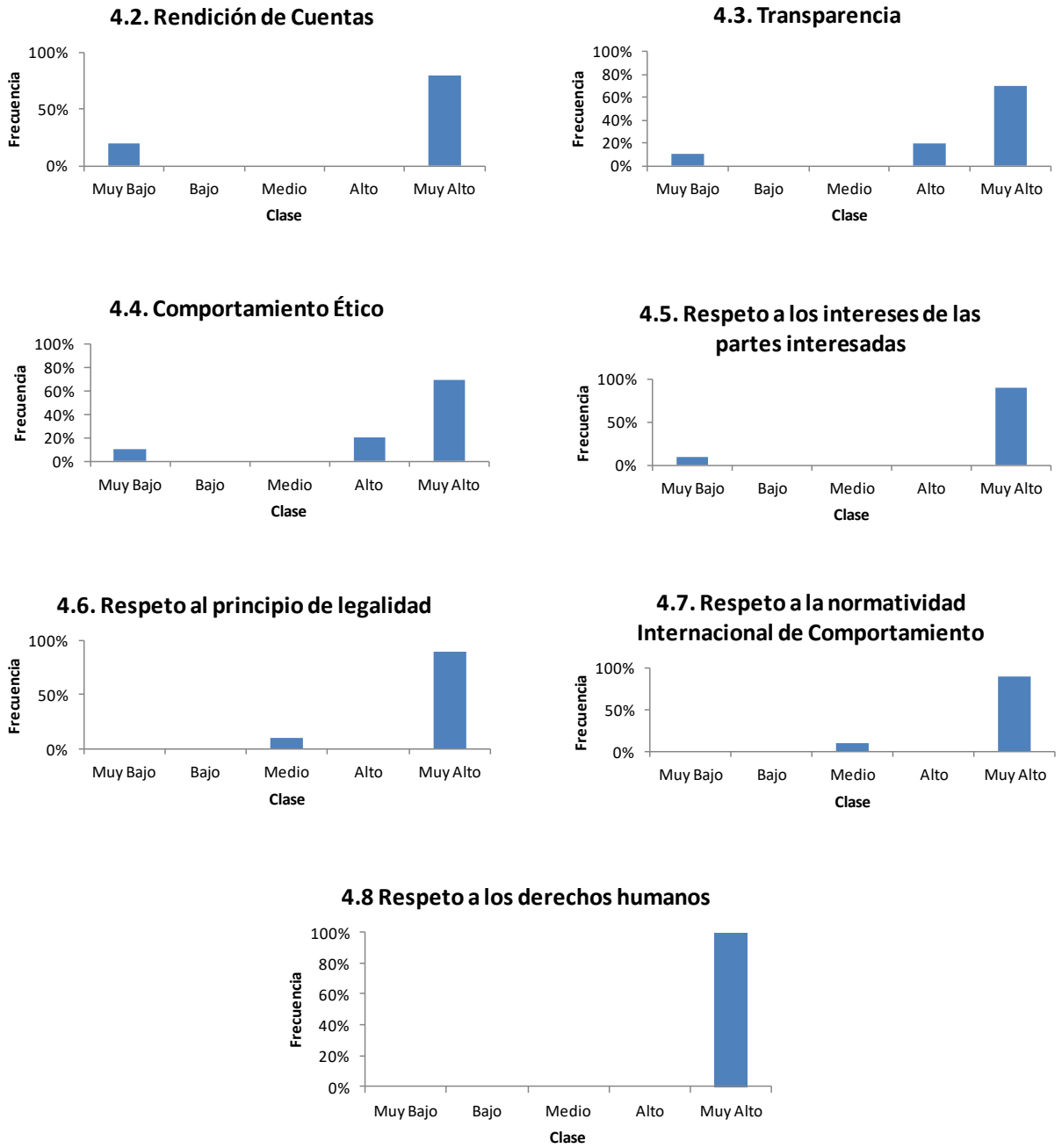


Figura 11. Análisis de Frecuencia de los Principios de RSE
Fuente: propia

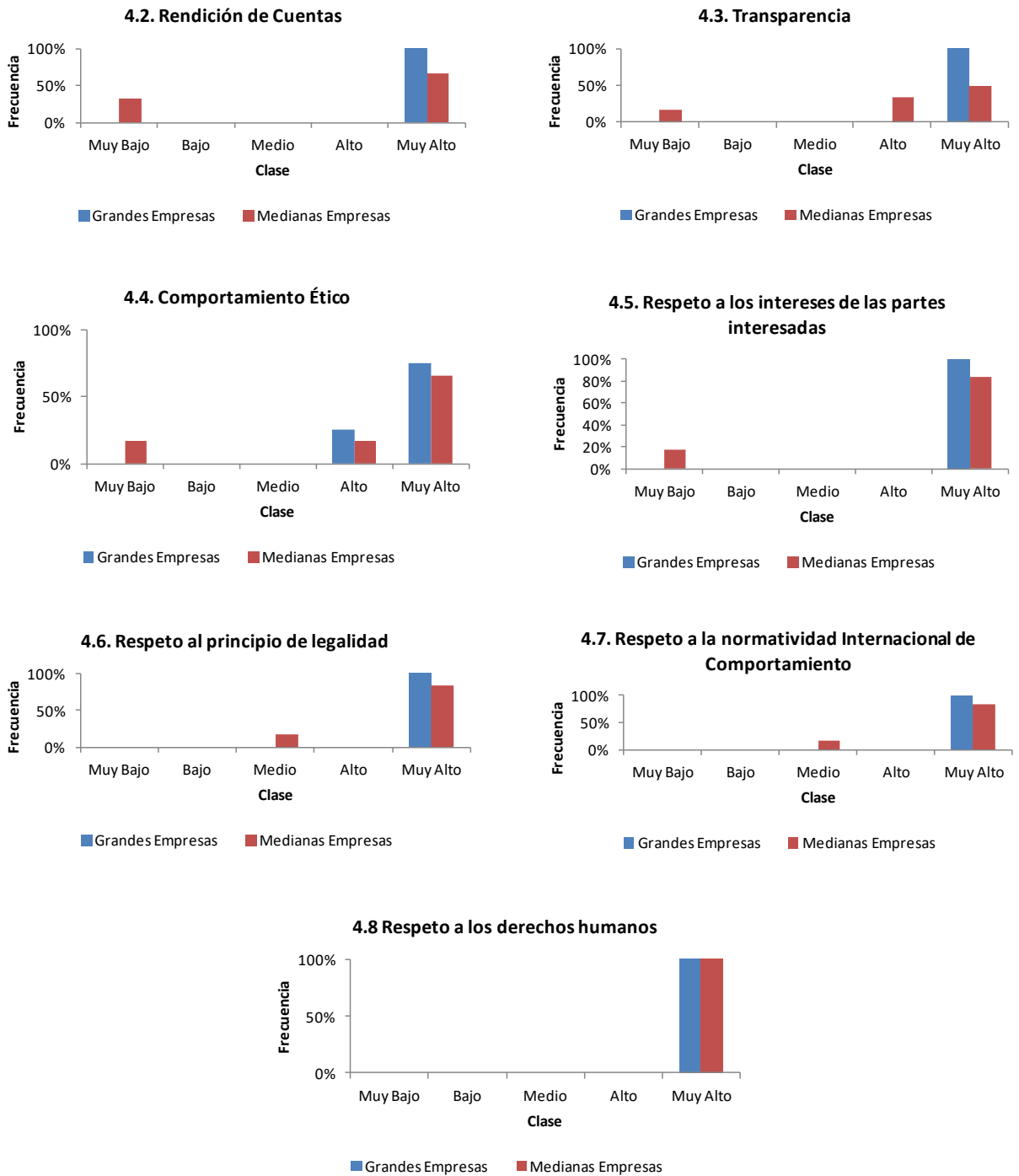


Figura 12. Análisis de frecuencias Principios RSE según tamaño de las Organizaciones
Fuente: propia

Los datos de la Tabla 5 son coherentes con los datos de frecuencia inmediatamente anteriores, puesto que las grandes empresas presentan 0% en la gran parte de los principios evaluados, a excepción del ítem 4.4 Comportamiento Ético que presenta un coeficiente de variación relativamente bajo del 13%. Por su parte las medianas empresas presentan coeficientes de variación entre el 20% y el 80% aproximadamente.

Tabla 8. Coeficiente de variación Principios de la RSE

PRINCIPIOS DE LA RSE	COEFICIENTE DE VARIACION		
	GLOBAL	GRANDES	MEDIANAS
4.2. Rendición de Cuentas	53%	0%	77%
4.3. Transparencia	37%	0%	52%
4.4. Comportamiento Ético	37%	13%	51%
4.5. Respeto a los intereses de las partes interesadas	35%	0%	49%
4.6. Respeto al Principio de Legalidad	17%	0%	22%
4.7. Respeto a la normatividad Internacional de Comportamiento	17%	0%	22%
4.8 Respeto a los Derechos Humanos	0%	0%	0%

7.2.2 Materias fundamentales RSE

En la figura 11 Materias Fundamentales de la RSE se observan datos entre el 46% y el 98%, siendo el ítem de menor cumplimiento el 6.8 Participación Activa y desarrollo de la comunidad y el de mayor cumplimiento el 6.4 Prácticas Laborales.

Coherentemente en la Figura 12 que muestra los resultados de las Materias Fundamentales por tamaño de las Organizaciones, se observa en general un menor cumplimiento en todos los ítems evaluados en las medianas empresas, en comparación con las grandes empresas, lo cual es más evidente en el ítem 6.8 Participación activa y desarrollo de la comunidad, donde las medianas empresas alcanzaron un escaso 29% de cumplimiento, frente a un moderado cumplimiento del 71% de las grandes empresas.

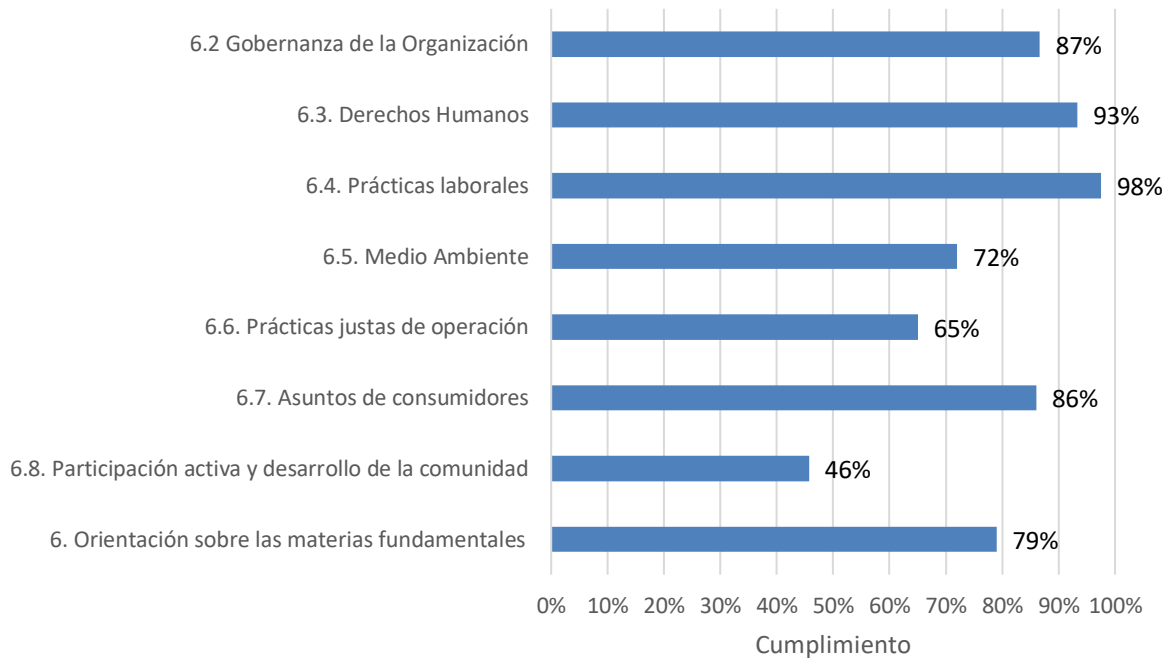


Figura 13. Resultados de Materias Fundamentales de la RSE
Fuente: (Aplicación de Encuestas)

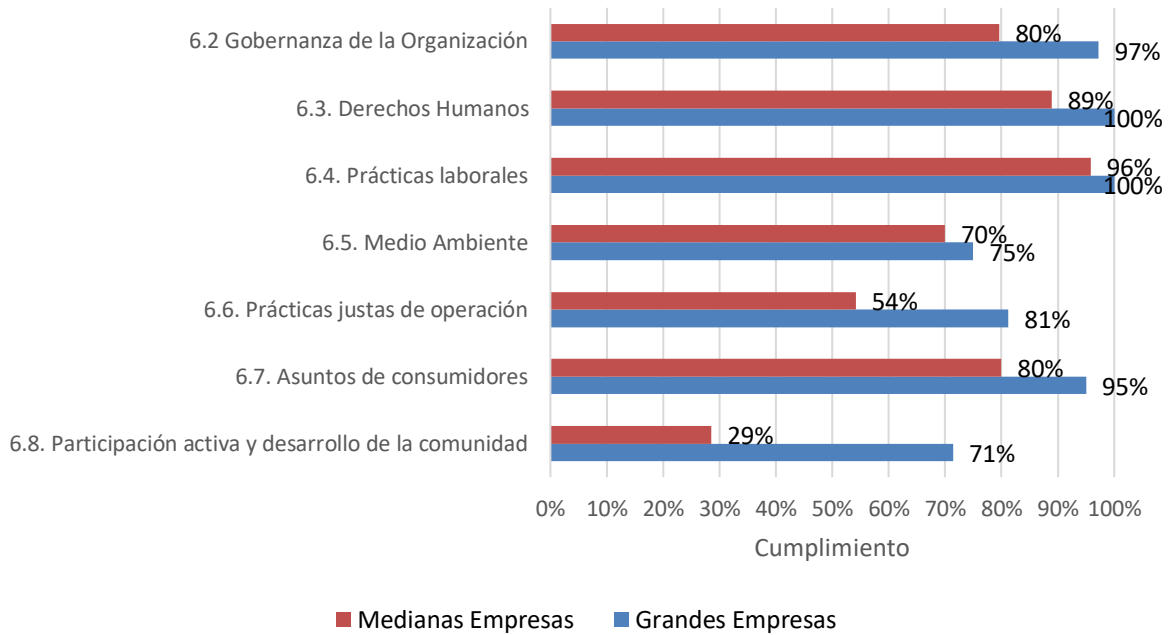


Figura 14. Materias Fundamentales de RSE por tamaño de las Organizaciones

Fuente: Propia

Por su parte las figuras 13 y 14 sobre frecuencias de las Materias Fundamentales, presentan dispersión moderada en todos los ítems, haciéndose más representativo en el ítem 6.8, donde la dispersión de los datos es considerable.

El coeficiente de variación de la Tabla 6 muestra el ítem 6.5 Medio Ambiente como el de mayor proporción en el bloque de datos de las grandes empresas, por lo cual se deduce que las empresas aún no trabajan de manera consciente y competente en el uso racional y eficiente de los recursos, lo que incluye también la selección consciente de proveedores que apliquen buenas prácticas al respecto. Los coeficientes de variación en las medianas empresas son considerablemente altos, en especial en los ítems de medio ambiente, prácticas justas de operación y participación activa y desarrollo de la comunidad.

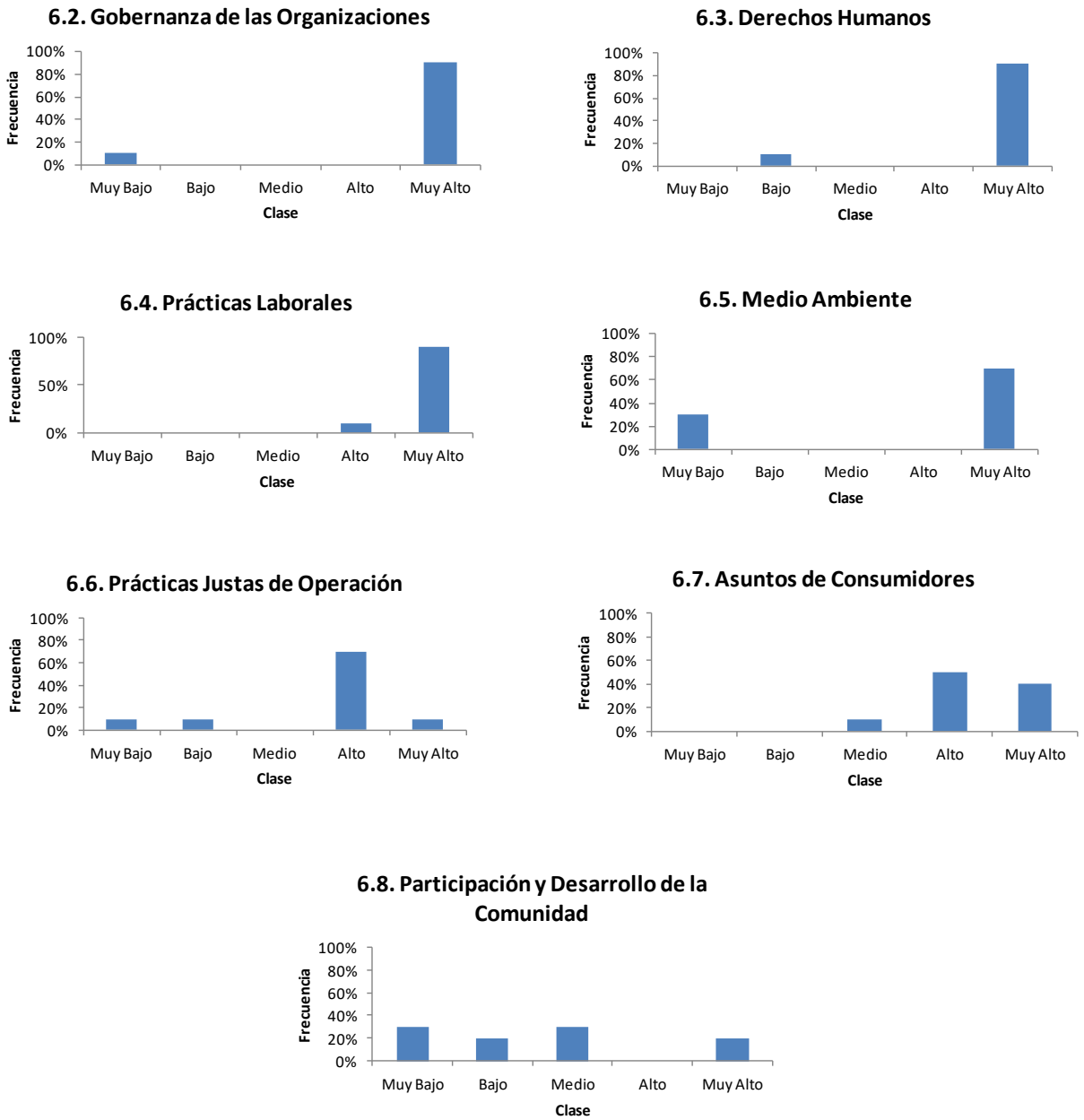


Figura 15. Análisis de Frecuencia Materias Fundamentales RSE

Fuente: propia

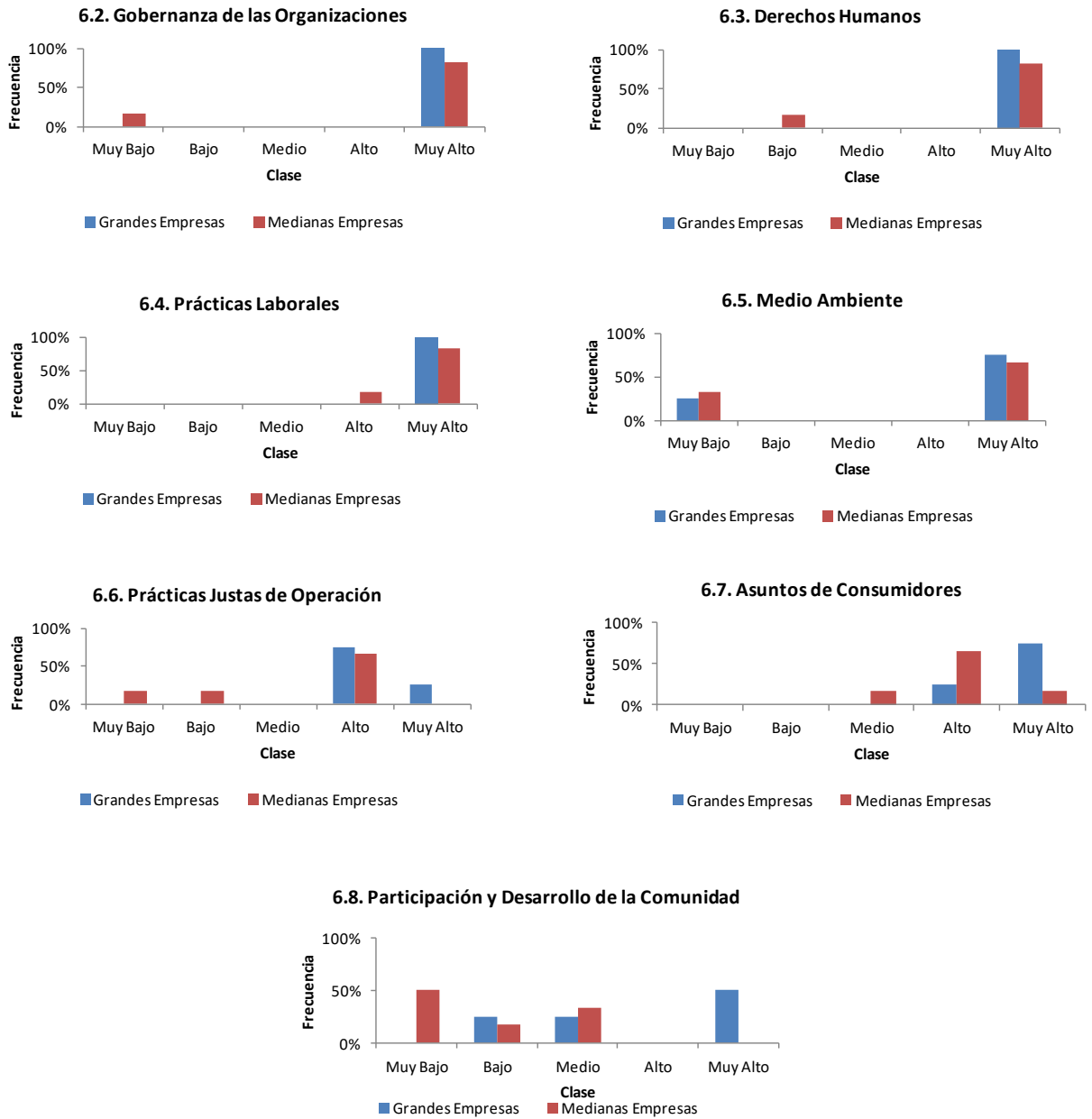


Figura 16. Análisis de Frecuencia Materias Fundamentales RSE por tamaño de las Organizaciones
Fuente: propia

Tabla 9. Coeficiente de variación Materias Fundamentales de la RSE

MATERIAS FUNDAMENTALES	COEFICIENTE DE VARIACION		
	GLOBAL	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
6.2 Gobernanza de la Organización	31%	6%	43%
6.3. Derechos Humanos	23%	0%	31%
6.4. Prácticas laborales	8%	0%	11%
6.5. Medio Ambiente	63%	67%	67%
6.6. Prácticas justas de operación	45%	15%	61%
6.7. Asuntos de consumidores	16%	11%	16%
6.8. Participación activa y desarrollo de la comunidad	72%	49%	63%

7.3 Partes Interesadas

El cumplimiento de estos ítems se encuentra por encima del 84% y aunque si se evidencia reconocimiento de las “partes interesadas” para la mayoría de las empresas, también se observa que en algunas de ellas aún no evidencian una relación directa con algunos de sus stakeholders.

En la Figura 16 se puede observar que las medianas empresas presentan menor cumplimiento en los dos ítems evaluados, en comparación con las grandes empresas, siendo más representativa dicha diferencia en el ítem 5.2 Reconocer la RSE, pues en este ítem la norma ISO 26000 pide la identificación clara de mecanismos de comunicación con las partes interesadas, así como aquellos que sirven para evaluar los impactos potenciales en la planificación de nuevas actividades de RSE.

Asi mismo, las Figuras 17 y 18 sobre frecuencias de las Partes Interesadas, tanto global como discriminada por tamaño de las Organizaciones, muestra mayor dispersión de los datos en el ítem 5.2 Reconocer la RSE, lo que es coherente con lo descrito en los párrafos anteriores.

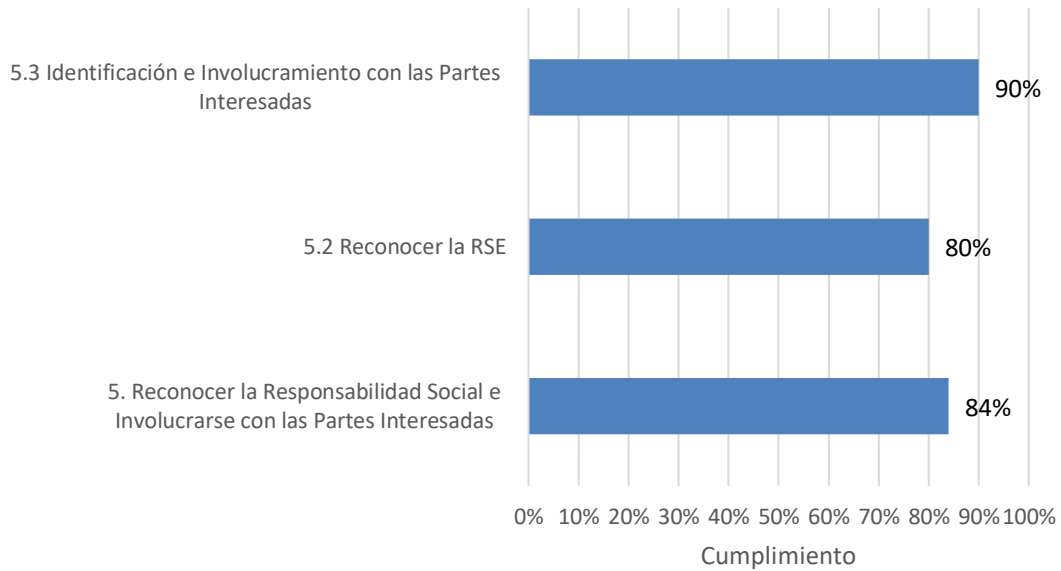


Figura 17. Partes Interesadas en la RSE

Fuente: Propia

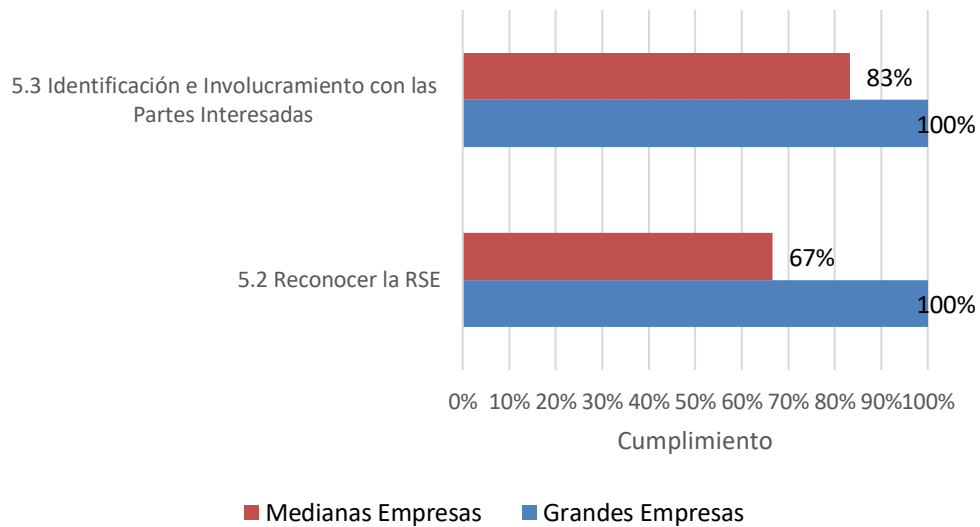


Figura 18. Partes Interesadas en la RSE por tamaño de las Organizaciones

Fuente: Propia

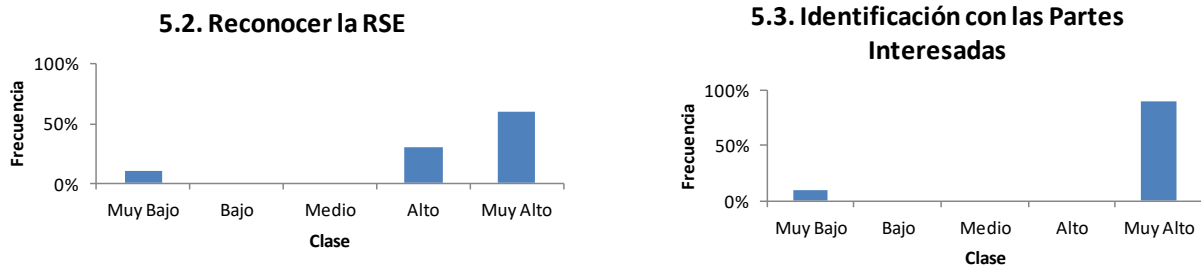


Figura 19. Análisis de Frecuencia Partes Interesadas en la RSE
Fuente: Propia

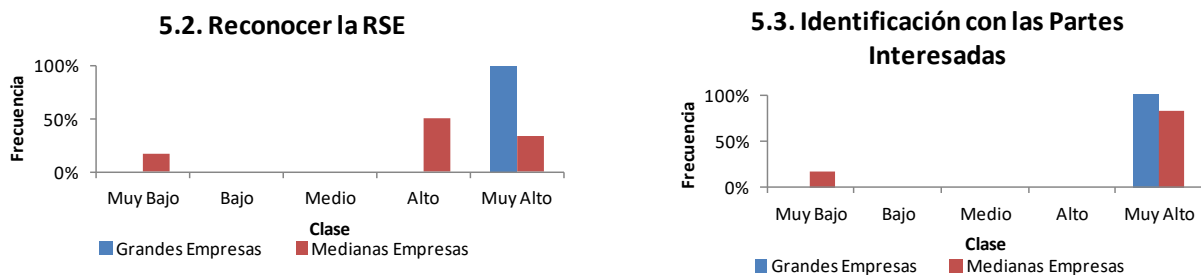


Figura 20. Análisis de Frecuencia Partes Interesadas en la RSE por tamaño de las Organizaciones
Fuente: Propia

Los coeficientes de variación de la Tabla 7, muestran variación considerable en los datos de las medianas empresas, ya que en las grandes empresas dichos coeficientes son del 0% de variación, es decir, dichos ítems presentan el 100% de cumplimiento para las grandes empresas.

Tabla 10. Coeficiente de variación Partes Interesadas en la RSE

PARTES INTERESADAS	COEFICIENTE DE VARIACION		
	GLOBAL	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
5.2 Reconocer la RSE	40%	0%	55%
5.3 Identificación e Involucramiento con las Partes Interesadas	35%	0%	49%

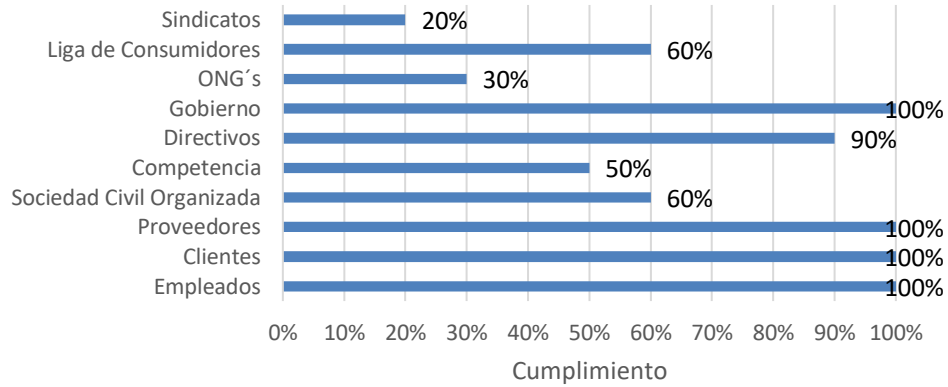
Además de la información anterior proveniente del instrumento aplicado según la norma ISO 26000, también se aplicó una segunda encuesta enfocada específicamente hacia los “stakeholders”, que tiene como objetivo la “identificación específica” de los stakeholders, como parte fundamental de la planeación, ejecución y mejoramiento de las actividades de RSE en las organizaciones; así mismo, identificar las estrategias de comunicación que normalmente utilizan las organizaciones para relacionarse con sus stakeholders.

En la Figura 28 que muestra la compilación de 7 gráficas, se observa a nivel general el reconocimiento total de proveedores, clientes, empleados, gobierno y directivos de la organización como “partes interesadas” fundamentales para la misma; así mismo, se observa que los sindicatos y las ONG’s son las partes interesadas de menor reconocimiento en todos los aspectos evaluados, especialmente en los casos de las medianas empresas y de aquellas que no tienen sindicatos dentro de su estructura organizacional.

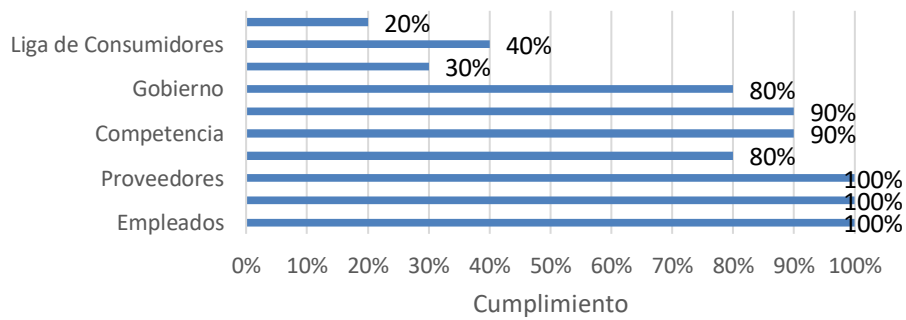
Al indagar sobre quienes podrían verse afectados con las decisiones de la organización, además de las partes interesadas de mayor reconocimiento descritas anteriormente, entran en dicho grupo la competencia y la sociedad civil organizada, con promedios de reconocimiento mayores al 80% en todos los casos. Y en el caso de que tanto influyen las acciones de estas partes interesadas en el adecuado funcionamiento de la organización, se observa que los de mayor reconocimiento en el impacto que podrían generar son: gobierno, directivos y clientes.

Finalmente en cuanto a cómo se relacionan con las partes interesadas, es decir, que estrategias de comunicación utilizan, son los de mayor reconocimiento: reuniones, seguimiento postventa, personal especializado, visitas y actividades específicas con ellos, con un porcentaje de reconocimiento superior al 80%. El ítem de menor reconocimiento en este aspecto es el de tener una “dependencia” ó área específica para el manejo de RSE, lo cual es bastante lógico si se tiene en cuenta que el tema de RSE es manejado actualmente en las organizaciones desde la “informalidad”, incluso aún en las grandes empresas que es donde quizás hay un poco más de claridad en cuanto al funcionamiento y las ventajas de este tema para la organización como tal.

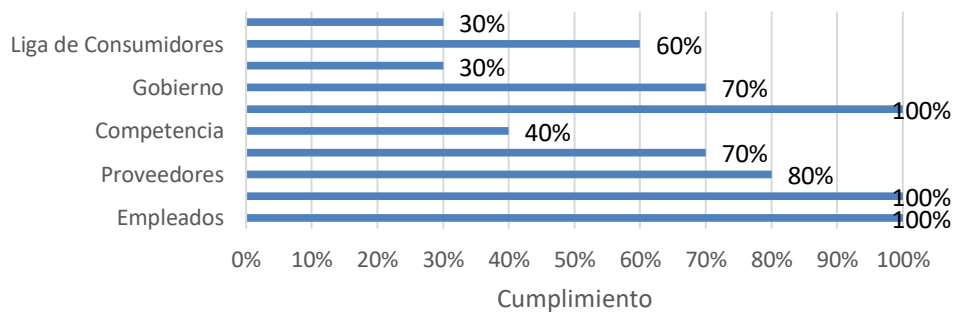
1. ¿Con que partes interesadas tiene obligaciones legales la organización?



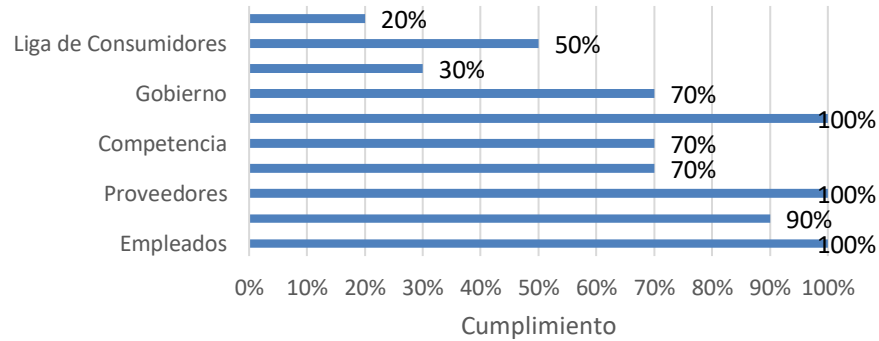
2. ¿Quiénes podría verse afectados positiva o negativamente por las decisiones o actividades de la organización?



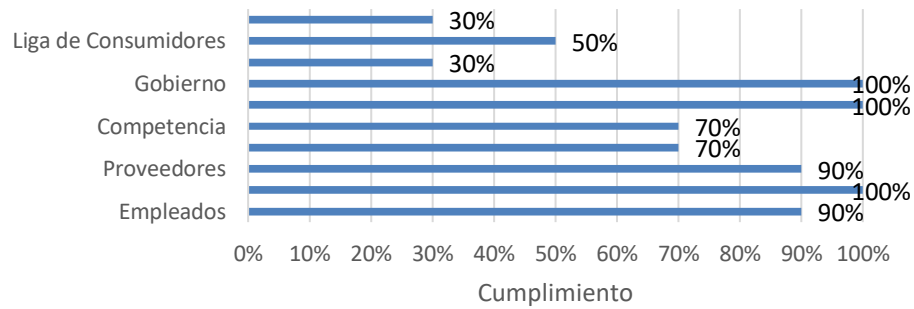
3. ¿Qué partes interesadas pueden expresar sus inquietudes acerca de las decisiones y actividades de la organización?



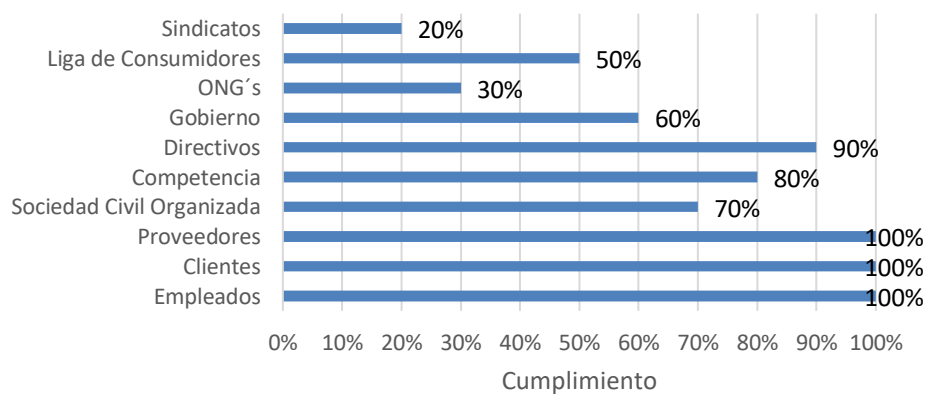
4. ¿Qué partes interesadas puede ayudar a la organización a tratar impactos específicos?



5. ¿Qué partes interesadas pueden afectar la capacidad de la organización para cumplir con sus responsabilidades?



6. ¿Quiénes se ven afectados en la cadena de valor?



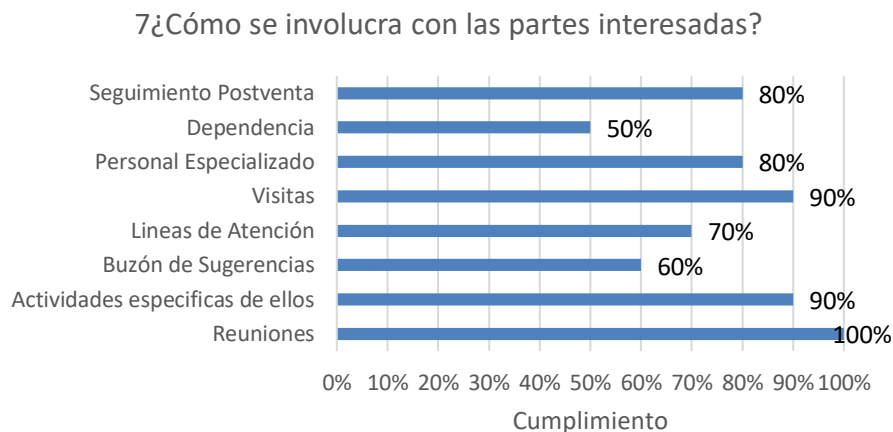


Figura 21. Identificación y relación con los Stakeholders

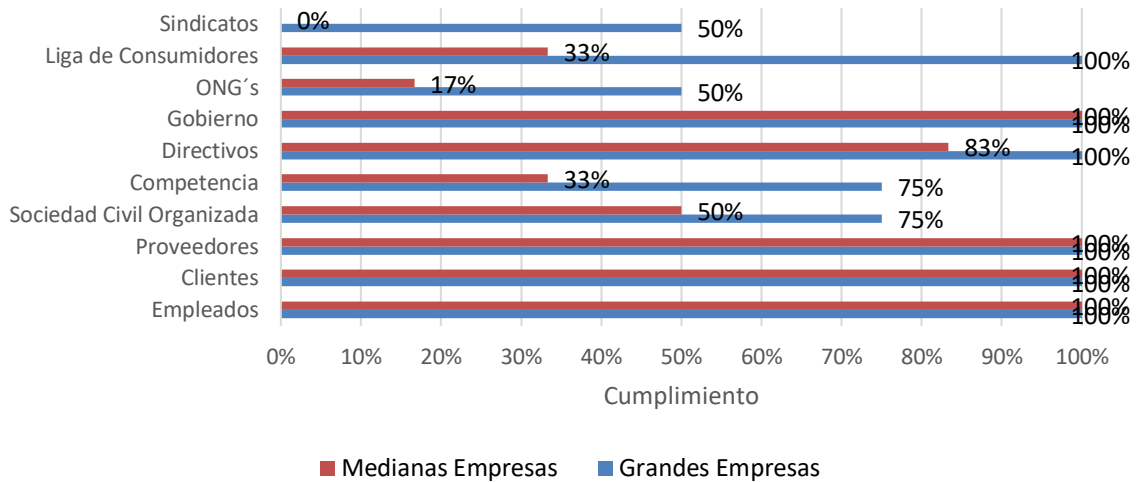
Fuente: Propia

Haciendo un análisis general de las partes interesadas teniendo en cuenta el tamaño de las organizaciones, se observa que desaparece casi por completo el tema de sindicatos en las medianas empresas, es decir, no hay reconocimiento de este grupo en cuanto a una obligación de tipo legal; así mismo, la competencia, la liga de consumidores y las ONG's presentan bajos porcentajes de reconocimiento por parte de este grupo de empresas en el ámbito legal.

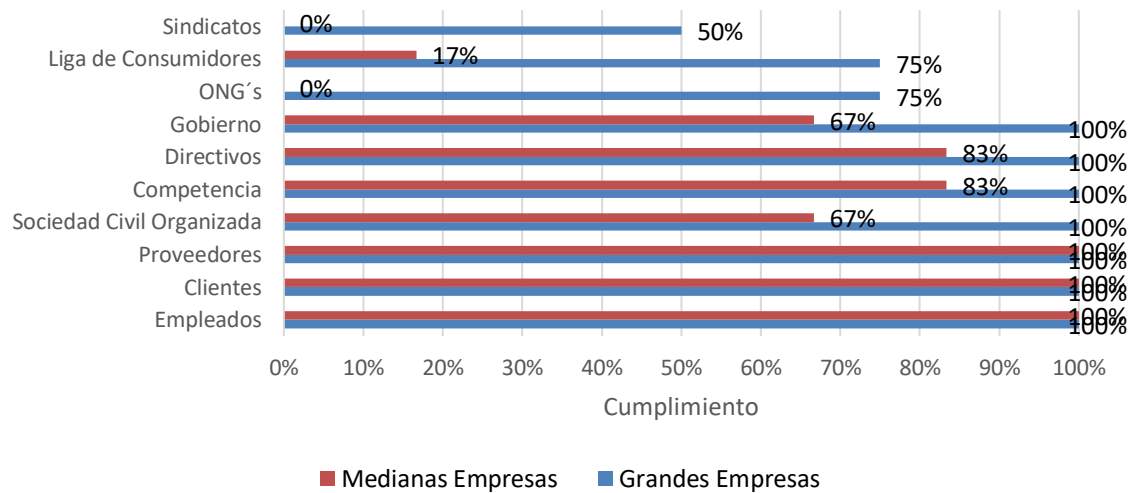
Es claro también que los proveedores, empleados y directivos son las partes interesadas que reconocen las empresas, como aquellas que pueden ayudarlas a tratar impactos específicos, lo cual corrobora la visión únicamente "interna" de las organizaciones en cuanto a al tema de RSE.

Finalmente en cuanto a los mecanismos utilizados para comunicarse con las partes interesadas, se observa que las grandes empresas utilizan todos los instrumentos encuestados, incluyendo una dependencia o área específica para el manejo de RSE. En el caso de las medianas empresas, se observan muy bajos cumplimientos en los ítems de: dependencia (ó área), líneas de atención y buzón de sugerencias, con un cumplimiento moderado en el seguimiento postventa y personal especializado.

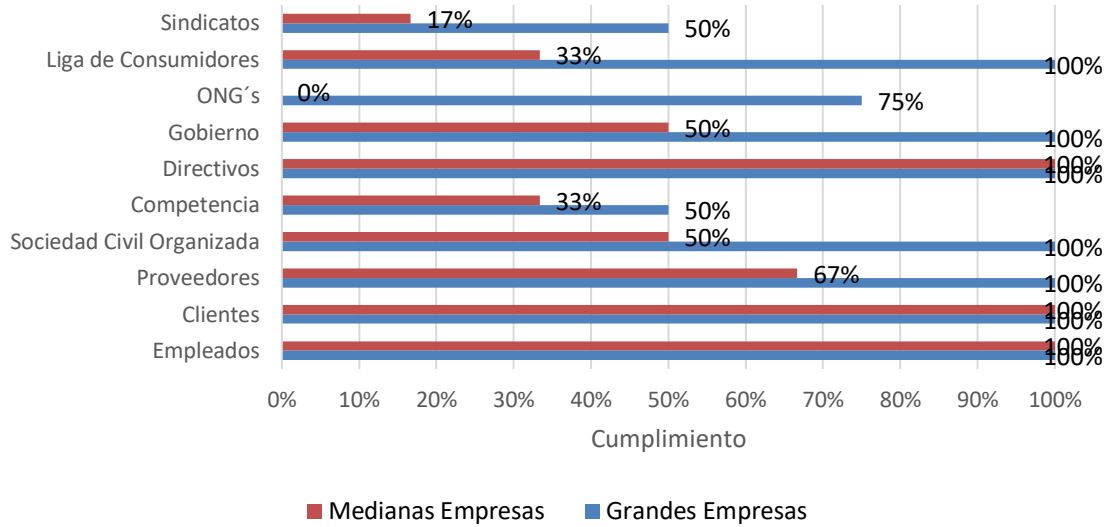
1. ¿Con que partes interesadas tiene obligaciones legales la organización?



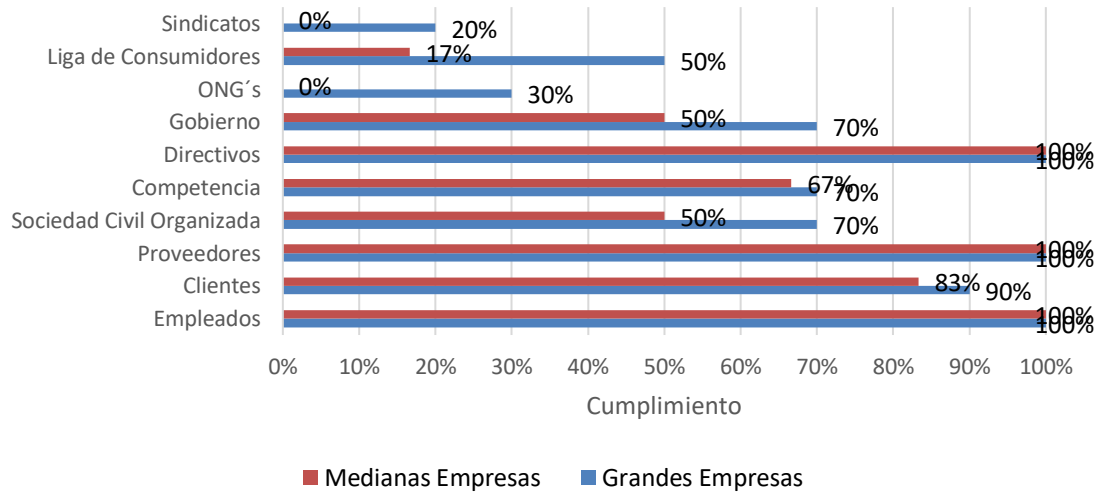
2. ¿Quiénes podría verse afectados positiva o negativamente por las decisiones o actividades de la organización?



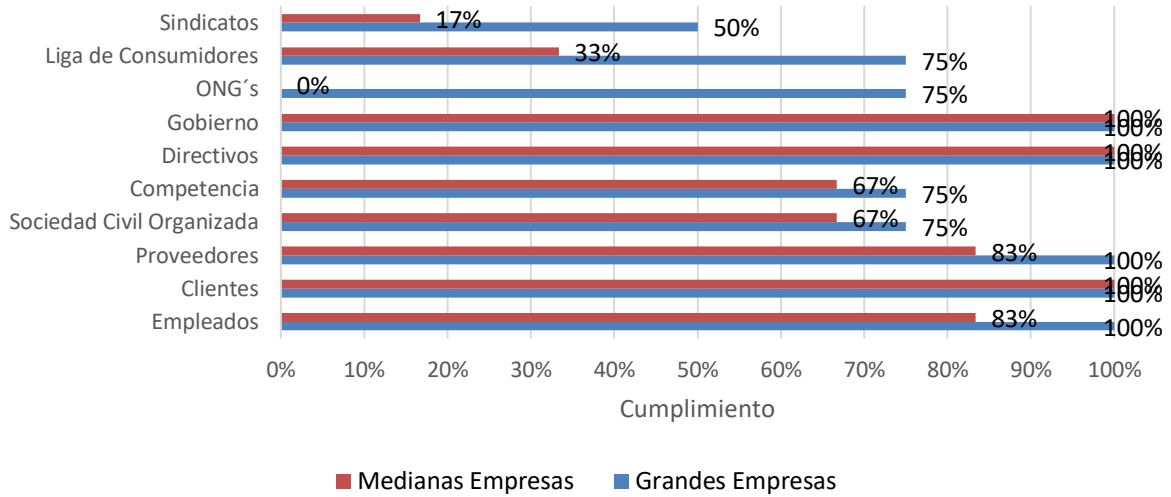
3. ¿Qué partes interesadas pueden expresar sus inquietudes acerca de las decisiones y actividades de la organización?



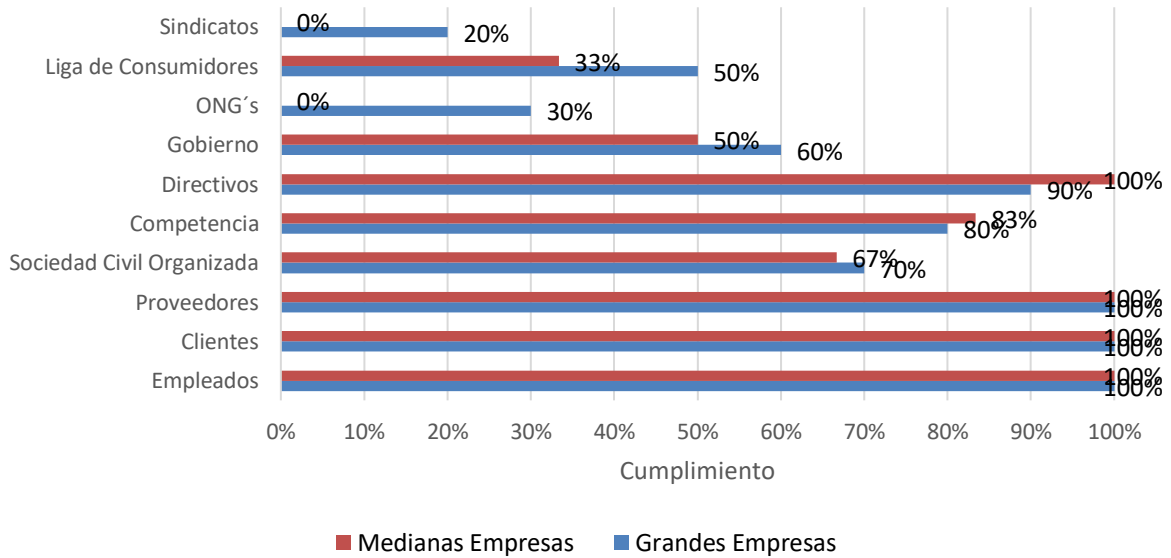
4. ¿Qué partes interesadas puede ayudar a la organización a tratar impactos específicos?



5. ¿Qué partes interesadas pueden afectar la capacidad de la organización para cumplir con sus responsabilidades?



6. ¿Quiénes se ven afectados en la cadena de valor?



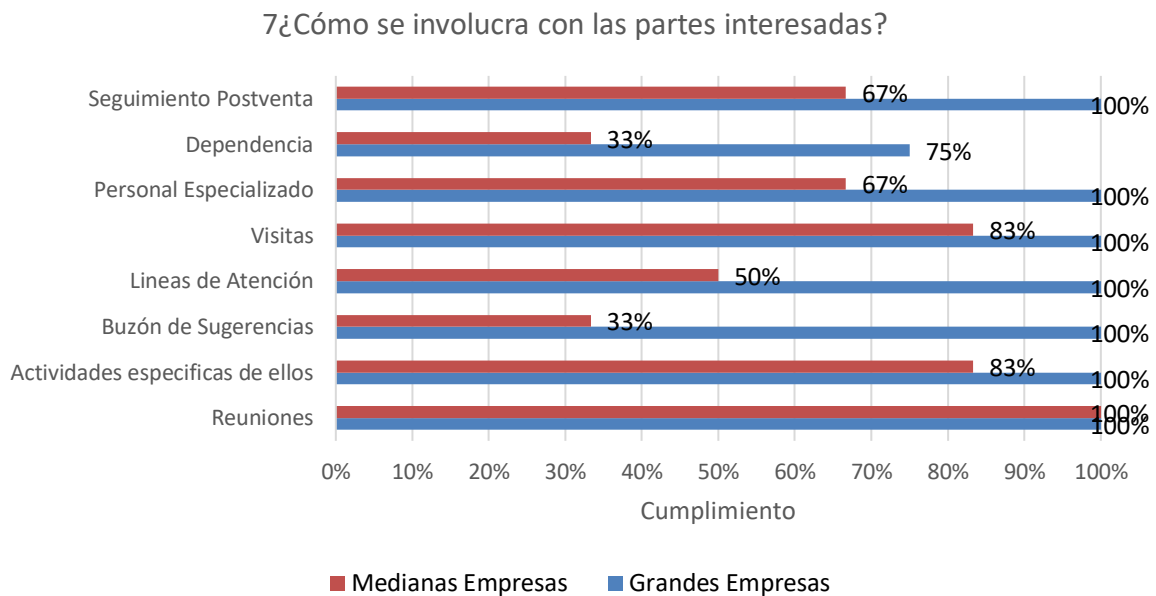
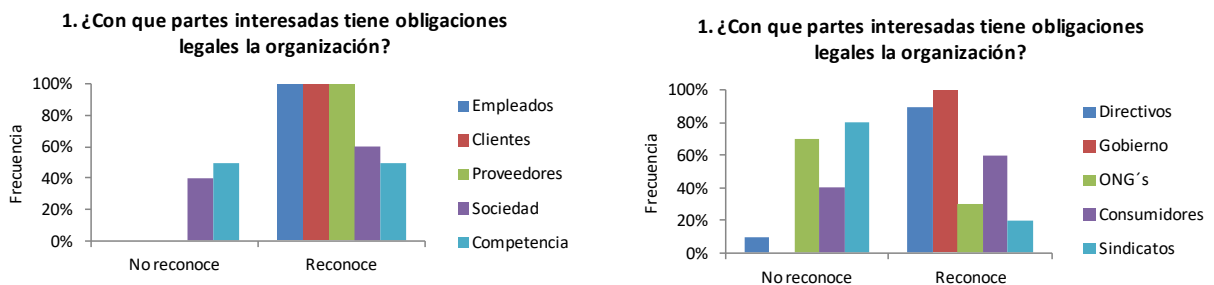
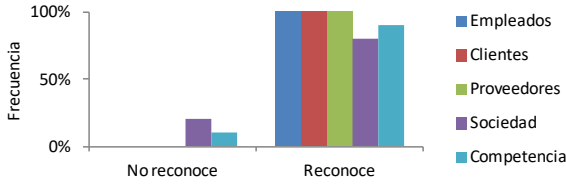


Figura 22. Identificación y relación con los Stakeholders por tamaño de las Organizaciones
Fuente: Propia

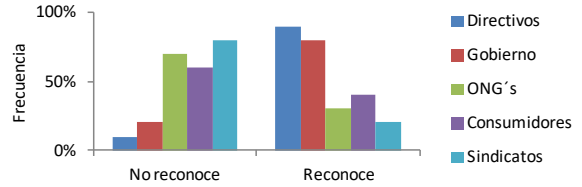
La Figura 21 de frecuencias en la identificación y relación con los stakeholders, muestra mayor dispersión de los datos en las graficas que tienen agrupados los directivos, gobierno, ONG’s, consumidores y sindicatos, ya que el primer grupo conformado por: empleados, clientes, proveedores, sociedad y competencia presenta mayor homogeneidad en el reconocimiento de los mismos por parte de las organizaciones.



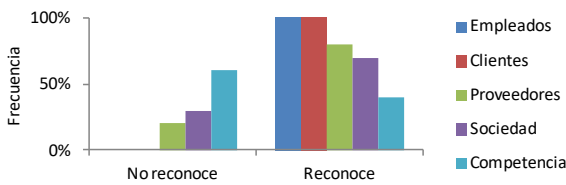
2. ¿Quiénes podría verse afectados positiva o negativamente por las decisiones o actividades de la organización?



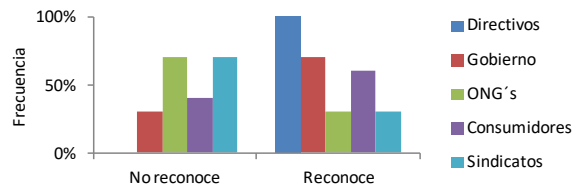
2. ¿Quiénes podría verse afectados positiva o negativamente por las decisiones o actividades de la organización?



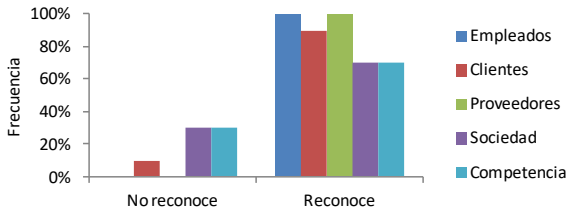
3. ¿Qué partes interesadas pueden expresar sus inquietudes acerca de las decisiones y actividades de la organización?



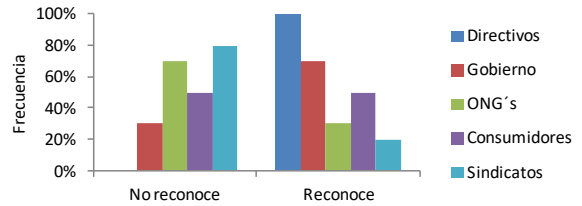
3. ¿Qué partes interesadas pueden expresar sus inquietudes acerca de las decisiones y actividades de la organización?



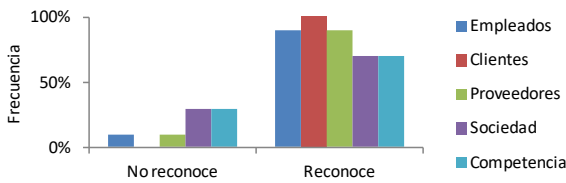
4. ¿Qué partes interesadas puede ayudar a la organización a tratar impactos específicos?



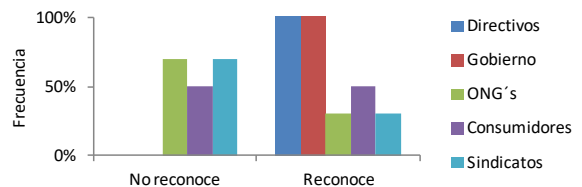
4. ¿Qué partes interesadas puede ayudar a la organización a tratar impactos específicos?



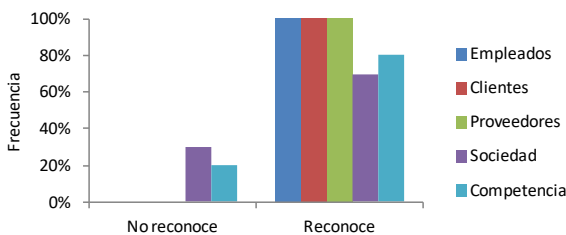
5. ¿Qué partes interesadas pueden afectar la capacidad de la organización para cumplir con sus responsabilidades?



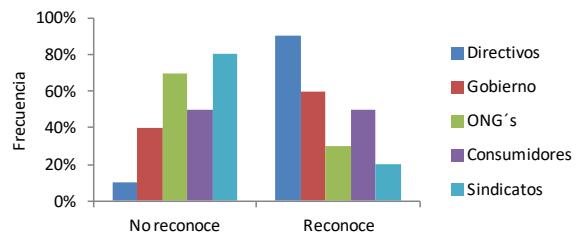
5. ¿Qué partes interesadas pueden afectar la capacidad de la organización para cumplir con sus responsabilidades?



6. ¿Quiénes se ven afectados en la cadena de valor?



6. ¿Quiénes se ven afectados en la cadena de valor?



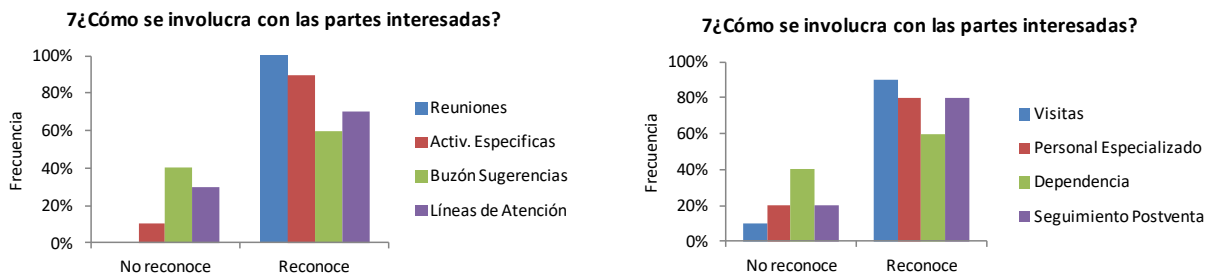


Figura 23. Frecuencias de la relación con Stakeholders
Fuente: Propia

7.4 Estrategias de Comunicaciones y de Integración de RSE

En la Figura 24 se observa que los ítems evaluados en las estrategias de comunicación y de integración de la RSE, son los de más bajo cumplimiento, según la estructura de la norma ISO 26000, los cuales se encuentran en un rango de cumplimiento entre el 10% y el 70%. Los ítems de menor cumplimiento corresponden a: 7.5 Comunicación sobre RSE y 7.6 Aumentar la credibilidad en materia RSE, con un 10% y 20% respectivamente; en estos dos ítems de menor cumplimiento se evalúa principalmente la definición, seguimiento y mejora de los indicadores de RSE, así como la participación “oficial” de este tema dentro de los informes de gestión de las organizaciones, es decir, por medio de estos dos ítems se comprueba que tan “estratégico y oficial” es realmente el tema de RSE en las organizaciones, lo cual incluye que sea un tema responsablemente planeado y ejecutado para ser finalmente medido y mejorado, ya que como se analizó anteriormente, la RSE en las organizaciones se asume más desde la perspectiva de requerimientos legales y obligatorios, así como por un cumplimiento de “rebote” que se puede presentar por algunos requerimientos de sistemas de gestión de calidad como la ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 e ISO 18001:2000 principalmente.

En la Figura 25 Estrategias de comunicación e integración de RSE por tamaño de las organizaciones, se observa un menor cumplimiento en todos los ítems evaluados en las medianas empresas, en comparación con las grandes empresas; esto ocurre más notoriamente en los ítems 7.7 Revisión y mejora de las acciones y prácticas de RSE, 7.6 Aumentar credibilidad en RSE y 7.5 Comunicación sobre RSE, por medio de los cuales la norma pide que las organizaciones tengan

definidos claramente unos indicadores de gestión sobre el tema, así como la participación oficial en convocatorias de empresas socialmente responsables e inclusión del tema de RSE en el informe anual de gestión, donde se incluya un seguimiento al desempeño de las actividades relacionadas con RSE.



Figura 24. Estrategias de Comunicación e Integración de RSE
Fuente: Propia

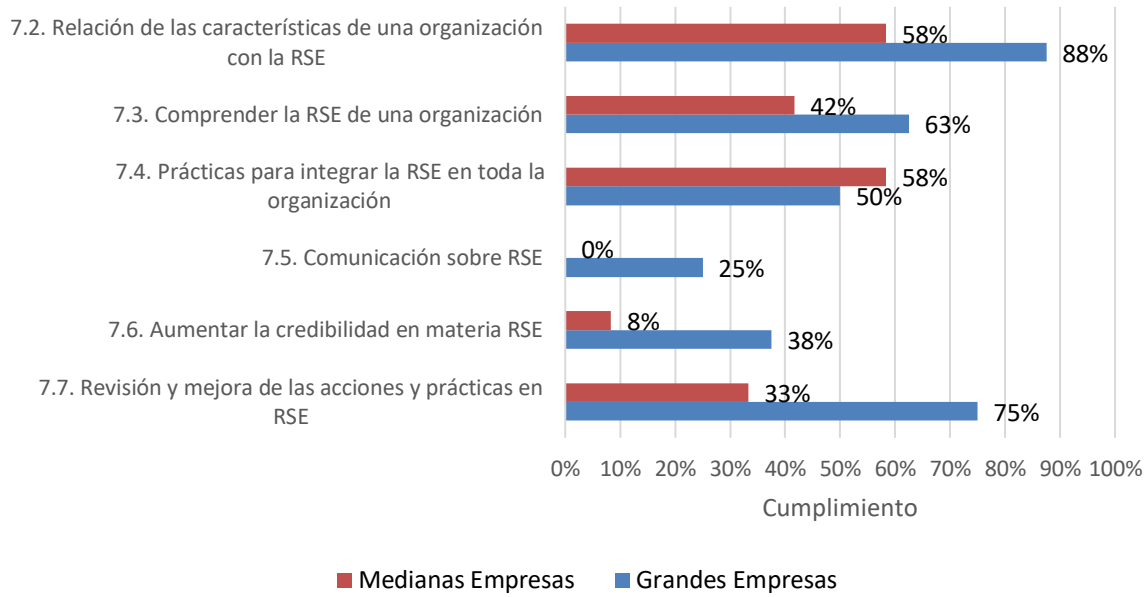


Figura 25. Estrategias de Comunicación e Integración de RSE por tamaño de las Organizaciones

Fuente: Propia

Las Figuras 26 y 27 muestran dispersiones considerables en general en todos los ítems evaluados en la comunicación e integración de la RSE en la organización, lo cual es coherente con los datos de la Tabla 14 de los coeficientes de variación de dichos datos, pues se observan coeficientes con variaciones muy altas, incluso en algunos casos por encima del 200% y 300%.

Así mismo, se realizó una prueba no paramétrica, prueba U de Mann-Whitney para evidenciar diferencias estadísticamente significativas en el cumplimiento de los ítems de Orientación sobre Integración de la RSE en la organización. Los resultados se muestran en la Tabla 15 e indican que no hay diferencias significativas en ninguno de los ítems evaluados.

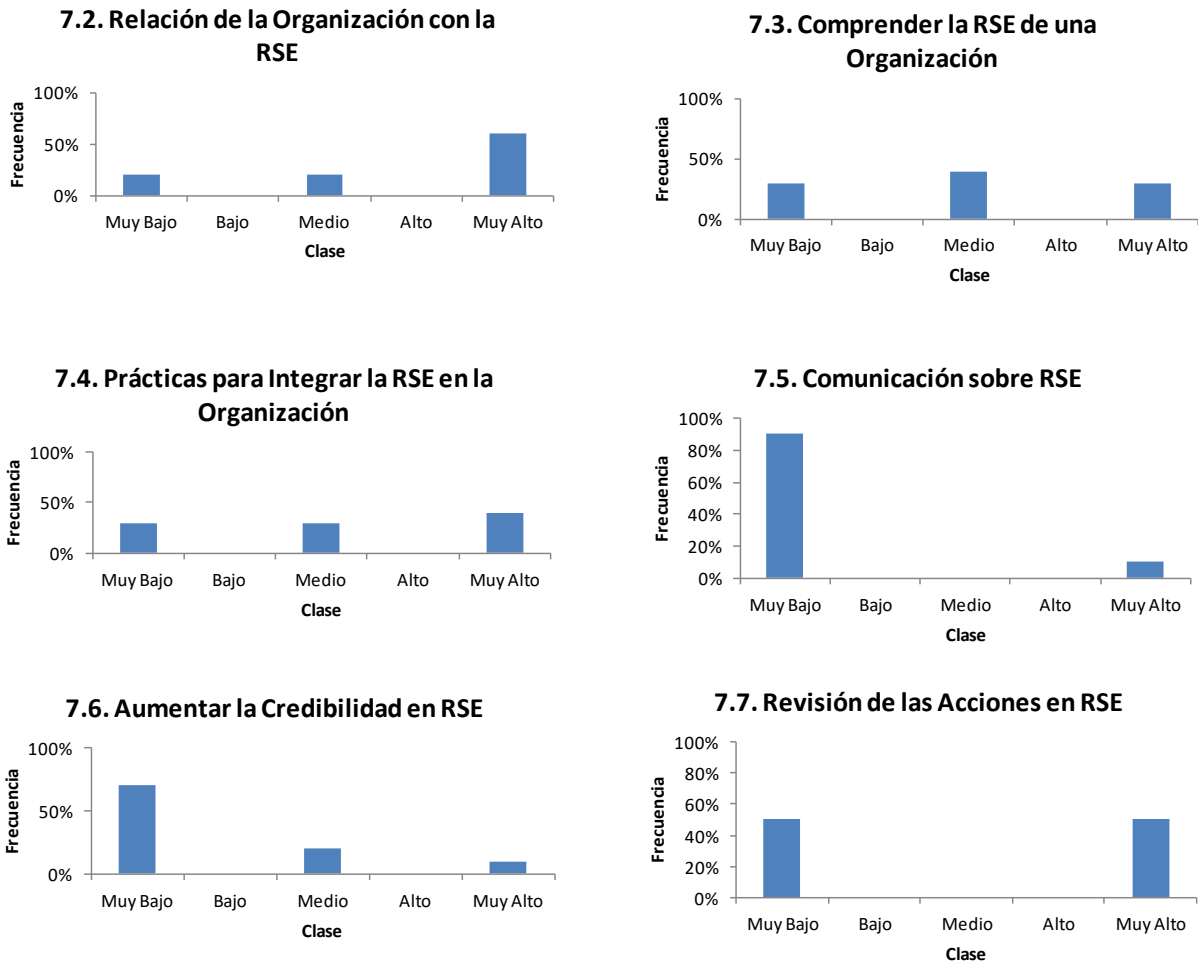


Figura 26. Frecuencia de las Estrategias de Comunicación e Integración de RSE

Fuente: Propia

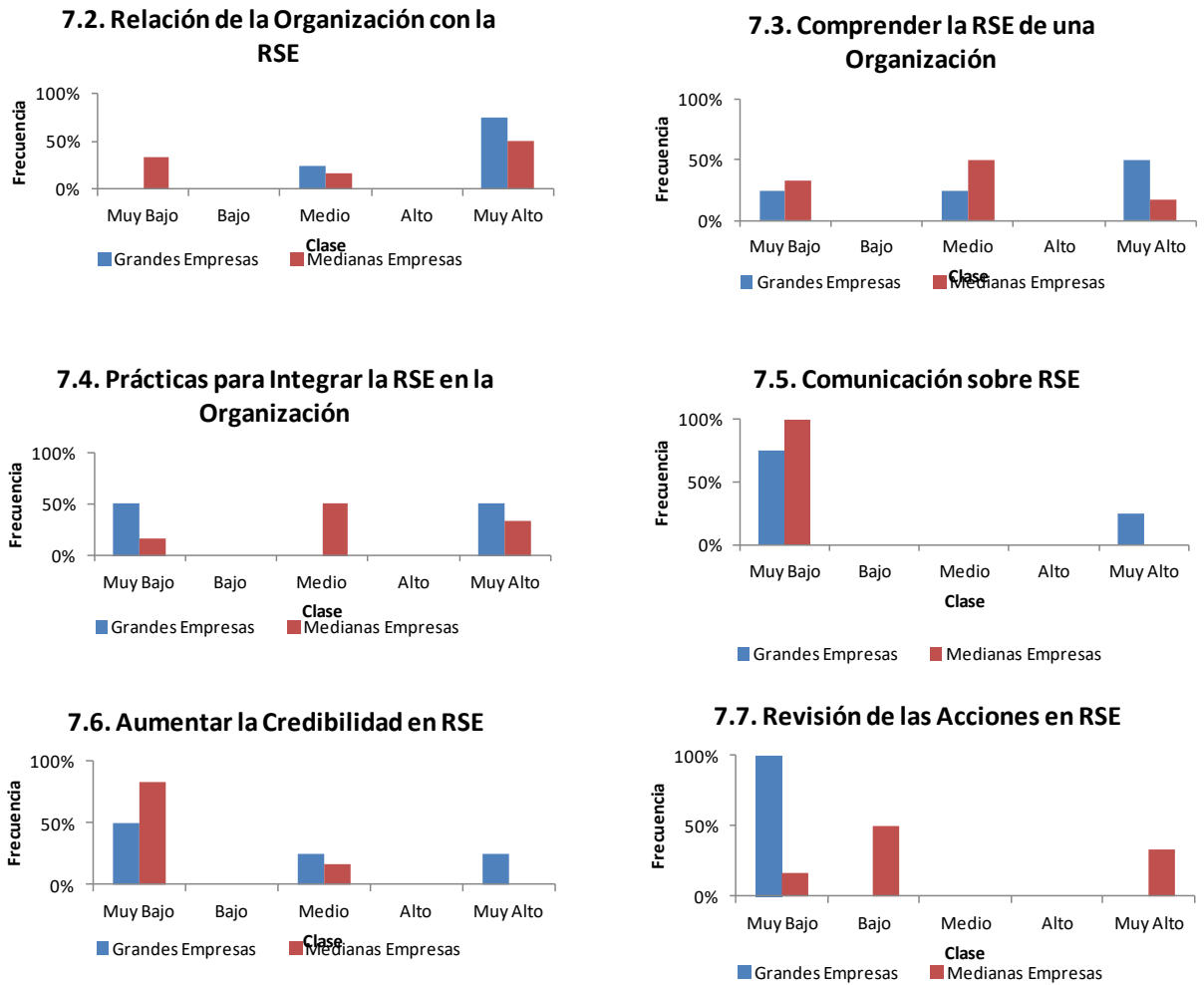


Figura 27. Frecuencia de las Estrategias de Comunicación e Integración de RSE por tamaño de las Organizaciones

Fuente: Propia

Tabla 11. Coeficiente de variación Orientación sobre Integración de RSE en la Organización

ORIENTACIÓN SOBRE INTEGRACIÓN DE RSE EN LA ORGANIZACIÓN	COEFICIENTE DE VARIACION		
	GLOBAL	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
7.2. Relación de las características de una organización con la RSE	60%	29%	84%
7.3. Comprender la RSE de una organización	82%	77%	90%
7.4. Prácticas para integrar la RSE en toda la organización	80%	115%	65%
7.5. Comunicación sobre RSE	316%	200%	0%
7.6. Aumentar la credibilidad en materia RSE	175%	128%	245%
7.7. Revisión y mejora de las acciones y prácticas en RSE	105%	67%	155%

Tabla 12. Prueba U de Mann-Whitney para Estrategias de Comunicación e Integración en la RSE

Aspecto	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintót. (bilateral)
7.2 Relacion Organización con RSE	8	29	-0,968	0,33
7.3 Comprender RSE de una Organización	8,5	29,5	-0,791	0,43
7.4 Practicas para integrar RSE en la Organiz	11	21	-0,226	0,82
7.5 Comunicación sobre RSE	9	30	-1,225	0,22
7.6 Aumentar credibilidad de RSE	7,5	28,5	-1,186	0,24
7.7 Revisión y mejora de acciones de RSE	7	28	-1,225	0,22

7.5 Cumplimiento General de RSE según estructura de la norma ISO 26000

En las Figuras 28 y 29 que recopilan la información general de cumplimiento de la norma ISO 26000, se observa un cumplimiento global del 74% y superior al 79% en los ítems 4, 5 y 6. El ítem 7 presenta el menor % de cumplimiento con un moderado 45%, lo cual es coherente con los resultados de las gráficas anteriores y es debido básicamente a la falta de planeación, medición y mejoramiento “consciente y competente” del tema de RSE al interior de las organizaciones. Así mismo es coherente encontrar que el cumplimiento en las medianas empresas sea moderadamente menor en todos los ítems evaluados en comparación con las grandes empresas.

Las figuras 30 y 31 sobre frecuencias en el cumplimiento de la norma ISO 26000, muestran dispersión en la mayor parte de los ítems evaluados, siendo el de menor dispersión el ítem 4. Principios de la RSE. Esto también se evidencia en la Tabla 16 donde se observan coeficientes de variación moderados, siendo más bajos en las grandes empresas (menor dispersión de los datos) y un poco mayores en las medianas empresas (mayor dispersión de los datos).

Se realizó una prueba no paramétrica, prueba U de Mann-Whitney para evidenciar diferencias estadísticamente significativas en los datos del cumplimiento de la Norma ISO 26000. Los resultados se muestran en la tabla 17 e indican que hay diferencias del 95% en el ítem 5. Reconoce la RSE y diferencias del 90% en el ítem 6. Materias Fundamentales; los demás ítems no presentan diferencias significativas en sus datos.

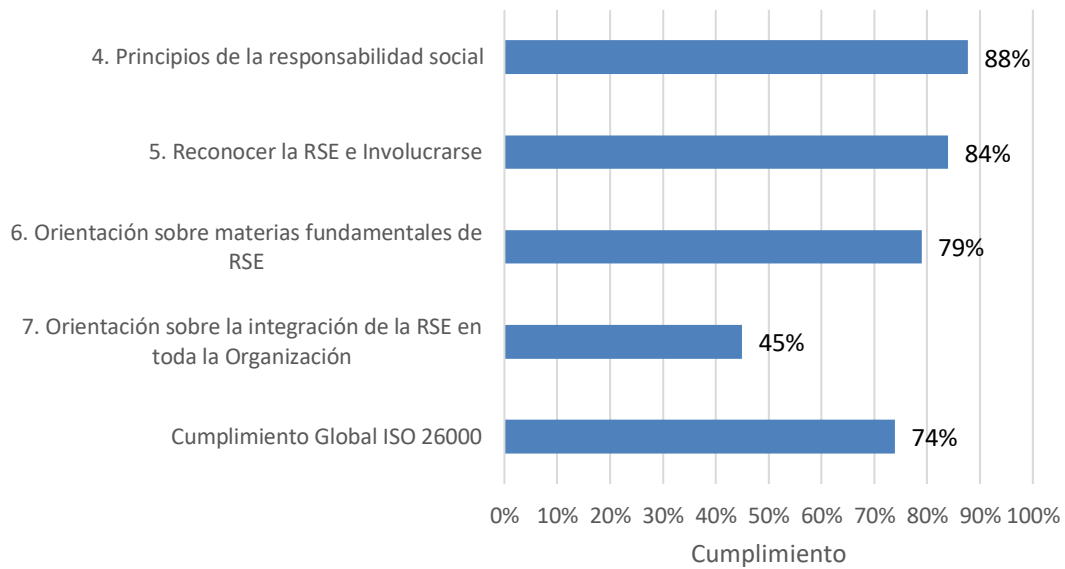


Figura 28. Cumplimiento RSE según ISO 26000

Fuente: Propia

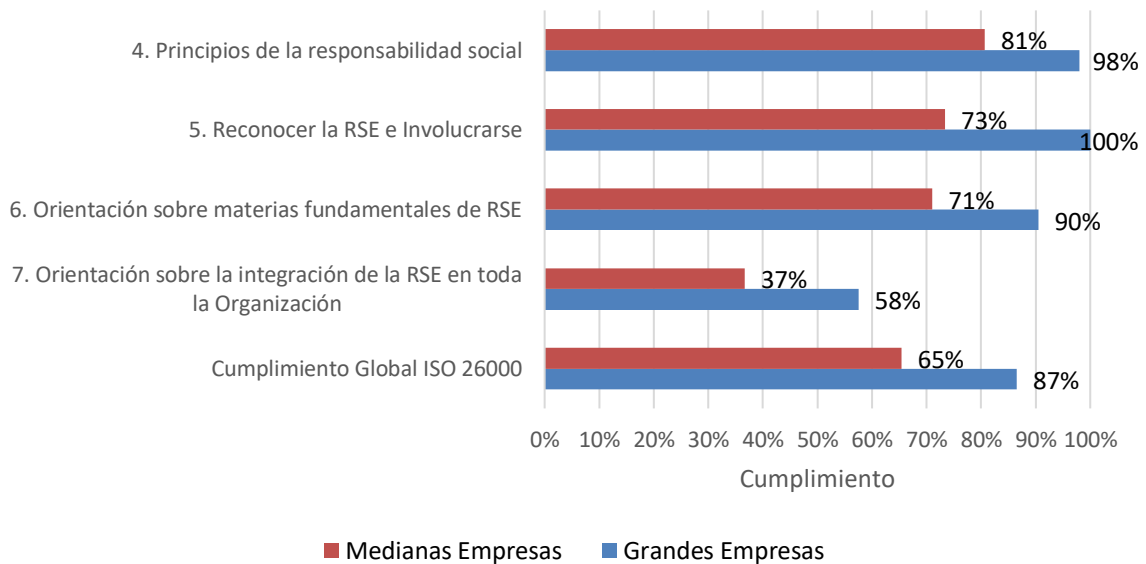


Figura 29. Cumplimiento RSE según ISO 26000 por tamaño de las Organizaciones

Fuente: Propia

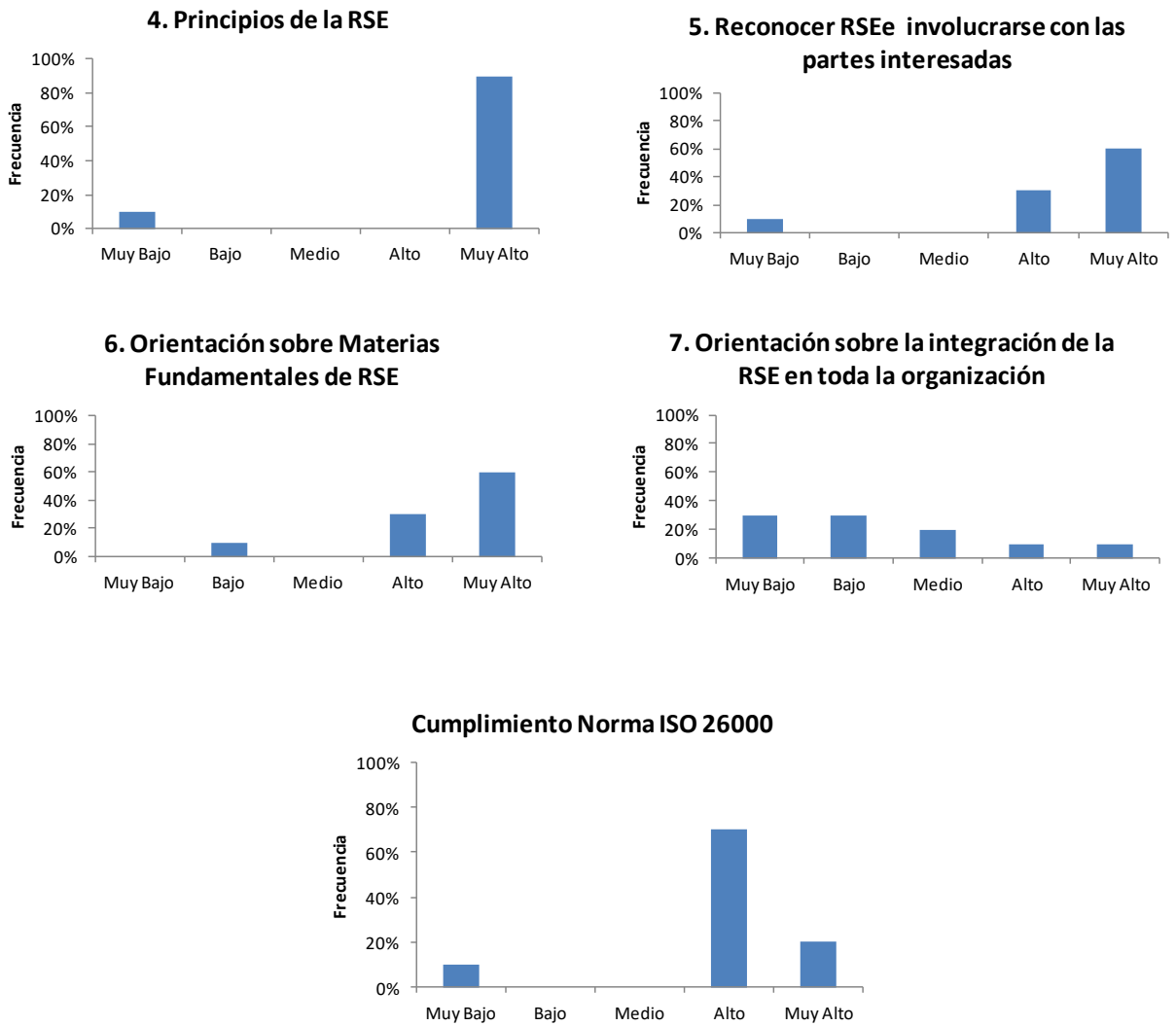


Figura 30. Frecuencias del Cumplimiento RSE según ISO 26000

Fuente: Propia

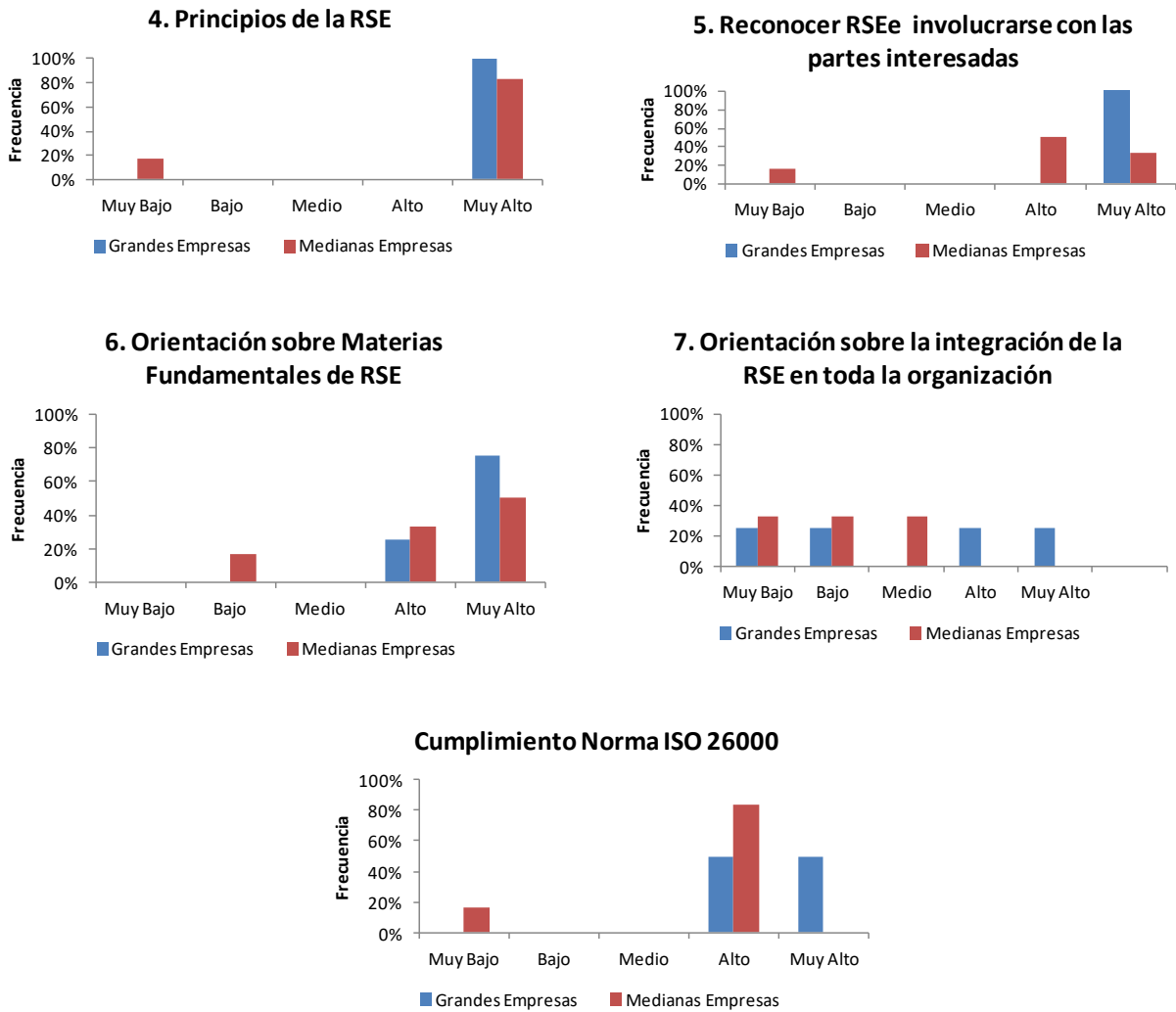


Figura 31. Frecuencias del Cumplimiento RSE según ISO 26000 por tamaño de las Organizaciones
Fuente: Propia

Tabla 13. Coeficiente de variación Cumplimiento Norma ISO 26000

CUMPLIMIENTO NORMA ISO 26000	COEFICIENTE DE VARIACION		
	GLOBAL	GRANDES EMPRESAS	MEDIANAS EMPRESAS
4. Principios de la RSE	28%	3%	37%
5. Reconocer la RSE e Involucrarse	35%	0%	46%
6. Orientación sobre las Materias Fundamentales de RSE	23%	9%	27%
7. Orientación sobre la Integración de la RSE en toda la Organización	65%	61%	58%
Cumplimiento Global ISO 26000	31%	13%	38%

Tabla 14. Prueba U de Mann-Whitney para Cumplimiento ISO 26000

Aspecto	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintót. (bilateral)
Cumplimiento Global	5	26	-1,516	0,13
4. Principios RSE	6	27	-1,384	0,17
5. Reconoce la RSE	4	25	-1,952	0,05
6. Materias Fundamentales	3,5	24,5	-1,818	0,07
7. Orientación sobre Integración	8	29	-0,866	0,39

8. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

8.1 Enfoques RSE

Como se mencionó en el marco teórico, la concepción de la RSE en las últimas décadas ha pasado por varias fases de desarrollo Yepes et al. (2007), caracterizadas por tener diferentes énfasis que estaban determinados por el momento histórico, pero que han permitido consolidar un concepto más ecléctico e integral de la RSE.

Al analizar estos diferentes enfoques de RSE tomados de la literatura especializada, se encuentra que el enfoque de *reconocimiento* presenta un consenso casi unánime respecto de su cumplimiento entre las empresas medianas y grandes que participaron de la investigación, con un porcentaje promedio de acuerdo del 93%. Esto indica que el enfoque prevaleciente de RSE entre las empresas está ligado a aspectos como una buena proyección de la imagen corporativa, la valoración del público y la confianza de los *stakeholders*, así como la proyección de una imagen transparente, caracterizada por el acato de las normas, el cuidado del medioambiente y el fomento a la inclusión social, todo lo cual evidencia que efectivamente las empresas reconocen la RSE como un tema de orden estratégico para la organización.

Le sigue, en orden de importancia, el denominado enfoque *de problemas*, que tuvo un porcentaje de cumplimiento del 89% en el conjunto de empresas y que tiene que ver especialmente con la atención hacia temas de orden legal y laboral que involucran a proveedores, empleados, clientes y accionistas, que de no ser atendidos pueden provocar tensiones y problemas entre las diferentes partes de la cadena de valor. Como se expuso en el marco teórico, la concepción de este enfoque se remonta a los años setenta del siglo anterior, cuando empezaron a hacerse más visibles las responsabilidades y compromisos de las empresas con diversos problemas de orden económico, social y ambiental.

El tercer enfoque con mayor nivel de cumplimiento fue el estratégico (85%), que considera la RSE como un componente central de la estrategia empresarial que permite alinear los objetivos corporativos con los valores y expectativas de la sociedad. Estos resultados guardan sintonía con

los obtenidos en el enfoque de reconocimiento, pues reconoce la RSE como un factor estratégico de cambio externo que contribuye a la diferenciación de las empresas en el mercado y a un mayor reconocimiento social.

En contraste con los tres enfoques antes descritos, aquellos enfoques que tuvieron el menor porcentaje de cumplimiento entre las empresas encuestadas, fueron, en su orden, los enfoques legalista, filantrópico e instrumental. Como se amplía más adelante, los resultados del enfoque legalista, que tuvo un porcentaje de cumplimiento del 30%, se explican en buena medida por las diferencias encontradas entre empresas medianas y grandes. Por su parte, los porcentajes de cumplimiento para los enfoques filantrópico e instrumental fueron de 51% y 70%, respectivamente.

Estos resultados sugieren que la concepción actual de la RSE en las empresas va más allá del simple cumplimiento de requisitos legales, de la presión social por adoptar estas prácticas o de acciones altruistas, y por el contrario reafirman el carácter estratégico que va ganando la RSE al interior de las empresas.

No obstante, llama la atención que el enfoque de *compromiso*, que la literatura especializada identifica como el enfoque contemporáneo de la RSE, tuvo un porcentaje de cumplimiento de 73%, el cuarto más bajo entre los enfoques analizados. Según se desprende de la literatura, el enfoque de compromiso proporciona el marco para que las empresas asuman la sostenibilidad organizacional, como resultado del impacto que generan en las comunidades, la cultura y el medio ambiente. Como su nombre lo indica, este enfoque implica un compromiso efectivo con la implementación y desarrollo de prácticas de RSE, por lo cual trasciende el simple interés y disposición frente al tema por parte de las empresas.

Ahora bien, el análisis de los enfoques de RSE en función del tamaño de las empresas revela algunos resultados interesantes. En primer término, los resultados de la Figura 5 indican que es mayor el porcentaje de cumplimiento de los diferentes enfoques en el caso de las grandes empresas, con excepción de los enfoques legalista e instrumental.

Las principales diferencias en favor de las grandes empresas se observan en los enfoques de identidad y compromiso, seguidos por el enfoque estratégico. En el primer caso, el porcentaje de cumplimiento de este enfoque en las grandes empresas fue de 100%, en comparación con 63% de las empresas medianas. Este resultado se entiende a la luz de los postulados del enfoque mismo, que aboga por la RSE como un factor de innovación, aprendizaje organizacional y liderazgo empresarial, aspectos que se presume son más sólidos en las grandes empresas del sector objeto de estudio. Además, En las grandes peso mucho la identidad, lo que se entiende a la luz del nombre que han ganado algunas de ellas en el contexto regional, nacional e, incluso, en el mercado internacional.

De otra parte, las diferencias encontradas respecto del enfoque de compromiso, en el que las grandes empresas aventajan a las medianas en 31 puntos porcentuales (92% vs. 61% de las empresas medianas) también sugieren que la concepción de la RSE en las grandes empresas tiene una mayor afinidad con los enfoques contemporáneos en esta materia, los cuales obligan a tomar acciones decididas a las empresas, más allá de una retórica carente de compromiso. A su vez, los resultados del enfoque estratégico, en el que las grandes empresas tuvieron un porcentaje de cumplimiento del 94% frente a 79% de las empresas medianas, respaldan lo antedicho sobre la existencia de un enfoque de RSE más moderno y cualificado en las empresas de mayor tamaño.

Particular atención merece el resultado del enfoque legalista por parte de las grandes empresas, en las que fue nulo el porcentaje de cumplimiento de este enfoque. Como se expuso en el capítulo anterior, los resultados pueden indicar que la RSE en estas empresas trascendió su enfoque meramente legalista a favor de un enfoque más cualificado. A este respecto, los resultados del enfoque instrumental, en el que las medianas empresas aventajan levemente a las grandes (71% vs. 69%), reitera la hipótesis de que la RSE tiene una connotación más estratégica y de alineamiento con los objetivos organizacionales.

Los resultados de la prueba no paramétrica tendiente a identificar diferencias en el nivel de cumplimiento de los enfoques en las empresas medianas y grandes, reveló que las únicas diferencias estadísticamente significativas se presentaron en los enfoques Legalista y de Identidad. Cabe precisar que previo a este tratamiento estadístico se aplicó una prueba de normalidad que se cumplió para todos los enfoques, con excepción del enfoque filantrópico.

A manera de síntesis de los resultados en la caracterización de enfoques de RSE, se encuentra que las empresas grandes y medianas del sector de alimentos y bebidas de la ciudad han venido acogiendo los principios y en buena medida, los fundamentos de los enfoques contemporáneos respecto a la RSE. En este sentido, es un logro importante, aunque insuficiente, es el hecho de que la responsabilidad social haya pasado de ser concebida como una exigencia legal o un asunto de carácter instrumental en la organización, para arraigarse en su horizonte institucional, integrándose a su misión, visión y estrategia corporativa.

8.2 Principios y materias fundamentales RSE

8.2.1 Principios RSE

Al analizar los principios de la RSE tomados de la ISO 26000, cuyo objetivo es definir las herramientas a través de las cuales las organizaciones pueden maximizar su contribución al desarrollo sostenible, se encontró en las empresas de la muestra, un cumplimiento superior al 80%. El principio de Respeto a los derechos humanos registró el mayor nivel de cumplimiento, mientras que el principio de Rendición de cuentas quedó en el último lugar entre los ocho principios analizados. Esto indicaría que en empresas medianas y grandes del estudio, se respeta y se reconoce la importancia y universalidad de los derechos humanos, aunque debe tenerse en cuenta que la mayor parte de los requisitos evaluados en dicho principio, son de carácter obligatorio para el adecuado funcionamiento de las organizaciones y como se mencionó anteriormente, es el primer enlace o aspecto en común con el que inician la mayor parte de las empresas, especialmente en el caso de PYMES, con el tema de RSE.

En la escala de cumplimiento, siguen Respeto al principio de legalidad y Respeto a la normatividad internacional de comportamiento, los cuales se encuentran directamente relacionados, puesto que la obligatoriedad de la legalidad, que va en contra del ejercicio arbitrario del poder se extiende a la normativa internacional. Los resultados obtenidos indican que las empresas del estudio son conscientes del cumplimiento de los diferentes requisitos legales de

acuerdo a las jurisdicciones en las que se tenga injerencia, así como el marco legal previsto y aplicable a su objeto así como la revisión periódica de su cumplimiento.

El cuarto principio con mayor nivel de cumplimiento fue el Respeto a los intereses de las partes interesadas, el cual considera y responde a los requerimientos de los stakeholders, es decir, abarcan no solo los intereses de los socios y empleados, sino que involucra a otros grupos o individuos que también puedan tener derechos, reclamaciones o intereses específicos según actividad que la empresa realice. Esto indica que las empresas se ocupan de identificar y gestionar las partes interesadas, así como la capacidad de reconocer sus derechos y la influencia que estos pueden tener en sus actividades empresariales.

Los principios de transparencia y comportamiento ético, registran igual porcentaje de cumplimiento (85%). Estos dos principios se encuentran directamente relacionados, por lo que era previsible que hubieran registrado el mismo porcentaje. Estos resultados dejan entrever que en las empresas (de acuerdo al porcentaje de cumplimiento registrado) las políticas y las decisiones están disponibles y accesibles para aquellos que se han visto o podrían verse afectados de manera significativa por las actividad empresarial, se rinde cuenta por los orígenes, cantidades y aplicaciones de sus recursos financieros, así como la definición de roles, formas y responsabilidades de rendición presentación de informes, al igual que se encuentran definidos los criterios y procedimientos utilizados para identificar, seleccionar e involucrarse con las partes interesadas. En cuanto al principio ético, las empresas declaran cumplimiento del 85% en la declaración de los valores y principios fundamentales, admiten cumplir con una estructura de gobernanza que ayuda a promover el comportamiento ético, y se establecen los mecanismos de supervisión y control para su seguimiento.

El principio de Rendición de Cuentas, registró el menor porcentaje de cumplimiento en relación con los demás principios (80%), indicando que la rendición de cuenta a los entes reguladores, por los impactos generados en la sociedad, la economía y el medio ambiente, por parte de las empresas participantes de la investigación, registró el último lugar; aunque se encuentra dentro del promedio.

En relación al análisis de los principios de la RSE en función del tamaño de las empresas, el cumplimiento registrado fue mayor al 90% en las variables estudiadas en las grandes empresas,

mientras que las medianas presentan porcentajes de cumplimiento del 67% en adelante. Esta situación es explicada por Rivero (2006) a partir de las diferencias del grado de desarrollo de la responsabilidad social entre las grandes empresas y las medianas y pequeñas, ya que estas dos últimas se enfrentan a un entorno con una menor necesidad en la asunción del concepto y se enfrentan además, a barreras de entrada como carencia de personal preparado, limitación de recursos, entre otros aspectos.

En las medianas empresas, los menores porcentajes de cumplimiento fueron registrados por la rendición de cuentas y la transparencia, los cuales están ligados de alguna manera con procesos de formalización de la RSE dentro de las organizaciones, razón por la cual, estos principios tienden a tener mayor cumplimiento por parte de las grandes empresas, quienes tienen mayor avances en el proceso de implementación de la RSE.

En el análisis de frecuencias de los principios de RSE tanto global como discriminado por tamaño de Empresas, se observan tendencias similares, con dispersiones moderadas en la mayor parte de los ítems evaluados, a excepción del ítem 4.8 Respeto a los derechos humanos, en donde no hay dispersión de los datos, pues se presenta un cumplimiento del 100% en los mismos.

Los datos de la Tabla 5 son coherentes con los datos de frecuencia inmediatamente anteriores, puesto que las grandes empresas presentan 0% en la gran parte de los principios evaluados, a excepción del ítem 4.4 Comportamiento Ético que presenta un coeficiente de variación relativamente bajo del 13%. Por su parte las medianas empresas presentan coeficientes de variación entre el 20% y el 80% aproximadamente.

8.2.2 Materias fundamentales RSE

Como se mencionó en el marco teórico, las materias fundamentales buscan definir el alcance de la RSE en las empresas, al igual que identificar sus pertinencias y establecer prioridades. De acuerdo a los resultados del trabajo de campo, las Prácticas Laborales registraron el mayor porcentaje de

cumplimiento, mientras que el menor porcentaje lo obtuvo la participación activa y desarrollo de la comunidad. Estos valores se pueden explicar en el hecho de que las empresas que actualmente adelantan en alguna medida procesos de RSE, lo hacen en parte por cumplir con los requerimientos obligatorios de tipo legal como por ejemplo: jornadas de trabajo justas y adecuadas, sistemas justos de remuneración, manejo adecuado de horas extras, aprovisionamiento de elementos de protección personal, entre otros; y en algunos otros casos, cuando dan cumplimiento a requerimientos provenientes de los Sistemas Integrados de Gestión que tienen implementados, los cuales están conformados por normas como: ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 e ISO 18001:2000.

El porcentaje de cumplimiento registrado por prácticas laborales (98%) indica que las empresas investigadas cuentan con mecanismos que aseguran la igualdad de oportunidades, protección de la privacidad y datos de los empleados, una jornada laboral con un horario que respeta las responsabilidades familiares, compensación conforme a la ley por horas extras, elementos de protección laboral necesarios, al igual que esfuerzos por eliminar los riesgos psicosociales y programas de salud ocupacional y emergencias.

Por su parte, la participación activa y desarrollo de la comunidad, que presenta el cumplimiento más bajo, es consistente con lo observado hasta el momento, puesto que si bien, las empresas empiezan su trabajo en RSE desde un punto de vista obligatorio, es decir, regido por requerimientos legales, se puede pensar que van a empezar a abordar el tema de impacto y trabajo con la comunidad en fases posteriores a la actual. Respecto a lo anterior Guédez, (2006) anota que la primera fase es ser una empresa socialmente dispuesta (etapa en la cual se encuentran la mayor parte de las medianas empresas encuestadas), posteriormente se pasa a ser una empresa socialmente competente, para pasar posteriormente a ser empresas socialmente inteligentes y finalmente ser socialmente éticas. Es claro entonces que el camino que hay por recorrer es aún bastante largo, pero también es de resaltar que es un tema que de una u otra manera, se ha empezado a trabajar dentro de los procesos estratégicos de las empresas.

Después de las prácticas laborales, continua en la en la escala, la materia de derechos humanos, registrando un porcentaje de cumplimiento mayor al 90%; en esta materia se preguntó por la libertad de opinión y expresión al igual que el seguimiento a las acciones disciplinarias internas.

La gobernanza de la organización registró un porcentaje de cumplimiento mayor a 85%, seguido por asunto de consumidores, este último se refiere a la instrucción a los consumidores sobre el uso y riesgos del producto, el establecimiento de un sistema de quejas y reclamos, acceso a servicios pos venta y solución de controversias, protección de datos personales de clientes, al igual que contar con un sistema de gestión la interrupción del servicio o recolección del producto en el mercado.

La materia de medio ambiente, ocupó el penúltimo lugar de la lista, el cual se refiere a la producción sostenible y uso eficiente de recursos naturales en los procesos productivos, así como la reducción y minimización de manera progresiva de las emisiones directas e indirectas de gases de efecto invernadero, también se refiere a la identificación de impactos negativos potenciales sobre la biodiversidad y decisiones al respecto y al uso de productos de proveedores que utilizan tecnologías y procesos sostenibles.

Las dos materias fundamentales en las cuales se registró una menor diferencia entre las empresas medianas y grandes fueron prácticas laborales con una diferencia a favor de las grandes empresas de 4 puntos porcentuales (100% grandes-96% medianas) y derechos humanos donde la diferencia fue de 11 puntos porcentuales. Esto indica que las diferencias son pequeñas entre las grandes y medianas empresas en temas relacionados con la igualdad de oportunidades, privacidad y protección de datos personales de los empleados, jornada laboral respetuosa de las demás responsabilidades, compensación conforme a la ley en materia de horas extras, elementos de protección personal necesarios para el desarrollo de las actividades, gestión de riesgos psicosociales y salud ocupacional y en materia de derechos humanos, es posible afirmar que en las medianas empresas existe menor libertad de opinión, al igual que seguimiento a la toma de decisiones en materia de acciones disciplinarias internas, en comparación grandes.

En relación a Medio ambiente la diferencia entre medianas y grandes empresas es también menor, solo 5 puntos porcentuales las separan, además en ambas categorías, los porcentajes de cumplimiento son bajos, lo que indica que en los dos grupos, las empresas no muestran resultados satisfactorios en relación a la producción sostenible, uso eficiente de recursos naturales, reducción

y minimización de gases de efecto invernadero entre otros, lo cual concuerda con el bajo porcentaje de cumplimiento registrado por esta materia en la figura 11.

Por su parte las figuras 13 y 14 sobre frecuencias de las Materias Fundamentales, presentan dispersión moderada en todas las materias, haciéndose más representativo en la materia de Participación activa y desarrollo de la comunidad, donde la dispersión de los datos es considerable.

El coeficiente de variación de la Tabla 6 muestra a la materia Medio Ambiente como la de mayor proporción en el bloque de datos de las grandes empresas, por lo cual se deduce que las empresas aún no trabajan de manera consciente y competente en el uso racional y eficiente de los recursos, lo que incluye también la selección consciente de proveedores que apliquen buenas prácticas al respecto. Los coeficientes de variación en las medianas empresas son considerablemente altos, en especial medio ambiente, prácticas justas de operación y participación activa y desarrollo de la comunidad.

8.3 Partes Interesadas

Como se anotó en el marco teórico, la gestión de stakeholders, considera el análisis de diferentes actores como empleados, clientes, proveedores, sociedad civil organizada, competencia, directivos, gobierno, ONG's, liga de consumidores y sindicatos y la relación con la empresa desde varios aspectos. Por otra parte, analiza la forma de involucrarse con las partes interesadas.

Según se observó en los resultados, en la gran mayoría de las empresas medianas y grandes que participaron en la investigación se evidencia un reconocimiento de los stakeholders, aunque algunas no registraron relación directa con ellos; esto indica que aún no los han involucrado en sus estrategias, planes de acción o actividades de RSE. La gestión de las partes interesadas es un campo que por los resultados obtenidos, no presenta el consenso esperado, específicamente en las medianas empresas, que registraron un menor cumplimiento en relación con las grandes, en cuanto

al reconocimiento de la RSE, en lo que concierne según la ISO 26000 a la identificación de mecanismos de comunicación con las partes interesadas, así como aquellos que sirven para evaluar los impactos potenciales en la planificación de nuevas actividades de RSE. Por el contrario, en las grandes empresas se presenta un consenso unánime respecto del reconocimiento de la RSE y la identificación e involucramiento de las partes interesadas, es decir, que las grandes empresas aventajan en estos aspectos a las medianas.

Así mismo, las Figuras 17 y 18 del capítulo anterior, sobre frecuencias de las Partes Interesadas, tanto global como discriminada por tamaño de las Organizaciones, muestra mayor dispersión de los datos en el ítem 5.2 Reconocer la RSE, lo que es coherente con lo descrito en los párrafos anteriores.

Los coeficientes de variación de la Tabla 7, muestran variación considerable en los datos de las medianas empresas, ya que en las grandes empresas dichos coeficientes son del 0% de variación, es decir, dichos ítems presentan el 100% de cumplimiento para las grandes empresas.

En cuanto a la identificación específica de los stakeholders, los resultados eran previsibles, ya que en su gran mayoría las partes interesadas de mayor impacto y relevancia fueron consideradas, estas son: proveedores, clientes, empleados, gobierno y directivos de la organización, actores que ejerce una influencia directa e importante sobre la actividad empresarial, mientras que el reconocimiento de sindicatos y ONGs tuvieron menor reconocimiento, sobre todo en las medianas empresas, lo cual se puede explicar por la ausencia de estructuras sindicales en este tipo de empresas; al igual que la poca injerencia de ONGs en sus actividades.

En relación a cuales de las partes interesadas se verían más afectadas por las decisiones empresariales, los resultados obtenidos son consistentes con lo anteriormente dicho, y adicional se tiene a la competencia y la sociedad civil organizada, lo que muestra un interés no solo de los actores internos, sino que se reconoce el impacto que se tiene en agentes del entorno externo.

En cuanto a los agentes que se ven afectados en la cadena de valor, se observa una visión bastante restringida y de carácter únicamente interno en las empresas, puesto que solo reconocen plenamente a los clientes, empleados, proveedores y directivos en este aspecto, lo cual es

consistente con lo que se ha expuesto en los párrafos anteriores, en cuanto a la visión cortoplacista que tienen las organizaciones actualmente frente al tema de RSE, esto se explica porque las etapas iniciales por las cuales pasan todas las empresas que empiezan a trabajar en este tema, aún no se tiene muy claro como intervenir y como afectan las demás partes interesadas en el funcionamiento y sustentabilidad de la organización como tal.

Finalmente en cuanto a los mecanismos utilizados para comunicarse con las partes interesadas, las reuniones, las actividades específicas con ellos y las vistas son los más utilizados, aunque el seguimiento postventa y personal especializado son también representativos y en menor medida, medios tradicionales como el buzón de sugerencias y dependencias específicas. Esto indica que existe en el medio, una tendencia de mecanismos de comunicación directos para la gestión de las partes interesadas. Si se realiza este mismo análisis desde al tamaño de la empresa, las grandes empresas registraron la utilización de todos los instrumentos encuestados, mientras que en las medianas, las visitas y actividades específicas ocupan los primeros lugares, y dependencia (ó área), líneas de atención y buzón de sugerencias son poco utilizados.

Como se anotó en los resultados, la adecuada gestión de los stakeholders es fundamental para la planeación, ejecución y mejoramiento de las actividades de RSE en las organizaciones; así mismo, para identificar las estrategias de comunicación que normalmente utilizan las organizaciones para relacionarse con sus grupos de interés

8.4 Estrategias de comunicaciones y de integración de RSE

A la luz de lo dispuesto en la Norma ISO 26000, la estrategia de comunicaciones e integración se constituye en uno de los principales bastiones en la implementación de la RSE. Para ello, se precisa desarrollar canales efectivos de comunicación relativa a la RSE, que garantice que todos los *stakeholders* sean escuchados y que transmita interna y externamente sus principios, prácticas y resultados.

En este sentido, como lo señala la Fundación Compromiso y Transparencia (2011), *“para que una empresa sea reconocida como socialmente responsable y pueda garantizar su competitividad,*

debe conocer las expectativas de las partes interesadas, ajustar su accionar a éstas, comunicar para apropiar su estrategia de RSE en la totalidad de la corporación, y rendir cuentas. La premisa base es el derecho de la sociedad en general y de las partes interesadas, a conocer y a participar. En síntesis, la comunicación es la plataforma esencial del proceso.”

No obstante su importancia, los resultados indican que la estrategia de comunicaciones y de integración de la RSE con la misión y visión corporativas es el componente de la RSE que tiene el menor nivel de avance en las empresas analizadas, con un porcentaje de cumplimiento del 45%. Los aspectos que presentan en los que hay menos cumplimiento se refieren a comunicación sobre RSE y aumentar la credibilidad en la RSE, con porcentajes de cumplimiento de 10% y 20% respectivamente. Estos resultados evidencian la inexistencia de indicadores de RSE y de mecanismos para la rendición de cuentas de las empresas en materia de RSE.

Cabe señalar que los resultados referidos a las estrategias de comunicación y relacionamiento en el capítulo de *stakeholders*, se encontró que las más recurrentes son de tipo informal y comprenden las reuniones, seguimiento postventa, visitas y actividades específicas. En la mayoría de los casos no se cuenta con una dependencia específica o personal especializado para apoyar la interlocución con las distintas partes interesadas.

Pasando a otros aspectos de la estrategia de comunicaciones y de integración de la RSE en las empresas, se encuentra que la revisión y mejora de las acciones y prácticas en RSE, así como la comprensión de la RSE en la organización y las prácticas para integrar la RSE en toda la organización, tuvieron un porcentaje de cumplimiento entre 50% y 55%. Estos resultados sugieren que se está llevando a cabo de manera parcial el seguimiento de las prácticas de RSE, pero además que no se tiene establecido un programa formal para sensibilizar a las partes interesadas frente a la responsabilidad social, como tampoco para integrar los principios y prácticas de RSE en los esquemas de contratación laboral.

Por último, se encuentra que el aspecto que mostró un mayor porcentaje de cumplimiento se refiere a la relación de las características de una organización con la RSE (70%), el cual indaga por la existencia de evidencias o registros de las actividades relacionadas con RSE.

El análisis conjunto de estos resultados revela que si bien las empresas llevan a cabo prácticas relacionadas con RSE y que existe algún tipo de evidencia o registro de ellas, no se hace un seguimiento sistemático de estas prácticas como tampoco se divulgan de manera formal sus resultados a las partes interesadas.

Por su parte, los resultados discriminados según tamaño de las empresas dan cuenta de que en general es mayor el nivel de cumplimiento de los componentes de la estrategia de comunicaciones en las grandes empresas en comparación con las medianas. Esta diferencia es más evidente en el aspecto referido a revisión y mejora de prácticas en RSE, en el que el porcentaje de cumplimiento fue de 75% para las grandes empresas en comparación con 33% en las medianas. Otro de los aspectos en los que se observan diferencias importantes entre empresas es en la relación de las características de una organización con la RSE, que presenta una diferencia de 30 puntos en el porcentaje de cumplimiento entre medianas (58%) y grandes empresas (88%).

Con respecto a los aspectos en los que se observó un menor nivel de cumplimiento, las medianas empresas registraron un porcentaje nulo en lo que respecta a comunicación sobre RSE en la organización, al igual que un 8% de cumplimiento en aumentar la credibilidad en las acciones que comprometen dicha responsabilidad. Cabe señalar que ambos aspectos fueron los que tuvieron el más bajo porcentaje de cumplimiento en las grandes empresas, con 25% y 38%, respectivamente.

Un hallazgo particular, se refiere al ítem referido a la integración de prácticas de RSE en toda la organización, en el que las medianas empresas superaron a las grandes (58% vs 50%). Pese a que los porcentajes indican que hay un cumplimiento parcial de estas prácticas en los dos tipos de empresas, el mayor resultado de las medianas puede interpretarse a la luz de que cuentan con una estructura organizacional más liviana y, por tanto, más susceptible a la adopción de prácticas de RSE.

A manera de síntesis de los resultados en cuanto a la estrategia de comunicaciones e integración de la RSE en la organización, se encuentra que este componente es el menos desarrollado en las grandes y medianas empresas que son objeto de estudio. La comunicación de la RSE y el aumento de la credibilidad en materia de RSE por las partes interesadas, fueron los dos aspectos más

deficitarios de la estrategia de comunicación, los cuales resultan aún menos avanzados en las medianas empresas.

Como se indicó en el capítulo anterior, estos dos ítems evalúan la definición, seguimiento y mejora de los indicadores de RSE, así como la participación “oficial” de este tema dentro de los informes de gestión de las organizaciones, es decir, por medio de estos dos ítems se demuestra el carácter formal y estratégico de la RSE en las organizaciones, lo cual implica una debida planeación, ejecución, monitoreo, evaluación y rendición de cuentas de sus acciones.

9. CONCLUSIONES

- En primer término, la revisión de la literatura especializada ha permitido evidenciar el dinamismo, legitimidad y amplitud de perspectiva que ha ganado el concepto de responsabilidad social a lo largo de las últimas décadas. En el campo empresarial, dicho concepto ha avanzado desde una postura eminentemente legalista, muy arraigada a la defensa de los derechos laborales y sindicales que al cabo de los años fueron tornándose de obligatorio cumplimiento, hacia una visión alineada con el horizonte institucional y la estrategia corporativa de las organizaciones. Es así como desde los lineamientos de la Norma ISO 26000, la concepción actual de la RSE tiene por objetivo el de contribuir al desarrollo sostenible, propósito que trasciende el escenario de la organización y se integra a asuntos fundamentales como la garantía de los derechos humanos, la ética ciudadana, la conservación ambiental, entre otros, que resultan determinantes para garantizar una coexistencia sustentable a escala global.

- En virtud de estos avances, se encuentra que el propósito de la ISO 26000 por fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo en ello una obligación inherente a cualquier organización, se ha venido consolidando, aunque con diferentes grados de desarrollo, en las empresas medianas y grandes del sector de alimentos y bebidas en la ciudad de Manizales que fueron objeto de estudio en esta investigación. Sin embargo, el balance general de los resultados indica que este mayor reconocimiento a la importancia de la RSE está más arraigada en el imaginario de las organizaciones que en sus prácticas cotidianas.

- Lo anterior se evidencia a la luz de las brechas identificadas en cuanto al enfoque de RSE prevalente en las empresas estudiadas. A este respecto, los resultados indicaron que efectivamente los enfoques legalista e instrumental son menos evidentes en la estrategia de

RSE de las empresas, al tiempo que ganan importancia los enfoques de tipo estratégico, que asocia estas prácticas con la visión y misión organizacional, y de reconocimiento, que está ligado al posicionamiento de la imagen corporativa de las empresas en el mercado. No obstante, el enfoque de *compromiso*, que implica un involucramiento real con acciones de RSE, tiene aún un bajo porcentaje de cumplimiento en el conjunto de empresas grandes y medianas, con más intensidad en estas últimas.

- Los resultados de la investigación están en línea con los hallazgos de la Encuesta de Responsabilidad Social de la ANDI, entidad que lidera los esfuerzos para la incorporación de la RSE en las empresas del país. La Encuesta correspondiente al año 2013 identifica como principales barreras en el desarrollo de la RSE en las empresas, la dificultad en el entendimiento de su finalidad y propósitos, y en consecuencia, su escaso aprovechamiento para el direccionamiento estratégico de la organización. A su vez, dentro de la presente investigación se identificaron como debilidades la escasa comunicación de la estrategia de RSE a las partes interesadas, y por ende la comprensión de su alcance y potencialidad por parte de los *stakeholders* de las respectivas empresas.

- Uno de los hallazgos reiterados en la presente investigación, tienen que ver con la menor apropiación de las prácticas de RSE en las medianas empresas, en comparación con las grandes empresas, situación que en sí misma refleja una brecha asociada a las capacidades con que cuentan ambos tipos de organizaciones y que ha sido identificada en estudios precedentes sobre responsabilidad social en el país, según se detalló en el marco teórico (Rivero, 2006; Gutiérrez, 2006). De acuerdo con estos autores, las pequeñas y medianas empresas enfrentan barreras como la carencia de recursos y personal preparado, lo cual obliga a dichas organizaciones a priorizar acciones que garanticen su supervivencia en el corto plazo.

- De manera general las empresas participantes de la investigación presentan un cumplimiento superior al 80% en relación a los principios de la RSE. El principio de Respeto a los derechos humanos registró el mayor nivel de cumplimiento, seguido por Respeto al principio de legalidad y Respeto a la normatividad internacional de comportamiento; los resultados obtenidos indican que las empresas son conscientes del marco legal previsto y aplicable a su objeto y periódicamente se informan y revisan su cumplimiento. El cuarto principio con mayor nivel de cumplimiento fue el Respeto a los intereses de las partes interesadas, seguido por los principios de transparencia y comportamiento ético mientras que el principio de Rendición de cuentas quedó en el último lugar entre los ocho principios analizados.
- Las grandes empresas registraron un mayor cumplimiento en cuanto a los principios de la RSE, en relación con las medianas, lo que es explicado por Rivero (2006) a partir de las diferencias del grado de desarrollo de la responsabilidad social entre las grandes empresas y las medianas y pequeñas.
- En relación a las materias fundamentales de RSE, las Prácticas Laborales registraron el mayor porcentaje de cumplimiento, seguida por derechos humanos, la gobernanza, asunto de consumidores y medio ambiente; mientras que el menor porcentaje lo obtuvo la participación activa y desarrollo de la comunidad. Estos valores se pueden explicar en el hecho de que empresas que actualmente adelantan en alguna medida procesos de RSE, lo hacen en parte por cumplir con los requerimientos obligatorios de tipo legal. Las dos materias fundamentales en las cuales se registró una menor diferencia entre las empresas medianas y grandes fueron prácticas laborales y derechos humanos.
- Las grandes empresas presentan un consenso unánime respecto del reconocimiento de la RSE y la identificación e involucramiento de las partes interesadas en relación a las medianas. Los proveedores, clientes, empleados, gobierno y directivos de la organización registraron los

mayores porcentajes en identificación específica de los stakeholders y en relación a cuales de las partes interesadas se verían más afectadas por las decisiones empresariales, los resultados obtenidos son consistentes con los anteriores, adicional se registró la competencia y la sociedad civil organizada.

- Se reconoce como agentes que se ven afectados en la cadena de valor, a los clientes, empleados, proveedores y directivos; lo cual es catalogado como una visión restringida por su carácter únicamente interno en las empresas.
- Teniendo en cuenta el tamaño de las empresas, el tema de los sindicatos en las medianas tiene poco reconocimiento, así mismo, la competencia, la liga de consumidores y las ONG's presentan bajos porcentajes de reconocimiento por parte de este mismo grupo.
- En relación a los mecanismos utilizados para comunicarse con las partes interesadas, las grandes empresas utilizan todos los instrumentos encuestados, incluyendo una dependencia o área específica para el manejo de RSE.

10. RECOMENDACIONES

La incorporación de la responsabilidad social empresarial en grandes y medianas empresas manufactureras, pertenecientes a los sectores de alimentos y bebidas de la región Centro Sur del

Departamento de Caldas, es un proceso que si bien, tiene resultados importantes que mostrar, aún está demasiado joven especialmente en las medianas empresas, los avances en las grandes empresas son mucho mayores y representativos pero aún falta.

La responsabilidad social empresarial es un compromiso continuo de las empresas de comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico, a la vez que mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la sociedad en su conjunto (WBCSD, 2000). Sin embargo son escasos los trabajos que han indagado sobre la investigación en responsabilidad social empresarial. Este estudio presenta un panorama general sobre la incorporación de la RSE en grandes y medianas empresas manufactureras, pertenecientes a los sectores de alimentos y bebidas, pero como se puede constatar en este documento, los antecedentes son escasos y muchos de ellos corresponden a contextos y realidades de otras latitudes.

Debido al impacto que han tenido los procesos de responsabilidad social en el mundo empresarial y en la normatividad de los países, se ha despertado en la academia un especial interés por investigar dicho fenómeno, su desarrollo, sus condiciones y su impacto directo en la generación de valor, el aumento de la productividad, competitividad, sostenibilidad e innovación de las empresas. Y es debido a la importancia que ha tenido la RSE en los diferentes contextos que se deben propiciar mayores investigaciones en el tema, y por su aplicabilidad, se recomienda llevar a cabo investigaciones en una unión entre academia y empresa; puesto que de esta manera se esperarían mayores avances en la implementación de procesos de RSE.

Se recomienda además replicar esta investigación en diferentes sectores de la misma región, y de esta manera realizar un diagnóstico detallado sobre la forma en que se están adelantando los procesos de incorporación de responsabilidad social en las empresas, resultados que generaran nuevas preguntas y futuras líneas de investigación, contribuyendo a la producción de conocimiento en el campo de la RSE en la región, al igual que al entorno empresarial en relación a las características y alcances de los procesos que le lleva a cabo y la forma en que se está abordando dicho fenómeno.

También resulta de interés replicar este ejercicio investigativo en empresas del mismo sector pero de otras ciudades o regiones del país, con el fin de tener un panorama más amplio respecto de las acciones de RSE que se vienen llevando a cabo en el país.

Por último, se recomienda realizar un estudio tipo diagnóstico en las pymes, debido a la importancia que este tipo de empresas tiene dentro de la economía del país, no solo a nivel productivo, sino social y económico. Estos resultados permitirán realizar proyecciones sobre los procesos de RSE en el futuro empresariado.

11. LÍNEAS DE TRABAJO FUTURO

De acuerdo con los resultados arrojados por la investigación, una de las líneas de trabajo emergentes está relacionada con el fortalecimiento de la estrategia de comunicación e integración de la RSE en la organización. Como se expuso en la discusión de resultados, las acciones en este frente han sido insuficientes, al punto que se evidencia un desconocimiento sobre el alcance y los propósitos de las acciones de RSE en las empresas. Se precisa entonces de acciones tendientes a formalizar las acciones de RSE, lo cual implica la formulación y puesta en marcha de un plan con objetivos, metas y acciones concretas, así como de los mecanismos que garanticen el seguimiento, evaluación, retroalimentación y, finalmente, la rendición de cuentas a todas las partes interesadas.

En esta misma orientación, se insiste en la necesidad de que estas acciones trasciendan la organización y permeen a los diferentes estamentos de la comunidad y la sociedad, pues ésta resultó ser una de las materias fundamentales de la RSE con más bajo porcentaje de cumplimiento.

Otra línea de trabajo se encamina al diseño e implementación de estrategias para integrar los procesos de RSE en las estructuras organizacionales, teniendo en cuenta un impacto directo en la generación de valor, el aumento de la productividad, competitividad, sostenibilidad e innovación.

Desde las diferentes entidades públicas y gremiales que impulsan la RSE, se deben publicitar los beneficios que trae para las organizaciones la implementación de la responsabilidad social empresarial, basado en su incidencia de forma directa en el éxito competitivo de las empresas y en sus innovaciones y en consecuencia, en la constitución de en una nueva forma de hacer negocios, porque integra de manera voluntaria, las preocupaciones sociales, económicas y medioambientales en las acciones propias de la actividad empresarial (Gallardo y Sánchez, 2013).

La constitución de la RSE como una estrategia competitiva que otorga a las empresas una serie de herramientas que le permiten monitorear su entorno identificando ventajas y oportunidades que se puedan transformar en ventajas competitivas (Ocampo et al., 2014).

Los procesos de RSE en las PYMES colombianas, considerando diferentes posturas como Rivero (2006) que argumenta el menor grado de desarrollo de la responsabilidad social en las medianas y pequeñas empresas, en la menor necesidad en la asunción del concepto y a barreras de entrada a las cuales se enfrentan este tipo de empresas como: carencia de personal preparado, limitación de recursos, entre otros aspectos y Gutiérrez (2006) para quien que las dificultades de estas empresas giran en torno a la supervivencia; en consecuencia, los recursos son limitados y por esta razón el principal desafío de la RSE es establecer estrategias que permitan alcanzar un mayor valor económico y social

Finalmente, una línea de trabajo podría estar orientada a la identificación de casos de éxito en materia de incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en diferentes sectores, que sirvan como base para nuevos procesos, y permitan un abordaje con más profundidad sobre la incidencia de estas acciones en las empresas de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Barroso Tanoira, F. (2007). Responsabilidad social empresarial: concepto y sugerencias para su aplicación en empresas constructoras. *Revista Académica de la FI-UADY - ISSN:1665-529X* , 11-3, 65-72.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row.
- Carroll. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons* , July-August.
- Chirinos, M. E., Fernández, L., & Sánchez, G. (2013). RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL O EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES. *Razón y Palabra* , 1-18.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. España: Libro Verde, Guía 1-35.
- Cortina, A. (2003). *Construir Confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*. Madrid: Trotta.
- Crespo. (2010). Entre el concepto y la práctica: Responsabilidad Social Empresarial. *Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal* , Vol 26, No. 117, pp119-130.
- Drucker, P. (1984). The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review* , 53-63.
- Faride, C. (Oct-Dic 2010). Entre el concepto y la práctica: Responsabilidad Social Empresarial. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, Sistema de Información Científica, Estudios Gerenciales* , Volumen 26, numero 117, pág 119-130.
- ICONTEC . (2008). *Guía Técnica Colombiana GTC 180 - Responsabilidad Social*. Bogota D.C.: ICONTEC, pp 1-53.
- International Trade Centre. (2011). *Social Accountability International - SA 8000*. USA: SA 8000.
- ISO 26000. (2010). *Guía de Responsabilidad Social ISO 26000*. Ginebra (Suiza): ISO.
- Kramer, P. a. (2011). *Creating Shared Value*. Cambridge: Harvard Business Review.
- Mellado, C. (2009). Responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas Latinoamericanas. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*. Volumen XV. Número 1 , 24-33.
- Ocampo, Ovalle, Forero, Basante, Vargas, López, y otros. (2012). *Caracterización de las Estrategia de Producción Sostenible en la Empresas Manufactureras de la región Centro Sur de Caldas*. Manizales: Universidad Autónoma de Manizales.

- Pacto Global. (2014). *Creative Commons Attribution* . USA: Version electrónica (recuperado el 21 de septiembre de 2014).
- Pedro, R. (2006). La Responsabilidad Social Corporativa en las Pymes. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. *Sistema de Información Científica* , 77-91.
- Pineda, L. &. (2009). *Prospectiva y Vigilancia Tecnológica*. Bogotá.
- Rivero. (2006). La Responsabilidad Social Corporativa en las Pymes. *Red de revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* , 77-91.
- Sánchez, G. y. (2013). Análisis de la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de innovación. *Universia Business Review* , 38.
- Social Accountability International (SAI). (2008). *Responsabilidad Social 8000*. USA: Guía SA 8000.
- Solano, S. L. (2008). *Instrumentos de Responsabilidad Social Corporativa (versión electrónica)*. Barcelona (España): Fragua.
- Steiner, G. (1971). *Business and Society* . New York: Random House.
- Yepes, P. y. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial: Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas.