

Modelo de implementación en las Mipymes, clúster plásticos, del sistema de gestión ética y socialmente responsable

Grupo de investigación: Centro de Investigación y Desarrollo empresarial CINDE

Línea de investigación: Desarrollo de Mipymes.

Carlos Gabriel Correa Ch. • Jessica Paola Vargas Dussan •• Juan Manuel Chisino Corredor ••••

Recibido: Abril 8 de 2013 Aceptado: Marzo 22 de 2013

RESUMEN

El presente artículo hace referencia al análisis de la situación actual de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) en Colombia, relacionando la importancia de estas en su economía y entorno global. Se propone un modelo y su implementación en dichas empresas del sector (clúster) plástico de acuerdo al Sistema de Gestión SGE: 21, que integra la calidad, la seguridad y el medio ambiente, basado en ética y responsabilidad social. Al implementar dicho modelo fue observada una tendencia hacia el mejoramiento en las categorías: competitividad, productividad y credibilidad. El modelo tiene factores diferenciadores con los sistemas integrados de gestión (SGI) al incluir la condición, el cumplimiento de la ética y la responsabilidad social, en los procesos internos y externos.

Palabras Clave: Clúster, Competitividad, Ética, Responsabilidad Social

ABSTRACT

This article we have reference to the current situation analysis of micro, small and medium enterprises (Mipymes) in Colombia, relating the importance of these in its economy and global environment. A model is proposed and its implementation in these companies (cluster) according plastic SGE Management System: 21, which integrates quality, safety and the environment, based on ethics and social responsibility. By implementing this model was observed a trend toward improvement in the categories: competitiveness, productivity and credibility. The model has differentiators with integrated management systems (IMS) to include the condition, compliance with ethics and social responsibility in the internal and external processes.

Keywords: Cluster, competitiveness, ethics and Social Responsibility

• Ingeniero Industrial. Docente investigador del Grupo Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial CINDE, Línea de Investigación Desarrollo de Mipymes. Email: carlos.correa@profesores.uamerica.edu.co

•• Estudiante coinvestigadora, Universidad de América, Bogotá. jessica.vargas@estudiantes.uamerica.edu.co

••• Estudiante coinvestigador. Universidad de América, Bogotá. juan.chisino@estudiantes.uamerica.edu.co

•••• Ingeniero Depto de perforación Ecopetrol. Proyecto Desarrollado en convenio con Ecopetrol - ICP.

INTRODUCCIÓN

Las Mipymes representan el 96.4% de los establecimientos empresariales de Colombia; generan el 63.0 % del empleo del país (San Clemente, 2010), y representan un 40% del producto interno bruto (PIB), son responsables del 80% de la generación del empleo del país (portafolio 18 de abril de 2013) tienen presencia en los diferentes sectores productivos; a pesar del representativo aporte del clúster de plásticos en la economía, el Informe de Competitividad 2008-2009 (Tabla 1), evidencia que el grado de productividad (dólares/persona-año) clúster de plásticos es bajo (20.000) en comparación con el nivel de generación de empleo que éste promueve (8,18%) (Tabla 1); otros clúster, muestran un alto grado de productividad pero un bajo nivel de generación de empleo; Al exterior de las empresas mipymes se percibe desconfianza de los clientes especialmente en lo correspondiente a administración empresarial basada en valores éticos de transparencia, formalidad legal, y de gestión de responsabilidad social al interior de las organizaciones y al conocer el sistema de gestión SGE: 21, como norma que incluye la ética y la responsabilidad social en un sistema que involucra los multistakeholders¹, compuesto por: alta dirección, clientes, proveedores, personas que trabajan para la organización, entorno social, entorno ambiental, inversores y la administración pública que es totalmente compatible con las normas ISO 9001, ISO 14001, Ohsas 18001; basado en lo anterior, como oportunidad de mejoramiento, se plantea como hipótesis: “¿Al implementar y mantener un sistema de gestión ética y socialmente responsable, bajo la norma SGE: 21, en las empresas del sector industrial, inicialmente en el clúster plásticos, se logrará un desarrollo ético y socialmente responsable en los procesos con resultados de confianza por parte de proveedores, empleados y clientes?”

En el país se han hecho algunas gestiones, a nivel de empresas públicas, pactos como el de Fenalco y las Contralorías Generales de al-

gunas regiones, “Pacto por la transparencia” (Portafolio, abril-mayo 2013), a nivel interno de las empresas de servicios y de producción, no se tiene conocimiento sobre la existencia de políticas y directrices que tengan este objetivo concreto, el de crear una gestión basada en la ética y la responsabilidad social, como piedra angular para cumplir su responsabilidad en la calidad de sus productos, el ofrecimiento de puestos seguros y saludables, el compromiso con el medio ambiente y la administración transparente

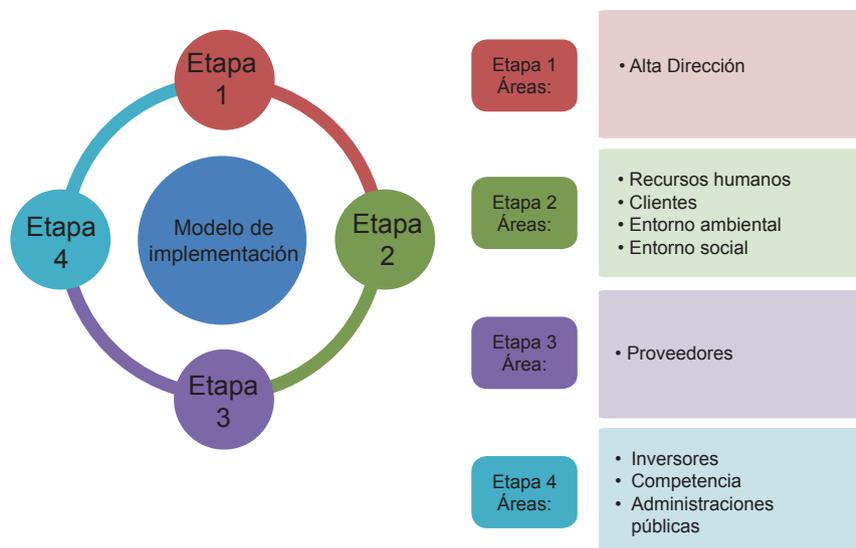
El sistema de gestión SGE: 21 fue elaborado por Forética; actualmente está presente en diversos países de Latinoamérica (Colombia, Chile, Perú, Argentina y Venezuela); es una entidad constituida como un paraguas muy amplio que alberga muchas de las preocupaciones actuales, la gestión ambiental y el cambio climático, el crecimiento de la población y la diversidad, el acceso a los productos y servicios con calidad reconocida a un precio razonable, y el respeto de los derechos humanos, entre otros.

La hipótesis se verificó a través de un diagnóstico realizado a una muestra representativa de las empresas mipymes de Bogotá pertenecientes al clúster de plásticos (75 empresas), dio como resultado la identificación de las áreas y/o partes interesadas de las empresas en las que se presentan falencias en cuanto a la ética y la responsabilidad social, estas falencias se contrarrestan con la puesta en marcha del modelo de implementación (Gráfico 1) desarrollado en la investigación, el cual conduce a las organizaciones a la certificación de la norma SGE 21: 2008.

Una vez implementado el modelo que lleva a la certificación bajo la norma SGE 21: 2008, las empresas, para este caso del clúster de plásticos, pueden obtener logros y bondades a nivel social, económico, cultural, de competitividad y productividad, medidos desde el estado inicial de la organización, hasta el momento en que se logra la certificación y mantenimiento del sistema.

1 Interesados en la empresa.

Gráfico 1. Modelo de implementación



Fuente: Autores basado en la norma SGE: 21

El clúster plásticos dentro de las 42 empresas identificadas por el informe de competitividad, muestra una mediana productividad como la relación de dólares anuales por trabajador y una representación en el empleo representativa de 8.18%, se observa que el clúster de elaboración de bebidas tiene una alta productividad 122.000, pero una participación en el empleo de 1.93%, el clúster prendas de vestir tiene una productividad de \$US10.000 y un aporte en el empleo del 14.44%, clúster con una participación muy activa en las exportaciones a los Estados Unidos (Tabla 1.)

EVOLUCIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE

La implementación del Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable es una herramienta disponible a disposición de las organizaciones, integra aspectos sociales, de seguridad en los puestos de trabajo y medioambientales en las

operaciones y en las relaciones con los grupos de interés, lo cual genera una serie de beneficios y mejoras reflejados en la productividad y competitividad del clúster de plástico, la Norma SGE: 21:2008 comprende tres sistemas de gestión: las normas ISO 9001 (Sistema de la Calidad), ISO 14001 (Gestión Medioambiental) y Ohsas 18001 (Gestión de Salud y Seguridad Ocupacional).

La ética empresarial corresponde a cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios. La gestión empresarial, la organización de una corporación, las conductas en el mercado, las decisiones comerciales, entre otras; a su vez, la ética empresarial orienta hacia las virtudes personales que han de estar presente en el mundo de los negocios; desde otro punto de vista, la ética empresarial lleva al cumplimiento de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en la gestión empresarial, la organización de una empresa, las conductas en el mercado, las decisiones comerciales, entre otros (Mora & Borregon, 2008).

Tabla 1. Productividad y participación en empleo industria manufacturera colombiana

Clúster	Productiv	Partic. Emp	Clúster	Productiv	Partic. Emp
Elaboración de bebidas	122.000	1,93%	Autopartes	18.000	0,48%
Vehículos y motores	88.000	0,24%	Producción de metal	16.000	2,70%
Sustancias químicas básicas	82.000	0,22%	Panaderías similares	15.500	2,98%
Embarcaciones	80.000	0,27%	Otros textiles	15.000	1,25%
Ingenios y Refinerías azúcar	58.000	0,39%	Máquinas uso especial	14.800	0,67%
Aeronaves y espaciales	52.000	1,06%	Textil	15.000	7,70%
Industria básica hierro	43.000	1,83%	Institutos Ópticos	15.800	1,44%
Minerales no metálicos	42.000	5,01%	Metálicas estructurales	14.600	0,19%
Otros productos	41.000	8,57%	Máquinas uso general	15.600	0,29%
Actividades edición	41.000	1,35%	Motores generales	15.300	0,29%
Vidrio	41.000	1,06%	Productos tejidos	15.200	1,73%
Papel y cartón	38.000	4,04%	Aparatos médicos	14.800	1,83%
Alimentos animales	37.500	1,73%	Aparatos uso doméstico	13.500	1,73%
Productos lácteos	37.000	2,89%	Carrocerías	13.000	1,64%
Otros alimentos	36.000	2,70%	Muebles	13.000	2,70%
Metales precio. y no ferrosos	30.000	0,48%	Cueros	12.000	1,54%
Frutas aceites	28.000	1,73%	Artículos de talabartería	11.800	1,64%
Plásticos	20.000	8,18%	Acabados textiles	11.200	1,73%
Artículos impresión	20.000	1,54%	Prendas de vestir	10.000	14,44%
Caucho	19.000	1,16%	Carpintería construcción	8.500	1,54%
Carne y pescado	18.000	3,37%	Láminas de madera	4.000	1,73%

Fuente: Elaborado a partir de gráfica 122 del Informe de Competitividad 2008-2009 (pág. 284)

Código de ética

Una de las exigencias o requisitos que debe cumplir la norma SG: 21, es que las acciones sean, en primera instancia, al interior de las organizaciones y de manera exógena a la organización orientada por un código ético de obligatorio cumplimiento y monitoreado por el mismo personal de la organización; la responsabilidad social debe verse cumplida con su personal, con la comunidad, con sus clientes, proveedores.

RSE² Responsabilidad Social Empresarial

La implementación en las empresas u organizaciones ha venido adquiriendo, progresivamente, contornos en el ambiente nacional; cada vez

se ve más que es un factor importante en las decisiones de inversión, producción y comercialización. El concepto de RSE corresponde a una visión integral de la sociedad y del desarrollo que entiende que el crecimiento económico y la productividad están asociados con las mejoras en la calidad de vida de la gente, y la vigencia de las organizaciones comprometidas con las libertades y derechos de las personas.

El Libro Verde de la Comisión Europea fomenta un marco para la responsabilidad social de las empresas, publicado en 2001, destaca que: la mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto 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 (Comisión de las comunidades europeas, 2001).

² Responsabilidad Social Empresarial.

Competitividad

La competitividad involucra diferentes estrategias que una empresa, clúster, sociedad, país o el mundo puedan adoptar particularmente para generar riqueza; esas estrategias consiguen tener bases de tipo político, económico, operativo, productivo, social, ambiental y demás enfoques en los que se podrían basar y es aquí donde la gestión ética y socialmente responsable (Norma, SGE 21, 2008) puede hacer la diferencia en dichas estrategias, puesto que el objetivo último de esta norma es dar respuesta a las organizaciones u empresas a los retos de transparencia, integridad y sostenibilidad que se generan día a día en las organizaciones; así que se podrían enfocar las estrategias de las empresas para ser competitivas desde el clúster al cual pertenezcan que para este caso es el clúster de plásticos, dentro del marco económico, ambiental y social. Este marco se caracteriza por conocer las expectativas de sus grupos de interés; a su vez, por respetar el medio ambiente, por fomentar y trabajar bajo la ética en cada uno de sus procesos, por reconocer a las personas como esenciales para su actividad económica y por garantizar el desarrollo de las personas y protección la ambiental para generar valor económico.

Productividad

Mejorar la productividad³ es clave para mejorar el nivel de vida de la sociedad, ya que repercute en mayor potencial de incrementar los sueldos y más rentabilidad para el capital invertido que incentiva cada vez más la inversión, el crecimiento de empleo y el crecimiento de la economía (Alvarez, 2008). Así mismo, el incremento de la productividad impulsa el crecimiento de la economía. Por estas razones, en la actualidad, se escucha hablar cada vez con mayor predominio sobre la importancia de la productividad y de la necesidad de la búsqueda de medidas que la mejoren. La productividad como resultados con el menor consumo de recursos no debe estar sa-

3 Resultados (económicos) comparados con el consumo de recurso.

crificada por una exigencia de unidades superior a los normal del ser humano o por condiciones de incomodidad de puestos de trabajo inseguros, sacrificio de la calidad de los materiales y del producto, competencia desleal, entre otros; el sistema de gestión bajo la Norma SGE 21: 2008, audita los procesos en una gestión ética y responsabilidad social sin discriminación alguna.

El clúster de plástico

Es la concentración geográfica de empresas interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios, empresas en sectores próximos, e instituciones asociadas, por ejemplo: universidades, agencias gubernamentales, asociaciones empresariales, entre otros; en ámbitos particulares que compiten pero que también cooperan, el clúster tiene como objetivo maximizar la competitividad y los éxitos empresariales aprovechando las oportunidades en las redes y cadenas de valor de los productos, tanto así que el éxito empresarial no sólo depende de los esfuerzo propios de las condiciones macro o de las leyes del mercado sino, también, de la calidad del entorno donde se desarrolle (Porter, 2007).

Un clúster es un conjunto o grupo de empresas pertenecientes a diversos sectores, ubicadas en una zona geográfica limitada, interrelacionadas mutuamente en los sentidos vertical, horizontal y colateral en torno a unos mercados, tecnologías y capitales productivos que constituyen núcleos dinámicos del sector industrial, formando un sistema interactivo en el que, con el apoyo decidido de la Administración, pueden mejorar su competitividad (Peregro, 2003).

Forética⁴

Es la asociación de empresas y profesionales de la RSE líder en España creada en el año 1999, con más de diez años de historia y cerca de 250 socios, tienen como misión fomentar la cultura de la gestión ética y la responsabilidad

4 Asociación sin ánimo de lucro.

social dotando a las organizaciones de conocimiento y herramientas útiles para desarrollar con éxito un modelo de negocio competitivo y sostenible. Desde el año 2006 también opera en Latinoamérica a través de su sede en Buenos Aires. La participación en los principales foros de decisión a nivel mundial y el aporte de soluciones innovadoras para los retos de la gestión ética, han supuesto una contribución importante para el desarrollo de estrategias de responsabilidad social, tanto de grandes empresas como de pymes (Fortética, 2000). Actualmente, más de 140 organizaciones y más de 100 socios hacen parte de la asociación; conviven empresas de todos los tamaños y sectores de actividad; además de asociaciones profesionales, organizaciones del tercer sector o académicos de reconocido prestigio.

La NORMA SGE 21: 2008. Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable

Caracterizados y definidos los conceptos de ética y responsabilidad social, se trata la norma SGE 21:2008 que supone la respuesta de las organizaciones al reto de la sostenibilidad, la cual se ha constituido como un envoltorio que abarca muchas de las preocupaciones actuales como la gestión ambiental y el cambio climático, el crecimiento de la población y diversidad, acceso a los servicios y el respeto a los derechos humanos. Las nuevas tendencias mundiales y el rápido cambio de las expectativas de la ciudadanía vinculadas a la sostenibilidad, están contribuyendo a que las organizaciones más eficientes incorporen en sus prácticas mecanismos que permitan conocer las motivaciones de sus grupos de interés (clientes, proveedores, personas que integran la organización, inversores y comunidad externa.)

La norma SGE: 21 se convierte en la herramienta que permitirá alcanzar el objetivo que deben tener las empresas como responsables de ofrecer productos éticos para los clientes, para el medio ambiente, para la calidad y para

el trabajador con respecto a su calidad en el ambiente de trabajo y como resultado de esto incrementar la productividad en las empresas pertenecientes al sector; la norma sistematiza las relaciones con nueve grupos de gestión, para los que establece unos criterios que son desarrollados y evaluados por un código de conducta y supervisados por un Comité de Ética. Los grupos de gestión que se analizan: alta dirección, relaciones con los clientes, con los proveedores, con las personas que integran la organización, con el entorno social, con el entorno ambiental, con los inversores, con la competencia y con las administraciones públicas.

IDENTIFICACIÓN DE LAS LAS EMPRESAS QUE CONFORMAN EL CLÚSTER DE PLÁSTICOS (MIPYME) EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

Comprende la revisión de los temas concernientes a las Mipymes en Colombia, su importancia, sus características, su comportamiento y su participación en el país con énfasis en la ciudad de Bogotá, D.C. Llegando a la determinación de la muestra representativa la cual es objeto de estudio más adelante.

Información sobre Mipymes en Colombia

La economía colombiana se soporta en empresas de pequeña escala. Sin embargo, el universo de la Micro es desconocido; no existe un consenso ni siquiera en cuanto al número de empresas que pertenecen a este estrato empresarial. A pesar de que se dispone de una definición establecida por la Ley, la carencia de estadísticas es una de las mayores limitaciones que enfrenta la Mipymes en Colombia pues no se dispone de información actualizada que sirva como soporte para estudios de investigación o la formulación de políticas y programas que fomenten el desarrollo de estas empresas (Rodríguez, 2003).

Definición y clasificación de MIPYMES

De acuerdo con la ley 590 del año 2000, en Colombia se entiende como Mipymes: micro, pequeña y mediana empresa toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales,

agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana que cumpla con los criterios de activos y número de empleados para pequeña y mediana (Congreso de la República, 2000) que se presentan a continuación en la tabla 2, cuando hay contradictores, prevalece el factor de los activos.

Tabla 2. Clasificación de las empresas, según Ley 590 de 2000.

Tipo de empresa	Número de empleados	Valor de activos
Micro	Hasta 10 Trabajadores	Menos de 500 SMMLV ¹
Pequeña	Entre 11 y 50 Trabajadores	Entre 501 y 5.000 SMMLV
Mediana	Entre 51 y 200 Trabajadores	Entre 5.001 y a 30.000 SMMLV
Grande	Más de 200 Trabajadores	Más de 30.000 SMMV

1. Salario mínimo moneda legal vigente, en Marzo de 2012, en Colombia el SMMLV equivale a \$ 566.700, aproximadamente US 300.

Fuente: Ley 590 de 2000

Número de Mipymes sobre el total de empresas

La empresa Mipyme en Colombia, por su capacidad para la generación de empleos y crecimiento productivo, reviste gran importancia en el desempeño que ha tenido este segmento empresarial en los país, cubren el 96.86% de las empresas (tabla 3), lo cual demuestra la importancia que se le debe dar al mejoramiento de la gestión en estas empresas, que logre confianza

de los clientes ntes al recibir sus productos, que se sepa que existe responsabilidad al interior de sus productos con el ofrecimiento de puestos seguros, saludables y con el impacto ambiental, controlando las huella de CO², huella hídrica, aporte al control del grave problema que esta originando el calentamiento global; somos conocedores que los productos plásticos son los que más aportan a este problema, por eso el sistema de gestión SGE-21, puede ser un aporte que debe ser tenido en cuenta

Tabla 3. Distribución de la empresa Mipyme en Colombia

Tipo de empresa	Año 2012	Porcentaje	Acumulado
Microempresas	166.378	80.77	80.77
Pequeñas	25.567	12.41	93.18
Medianas	7.579	3.68	96.86
Grandes	2.652	1.29	
Sin clasificar	3.822	1.86	
Totales	205.998	100.00	

Fuente Cámara de Comercio de Bogotá 10 de julio de 2012

Las pymes están distribuidas en tres sectores; industria con un cubrimiento del 53%, el comercio con el 25% y el sector servicios con el 22%; los productos caucho y plásticos del sector industrial cubre el 11% de dicho sector (Tablas 4, 5 y 6)

Tabla 4. Distribución sector industria y subsectores

Sector	%	Subsector	%
Industria	53%	Productos caucho y plásticos	11%
		Prensas de vestir	11%
		Alimentos y bebidas	11%
		Productos textiles	6 %
		Producto metálicos	7%
		Productos minerales no metálicos	7%
		Maquinaria y equipo	8%
		Sustancias y productos químicos	10%
		Muebles, otras industrias manufactureras	10%
		Cuero, calzado y marroquinería	9%
		Actividades de edición e impresión	10%
		Ferretería, cerrajería y productos de vidrio	18%
		Publicidad	10%
Informática	8%		

Tabla 5. Distribución sector comercio y subsectores

Sector	%	Subsector	%
Comercio	25%	Alimentos y bebidas	25%
		Productos farmacéuticos de perfumería	21%
		Prendas de vestir	18%
		Artículos de uso doméstico	18%
		Ferretería, cerrajería y productos de vidrio	18%

Tabla 6. Distribución sector servicio y subsectores

Sector	%	Subsector	%
Servicios	22%	Actividades arquitectura e ingeniería	45%
		Hoteles y restaurantes	20%
		Asesoramiento empresarial	17%
		Publicidad	10%
		Informática	8%

Tamaño de la muestra

Al conocer el tamaño de la población, el tamaño de la muestra resulta con mayor precisión, así que para que los datos sean representativos de la población, se debe emplear la ecuación que permite determinar el tamaño de la muestra (n), a la cual se le realizará el estudio. Para esta investigación, la población total es de 449 empresas del sector de plásticos de la ciudad de Bogotá; por lo tanto, se procede a aplicar la ecuación de muestreo para la población finita debido al conocimiento del total de la población.

$$n: \frac{PQ}{\frac{e^2}{\sigma^2} + \frac{PQ}{N}}$$

de donde:

n : Número de muestras necesarias

P : Probabilidad de éxito (0.5)

Q : Probabilidad de fracaso (0.5)

e : Error de aceptación (0.05): Nivel de confianza (0.95)

N : Universo o población (449 empresas)

$$n: \frac{(0,5*0,5)}{\frac{(0,05)^2}{(0,95)^2} + \frac{(0,5*0,5)}{449}} : 75,14 \approx 75$$

IDENTIFICACIÓN DE LAS ÁREAS QUE CONFORMAN LA ESTRUCTURA DE LA NORMA SGE 21: 2008 PARA SU CUMPLIMIENTO

La Norma SGE 21 versión 2008 es el primer sistema de gestión de la responsabilidad social europeo que permite a las empresas de cualquier sector económico, de forma voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en gestión ética y responsabilidad social.

El trabajo de investigación se enfoca en el sector secundario, en las empresas dedicadas

a la transformación y comercialización de materiales plásticos; dentro de la estructura del sistema de gestión ética y responsabilidad social, se enfoca en nueve áreas, cada una de las cuales se refiere a las partes interesadas en la empresa (stakeholders⁵), para las que ha establecido la Norma SGE: 21 una serie de requisitos. La implementación es evaluable objetivamente en auditoría para cada una de ellas (gráfico 2).

DIAGNÓSTICO SOBRE CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS EXIGIDOS POR LA NORMA SGE: 21, MEDIANTE LISTA DE CHEQUEO

Con base en los requisitos de la norma SGE: 21, se diseñó una lista de chequeo para identificar los grados de cumplimiento, como resultado del diagnóstico analítico, en muestra representativa de empresas pertenecientes al clúster del plástico de la ciudad de Bogotá.

Los resultados recolectados en microempresas; los 66% pequeñas empresas, y el restante 6% medianas empresas, con los siguientes resultados: las 75 Mipymes pertenecientes al clúster de plásticos, el 28% correspondieron a

Comité de Gestión Ética y Responsabilidad Social

El 52% de las microempresas y el 16% de las pequeñas empresas no cuentan con el Comité, mientras que el 60% de las medianas empresas han establecido el Comité, con un trabajo limitado y deficiente, alejado de lo exigido por la norma SGE: 21: 2008.

Política de Gestión Ética

El 52% de las microempresas y el 20% de las pequeñas empresas no han establecido una política incluyendo la responsabilidad social, en los procesos administrativos, de apoyo y

5 Partes interesadas.

Gráfico 2. Áreas de Gestión.

Fuente: Basado en la Norma SGE:21

operativos; el 60% de las medianas empresas tienen la política, pero no con los requerimientos de la norma; se evidencia que las Mipymes son vulnerables a procesos no éticos, ni socialmente responsables que afectan los indicadores de las empresas.

Conducta y política anticorrupción

El 81% de las microempresas y el 35% de las pequeñas empresas no cuentan con una conducta o código de ética dentro de la organización, y el 80% de las medianas empresas, tienen un acercamiento parcial al código de conducta exigido por la norma SGE: 21 resultado que permite inferir que las Mipymes en Colombia, carecen de un documento con las normas o compromisos que deben ser cumplidos por los miembros de la organización.

El 67% de las microempresas, junto con el 20% de las pequeñas empresas, no han establecido una política anticorrupción, en los procesos administrativos, de apoyo y operativos; el 40% de las medianas empresas, tienen establecida la política pero no con los requisitos concretos que exige la norma SGE:21, lo que convierte a las Mipymes bogotanas en empresas vulnerables en relación con los temas de corrupción⁶, desviación de recursos, materiales defectuosos productos camuflados⁷, calibres inferiores a los solicitados, compras de manera irresponsable sin cumplir con las características de calidad y seguridad, sobornos⁸, entre otras.

6 Mal uso del poder encomendado para obtener beneficios privados

7 Haciendo ver que si cumplen, ocultando la realidad

8 Ofrecimiento o aceptación de regalos o cualquier otro tipo de beneficios

Responsabilidad con el medio ambiente

En cuanto al área de los clientes, se observa como el 67% de las microempresas y el 71% de las pequeñas empresas incorporan parcialmente criterios éticos, laborales y sociales en la creación de los productos amigables con el medio ambiente y criterios éticos laborales y sociales en la elaboración de los productos; se habla de parcialidad porque no se llega al cumplimiento de un 100% del requisito exigido por la norma, a diferencia de un 80% de las medianas empresas que sí incorporan estos criterios. Es un buen indicador para las Mipymes bogotanas puesto que con el paso de los tiempos las empresas han venido creando productos, biodegradables y amigables con el medio ambiente.

Protección del público vulnerable

Respecto la protección del público vulnerable⁹ se evidenció que el 19% de las microempresas y un 35% de las pequeñas empresas, protegen en un pequeño grado los públicos vulnerables, ni siquiera alcanzan el 50% del cumplimiento del requisito; mientras que el 40% de las medianas empresas protegen el público vulnerable pero no a cabalidad como lo exige la norma SGE21, en las medianas empresas la protección parcial que se le da a los públicos vulnerables es especialmente a madres cabeza de familia, personas desplazadas, población nativa y desmovilizados. La norma da especial atención, sin prejuicios anticipados dando oportunidad de trabajo y desarrollo de actividades, a personas con limitaciones cumpliendo con la responsabilidad social, especialmente, al interior de la organización

Relaciones con los proveedores

Para el área encargada de las relaciones con los proveedores, se evidencia que un 14% de las microempresas y un 6% de las pequeñas em-

presas tienen definidos criterios de compras responsables con base en los cuales se evalúan y seleccionan los proveedores, a diferencia de un 60% de las medianas empresas quienes sí tienen definidos y establecidos estos criterios; las medianas empresas que han implementado sistemas integrados de gestión (SIG) presentan mejores resultados en cuando a este requisito, del manejo de las compras, la gestión de compras se hace bajo parámetros de evaluación de manera técnica, sin influencia alguna de personas ajenas a dicho proceso.

El 57% de las microempresas, el 51% de las pequeñas y el 80% de las medianas empresas tienen una política o directiva relacionada con la prohibición de recibir dádivas u ofrecimientos que hacen algunos proveedores, pero esta política es incompleta comparada con la política exigida por la norma SGE: 21, estos resultados reflejan la realidad de como en las Mipymes no se controla la cultura de ofrecer y recibir dádivas para conseguir beneficio.

El entorno Social

En el área del entorno social, el 14% de las microempresas, el 16% de las pequeñas y un 60% de las medianas empresas tienen en cuenta los impactos tanto positivos como negativos que son generados por sus actividades en las comunidades en que opera, una vez más las medianas empresas obtienen los mejores resultados puesto que éstas por su experiencia, poder económico, entre otras causas, pueden conocer factores que una micro o pequeña empresa desconoce.

El 14% de las microempresas, el 14% de las pequeñas y un 20% de las medianas empresas aplican acciones correctivas en los impactos negativos que generan en la comunidad, son indicadores bajos para las Mipymes, puesto que éstas pueden llegar a reconocer, identificar y evaluar los impactos generados pero no van más allá, no aplican acciones correctivas que disminuyan o eliminen estos impactos.

⁹ Conjunto de personas o grupos poblacionales que se encuentran en condiciones de fragilidad.

Seguridad laboral

El 19% de las microempresas, el 45% de las pequeñas, y el 60% de las medianas empresas, ofrecen a sus empleados seguridad laboral en sus diferentes procesos; es un buen indicador a causa de que la seguridad laboral en las empresas Mipymes de la ciudad de Bogotá pasó de ser una opción a una obligación, por las legislaciones que rigen a las empresas a ofrecer al empleado unas condiciones seguras previendo accidentes y enfermedades.

El 10% de las microempresas, el 27% de las pequeñas y el 80% de las medianas empresas evalúan el clima laboral¹⁰, y hacen planteamientos y acciones de mejora, cuando es necesario implementarlas; el buen indicador de las medianas empresas es porque las éstas a diferencia de los micros y pequeñas se preocupan por mantener un óptimo clima laboral.

Entorno ambiental

El 19% de las microempresas, el 16% de las pequeñas y el 100% de las medianas empresas previenen la contaminación generada por sus procesos, productos terminados, desperdicios generados y operaciones logísticas; las microempresas, y las pequeñas empresas, obtuvieron inferiores calificaciones que las medianas empresas puesto que éstas desconocen sistemas de gestión ambiental como la ISO 14001.

El 38% de las microempresas, el 65% de las pequeñas y el 80% de las medianas empresas identifican, registran y evalúan aquellos productos que pueden causar un impacto al medio ambiente; estos resultados son la muestra de como las Mipymes han venido tomando conciencia de que los productos plásticos generan un impacto en el medio ambiente; han creado la cultura de diseñar productos basados en materiales que no impacten el medio ambiente. Una de las mayores preocupaciones corresponde,

precisamente, a la contaminación, a las huellas de CO², huellas ecológicas que están originando los cambios climáticos. Uno de los mayores generadores de contaminación en los ríos y mares corresponde a los productos de origen del plástico como materiales derivados del petróleo, se han incorporado a la vida cotidiana en precios muy cómodos, con cambios continuos de diseño que motiva a hacer frecuentes cambios a nuevos productos, transformándose como los mayores generadores de basuras en el mundo y para el mar lo que representa un peligro para los organismos marinos que sufren daños por ingestión y atragantamiento (Espín, 2007)

Inversionistas

El 57% de las microempresas, el 29% de las pequeñas y un 40% de las medianas empresas manifestaron que la relación de la organización con cualquiera de los inversionistas sigue los principios rectores de transparencia¹¹, lealtad y creación de valor de forma sostenible; las microempresas obtuvieron la mejor calificación puesto que la relación de la organización con el inversionista es real, porque en un alto porcentaje de microempresas la persona que invierte en la organización es el propietario-gerente de la misma.

Ninguna microempresa y pequeña tienen un protocolo de relaciones con sus inversionistas en el que estén definidos los flujos de información existentes entre ambos, a diferencia de las medianas empresas; pues un 20% de éstas manifestaron tener dicho protocolo; se ha convertido en protocolo en las medianas empresas y una herramienta útil para la organización y los inversionistas.

Relaciones con la competencia

En el área de las Mipymes, encargadas de la relación o información con la competencia, el 86% de las microempresas, el 27% de las pequeñas y

10 Es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano.

11 Información pública y accesible a los stakeholders.

el 100% de las medianas empresas manifestaron fomentar una competencia leal y transparente

Ninguna micro, pequeña, y mediana empresa fomenta la incorporación a asociaciones y/o foros de interés común que sirva de encuentro e intercambio de experiencias con sus competidores; es un indicador deficiente puesto que la norma SGE: 21 2008 tiene como requisito la fomentación de foros que ayuden a las organizaciones a aprender y dar a conocer experiencias vividas.

Relaciones con la Administración Pública

El 62% de las microempresas, el 67% de las pequeñas, y el 80% de las medianas empresas afirmaron que no carecen de canales de comunicación que faciliten la cooperación con las administraciones públicas, a través de los cuales se difunda y promueva la responsabilidad social; estos malos resultados de indicadores son la causa de que el gobierno, en general, no se ha preocupado por difundir este tema de la ética y la responsabilidad social en las organizaciones, respecto al compromiso que se debe tener con la administración pública.

El 90% de los micros, el 80% de las pequeñas y el 100% de las medianas manifestaron cumplir con los compromisos tributarios de manera oportuna y con evidencias reales el resultado del indicador muestra alto cumplimiento del requisito exigido por la norma SGE: 21, este alto indicador es a causa de que el no cumplimiento con el pago de los impuestos acarrea multas y sanciones a las mipymes, siendo ésta la causa que obliga a las empresas a pagar oportunamente las obligaciones tributarias.

DISEÑO DEL MODELO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA. SGE21:2008

El modelo integra las nueve áreas de gestión identificadas en la norma junto con los

lineamientos y exigencias que esta tiene; se plantean cuatro etapas para el proceso de su implementación, la primera está enfocada a la alta dirección; la segunda dirigida a las personas que integran la organización, los clientes, el entorno social y el entorno ambiental; la tercera enfocada hacia los proveedores y la cuarta integra los inversores, la competencia y las administraciones públicas; cada etapa debe contar con sus objetivos, requisitos y los criterios de interpretación según la norma SGE 21:2008.

A continuación se muestra el desarrollo de la estructura del modelo para la implementación de la norma SGE 21:2008.

El modelo de implementación está diseñado en la primera etapa para ser desarrollado en la alta dirección, siendo esta el núcleo de la organización, encargada de inculcar y promover una cultura ética y responsabilidad social dentro de las empresas dedicadas a la producción y comercialización de plástico en la ciudad de Bogotá. La segunda etapa está enfocada en las áreas que tienen una relación directa con la organización, después de haber logrado el cumplimiento de los requisitos en el núcleo de la organización (alta dirección), las empresas pasan a implementar y evaluar los requisitos en las áreas de las personas que integran la organización, los clientes, el entorno social y el entorno ambiental. La tercera etapa está encaminada a cumplir con los requisitos exigidos para el área encargada de los proveedores, con quien las organizaciones mantienen una relación de segundo grado, siendo relaciones netamente comerciales, con unos requisitos que cumplir. La etapa cuatro, último paso del modelo de implementación diseñado, está encaminado a cumplir los requisitos exigidos por la norma SGE21:2008 para las áreas que tienen relaciones externas con la organización, como lo son los inversores, la competencia y la administración pública. (Gráfico 2)

Tabla 7. Requisitos para evaluación de cumplimiento

Etapa 1. Alta dirección			
A1	Cumplir la legislación y normatividad.	A7	Crear canales de diálogo con los grupos de interés.
A2	Establecer la política de gestión ética y responsabilidad social.	A8	Crear canales de diálogo con los grupos de interés.
A3	Crear el código de conducta.	A9	Establecer la política anticorrupción.
A4	Crear el comité de gestión ética y responsabilidad social.	A10	Seguimiento y evaluación de los requisitos.
A5	Delegar el responsable de la gestión ética	A11	Revisión por la dirección y mejora continua.
A6	Establecer objetivos indicadores.	A12	Presentar informe de responsabilidad social y comunicación.

Etapa 2. Clientes, entorno social, entorno ambiental			
2.1. Clientes			
CL 1	Vincular la responsabilidad al proceso de, investigación, innovación y desarrollo.	CL4	Determinar la seguridad del producto.
CL2	Establecer los principios de calidad	CL5	Definir la accesibilidad del producto.
CL3	Establecer buenas prácticas en las relaciones comerciales.	CL6	Definir la política de publicidad responsable.

2.2. Entorno social			
ES1	Evaluar y seguir los impactos.	ES3	Presentar informes de acción social.
ES2	Ser transparente con el entorno.		

2.3. Entorno ambiental			
Ea1	Prevenir la contaminación y establecer la estrategia contra el cambio de clima.	Ea4	Elaborar el plan de riesgos.
Ea2	Identificar los impactos ambientales.	Ea5	Realizar informe de comunicación ambiental.
Ea3	Crear el programa de gestión ambiental.		

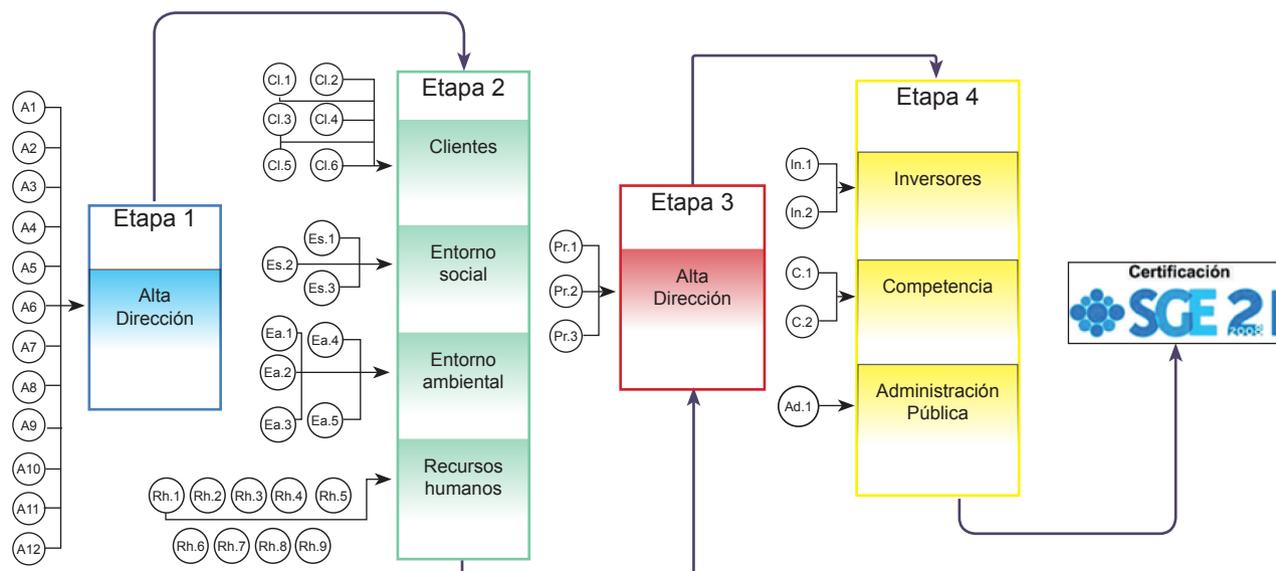
2.4. Recursos humanos			
RH1	Respetar los derechos humanos.	RH6	Formar y capacitar los empleados.
RH2	Establecer igualdad de oportunidades.	RH7	Seguir el clima laboral.
RH3	Conciliar la vida personal, familiar y laboral de los empleados.	RH8	Reestructuración opcional responsable.
RH4	Ofrecer seguridad y salud ocupacional.	RH9	Crear los canales de resolución de conflictos.
RH5	Describir los puestos de trabajo.		

Etapa 3. Proveedores			
Pr1	Establecer el programa de compra responsables.	Pr3	Fomentar buenas prácticas y medidas de apoyo entre los proveedores.
Pr2	Crear el sistema diagnóstico de proveedores.		

Etapa 4. Inversiones, competencia, administración pública			
4.1. Inversores			
IN1	Establecer medidas de buen gobierno.	IN2	Fomentar la transparencia de la información.
4.2. Competencia			
C1	Establecer una competencia leal.	C2	Crear medidas de cooperación y alianzas con la competencia.
4.3. Administraciones públicas			
AD1	Colaborar con las administraciones públicas.	AD2	Cumplimiento estricto con las normas y la legislación

Fuente: Adaptado con base en requisitos de la norma SGE: 21: 2008

Gráfico 2. Modelo de implementación del Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable



Fuente: los autores

CONCLUSIONES

En Colombia ninguna empresa, perteneciente al clúster de los plásticos, se ha certificada bajo la norma SGE21:2008, a pesar de que los empresarios colombianos muestran interés por los temas relacionados con la responsabilidad social y la ética empresarial.

En las nueve áreas de gestión de la estructura de la norma SGE 21: 2008, se observó un

predominio en las empresas pequeñas con un 65%, las medianas con un 28% y las microempresas con un 7%; áreas de gestión están asociadas a los *stakeholders*, tanto internos como externos de la organización, los cuales deben ser considerados como elemento esencial en la planificación estratégica de las empresas.

La norma SGE 21:2008, en el proceso de implementación, se desarrolla en cuatro etapas: en la alta dirección, siendo esta la líder del proceso de

implementación; en las áreas que mantienen una relación directa con la organización; con los proveedores con quienes se mantiene una relación directa netamente comercial; con los inversores, la competencia y las administraciones públicas

La implementación y mantenimiento del sistema de gestión ética y socialmente responsable, genera un cambio de cultura permitiendo que las organizaciones obtengan beneficios a nivel social, cultural, económico, de productividad y competitividad, desarrollando las actividades y procesos con una filosofía diferenciadora de las empresas.

Resumen de las encuestas: las medianas empresas están cumpliendo en un 84%

siendo éstas las organizaciones que más se acercan al cumplimiento de los requisitos exigidos por la norma SGE 21:2008; las pequeñas empresas con un cumplimiento del 61%, las microempresas, con un cumplimiento del 59%, rezagadas en temas de ética y responsabilidad social

El cumplimiento de los requisitos exigidos en la norma SGE:21 facilita el logro de mejoras en la economía y las finanzas de las empresas: nuevos clientes, reducción de desperdicios, accidentes de trabajo, responsabilidad con el medio ambiente, procesos con ética, trabajadores con mayor compromiso al ser vinculados en los programas de responsabilidad social al interior de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, O. (13 de Septiembre de 2008). El Blog. <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-productividad>
- ANDI. (31 de diciembre de 2009). Andi.com. www.andi.com.co/archivos/2010/comunicados/docs/ANDI_encuesta_RSE_2008-2009_20100120_083723.pdf
- BusinessCol. (2008). BusinessCol.com. <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas.
- Congreso de la República. (10 de Julio de 2000). Ley 590. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. 17. Bogotá, Colombia.
- Espín, G. (24 de septiembre de 2007), miembro de la academia de ciencias de Mórelas: Plásticos y contaminación ambiental, Ciencia. La ciencia desde Mórelas para el mundo
- Forética. (8 de septiembre de 2004). Foretica.org. <http://www.foretica.org/presentacion/donde-estamos/latinoamerica?lang=es>
- Forética. (30 de abril de 2003). Foretica.org. <http://www.foretica.org/conocimiento-rse/que-es-rse?lang=es>
- Fortética.(6 de junio de 2000). Foretica.org. <http://www.foretica.org/presentacion?lang=es>
- FUNDES. (2010). Fundes.org. <http://www.fundes.org/perdida-participacion-mipyme/?lang=es>
- Hernández, C., & Londoño, C. (3 de noviembre de 2006). Universidad Nacional de Colombia. www.manizales.unal.edu.co/gta/ethos/documentos/UNACERESTARTEETICA.pfe
- Mipymes. (21 de junio de 2006). Mipymes Portal Empresarial Colombiano. <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=142>
- Mora, C., & Borregon, A. (4 de abril de 2008). Gestipolis. www.gestipolis.com/adminis-

tracion-estrategia/etica-en-las-organizaciones.htm

Peregro, L. (6 de febrero de 2003). Los Clusters Economicos <http://losclusters-geoeconomica2003.blogspot.com/2003/11/conceptos.html>

Pontificia Universidad Javeriana. (2007). Situación actual de la responsabilidad social y ambiental de la empresa en las PYMES de Latinoamérica, informe de Colombia. (Vol. I). Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Portafolio. (Abril – mayo de 2013) *Firma del Pacto por transparencia*, Contraloría General de Antioquia y Fenalco, pág. 6

Porter, M. (13 de abril de 2007). Eumed. www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/1c.htm

Rodriguez, A. (20 de septiembre de 2003). Fundes. <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1241969270.pdf>

San Clemente, J. (17 de Agosto de 2010).

Scrib. <http://es.scribd.com/doc/69911379/42823122-Si-La-Nube-No-Viene-a-Mi>

SGS. (2010). SGS.com. http://www.co.sgs.com/es_co/foretica-y-sgs-firman-un-convenio-para-hacer-llegar-la-sge-21-a-latinoamerica-co?viewId=5630

Velez, D. (20 de diciembre de 2008). Fundes. <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1492271337.pdf>