

Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica

Antonio Vives

Banco Interamericano de Desarrollo

Antonio Corral

IKEI

Iñigo Isusi

IKEI



ikei

Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica

Antonio Vives

Banco Interamericano
de Desarrollo

Antonio Corral

IKEI

Iñigo Isusi

IKEI



INDICE

PRESENTACIÓN.....	1
COLABORADORES.....	3
RESUMEN EJECUTIVO	4
1. PYMES Y RSE DESDE UNA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA.....	9
1.1. Importancia de las PYMES en el tejido económico latinoamericano.....	9
1.1.1. Definiciones de PyMEs utilizadas en los distintos países latinoamericanos a estudio	9
1.1.2. Número de PyMEs existentes en los países a estudio.....	11
1.1.3. Importancia de las PyMEs en las economías nacionales a estudio.....	13
1.2. El concepto de RSE desde una perspectiva latinoamericana	16
1.2.1. El concepto de RSE en el contexto latinoamericano: evolución en el tiempo y situación actual	16
1.2.2. Definición de responsabilidad social empresarial (RSE) utilizada en el contexto de este estudio.....	19
1.3. La RSE desde una perspectiva PyME: algunas consideraciones teóricas previas...21	
2. LA ACTIVIDAD DE RSE ENTRE LAS PYMES DE AMÉRICA LATINA	23
2.1. Introducción	23
2.2. Grado de implantación de la actividad de RSE entre las PyMEs latinoamericanas: visión general	24
2.3. Valoraciones generales de las empresas sobre RSE.....	28
2.3.1. Grado de cumplimiento de las obligaciones legales existentes.....	28
2.3.2. Visión cualitativa de las PyMEs sobre la importancia de las actividades de RSE	30
2.3.3. Visión cualitativa de las PyMEs sobre la presión social y empresarial existente con relación a las actividades de RSE.....	31
2.4. Actividades empresariales socialmente responsables de tipo externo	34
2.4.1. Grado de implantación de las actividades de RSE externas	34
2.4.2. Principales actividades de RSE externa desarrolladas	39
2.4.3. Principales modos de apoyo a las actividades de RSE externas	42
2.4.4. Presupuestos destinados a apoyar actividades de RSE externas	46
2.5. Actividades empresariales socialmente responsables de tipo interno	50
2.5.1. Grado de implantación de las actividades de RSE internas	50
2.5.2. Principales campos y actividades concretas en RSE interna desarrollados por las PyMEs.....	54
2.6. Actividades empresariales medioambientalmente responsables.....	59
2.6.1. Grado de implantación de las actividades de RSE medioambientales	59
2.6.2. Principales actividades desarrolladas en el campo de la RSE medioambiental.....	64
3. PERSPECTIVAS DE LA RSE EN LAS PYMES DE AMÉRICA LATINA.....	69
3.1. Introducción	69

3.2. Razones y barreras para el desarrollo de actividades de RSE por las PyMEs latinoamericanas.....	69
3.2.1. Razones por las que las PyMEs realizan actividades de RSE	69
3.2.2. Razones/barreras por las que las PyMEs no realizan actividades de RSE ...	75
3.3. Reporte de actividades de responsabilidad social y medioambiental.....	79
3.4. Perspectivas futuras de las PyMEs sobre sus actividades de RSE	81
3.4.1. Perspectivas sobre las actividades de RSE externas.....	81
3.4.2. Perspectivas sobre las actividades de RSE internas.....	84
3.4.3. Perspectivas sobre las actividades de RSE medioambientales.....	87
4. LA RSE EN LAS PYMES DE AMÉRICA LATINA Y EUROPA.....	91
4.1. Introducción	91
4.2. La actividad de RSE externa en las PyMEs de América Latina y Europa	92
4.2.1. Grado de implantación de las actividades de RSE externa	92
4.2.2. Principales actividades desarrolladas y modos concretos de apoyo	95
4.3. Perspectivas de la RSE externa en las PyMEs de América Latina y Europa	99
4.3.1. Razones y barreras para las PyMEs con relación a las actividades de RSE	99
4.3.2. Perspectivas futuras de las PyMEs de América Latina y Europa sobre sus actividades de RSE externa	103
5. LA ACTUACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA EXISTENTE EN FOMENTO DE LA RSE ENTRE LAS PYMES LATINOAMERICANAS	105
5.1. Introducción	105
5.2. La oferta de apoyo público y privado existente para la promoción de la RSE en el ámbito de los países latinoamericanos a estudio: una visión cualitativa	105
5.3. La intervención pública en apoyo a las actividades de RSE desde el punto de vista de las propias PyMEs latinoamericanas.....	113
6. IMPLICACIONES INSTITUCIONALES Y DE POLÍTICA PARA PROFUNDIZAR LA RSE ENTRE LAS PYMES LATINOAMERICANAS	117
6.1. Introducción	117
6.2. Apoyo del sector público.....	118
6.2.1. Políticas públicas.....	118
6.2.2. Acciones públicas	119
6.3. Apoyo de instituciones del sector privado.....	121
6.3.1. Desarrollo institucional	121
6.3.2. Asociaciones empresariales	122
6.3.3. Grandes empresas	122
6.3.4. Sociedad civil y medios de comunicación	122
6.3.5. Universidades y otras instituciones.....	123
6.3.6. Fomento de la cooperación público-privada	123
6.4. Apoyo de instituciones internacionales	124

ANEXO A. METODOLOGÍA.....	125
ANEXO B. DEFINICIONES DE RSE EN AMERICA LATINA.....	133
ANEXO C. INICIATIVAS NACIONALES DE APOYO A LAS ACTIVIDADES DE RSE ENTRE LAS EMPRESAS LATINOAMERICANAS.....	137
C.1. Introducción general.....	137
C.2. Principales instituciones nacionales públicas y privadas en la promoción de la RSE en el ámbito de los países latinoamericanos a estudio.....	137
C.3. Principales iniciativas/medidas públicas y privadas para la promoción de la RSE entre las empresas de los países latinoamericanos a estudio.....	151
C.4. Ejemplos de premios destinados a reconocer las prácticas de RSE más relevantes entre las empresas latinoamericanas.....	163
C.5. Sistemas de indicadores utilizados en los países latinoamericanos a estudio para medir la RSE entre las empresas.....	169
NOTAS.....	172
BIBLIOGRAFÍA.....	183

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1. Definiciones de PyME utilizadas en los países objeto de estudio.....	9
Cuadro 1.2. Número de empresas en las economías nacionales a estudio, por tamaño empresarial.....	12
Cuadro 1.3. Aportación cuantitativa de las PyMEs nacionales en sus respectivas economías nacionales.....	14
Cuadro 1.4. Criterios para la definición de filantropía empresarial, inversión social y responsabilidad social.....	17
Cuadro 2.1. Grado de implantación de las actividades de RSE externas, internas y medioambientales entre las PyMEs latinoamericanas.....	24
Cuadro 2.2. Grado sintético de implantación de las actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial y clasificación sectorial.....	25
Cuadro 2.3. Grado sintético de implantación de las actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas, por países.....	27
Cuadro 2.4. PyMEs latinoamericanas que declaran un cumplimiento estricto de las obligaciones legales y administrativas, por grado sintético de implantación de las actividades de RSE.....	29
Cuadro 2.5. PyMEs latinoamericanas que declaran un cumplimiento estricto de las obligaciones legales y administrativas, por tamaño empresarial.....	30
Cuadro 2.6. Valoración de las PyMEs latinoamericanas respecto al grado de presión por parte de los diversos stakeholders, por grado de implantación de las actividades de RSE.....	32
Cuadro 2.7. Valoración de las PyMEs latinoamericanas respecto al grado de presión por parte de los diversos stakeholders, por grado de implantación de las actividades de RSE, por tamaño empresarial.....	33
Cuadro 2.8. Valoración de las PyMEs latinoamericanas respecto al grado de presión por parte de los diversos stakeholders, por países.....	33

Cuadro 2.9. Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas, por grado de implantación de dichas actividades	42
Cuadro 2.10. Presupuesto anual medio sobre facturación destinado a apoyar actividades de RSE externas, por diversas variables	48
Cuadro 2.11. Grado de implantación de las actividades de RSE interna, por países.....	53
Cuadro 2.12. Principales campos y actividades en RSE interna desarrollados por las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial	57
Cuadro 2.13. Grado de implantación de las actividades de RSE medioambiental, por países	63
Cuadro 2.14. Principales actividades de RSE medioambiental desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial y sector económico	65
Cuadro 3.1. Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa, interna y medioambiental	71
Cuadro 3.2. Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa, interna y medioambiental, por tamaño empresarial	73
Cuadro 3.3. Razones por las que las PyMEs latinoamericanas no realizan actividades de RSE externa y medioambiental.....	75
Cuadro 3.4. Razones por las que las PyMEs latinoamericanas no realizan actividades de RSE externa y medioambiental, por tamaño empresarial.....	78
Cuadro 3.5. PyMEs latinoamericanas que cuentan con un balance social y/o medioambiental de sus actividades y PyMEs que lo publican	79
Cuadro 3.6. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE externa para los próximos tres años, por países	83
Cuadro 3.7. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE interna para los próximos tres años según campos de actividad, por grado de implantación	85
Cuadro 3.8. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE interna para los próximos tres años según campos de actividad, por tamaño empresarial.....	85
Cuadro 3.9. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE medioambientales en los próximos tres años, por tamaño empresarial y clasificación sectorial	89
Cuadro 3.10. Perspectivas futuras de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE medioambientales en los próximos tres años, por países	90
Cuadro 4.1. Grado de implantación de las actividades de RSE externa entre las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa, por tamaño empresarial.....	93
Cuadro 4.2. Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa	95
Cuadro 4.3. Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa por tamaño empresarial.....	96
Cuadro 4.4. Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa, por países de referencia	97
Cuadro 4.5. Principales modos de apoyo entre las PyMEs para realizar actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa	98
Cuadro 4.6. Principales modos de apoyo entre las PyMEs para realizar actividades de RSE externa: Comparación Latinoamérica - Europa, por países de referencia.....	98

Cuadro 4.7. Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa	99
Cuadro 4.8. Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa por tamaño empresarial ..	100
Cuadro 4.9. Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa, comparación Latinoamérica - Europa por países de referencia..	101
Cuadro 4.10. Principales barreras para la realización de actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa	101
Cuadro 4.11. Principales barreras para la realización de actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa, por países de referencia .	102
Cuadro 5.1. Principales instituciones nacionales públicas y privadas en la promoción de la RSE en los países latinoamericanos considerados.	106
Cuadro 5.2. Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social	108
Cuadro 5.3. Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE dirigidos específicamente a PyMEs.....	112
Cuadro 5.4. Descripción del Proyecto Avina	113
Cuadro 5.5. Opinión de las PyMEs latinoamericanas respecto a la conveniencia de regular las actividades de RSE, por países latinoamericanos.....	116
Cuadro A.1. Muestra inicial de empresas a encuestar por país.....	127
Cuadro A.2. Distribución final de cuestionarios recibidos y aceptados por país/ tamaño empresarial y sector económico	128
Cuadro A.3. Personas y expertos nacionales entrevistados en el marco del estudio ...	130
Cuadro B.1. Principales definiciones existentes en los países objeto de estudio sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial	133
Cuadro C.1. Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Argentina.....	139
Cuadro C.2. Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Brasil.	141
Cuadro C.3. Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social	141
Cuadro C.4. Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Chile.	143
Cuadro C.5. Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Colombia.	145
Cuadro C.6. Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en El Salvador.	145
Cuadro C.7. Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en México.	147
Cuadro C.8. Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	148
Cuadro C.9. Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Perú.	149
Cuadro C.10. Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Venezuela.	150
Cuadro C.11. Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en los países latinoamericanos considerados.	151
Cuadro C.12. Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Argentina.....	153
Cuadro C.13. Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Brasil.....	154

Cuadro C.14. Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Chile.	155
Cuadro C.15. Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Colombia.	157
Cuadro C.16. Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en El Salvador.	158
Cuadro C.17. Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en México.	159
Cuadro C.18. Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Perú.	160
Cuadro C.19. Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Venezuela.	161
Cuadro C.20. Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE en Argentina.	163
Cuadro C.21. Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE en Brasil.	166
Cuadro C.22. Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE en Chile, México y Perú.	167
Cuadro C.23. Descripción del Proyecto Avina.	171

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1. Grado sintético de implantación de las actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas.	24
Gráfico 2.2. PyMEs con un grado sintético de implantación de las actividades de RSE alto/medio, por tamaño empresarial y sector.	25
Gráfico 2.3. PyMEs con un grado sintético de implantación de las actividades de RSE alto/medio, por presencia de actividad exportadora y por situación económica de la empresa.	26
Gráfico 2.4. PyMEs latinoamericanas con un grado de implantación de actividades de RSE alto/medio, por países.	27
Gráfico 2.5. PyMEs latinoamericanas que declaran un cumplimiento estricto de las obligaciones legales y administrativas existentes en diversos campos.	28
Gráfico 2.6. Valoración de las PyMEs latinoamericanas sobre el grado de prioridad de la RSE en la propia empresa y en el conjunto de empresas nacionales.	30
Gráfico 2.7. Valoración de las PyMEs latinoamericanas sobre el grado de prioridad de la RSE en la propia empresa y en el conjunto de empresas nacionales, por tamaño empresarial.	31
Gráfico 2.8. Valoración de las PyMEs latinoamericanas respecto al grado de presión por parte de los diversos stakeholders.	32
Gráfico 2.9. Grado de implantación de las actividades de RSE externa.	34
Gráfico 2.10. Grado de implantación de las actividades de RSE externa, por tamaño empresarial y sector empresarial.	37
Gráfico 2.11. PyMEs un con grado de implantación de actividades de RSE externa alto/medio, por países.	38
Gráfico 2.12. Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas.	39
Gráfico 2.13. Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas según tamaño empresarial.	40
Gráfico 2.14. Principales modos de apoyo a la realización de actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas.	43

Gráfico 2.15. Principales modos de apoyo a las actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas, según tamaño empresarial.....	43
Gráfico 2.16. Presupuesto destinado por las PyMEs latinoamericanas a apoyar actividades de RSE externas	46
Gráfico 2.17. Presupuesto destinado por las PyMEs latinoamericanas a apoyar actividades de RSE externas, por tamaño empresarial	47
Gráfico 2.18. Grado de implantación de las actividades de RSE interna	51
Gráfico 2.19. Grado de implantación de las actividades de RSE interna, por tamaño empresarial y sector empresarial	51
Gráfico 2.20. PyMEs con grado de implantación de actividades de RSE interna alto/medio, por países	53
Gráfico 2.21. Principales campos en RSE interna desarrollados por las PyMEs latinoamericanas.....	54
Gráfico 2.22. Actividades en RSE interna más y menos desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas.....	55
Gráfico 2.23. Principales campos de RSE interna desarrollados por las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial	58
Gráfico 2.24. Grado de implantación de las actividades de RSE medioambiental	59
Gráfico 2.25. Grado de implantación de las actividades de RSE medioambiental, por tamaño empresarial y sector empresarial	60
Gráfico 2.26. PyMEs con grado de implantación de actividades de RSE medioambiental alto/medio, por países	63
Gráfico 2.27. Principales actividades de RSE medioambiental desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas.....	64
Gráfico 2.28. Principales actividades de RSE medioambiental desarrollados por las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial	66
Gráfico 3.1. Principales razones para el desarrollo de actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas, por tipo de actividad.....	71
Gráfico 3.2. Principales razones por las que las PyMEs latinoamericanas no realizan actividades de RSE, por tipo de actividad	75
Gráfico 3.3. PyMEs latinoamericanas que cuentan con un balance social y/o medioambiental de sus actividades y PyMEs que lo publican, por tamaño empresarial	80
Gráfico 3.4. Principales formas de comunicación sobre actividades RSE	80
Gráfico 3.5. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE externas en los próximos tres años.....	81
Gráfico 3.6. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE externa para los próximos tres años, por grado de implantación de estas actividades	82
Gráfico 3.7. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas inactivas en RSE externa para los próximos tres años, por tamaño empresarial	82
Gráfico 3.8. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE interna para los próximos tres años, según campos de actividad.....	84
Gráfico 3.9. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE interna para los próximos tres años según campos de actividad, por tamaño empresarial	86
Gráfico 3.10. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE interna para los próximos tres años, por países	86

Gráfico 3.11. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE medioambientales en los próximos tres años.....	87
Gráfico 3.12. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE medioambiental para los próximos tres años, por grado de implantación de estas actividades	88
Gráfico 3.13. Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE medioambientales en los próximos tres años, por tamaño empresarial...88	
Gráfico 4.1. Grado de implantación de las actividades de RSE externa entre las PyMEs: comparación media Latinoamérica - Europa	92
Gráfico 4.2. Actividades de RSE externa entre las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa, por países de referencia	94
Gráfico 4.3. Grado de implantación de las actividades de RSE externa entre las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa, por países de referencia	94
Gráfico 4.4. Principales diferencias en las actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa	95
Gráfico 4.5. Principales diferencias en las barreras a las actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa	102
Gráfico 4.6. Perspectivas de las PyMEs sobre sus actividades de RSE externa para los próximos tres años: comparación Latinoamérica - Europa.....	104
Gráfico 5.1. Valoraciones de las Pymes latinoamericanas sobre las acciones nacionales desarrolladas para el fomento de la RSE.....	114
Gráfico 5.2. Valoraciones de las PyMEs latinoamericanas sobre las acciones nacionales desarrolladas para el fomento de la RSE, por países	115
Gráfico 5.3. Opinión de las PyMEs latinoamericanas respecto a la conveniencia de regular las actividades de RSE.....	115

INDICE DE EJEMPLOS EMPRESARIALES

Ejemplo 1 de PyME cuyas actividades de RSE externas e internas están íntimamente relacionadas con la estrategia general de la empresa.....	35
Ejemplo 2 de PyME cuyas actividades de RSE externas tienen un beneficio directo sobre la misma	41
Ejemplo 3 de PyME particularmente activa en RSE, tanto en su dimensión externa como interna	44
Ejemplo 4 de PyME particularmente activa en RSE, tanto en su dimensión externa como interna	48
Ejemplo 5 de PyME particularmente activa en RSE, especialmente en lo relativo al campo interno	52
Ejemplo 6 de PyME particularmente activa en RSE interna	56
Ejemplo 7 de PyME activa en RSE, especialmente en materia medioambiental	61
Ejemplo 8 de PyME particularmente activa en RSE medioambiental	66

PRESENTACIÓN

Resulta bien conocido el importante papel que las PyMEs juegan en la economía y la sociedad latinoamericana en términos de generadores de riqueza, empleo y cohesión social, donde este papel es extensible a todos los países que conforman la región. Por tanto, la mejora de la competitividad empresarial de este colectivo pasa por ser uno de los elementos claves para desarrollar tanto las economías como las sociedades latinoamericanas.

En este sentido, y en especial desde mediados de la década de los noventa, se asiste en Latinoamérica a una discusión creciente tanto sobre el papel de la gran empresa en la sociedad en general como los efectos positivos que las prácticas responsables pueden generar al interior de las empresas. Con el cambio de milenio, esta discusión se ha extendido también al colectivo de PyMEs, aunque con grados diferentes según los diversos países. Desgraciadamente, el conocimiento existente sobre la temática de la responsabilidad empresarial desde la perspectiva PyME puede calificarse de escasa y muy parcial, donde la disponibilidad de informes comparativos entre países y basados en una metodología común es prácticamente inexistente.

Con ánimo de resolver esta situación, el **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**, con la colaboración de **Ikei** y diversos socios nacionales, ha realizado un estudio sobre la situación de la responsabilidad social y medioambiental de las empresas (RSE) en Latinoamérica y el Caribe, específicamente en el ámbito de las micro, pequeñas y medianas empresas (entendidas a efectos de este estudio como “PyMEs”).

Partiendo de dicho trabajo, este libro se propone profundizar el grado de conocimiento existente sobre el nivel de desarrollo e implantación que el concepto de RSE tiene en la región Latinamericana en el sector privado y más concretamente en las PyMEs. Se pretende de este modo aportar información útil para mejorar el diseño, implementación y efectividad de los instrumentos de apoyo públicos y privados existentes en Latinoamérica y destinados a proyectos relacionados con alguno de los aspectos que conforman la RSE.

En concreto, este trabajo de investigación trata de dar respuesta a una serie de interrogantes:

- ¿Qué se entiende por RSE en Latinoamérica en general y en los países a estudio en particular, especialmente desde una perspectiva PyME?
- ¿Cuáles son las prácticas sociales (tanto externas como internas) y medioambientales responsables de las PyMEs latinoamericanas?, ¿Cómo se caracterizan estas prácticas?
- ¿Cuáles son las principales instituciones públicas y privadas que fomentan la RSE en los países latinoamericanos a estudio, especialmente desde una perspectiva PyME?, ¿Cuáles son las principales iniciativas que desarrollan?, ¿Hasta qué punto las instituciones existentes colaboran entre sí e interactúan entre ellas de una manera eficiente?
- ¿Qué conclusiones y recomendaciones de carácter operativo pueden extraerse de los resultados concretos de la investigación?

Para la elaboración de este trabajo se ha utilizado una metodología que ha combinado la recopilación de información ya existente (a través de una revisión de literatura y la compilación de un conjunto de medidas y organismos destinados al fomento de la RSE) con la obtención de nueva información (a través tanto de una encuesta ad-hoc a una muestra significativa de PyMEs latinoamericanas –la “Encuesta RSE-PyMEs”– como de entrevistas cualitativas con informantes

privilegiados). Desde un punto de vista geográfico, la investigación se ha circunscrito a ocho países latinoamericanos y caribeños, esto es, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, El Salvador, México, Perú y, finalmente, Venezuela. Para ello, se ha contado con la inestimable colaboración de ocho socios nacionales (ver anexo A para una descripción más detallada de la metodología utilizada en este estudio y de los socios nacionales participantes).

Desde el punto de vista de los contenidos tratados, este libro está estructurado en torno a seis grandes capítulos. El capítulo 1 trata de situar la importancia de las PyMEs en el tejido económico de los países a estudio, así como analizar el concepto de RSE tanto desde una perspectiva PyME como nacional, siempre desde un contexto latinoamericano.

A continuación, el capítulo 2 se propone caracterizar las actividades de RSE realizadas por las PyMEs latinoamericanas, utilizando para ello los principales resultados obtenidos tanto de la “Encuesta RSE-PyMEs” como de la revisión de literatura latinoamericana existente sobre el tema RSE y PyMEs. En este sentido, este capítulo se estructura en seis grandes secciones, que tratan de aportar información sobre diversos aspectos tales como el grado de implantación de las actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas y sus valoraciones al respecto, así como la caracterización detallada de las actividades de RSE externa, interna y medioambiental realizadas. Por su parte, el capítulo 3 recoge información relativa a las perspectivas existentes entre las PyMEs sobre la temática de RSE, las principales razones y barreras para realizar/no realizar actividades de esta naturaleza, las actividades de reporte de RSE realizadas, así como las previsiones futuras sobre el desarrollo o no de actividades de RSE.

Posteriormente, el capítulo 4 realiza una comparación entre la situación de la RSE entre las PyMEs latinoamericanas frente a sus homólogas europeas, tanto en lo que se refiere al grado de implantación de estas actividades como a las principales actividades desarrolladas y maneras concretas de apoyo, las razones y barreras detectadas o las perspectivas de futuro existentes sobre las actividades de RSE.

El capítulo 5 estudia las actuaciones públicas y privadas para el fomento de la RSE desarrolladas en los países analizados, especialmente desde el punto de vista PyME, aportando una visión cualitativa sobre la oferta de apoyo existente y analizando las valoraciones que las propias PyMEs latinoamericanas realizan sobre la intervención pública existente en este campo.

Por último, el capítulo 6 se propone discutir cuáles son las principales implicaciones tanto institucionales como políticas que se pueden derivar de los resultados anteriores. Se realizan un conjunto de recomendaciones e implicaciones generales de los resultados del estudio, en relación a los diversos agentes implicados, básicamente autoridades públicas, instituciones privadas y organizaciones sin fines de lucro, universidades y, finalmente, las propias PyMEs.

El libro se completa con tres anexos. Así, el anexo A presenta, una breve descripción de la metodología utilizada para la elaboración del estudio, en tanto que el anexo B presenta las diversas definiciones existentes en la literatura nacional sobre el concepto de RSE en los ocho países latinoamericanos a estudio. El anexo C presenta la estructura de fomento de la RSE existente en los países latinoamericanos a estudio y dirigida hacia las empresas en general y las PyMEs en particular, incluyendo una relación tanto de las principales instituciones (públicas y privadas) como de las principales iniciativas/medidas públicas y privadas destinadas a la promoción de la RSE, así como información sobre premios y sistemas de indicadores existentes en el campo RSE.

COLABORADORES

Los autores desean expresar su agradecimiento a las siguientes personas y entidades sin cuya colaboración este estudio no hubiera sido posible:

- **Estrella Peinado-Vara**, asesora en Responsabilidad Social Corporativa del Banco Interamericano de Desarrollo.
- **Timoteo Pérez Martín**, Director de Área de Ikei y miembro de la Secretaría Ejecutiva de la RED ESTE-UD/IKEI/AUSJAL, responsable operativo del proyecto.
- **Yovanni Castro Nieto**, ESTE-Universidad de Deusto, España, miembro de la Secretaría Ejecutiva de la RED ESTE-UD/IKEI/AUSJAL, responsable operativo del proyecto.
- **Héctor Traballini**, Universidad de Córdoba, Argentina, responsable nacional del equipo de trabajo.
- **Claudio Damacena**, Universidad do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, Brasil, responsable nacional del equipo de trabajo.
- **Cynthia Robert e Irma Gutierrez**, Fundación para el Desarrollo Social, Chile, responsables nacionales del equipo de trabajo.
- **Lourdes Linares Castro y María del Rocío Moro**, Universidad Iberoamericana de Santa Fe, México, responsables nacionales del equipo de trabajo.
- **Horacio Martínez**, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia, responsable nacional del equipo de trabajo.
- **Estela Cañas y Henry Rosales**, Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, El Salvador responsables nacionales del equipo de trabajo.
- **Felipe Portocarrero Suárez y Luis Camacho**, Universidad del Pacífico, Perú, responsables nacionales del equipo de trabajo.
- **Lisette González**, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela, responsable nacional del equipo de trabajo.
- **Jesús Azcargorta**, Asociación de Universidades Confiada a la Compañía de Jesús en América Latina (AUSJAL).

RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio sobre la **Situación de la Responsabilidad de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica y el Caribe** revela que una gran mayoría de PyMEs¹ latinoamericanas realizan acciones y actividades ligadas con la RSE a pesar de su desconocimiento formal del concepto en muchos casos. No obstante, la Encuesta realizada muestra que sólo una pequeña parte de las empresas tiene un grado alto de implantación de estas actividades. Son precisamente las PyMEs más grandes, las manufactureras, las que cuentan con actividad exportadora y las que gozan de una buena situación económica las que presentan los mayores grados de implantación de la RSE. En particular, la consideración del tamaño empresarial muestra una relación positiva con la mayoría de los aspectos de la RSE considerados a lo largo de todo el estudio.

Por países, Chile y Argentina son los dos donde las PyMEs presentan grados más altos de implantación de las actividades de RSE, en tanto que para las PyMEs colombianas, brasileñas y salvadoreñas la situación es menos favorable.

Las PyMEs latinoamericanas priman la vertiente interna de la RSE (dirigida fundamentalmente hacia sus propios trabajadores y al buen funcionamiento de la empresa) sobre los aspectos externos (dirigidos a la comunidad) y los medioambientales, dato que muestra la importancia estratégica que para las PyMEs tienen los aspectos de gestión y de recursos humanos. Así, menos de un 5% de las PyMEs latinoamericanas manifiestan no realizar ninguna actividad en RSE interna, frente a porcentajes muy superiores en el caso de las actividades de RSE externa y medioambiental (39% y 52%, respectivamente). Además, son precisamente las actividades de tipo interno las que presentan los mayores porcentajes de PyMEs que sugieren su carácter habitual y ligado a la estrategia de la empresa. Los principales campos desarrollados corresponden a la conciliación trabajo-familia/igualdad de oportunidades, seguido por los de salud/bienestar de los trabajadores y su participación en la empresa. No obstante, estos resultados contrastan con algunas limitaciones reflejadas por la Encuesta respecto al estricto cumplimiento de las obligaciones legales en estos campos por parte de las PyMEs.

Por contra, las actividades socialmente responsables de tipo externo tienen entre las PyMEs latinoamericanas un carácter predominantemente reactivo y esporádico, sin estar mayoritariamente incorporadas a la estrategia empresarial. Estas actividades responden más bien a razones de índole ética o religiosa y a un deseo de mejorar las relaciones con la comunidad y/o autoridades públicas, aunque las motivaciones de las PyMEs más grandes suelen ser menos altruistas y más ligadas con factores económicos y de promoción de la imagen/prestigio social de la empresa que potencian la competitividad empresarial. Las actividades concretas más desarrolladas son el apoyo a grupos desfavorecidos/marginados y a actividades educativas y formativas, en la mayoría de los casos a través de donaciones (monetarias o de bienes y servicios). De este modo, la principal barrera señalada por las PyMEs a la participación en actividades de RSE externa corresponde a la falta de recursos financieros, especialmente entre las más pequeñas.

Este perfil de actividades de RSE externa por las PyMEs latinoamericanas contrasta con el de sus homólogas europeas². En primer término, las latinoamericanas resultan ser proporcionalmente más activas (hasta un 51% de las PyMEs europeas no realizaron ninguna actividad de este tipo). El menor desarrollo relativo del Estado del Bienestar, junto con la mayor presencia de situaciones de pobreza y penuria en las sociedades latinoamericanas podría explicar el mayor compromiso de las PyMEs con sus comunidades. El tipo de actividades sociales llevadas a cabo así lo refleja, en comparación con el mayoritario apoyo a actividades deportivas en el caso de las PyMEs europeas. Así mismo, en términos de barreras, las PyMEs latinoamericanas señalan particularmente la falta de recursos financieros para estos fines, mientras que la falta de tiempo es mucho más relevante para las empresas europeas.

Como ya se ha señalado, una de cada dos PyMEs latinoamericanas encuestadas no desarrolla ningún tipo de actividades medioambientalmente responsables, muchas empresas consideran que no provocan ningún impacto medioambiental. En cualquier caso, cuando estas actividades sí existen, su carácter habitual y ligado a la estrategia empresarial es relativamente mayor que en las otras áreas de RSE. Las actividades medioambientales en las que las PyMEs latinoamericanas incursionan con mayor frecuencia aparecen centradas en programas de eficiencia en el consumo (agua, energía), lo que sitúa las consideraciones económicas como razón principal para el desarrollo de las mismas.

De cara al futuro, la mayoría de las PyMEs latinoamericanas prevén continuar realizando actividades de RSE internas en los próximos años, en una proporción más alta que en el caso de las actividades de RSE externa. También la mayor parte de las empresas con actividades medioambientales tiene previsto continuar e incluso incrementar su implicación a medio plazo. Sin embargo, la mayoría de las empresas inactivas en este terreno no tienen intención de iniciarse en prácticas de respeto al medio ambiente. En cualquier caso, las PyMEs son bastante sensibles a la existencia de una presión creciente de la sociedad que demanda cada vez más a las empresas un comportamiento social y medioambiental responsable.

En contraste con esta aparente presión social, no parece sin embargo que las actividades públicas nacionales desarrolladas en el campo del fomento de la RSE hayan ido parejas, y así lo reflejan las valoraciones de la mayoría de las PyMEs. En gran parte de los países analizados las instituciones públicas juegan un papel muy escaso en la difusión y desarrollo del concepto de RSE, ciñéndose más bien a la implementación de programas que apoyan algunos campos parciales (la formación de los trabajadores o la mejora de la seguridad laboral). No se ha identificado ninguna institución pública que trate de manera integral el tema de la RSE.

Se observa por tanto una presencia mayoritaria de instituciones privadas, fundamentalmente del tercer sector (ONGs, fundaciones y asociaciones civiles sin ánimo de lucro), financiadas en bastantes casos por las propias empresas privadas o sus cámaras/asociaciones. En general, estas organizaciones se orientan al objetivo de promover

las actividades de RSE como un concepto integral y se aprecia un nivel de cooperación entre ellas relativamente elevado. Destaca también la presencia de instituciones del mundo académico (fundamentalmente universidades privadas).

Las medidas e iniciativas llevadas a cabo por estas instituciones y entidades para fomentar la RSE son bastante recientes (origen en la segunda mitad de la década anterior). Por su parte, las medidas específicamente dirigidas a empresas pequeñas y medianas pueden calificarse de escasas. Este hecho se repite en el caso de los premios o sistemas de indicadores de RSE especialmente dirigidos hacia las PyMEs.

Las medidas/iniciativas identificadas cubren un espectro muy amplio de actividades, tales como las dirigidas a la sensibilización, difusión y fomento de la RSE a través de la publicación de guías o la organización de seminarios, encuentros e intercambios de prácticas exitosas. Otro grupo notable de programas está constituido por la oferta de servicios de formación/capacitación y/o asesoramiento a las empresas en materia de RSE. Son también frecuentes las medidas para fomentar la creación de redes entre empresas e instituciones para la realización conjunta de actividades de RSE y la adopción de acuerdos en la materia.

En una perspectiva de futuro, las conclusiones y recomendaciones del estudio de cara al desarrollo de la RSE entre las PyMEs latinoamericanas giran en torno a los siguientes ejes principales:

- El primer escalón de la responsabilidad social empresarial es el cumplimiento de la legislación vigente. Solamente el incremento en el grado de cumplimiento de la normativa laboral y medioambiental vigente (y en su caso, la ampliación y desarrollo de la misma) permitiría un punto de apoyo clave para el impulso de las actividades de RSE.
- La RSE aparece como un tema relativamente reciente y procedente de otros ámbitos geográficos (EE.UU. o Europa), pero con vocación de quedarse entre las prioridades del tejido productivo latinoamericano. En este sentido y para ello, es requisito necesario el fortalecimiento institucional de las PyMEs (mejoras en la gestión y administración, establecimiento de patrones de calidad, actividades de planificación y control, etc.), sin las cuales las empresas no serán capaces de emprender con éxito iniciativas de RSE, ni integrar e internalizar el concepto de responsabilidad social en su modelo de gestión, especialmente en el nivel directivo.
- Coincidiendo con la opinión mayoritaria entre las PyMEs latinoamericanas, parece conveniente que las actividades de RSE sean fomentadas desde el ámbito público más que reguladas legislativamente.
- Las autoridades públicas deberían adoptar un papel más activo en el diseño e implementación de programas con este fin, dirigidos a las PyMEs en particular y especialmente en aquellos campos en los que se observa una menor implicación empresarial:
 - Formas de reconocimiento destinadas a distinguir y favorecer a aquellas empresas que se muestren especialmente activas.
 - Minimización de las barreras que impiden la involucración de las PyMEs,

especialmente en cuestiones de carácter financiero (incentivos fiscales, bonificaciones en cotizaciones sociales).

- Fomento de la transferencia de “know-how” desde las empresas grandes hacia las pequeñas y de la creación de redes empresariales.
- Acciones de difusión de buenas prácticas en PyMEs y los efectos positivos derivados de las mismas. Desarrollo de indicadores.
- La creación de entidades públicas nacionales que se dediquen de manera específica a la temática RSE permitiría lograr la elaboración de una agenda coordinada que integre las diversas actividades que se realizan desde la iniciativa pública y que, por otra parte, aglutine y coordine formalmente el trabajo tanto de los actores privados y las organizaciones sin ánimo de lucro.
- Los actores privados y las organizaciones sin ánimo de lucro tienen un papel protagonista de “interfaces” entre el gobierno, la sociedad en general y las empresas, fundamentalmente a través de actividades de difusión, divulgación y diseminación continua en el campo de la RSE (asociaciones gremiales, sectoriales y camerales; medios de comunicación). La propia comprensión del concepto de RSE y de las ventajas derivadas para la empresa de su aplicación es relativamente deficiente entre las PyMEs, especialmente entre las más pequeñas y las microempresas.
- Por su parte, los centros de investigación y las Universidades deben generar conocimiento básico sobre la RSE que sirva tanto para guiar el debate y la elaboración de las políticas económicas como para difundir el concepto en todo el tejido económico.

1 PyMEs Y RSE DESDE UNA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA

1.1. IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN EL TEJIDO ECONÓMICO LATINOAMERICANO

1.1.1. Definiciones de PyMEs utilizadas en los distintos países Latinoamericanos a estudio

Contrariamente a lo que ocurre en la Unión Europea (donde existe una definición uniforme de la PyME³), los países latinoamericanos no cuentan con una definición común sobre el concepto PyME⁴, de forma que cada país utiliza la suya propia (ver Cuadro 1.1).

Cuadro 1.1 Definiciones de PyMEs utilizada en los países objeto de estudio

Países	Definición de PyMEs utilizada
Argentina	Según la Comunicación A 3321 de Agosto de 2001 del Banco Central de la República Argentina, en Argentina el único criterio que se utiliza para determinar la condición de la empresa (micro, pequeña o mediana), es el valor total de las ventas anuales (excluidos los impuestos al valor agregados). Este criterio es seguido por la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de la Nación Argentina (ver resolución 675/2002), la cual considera como microempresas aquellas empresas que hayan facturado entre \$270.000 y \$1.800.000, según al sector que pertenezcan. Mientras, las pequeñas empresas contarán con un tope que va desde los \$1.800.00 a los \$10.800.000, en tanto que los límites para una mediana empresa van desde los \$10.800.000 hasta los \$86.400.000.
Brasil	En Brasil existen diversas definiciones de micro, pequeña y mediana empresa. Así, el Estatuto de la Microempresa y la Pequeña Empresa (Ley n° 9.841/99) o SIMPLES ⁵ (Ley n° 9.317/96) utilizan el criterio de ventas brutas anuales para la clasificación de las empresas. Por el contrario, las definiciones utilizadas por RAIS/MTE (Ministerio de Trabajo y

continuación

Cuadro 1.1 Definiciones de PyME utilizada en los países objeto de estudio (continuación)

Países	Definición de PyMEs utilizada
Brasil	Empleo) o de SEBRAE definen las empresas en función del número de empleados (micro definida como todas aquellas empresas entre 0 y 19 empleados, pequeña empresa como aquella empresa que cuenta entre 20 y 99 empleados- entre 10 y 49 en el caso de las empresas comerciales y de servicios para el SEBRAE- y mediana empresa como la que tiene entre 100 y 499 empleados –entre 50 y 99 empleados en el caso de las empresas comerciales y de servicios para el SEBRAE-). No existe por tanto unanimidad sobre la delimitación del segmento de PyME.
Chile	En Chile, la distinción por tamaños se basa en dos variables fundamentales, esto es, nivel de ventas y número de empleados. Las cifras oficiales se expresan fundamentalmente de acuerdo con las ventas anuales en unidades de fomento ⁶ (micro -menos de 2.400-, pequeña - de 2.401 a 25.000-, mediana - de 25.001 a 100.000-, y grande - más de 100.001-). Por su parte, el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y el Ministerio de Planificación Social (MIDEPLAN) usan una definición de PyMEs basada en el número de trabajadores (se considera micro hasta nueve trabajadores, pequeña entre 10 a 49, mediana empresa entre 50 a 199 y gran empresa más de 200 trabajadores.).
Colombia	La Ley 905 de 2004 define el concepto de PyME como toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica. Para su clasificación, se utilizan dos variables fundamentales, esto es, el número de empleados y el total de activos. Así, se define como microempresa aquella empresa con un personal no superior a los 10 trabajadores o activos totales excluida la vivienda por valor inferior a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Por su parte, pequeña empresa es aquella con un personal entre 11 y 50 trabajadores o activos totales por valor entre 501 y menos de 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes. Finalmente, mediana empresa es aquella que tiene entre 51 y 200 trabajadores o activos totales por valor entre 5.001 a 30.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
El Salvador	El Salvador no cuenta con una definición única de PyME. Así, Banco Central de Reserva utiliza como base el monto de los activos. Mientras, la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI) utiliza el criterio de número de empleados, mientras que la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) aplica el criterio de la clasificación sobre los montos de ventas anuales. En el ámbito de esta investigación, se utiliza como criterio el número de personas empleadas, distinguiéndose cuatro grandes grupos, esto es, microempresas (hasta 10 personas), pequeña empresa (de 11 a 49 personas), mediana empresa (de 50 a 100 personas) y, finalmente, gran empresa (más de 100 personas).
México	El término PyMEs se refiere al conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas, legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida por la Secretaría de Economía, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y publicada en el Diario Oficial de la Federación del 13 de diciembre de 2002. Esta estratificación indica como microempresa a toda aquella empresa entre 1 y 10 trabajadores, pequeña empresa a toda empresa entre 11 y 50 trabajadores (11 y 30 en el caso de empresas comerciales) y mediana empresa a aquella que cuenta entre 51 y 250 trabajadores (entre 31 y 100 trabajadores en el caso de las empresas comerciales y de servicios).

continuación

Países	Definición de PyMEs utilizada (continuación)
Perú	En Perú no existe una manera inequívoca de medir el fenómeno de la PyME. En cualquier caso, y siguiendo la clasificación propuesta por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el III Censo Nacional Económico de 1993, se entiende por microempresa la que cuenta con menos de 10 personas ocupadas, por pequeña empresa la que tiene entre 11 y 20 personas ocupadas, por mediana empresa la que tiene entre 21 y 100 trabajadores y, finalmente gran empresa la que tiene más de 100 personas ocupadas.
Venezuela	En Venezuela no existe una definición oficial única sobre el concepto PyME. En este sentido, en Venezuela existe una definición relativa a las microempresas y otra a las PyMEs. Así, el Decreto con Fuerza de Ley de Creación, Estímulo, Promoción y Desarrollo del Sistema Microfinanciero ⁷ define a las microempresas como aquellas unidades dedicadas a cualquier área de actividad económica que tienen menos de 10 empleados y ventas anuales hasta 9.000 unidades tributarias ⁸ . Por su parte, la Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria ⁹ se mantiene la definición tradicional de Pequeña y Mediana Empresa Industrial (microempresas: 1-4 empleados; Pequeña empresa: 5-19 empleados; Mediana empresa: 20-99 empleados; Gran empresa: 100 y más empleados) aún cuando se prevé cambiar los criterios para su clasificación incluyendo también el valor de las ventas expresado en unidades tributarias.

Fuente: socios nacionales. Elaboración: Ikei.

En este sentido, en países como Argentina, el criterio utilizado para segmentar las PyMEs se refiere al valor de las ventas anuales. Mientras, en otros países como Colombia y Chile, la distinción por tamaños se basa en dos variables fundamentales, esto es, el número de empleados y una variable económica, bien sea el nivel de ventas en el caso chileno o los activos en el caso colombiano. Por su parte, en el caso mexicano la variable fundamental utilizada corresponde al número de trabajadores. Finalmente, es posible identificar un grupo de países (por ejemplo, Brasil, El Salvador, Perú o Venezuela) en el que no existe una definición consensuada para la delimitación del fenómeno PyME, de manera que diversas instituciones utilizan sus propias definiciones.

1.1.2. Número de PyMEs existentes en los países a estudio

Obviamente, la falta de una definición común a nivel del conjunto de Latinoamérica impide la comparación homogénea de las diversas informaciones nacionales existentes sobre la importancia del fenómeno de la PyME. Esta dificultad se ve acrecentada por la importante presencia en la mayor parte de los países a estudio de empresas de carácter informal, las cuales corresponden fundamentalmente a microempresas que no aparecen recogidas en las estadísticas oficiales.

Teniendo en cuenta estas dificultades, y según la diversa información disponible y recogida de los informes nacionales (ver Cuadro 1.2), en el conjunto de los países latinoamericanos a estudio existen aproximadamente 10,64 millones de empresas, de las cuales la inmensa mayoría (el 98,3%) corresponde a PyMEs, en tanto que las microempresas suponen el mayoritario 93,7%%.

Cuadro 1.2 Número de empresas en las economías nacionales a estudio, por tamaño empresarial

	Argentina	Brasil	Colombia	Chile	El Salvador	México	Perú	Venezuela	Total
Micros	852.791	4.529.24	611.866	570.544	166.191	2.720.300	226.388	n.d.	9.972.776
Pequeñas	36.209	121.632	39.992	105.524	4.327	88.747	4.861	3.820	405.112
Medianas	5.169	23.015	7.030	14.577	502	26.447	5.046(**)	1.526	83.312
Total PyMEs	894.169	4.673.892	658.888	690.645	171.020	2.835.494	236.295	5.346	10.461.200
Grandes	2.264	5.933	5.402	6.868	316	8.815	---	584	30.182
TOTAL	896.433	4.679.825	664.290	697.513(*)	171.336	2.844.309	236.295	5.930	10.637.957

(*) En Chile existen además 146.575 empresas que no registran cifra de ventas, lo que hace un total de empresas existentes de 844.088

(**) El dato corresponde al agregado de empresas medianas y grandes

Las cifras correspondientes a El Salvador no incluyen las microempresas de subsistencia

Fuentes utilizadas:

Argentina: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), datos para 1996 referidos a unidades censales

Brasil: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), datos para 2001

Colombia: Confecámaras, datos para 2003

Chile: Servicios de Impuestos Internos, datos para 2003

El Salvador: FUNDES, datos para 2002

México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), datos para 1999

Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), datos para 1995. No se incluye en este recuento a vendedores ambulantes, transporte urbano, actividad agropecuaria ni pesca artesanal. Datos referidos a establecimientos

Venezuela: Instituto Nacional de Estadística (INE), Encuesta Industrial, datos para 2002 (sólo se incluyen datos para establecimientos industriales, no se incluyen datos relativos a microempresas).

Elaboración: Iket.

Un análisis detallado por países permite comprobar los siguientes rasgos:

- En Argentina, la importancia de las PyMEs se pone de manifiesto a través de los datos aportados por el Censo Nacional Económico de 1994, según el cual, si tomamos en conjunto a la industria, el comercio y los servicios, las PyMEs representan un 99.7% del total de las unidades censales. A su vez, las microempresas representan un 95.1% de las unidades censales.
- En Brasil, el número de micro, pequeñas y medianas empresas es superior a los 4,67 millones de unidades empresariales, lo que supone el 99,9% del total de empresas (96,8% en el caso de las microempresas). De este número, el 35% corresponde a empresas de servicios, el 38% a empresas comerciales, el 11% a empresas industriales y el restante 16% a otras actividades. Además, y según diversas estimaciones del IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), en Brasil existen cerca de 9,5 millones de empresas de carácter informal, en su mayoría compuestas por PyMEs.
- En Colombia, y de acuerdo con las estadísticas de Confecámaras, en el año 2003 el 92,1% de las empresas colombianas eran microempresas, en tanto que el 6,0% y el 1,1% correspondían a empresas pequeñas y medianas. El 86,9% de las empresas

industriales corresponden a microempresas, en tanto que este porcentaje se incrementa hasta un 91,2% y un 94,4% en el caso de las empresas de servicios y comerciales. Entre las microempresas, la organización predominante es la de personas naturales, en tanto que la organización se formaliza en personas jurídicas entre las empresas más grandes.

- En Chile, el número total de microempresas representa el 82% del total de empresas que registraron ventas (datos tributarios del año 2003), en tanto que las pequeñas empresas representan el 15%, las medianas el 2% y, finalmente, la gran empresa el 1% restante. Estas cifras oficiales no tienen en cuenta al conjunto de empresas informales (diversas estimaciones¹⁰ cuantifican su importancia en torno a las 200 mil empresas). El 98% de las empresas industriales corresponden a MIPyMEs, porcentaje éste que se incrementa al 99% entre las empresas de servicios y comerciales.
- El Salvador se caracteriza por una economía dominada por microempresas. Así, éstas suponen el 97% del total de empresas. Mientras, el 2,5% de las empresas salvadoreñas se clasifican como pequeñas empresas, el 0,3% como mediana empresa y, finalmente, la gran empresa representa al 0,2% del total¹¹.
- En México, y de acuerdo con la Secretaría de Economía, existen alrededor de 2,84 millones de unidades empresariales, de las cuales el 99,7% son PyMEs y el 95,6% corresponde a microempresas. Por sectores económicos, el 94,5% de las empresas industriales son microempresas, mientras que la presencia de microempresas es mayor entre las empresas comerciales y de servicios (95,0% y 97,6%, respectivamente)
- Las PyMEs representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva de Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas. La principal actividad de las micro y pequeñas empresas es el comercio y la reparación de vehículos y efectos personales, actividad a la cual se dedica el 66,1% del total. En contraste, solo un 10,8% se dedica a la industria manufacturera.
- En Venezuela, la falta de estadísticas comprehensivas del fenómeno PyME impide la obtención de información exhaustiva sobre las mismas. En cualquier caso, la información disponible permite comprobar que el 90,2% de los establecimientos industriales existentes en el país corresponden a PyMEs (no están incluidas las microempresas). Estimaciones de otros autores¹² señalan que el grueso de las empresas pequeñas y medianas se encuentra en los sectores de comercio y servicios, en tanto que apenas un 14% de los establecimientos son industrias manufactureras.

1.1.3. Importancia de las PyMEs en las economías nacionales a estudio

La importancia cuantitativa de las PyMEs en Latinoamérica no se limita únicamente a su participación en el total de empresas existentes. Así, las PyMEs suponen un porcentaje muy elevado del empleo generado en las diversas economías nacionales a estudio, en tanto que su aportación al PIB/ventas nacionales es menor aunque obviamente relevante (ver Cuadro 1.3).

Además de la importancia puramente cuantitativa de las PyMEs en las economías nacionales respectivas, las PyMEs juegan un importante papel de carácter social.¹⁶ Así, estas empresas sirven en la mayoría de los países analizados como amortiguadores del

Cuadro 1.3 Aportación cuantitativa de las PyMEs nacionales en sus respectivas economías nacionales

Países	Descripción
Argentina	Según los datos aportados por el Censo Nacional Económico de 1994, las PyMEs representan un 70,8% del valor agregado y un 80.6% del total de los ocupados en el conjunto de la economía argentina. Por su parte, las microempresas aportan el 31.9% del valor agregado y un 46,6% de los puestos de trabajo.
Brasil	Según estimaciones procedentes de diversas fuentes y recogidas por el Instituto Ethos ¹³ , las PyMEs brasileñas aportan el 56% del total de la fuerza de trabajo formal nacional, el 20% del PIB brasileño y el 12% de las exportaciones del país.
Chile	Según estimaciones oficiales para el año 2003, las MIPyMEs chilenas generan el 71% del empleo nacional, el 22% de las ventas totales empresarial y el 3,9% de las exportaciones totales chilenas. Por su parte, las microempresas suponen el 45% del empleo nacional, mientras que su aportación a las ventas y exportaciones nacionales ascienden al 3% y a menos del 1% de los totales nacionales respectivos. De los datos anteriores se puede inferir que la mayor parte de las PyMEs operan en mercados locales y no en mercados externos. Por sectores económicos concretos, las MIPyMEs generan el 14,2% de las ventas del sector industrial, donde este porcentaje es superior tanto en el sector servicios como especialmente en el comercial (19,3% y 26,4%, respectivamente)
Colombia	La existencia de diversas fuentes de datos sobre el fenómeno PyME y la falta de información estructurada y comparable impide estimar de manera precisa la contribución de las mismas al PIB y al empleo nacional. Así, las estimaciones más fiables indican que las PyMEs colombianas generan entre el 63 y el 73% del empleo total, mientras que su participación en la producción bruta de la industria, el comercio y los servicios oscila entre el 37% y el 53%. Por su parte, su producción se comercializa en el interior del país en cerca del 80%, mientras que el 20% restante se exporta.
El Salvador	Según la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL), las PyMEs salvadoreñas (empresas hasta 100 empleados) contribuyeron al 86% del PIB nacional (datos correspondientes a 1999), donde el mayor aporte (concretamente el 50,6%) corresponde a las microempresas. Por sectores, el mayor aporte de las PyMEs corresponde al sector comercio, seguido por el sector de servicios y finalmente el industrial (93,6%, 88,3% y 76,3%, respectivamente). Finalmente, las PyMEs representan el 10% del total de las exportaciones salvadoreñas.
México	De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), durante el año 2002 las PyMEs mexicanas emplearon a más del 72% de la Población Económicamente Activa y aportaron el 52% del Producto Interno Bruto mexicano. Por su parte, las microempresas aportaron el 18,1% del PIB mexicano total, dando empleo al 42,4% del total nacional
Perú	Las micro y pequeñas empresas peruanas tienen una considerable incidencia en la generación de empleo. Así, sólo las microempresas (menos de 10 trabajadores) dan ocupación al 66,1% de la población activa urbana. Por su parte, estimaciones de diversos autores ¹⁴ sugieren que las PyMEs generaron el 42,1% del PIB peruano en 1996, destacando en este sentido la aportación de las PyMEs a la actividad de servicios.
Venezuela	Las PyMEs venezolanas tienen un elevado peso en el empleo total. Así, y según estimaciones procedentes de la Encuesta de Hogares por Muestreo del año 1998, el 51% de los trabajadores está empleado en una microempresa, mientras que las PyMEs (empresas entre 5 y 99 trabajadores) ocupan a un 20%. Por su parte, la aportación de las PyMEs industriales al PIB total nacional es escaso (por debajo del 1%), consecuencia en parte de la falta de información sobre la aportación de otros colectivos (microempresas, PyMEs de otros sectores) y por la preponderancia de la actividad petrolera en el país. Sólo el 2% de las PyMEs venezolanas están orientadas hacia los mercados exteriores. ¹⁵

Fuente: Ikei y socios latinoamericanos participantes.

problema del desempleo, ya que las PyMEs son una posibilidad de empleo (bien formal o informal, sea en forma de autoempleo o como asalariado) para una gran parte de la fuerza de trabajo excedente que, en su mayoría, no posee una cualificación adecuada a las exigencias de las empresas más grandes. De esta forma, las PyMEs se constituyen como un instrumento de “movilidad social”¹⁷. Así, en algunos países (i.e. Perú), se observa que, por ejemplo, las microempresas emplean en una proporción mayor que otros tamaños empresariales a personas mayores de 55 años, lo que evidentemente facilita la incorporación laboral de este colectivo que, en otras condiciones, se enfrentaría a serias limitaciones para conseguir empleo.¹⁸

Desde un punto de vista cualitativo, y en líneas generales (obviamente con excepciones), las PyMEs latinoamericanas en general y las micro y pequeñas empresas en particular se caracterizan por una baja intensidad de capital, altas tasas de natalidad y mortalidad, presencia de propietarios/socios/familiares como mano de obra, contabilidad poco adecuada, estructura burocrática mínima, poder centralizado, contratación directa de mano de obra, mano de obra semi-cualificada o no cualificada, bajo nivel de inversión en innovación, dificultades para el acceso a financiación exterior y, finalmente, subordinación a grandes empresas.¹⁹

Además, y en comparación con los países más avanzados de Norteamérica, Europa o Asia, la estructura productiva latinoamericana aparece fuertemente polarizada en torno a tres grandes tipos de empresas. En primer lugar, las empresas más grandes, caracterizadas por su apertura internacional y su especialización en industrias ligadas con el sector primario o con actividades extractivas. En segundo lugar, las empresas medianas, menos abundantes que en las economías más desarrolladas del mundo y niveles productivos muy inferiores a los de las empresas grandes (contrariamente a lo que ocurre en otros ámbitos geográficos más desarrollados donde las diferencias en productividad entre ambos segmentos son reducidas). Finalmente, las empresas pequeñas, particularmente abundantes en Latinoamérica, que aparecen escasamente especializadas, ligadas a mercados locales y con escasa capacidad para actuar como subcontratistas de alto valor añadido para grandes empresas internacionales. Además, las empresas pequeñas latinoamericanas tienden a ser más viejas que sus homónimas en países avanzados y escasamente innovadoras, tanto en procesos como en productos, además de estar particularmente especializadas en actividades terciarias (especialmente comercio).

Sin embargo, y según opinión recogida de algunos expertos²⁰, una nueva generación de emprendedores jóvenes, bien educados y provenientes de clases medias y altas se está desarrollando en Latinoamérica, para los cuales las razones de autorrealización son más importantes que el deseo de enriquecimiento. Las empresas creadas por estos nuevos emprendedores tienen un perfil diferente al tradicional latinoamericano, y vienen caracterizadas por su mayor orientación a los mercados internacionales, uso de tecnologías y productos diferenciados, lo que redundará en mejores resultados en términos de crecimiento de ventas o del empleo. Además, esta nueva generación de emprendedores aparece particularmente sensibilizada hacia los problemas sociales de sus comunidades y hacia las ganancias (en sentido amplio) derivadas de la sostenibilidad medioambiental, la preocupación por los trabajadores y empleados o la redistribución de la riqueza generada.

1.2. EL CONCEPTO DE RSE DESDE UNA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA

1.2.1. El concepto de RSE en el contexto latinoamericano: evolución en el tiempo y situación actual

En general, y aunque con diferencias entre los distintos países, las prácticas “socialmente responsables” no son una materia desconocida en las diversas historias nacionales latinoamericanas (a diferencia de la reflexión sobre el tema que sí es un aspecto más reciente). En este sentido, la participación de los agentes privados (incluidas las empresas) en iniciativas de asistencia social datan desde el siglo XIX, fundamentalmente como obras de ‘caridad’ efectuadas por la iglesia católica y financiadas a través de donaciones privadas y a requerimientos de orden fundamentalmente ético o religioso, de corte absolutamente individual.²¹

Posteriormente, las transformaciones sociales, políticas y culturales que caracterizan los diversos países latinoamericanos a comienzos del siglo XX (i.e. laicización de la beneficencia, el surgimiento de la Sociedad Civil o el crecimiento en la acción del estado) tienen una fuerte incidencia en el desarrollo de la ‘filantropía’, impulsada voluntariamente por las empresas a través de donaciones (tanto financieras como no financieras) orientadas a instituciones de beneficencia y obras sociales tanto religiosas como laicas. En cualquier caso, conviene subrayar que estas actividades filantrópicas tienen un carácter informal, sin relación con la estrategia de las empresas ni con un marco de ideas preciso, lo que no significa que las actividades realizadas fueran escasas o inexistentes.

Tras la segunda guerra mundial, comienza la reflexión en torno a la responsabilidad social de la empresa, la cual es alentada a involucrarse de manera más activa con la comunidad desde otros ámbitos que escapan al económico. Así, y durante el período que va desde los años treinta hasta mediados de los ochenta, las actividades sociales de las empresas (fundamentalmente las grandes) se van a formalizar y potenciar con la figura jurídica de las fundaciones, especialmente con las fundaciones de carácter corporativo, hecho éste que se ve correspondido con el desarrollo en numerosos países de legislación destinada a estimular las donaciones privadas de los contribuyentes de primera categoría. Por otro lado, las grandes empresas privadas nacionales comienzan a gestar la noción de la responsabilidad social interna para con sus empleados (i.e. a través del inicio de los programas de atención a las necesidades del personal, antes incluso de que se formalizara en la legislación nacional las obligaciones de las empresas con su personal).

Por su parte, y desde los años ochenta, comienza a emerger el concepto de ‘inversión social’, caracterizado por una visión en la que las acciones de las empresas en materia social no deben ser asistencialistas, sino que deben promover el desarrollo de las comunidades en un sentido amplio y no contentarse con la mera satisfacción de necesidades²². Además, y durante este período, comienzan a tomar importancia las políticas de gestión medioambiental y basadas en las teorías de desarrollo sostenible.

Finalmente, y desde mediados de los años noventa, comienza a utilizarse (aunque con variaciones según los países) la expresión ‘Responsabilidad Social Empresarial’, entendida

en la forma referenciada en la sección anterior. En este sentido, la tendencia en los últimos años señala una más amplia acepción y difusión del concepto de RSE y una creciente implementación de sus prácticas, reflejadas tanto entre las empresas como entre las distintas organizaciones que, de diferentes maneras, abordan la temática (Universidades, Escuelas de negocios, ONG, Fundaciones de empresas, etc.)²³.

Tal y como se puede apreciar de la exposición anterior, el concepto de responsabilidad empresarial en Latinoamérica ha experimentado en términos generales una evolución en el tiempo atendiendo al recorrido caridad- filantropía- inversión social- RSE (ver Cuadro 1.4 para una mayor descripción de los diversos elementos que caracterizan cada una de los conceptos de filantropía empresarial, inversión social y responsabilidad social).

Cuadro 1.4 Criterios para la definición de filantropía empresarial, inversión social y responsabilidad social

	Filantropía	Inversión social	Responsabilidad social
<u>Motivación</u>	Exclusivamente altruista.	Principalmente obtención de beneficios para la empresa a través de beneficios a la comunidad.	Principalmente obtención de beneficios para sus trabajadores, sus familias y la comunidad en la que se asienta, con la finalidad de obtener beneficios para la empresa en el mediano y largo plazo.
<u>Fuente de recursos</u>	Exclusivamente utilidades.	Principalmente fondos del presupuesto de la empresa.	Utilidades, fondos presupuestales, equipos y recursos humanos de la empresa.
<u>Impacto deseado</u>	Mejorar la calidad de vida de la sociedad.	Mejora de vida en la comunidad de influencia de la empresa.	Mejorar la calidad de vida de la sociedad, de la comunidad de influencia de la empresa y de la productividad de los trabajadores.
<u>Localización del impacto</u>	Entorno externo de la empresa.	Entorno externo de la empresa.	Entorno externo e interno de la empresa.
<u>Beneficios esperados por la empresa</u>	Satisfacción personal.	Mejoramiento de la imagen y reputación de la empresa.	Incremento de la reputación e imagen de la empresa. Incremento de las utilidades de la empresa. Satisfacción personal.
<u>Instrumentos de medición de los efectos del impacto</u>	Reportes de actividades de la institución ejecutora.	Evaluaciones de proceso no periódicas. Eventualmente evaluaciones de impacto. Apreciaciones sobre la repercusión de la acción.	Balance social o similares. Evaluaciones de impacto. Métodos de mercadotecnia social.
<u>Instancias que participan en la toma de decisiones</u>	Directorio.	Presidencia del Directorio. Gerencia general. Comités especiales.	Presidente del Directorio. Directorio. Gerencia general. Comités especiales. Socios.

Fuente: Caravedo, B., "Perú: empresas responsables", SASE y Perú 2021, Lima, 1998.

Focalizando la atención en el contexto actual, puede afirmarse que en el conjunto de los países latinoamericanos a estudio no existe una definición común sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En este sentido, el concepto de RSE se encuentra en pleno desarrollo, tanto en el ámbito nacional (ver anexo B para una relación de las principales definiciones existentes en cada uno de los países a estudio) como internacional²⁴, dependiendo de los campos de trabajo e intereses concretos que sostienen a cada uno de los autores/instituciones concernidas.

No obstante la falta de una definición común, el concepto de RSE está adquiriendo cada vez contornos más definidos tanto en los ámbitos nacionales como latinoamericano. De esta manera, un análisis detallado de las diversas definiciones existentes en los países a estudio permite atisbar una serie de elementos comunes en los distintos conceptos de RSE recogidos:

- El punto de partida está ubicado por encima del cumplimiento legal
- El carácter voluntario de las acciones
- El compromiso cívico de la empresa, especialmente en cuanto al apoyo al desarrollo social a nivel local/regional
- El respeto por la dignidad humana
- La preocupación tanto por aspectos externos como internos a la responsabilidad de la propia empresa
- El concepto de ética empresarial y transparencia en los negocios.
- La consideración de los intereses de las diversas partes ('stakeholders')
- La búsqueda de equilibrio en la sostenibilidad económica, ecológica y humana y, finalmente,
- La vinculación con el concepto y la estrategia del negocio, la supervivencia económica a largo plazo de la empresa y la generación de sólidas ventajas competitivas.

Así, el concepto de RSE se corresponde con un camino estratégico que busca valorizar las empresas, generando relaciones beneficiosas en el largo plazo, donde "no sólo importa cuánto gano, sino también cómo lo gano"²⁵, lo que implica un cambio radical con respecto a la óptica empresarial tradicional de simple maximización de beneficios. De esta forma, la RSE es una nueva manera de hacer negocios mediante el compromiso empresarial de contribuir al desarrollo sostenible que engloba una dimensión de responsabilidad total para con todas las 'partes interesadas' (stakeholders) de la empresa, esto es, clientes, suministradores, trabajadores, la comunidad, el medio ambiente y la sociedad en su conjunto, además de los propios propietarios o accionistas, siempre desde una perspectiva ligada con la ética empresarial y la transparencia en los negocios²⁶.

En este sentido, las diversas definiciones de RSE parecen confirmar la existencia dentro del concepto de dos dimensiones complementarias entre sí, esto es, la responsabilidad interna (relacionada con el público interno de la organización, esto es, sus empleados y trabajadores, además otros agentes como clientes y/o suministradores) y, por otro lado, la responsabilidad externa (cuyo objetivo primordial es el de atender a los agentes externos a las actividades de la empresa, como el medio ambiente o la sociedad en su conjunto)²⁷.

Por su parte, parece claro que el tema de la responsabilidad social empresarial ha tomado un interés creciente en el ámbito latinoamericano, tanto en el sector académico como entre las propias empresas (especialmente entre las empresas grandes), de forma que la perspectiva de la ‘responsabilidad social’ comienza a estar incorporada al discurso empresarial. Así, algunos autores²⁸ sintetizan la percepción actual del concepto diciendo que la responsabilidad social empresarial es una realidad que ha llegado para quedarse, de forma que los reduccionismos cortoplacistas de visualizar al ente empresario como un mero productor de rentabilidad para sus dueños pierden vigencia ante la realidad económica y social.

Desde un punto de vista PyME, en la totalidad de países latinoamericanos considerados no se advierte una definición específica sobre el concepto de RSE para las PyMEs, de forma que las definiciones que se utilizan son de carácter transversal al tamaño de empresa. Este hecho se debe en parte a que la propia noción de RSE constituye un tema en formación en la mayoría de los países y a que aún se encuentra limitado principalmente a las grandes empresas. Así, conviene tener en cuenta que la RSE es una temática que no nace desde la base empresarial propia latinoamericana, sino que se trata más bien de un tema importado por parte de las filiales de las grandes multinacionales extranjeras al que, progresivamente, las empresas nacionales (especialmente las grandes) y los gobiernos nacionales están prestando una atención creciente. En este sentido, y en el caso de algunos países (i.e. Chile o Brasil, y en menor medida El Salvador o Argentina), la temática RSE se está focalizando de manera paulatinamente creciente en el ámbito de las PyMEs, fundamentalmente a través de proyectos pilotos orientados al desarrollo de metodologías y experiencias de aplicación.

En cualquier caso, y tal y como cita una autora mexicana²⁹, conviene subrayar que en muchos casos las PyMEs llevan a cabo acciones que reflejan prácticas de RSE desde tiempo atrás en sus organizaciones a pesar de desconocer el propio concepto de RSE, donde estas actividades no son debidamente conocidas por el gran público debido a su carácter local o al perfil bajo de las propias PyMEs³⁰.

1.2.2. Definición de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) utilizada en el contexto de este estudio

Independientemente de la existencia de diferentes conceptos sobre lo que es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en cada uno de los países latinoamericanos a estudio (ver sección anterior para más información al respecto), en este estudio se ha utilizado un concepto único de RSE.

En este sentido, y siguiendo la definición europea existente sobre Responsabilidad Social Corporativa, el criterio utilizado en este estudio para definir a la RSE se puede resumir como **la integración por parte de las empresas de la preocupación social y medioambiental en las actividades empresariales diarias y en las relaciones con sus ‘stakeholders’³¹, siempre desde una perspectiva voluntaria.** De esta forma, el concepto de RSE va más allá del mero cumplimiento de la legislación nacional existente y se refiere a todas las actividades sociales y medioambientales que las empresas realizan de forma

voluntaria y que exceden de los mínimos requeridos (si es el caso) por la legislación nacional, lo que equivale a decir que los mínimos legales son, al menos, cumplidos estrictamente por parte de las empresas.

Desde un punto de vista conceptual, este concepto de RSE utilizado en este estudio se ha desglosado en las siguientes tres grandes dimensiones:

- RSE externa: apoyo e implicación (patrocinio, donaciones, etc.) de la empresa en actividades ligadas a la comunidad externa en la que opera (i.e. actividades de contenido social, cultural, desarrollo comunitario, etc.)
- RSE interna: aspectos sociales de la propia actividad de la empresa para con sus propios trabajadores y empleados (salud y bienestar de los trabajadores, formación, participación, conciliación trabajo-familia, igualdad y colectivos desfavorecidos). Así mismo, la investigación ha tenido en cuenta diversos aspectos relativos al concepto de buen gobierno corporativo, tales como prácticas anticorrupción, transparencia en la información y la gestión, etc.
- RSE medioambiental: actividades encaminadas a la reducción del impacto medioambiental de la empresa (reducción y control de consumos y residuos, sistemas de gestión medioambiental, etc.).

Es importante subrayar que esta definición de RSE ha sido utilizada uniformemente por todos los participantes como guía de trabajo, especialmente en lo que se refiere a efectos del diseño del cuestionario. Sin embargo, las preguntas recogidas en este mismo cuestionario son tan específicas que la definición de RSE utilizada no resulta crítica para analizar los resultados obtenidos.

1.3. LA RSE DESDE UNA PERSPECTIVA PYME: ALGUNAS CONSIDERACIONES TEORICAS PREVIAS

Tal y como se ha comentado anteriormente, la mayoría de los conceptos e instrumentos relacionados con el concepto de RSE han sido desarrollados por y para grandes empresas, en muchos casos multinacionales. En este contexto, no resulta sorprendente comprobar por tanto que la mayor parte de las investigaciones y estudios existentes en el ámbito de la RSE se hayan dirigido a estas grandes empresas, mientras que la atención dedicada a las PyMEs ha sido mucho menor³².

Sin embargo, y según la opinión de diversos estudiosos en la materia³³, la RSE entre las PyMEs requiere de una visión distinta a la que normalmente se utiliza en el caso de las empresas grandes dado que, en definitiva, las “empresas pequeñas no se comportan necesariamente como pequeñas grandes empresas”³⁴. Así, las PyMEs están sujetas a un conjunto de características propias e intrínsecas que las hacen muy diferentes de las empresas grandes³⁵ y que por supuesto afectan tanto los contenidos como la extensión y naturaleza misma de sus actividades de RSE.

En este sentido, y tal y como se comentó en una sección anterior, las PyMEs latinoamericanas en general y las micro y pequeñas empresas en particular se caracterizan, entre otras características, por una baja intensidad de capital, presencia de propietarios/socios/familiares como mano de obra, estructura burocrática mínima, poder centralizado, dificultades para el acceso a financiación exterior o subordinación a grandes empresas³⁶.

La influencia de estas características en la temática RSE puede resumirse en los siguientes aspectos:

- Las PyMEs juegan un importante papel de carácter social, tanto por su papel como creadoras de empleo y amortiguadores del problema del desempleo (al ser particularmente intensivas en este factor) como por ser un instrumento de cohesión y estabilidad social al dar oportunidades de empleo (bien sea formal o informal) a colectivos semi o escasamente cualificados.
- En la mayor parte de las empresas pequeñas, la propiedad y la gestión de la empresa se concentra en la figura del propietario-gerente (asistido a veces por otros miembros familiares), el cuál ocupa un rol estratégico de líder en la organización al concentrar la mayoría de las decisiones estratégicas³⁷. Según algunos autores, esta característica permite explicar la influencia en una manera impensable entre las empresas grandes que las expectativas, deseos u objetivos propios y personales del propietario-gerente (o de la familia) tienen en las decisiones empresariales (entre ellas por supuesto las relativas a las actividades ligadas con la RSE)³⁸.
- El supuesto generalizado en teoría económica de que la maximización de beneficios e un objetivo de toda empresa puede que no sea del todo cierto en el caso de las PyMEs, por lo que en muchos casos estas PyMEs persiguen una rentabilidad “satisfactoria” que les garantice su viabilidad al mismo tiempo que les permite dedicar parte de sus esfuerzos a otros objetivos ligados con razones altruistas, sociales o morales³⁹.

- La mayor parte de las empresas pequeñas operan en mercados locales, lo que les permite operar con mayor libertad en sus decisiones de RSE al no estar expuestas a las críticas de los medios de comunicación y de la sociedad civil, mucho más pendientes de las actuaciones de las empresas grandes. En cualquier caso, algunas de estas PyMEs operan como subcontratistas de estas grandes empresas, las cuales a su vez son particularmente vigilantes de las actividades y estándares de sus suministradoras. Por otro lado, las PyMEs aparecen fuertemente ligadas con la suerte social y económica de sus comunidades geográficamente más próximas, habida cuenta que la mayor parte de sus clientes y trabajadores provienen de su área geográfica próxima⁴⁰. De esta forma, la reputación de la empresa y su imagen como empleador, productor o actor en el ámbito local influyen ciertamente en su competitividad⁴¹.
- Las PyMEs en general cuentan con importantes limitaciones en términos financieros que dificultan su acceso a financiación exterior. Tal y como señala la literatura existente⁴², esta importante barrera afecta negativamente su implicación en actividades de RSE, especialmente en aquellas que requieren un planteamiento a medio y largo plazo o que no son percibidas como “estratégicas” o “básicas” para el negocio (i.e. algunas actividades medioambientales o ligadas con el desarrollo de la comunidad). Ligado con esto, es posible esperar que la situación económica y sus efectos cíclicos tengan un efecto muy importante en la implicación de las PyMEs en actividades de RSE, especialmente en momentos de recesión económica⁴³.
- Las PyMEs no se ven limitadas únicamente por aspectos financieros, sino también por factores ligados con la falta de tiempo y de personal⁴⁴. Así, los propietarios-gestores de PyMEs (especialmente de las más pequeñas) cuentan en general con una estructura burocrática mínima, lo que les obliga a dedicar una parte muy importante de su tiempo y energías a resolver los pequeños problemas cotidianos de sus empresas (no sólo de carácter gerencial sino también en muchos casos productivos). No resulta por tanto sorprendente que, ante tales limitaciones de tiempo y personal, algunos autores⁴⁵ sugieran que los gestores de las PyMEs sean más “reactivos” que “proactivos” con relación a sus actividades de RSE, ya que la atención a las actividades nucleares de la empresa es siempre prioritario para ellos. Además, estas limitaciones explican las prevenciones que las PyMEs tienen con relación a las actividades reguladoras que las Administraciones Públicas puedan desarrollar en el ámbito social o medioambiental, las cuales suponen un coste mayor para estas empresas en comparación a sus homólogas más grandes.
- Para las PyMEs, las relaciones humanas son uno de sus componentes clave y distintivo⁴⁶. En este sentido, las relaciones que se establecen entre los propietarios-gerentes y sus empleados (en muchos casos familiares) y otros stakeholders relevantes como suministradores, clientes o incluso competidores permite la construcción de relaciones humanas y profesionales a un nivel impensable en muchas grandes empresas⁴⁷. Sin embargo, esta visión optimista no debe hacer perder de vista que la existencia de estas fuertes relaciones personales pueden hacer a la empresa especialmente vulnerable en el caso de, por ejemplo, la existencia de conflictos o disputas⁴⁸.

2 LA ACTIVIDAD DE RSE ENTRE LAS PyMEs DE AMÉRICA LATINA

2.1. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo se propone presentar los principales resultados obtenidos de la “Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial entre las PyMEs Latinoamericanas 2004” (a partir de ahora “Encuesta RSE-PyMEs”)⁴⁹ realizada por Ikei en colaboración con sus socios latinoamericanos, complementando estos resultados, en aquellos casos donde sea posible, con referencias de la literatura latinoamericana existente sobre la RSE. Es importante destacar que la información aquí analizada procede siempre de las respuestas de las propias empresas encuestadas y no a una revisión o evaluación formal externa respecto a sus actividades de RSE. Este hecho es muy relevante para la interpretación de los resultados.

El capítulo se estructura en 6 secciones, además de esta Introducción. Así, la segunda sección presenta, de forma muy sintética, los resultados más generales de la Encuesta RSE-PyMEs en lo que se refiere al grado de implantación de las actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas. Mientras, la sección 3 aporta una serie de valoraciones generales de las empresas latinoamericanas sobre RSE, tanto en lo que se refiere al grado de cumplimiento de las PyMEs para con las obligaciones legales existentes, como sobre la importancia atribuida por las mismas hacia las actividades de RSE y hacia la presión social y empresarial detectada por las PyMEs con relación a las mismas.

Posteriormente, la sección 4 presenta diversa información sobre las actividades de RSE de tipo externo realizadas por las PyMEs latinoamericanas. En concreto, se muestra información sobre aspectos relativos al grado de implantación de estas actividades, las principales actividades concretas desarrolladas así como los modos más importantes de apoyo y los presupuestos destinados a este fin. Mientras, la sección 5 muestra las actividades de RSE de carácter interno realizadas por las PyMEs latinoamericanas, tanto en lo que se refiere al grado de implantación de estas actividades como a los principales campos y actividades concretas en RSE interna desarrollados. A su vez, la sección 6 aporta diversa información sobre las actividades empresariales medioambientalmente responsables realizadas por las PyMEs latinoamericanas, en especial en lo que se refiere al grado de implantación de estas actividades.

2.2. GRADO DE IMPLANTACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE RSE ENTRE LAS PYMEs LATINOAMERICANAS: VISIÓN GENERAL

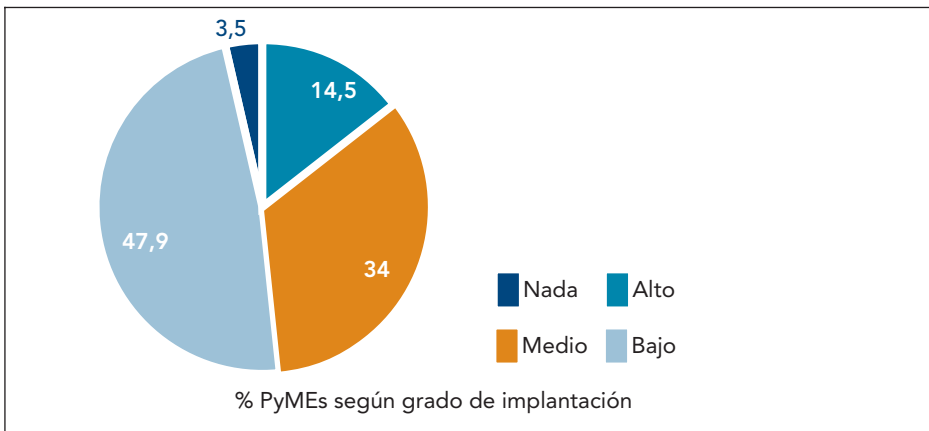
El presente apartado se propone dar una visión general sobre el grado de implantación de la actividad de RSE entre las PyMEs latinoamericanas. Para ello, y tomando como base los diversos grados parciales de implantación de cada uno de los tres tipos de RSE que se han delimitado para este estudio, esto es, externas, internas y medioambientales (ver Cuadro 2.1), se ha elaborado un índice sintético de implantación de las actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas⁵⁰.

Cuadro 2.1 Grado de implantación de las actividades de RSE externas, internas y medioambientales entre las PyMEs latinoamericanas

% de PyMEs según grado	RSE Externas	RSE Internas	RSE Medioambientales
Alto	11,3	40,0	23,3
Medio	15,4	13,3	8,6
Bajo	34,3	42,0	15,5
Nada	39,0	4,7	52,6
TOTAL	100,0	100,0	100,0

Atendiendo a los resultados obtenidos (ver Gráfico 2.1), es posible comprobar que hasta un 14,5% de las PyMEs latinoamericanas cuentan con un alto grado sintético de implantación de las actividades de RSE, un 34,0% presentan un grado sintético medio y un 47,9% manifiestan un grado sintético bajo. Mientras, solamente un 3,5% de las PyMEs no desarrollan ningún tipo de actividad en el campo de la RSE⁵¹.

Gráfico 2.1 Grado sintético de implantación de las actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas

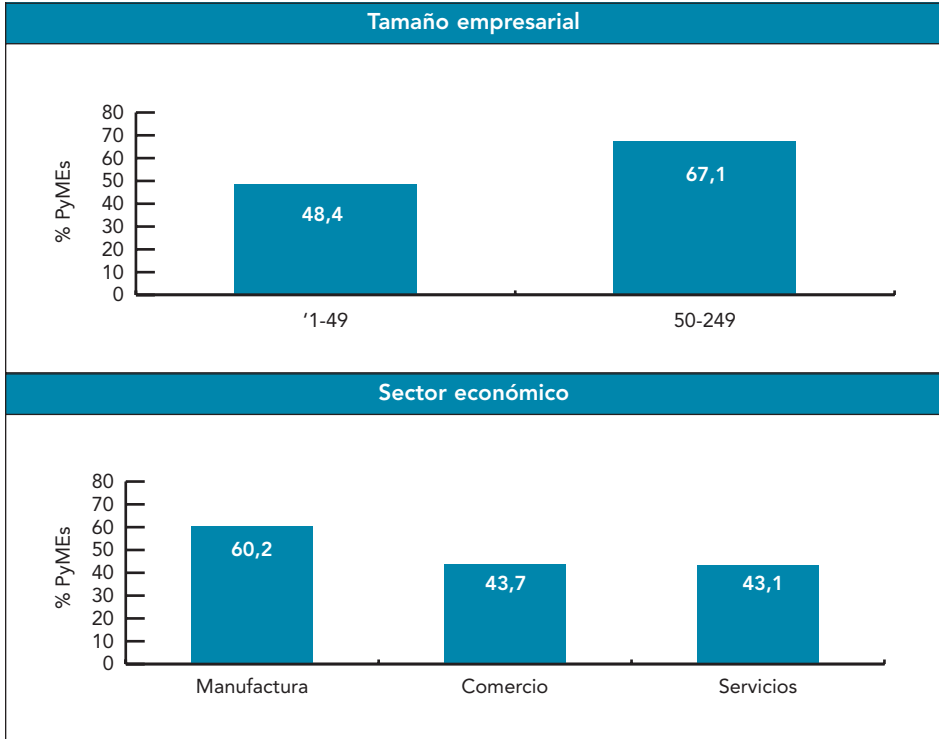


Un análisis detallado del grado sintético de implantación de las actividades de RSE por tamaño empresarial y clasificación sectorial permite comprobar, en primer lugar, una relación creciente entre tamaño empresarial e implantación de la RSE (ver Cuadro 2.2 y Gráfico 2.2). Así, y mientras un 14,4% y 34,0% de las PyMEs más pequeñas cuentan con un grado sintético alto y medio, respectivamente, estos porcentajes se elevan hasta el 28,1% y 39,0% en el caso de las PyMEs más grandes.

Cuadro 2.2 Grado sintético de implantación de las actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial y clasificación sectorial

% de PyMEs según grado	Tamaño empresarial		Clasificación sectorial		
	1-49	50-249	Manufactura	Comercio	Servicios
Alto	14,4	28,1	17,6	9,4	16,2
Medio	34,0	39,0	42,6	34,3	26,9
Bajo	48,1	31,3	39,3	53,7	50,3
Nada	3,6	1,5	0,5	2,6	6,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,1

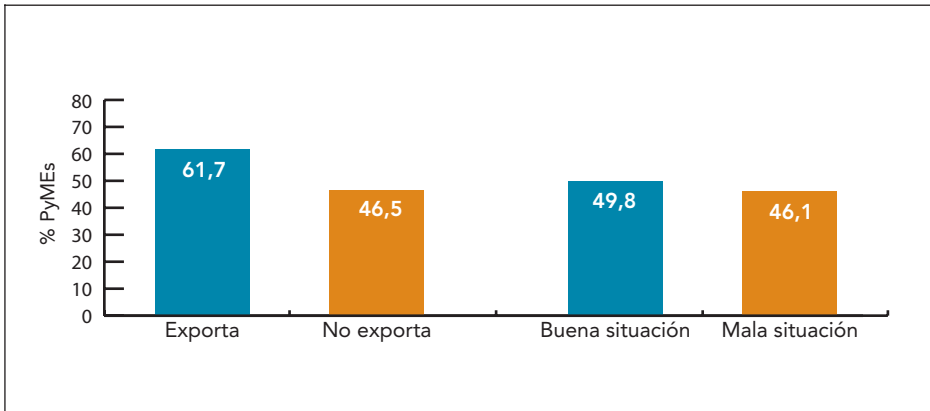
Gráfico 2.2 PyMEs con un grado sintético de implantación de las actividades de RSE alto/medio, por tamaño empresarial y sector



Si se atiende al sector económico, la información muestra un mayor grado de implantación entre las PyMEs manufactureras en comparación con las comerciales y de servicios. Así, un 60% de las PyMEs manufactureras muestran un grado alto/medio de implantación de las actividades de RSE frente a un 43% de las comerciales y de servicios (ver también Cuadro 2.2 y Gráfico 2.2).

Desde otra perspectiva, se puede comprobar que las PyMEs que desarrollan actividad exportadora cuentan con un grado mayor de implantación de las actividades de RSE (ver Gráfico 2.3). Así, más de un 60% de las PyMEs exportadoras muestran un grado medio-alto de actividad de RSE frente a menos de la mitad de las no exportadoras. Por su parte, la presencia de una situación económica buena o muy buena parece influir también positivamente en una mayor presencia de las actividades de RSE, aunque conviene subrayar que las diferencias no son en este caso muy importantes (ver también Gráfico 2.3).

Gráfico 2.3 PyMEs con un grado sintético de implantación de las actividades de RSE alto/medio, por presencia de actividad exportadora y por situación económica de la empresa

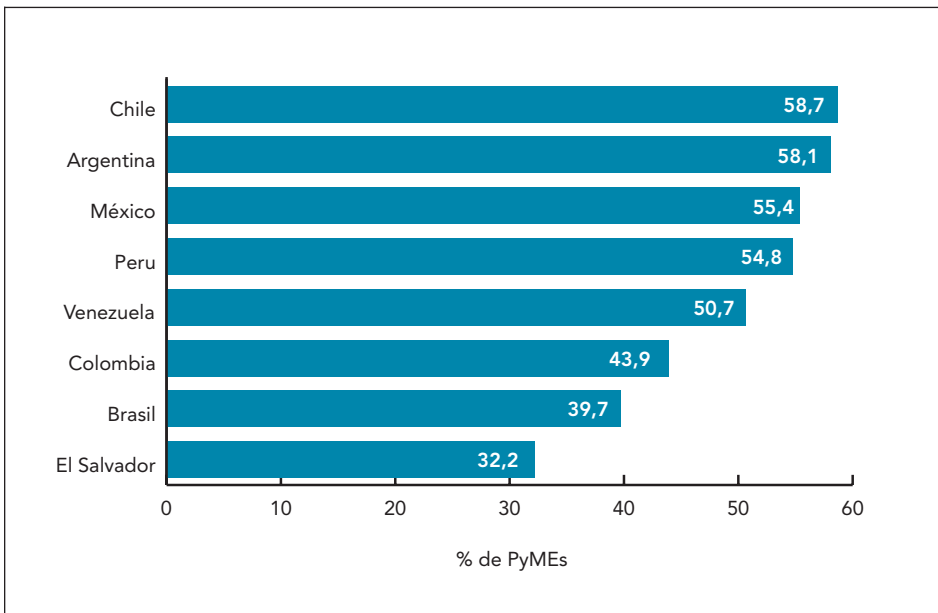


Finalmente, la comparación entre los diversos países latinoamericanos estudiados permite comprobar algunas diferencias entre los mismos (ver Cuadro 2.3 y Gráfico 2.4). Así, y tomando como indicador relevante el porcentaje de PyMEs que muestran un grado de intensidad medio/alto en sus actividades de RSE, los resultados de la encuesta reflejan un ranking encabezado por Chile y Argentina (cerca del 60% de sus PyMEs cuentan este grado de implantación), seguido por los casos de México, Perú y Venezuela (50-55% de las PyMEs). Por su parte, los países con una menor presencia de PyMEs corresponden a Colombia, Brasil y El Salvador (40-30% de las PyMEs).

Cuadro 2.3 Grado sintético de implantación de las actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas, por países

% de PyMEs según grado	Países							
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve
Alto	16,1	13,5	16,2	13,7	8,1	14,5	20,1	15,4
Medio	42,0	26,2	42,4	30,2	24,1	40,9	34,7	35,3
Bajo	41,9	53,6	38,0	54,7	65,7	42,7	43,9	48,2
Nada	0,0	6,7	3,4	1,4	2,2	1,9	1,3	1,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Gráfico 2.4 PyMEs latinoamericanas con un grado de implantación de actividades de RSE alto/medio, por países



2.3. VALORACIONES GENERALES DE LAS EMPRESAS SOBRE RSE

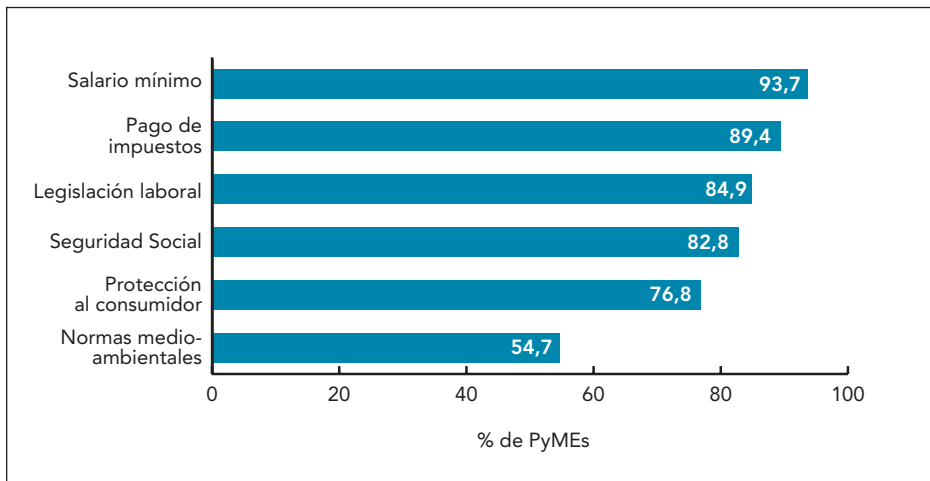
2.3.1. Grado de cumplimiento de las obligaciones legales existentes

En una sección anterior se ha definido en el contexto de este estudio a las actividades de RSE como aquellas que realizan las empresas y que desbordan las obligaciones mínimas que establecen los marcos legislativos nacionales respectivos. Así, el cumplimiento de las obligaciones legales es una condición necesaria para una actuación socialmente responsable por parte de las empresas. Algunos autores afirman que una parte relativamente importante de las PyMEs tienden a identificar responsabilidad con el cumplimiento estricto de las exigencias legales⁵². De hecho, en todos los países analizados existe un marco jurídico donde explícita o implícitamente las empresas deben asumir temas que son parte de las actividades de RSE.

Sin embargo, los resultados procedentes de la Encuesta RSE-PyMEs ponen de manifiesto que el cumplimiento estricto de la legalidad existente no es una realidad para el cien por cien de las empresas PyMEs latinoamericanas. Así, y tomando como referencia una serie de campos concretos (esto es, seguridad social, salario mínimo, pago de impuestos, legislación laboral, normas medioambientales y protección al consumidor), las empresas fueron preguntadas sobre su grado de cumplimiento de las obligaciones legales y administrativas existentes.

Con todas las precauciones que la interpretación de las respuestas a una pregunta de estas características requiere, se observa en primer término (Gráfico 2.5) que los porcentajes de empresas que afirman cumplir estrictamente con las obligaciones existentes varían bastante según los diversos campos seleccionados. Así, un 93,7% de las PyMEs señalan respetar rigurosamente las obligaciones ligadas con el salario mínimo, mientras que un 89,4%

Gráfico 2.5 PyMEs latinoamericanas que declaran un cumplimiento estricto de las obligaciones legales y administrativas existentes en diversos campos



indica un cumplimiento estricto de las obligaciones fiscales, un 84,9% apunta al cumplimiento fehaciente de la legislación laboral y un 82,8% señala cumplir con las obligaciones ligadas con la seguridad social.

No obstante, existen dos campos en los que el porcentaje de empresas “cumplidoras” es sensiblemente menor, esto es, los ámbitos de la protección al consumidor y, especialmente, las normas medioambientales (76,8% y 54,7%, respectivamente). En muchos casos, las razones de estos bajos grados de cumplimiento se refieren a que las empresas desconocen la existencia de normativa en estos campos o porque afirman que ésta (especialmente en el caso medioambiental) no les aplica a ellas individualmente.

Los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs también permiten comprobar la existencia de una relación directa entre grado de actividad en RSE y cumplimiento de las obligaciones legales. En general es posible apreciar en primer lugar un porcentaje menor de empresas cumplidoras estrictas para todas y cada una de las obligaciones legales señaladas entre las PyMEs que no realizan ninguna actividad de RSE (ver Cuadro 2.4). Así mismo, y con pequeñas salvedades, se observa un mayor porcentaje de PyMEs cumplidoras entre aquéllas que cuentan con un grado sintético alto de implantación de las actividades de RSE.

Cuadro 2.4 PyMEs latinoamericanas que declaran un cumplimiento estricto de las obligaciones legales y administrativas, por grado sintético de implantación de las actividades de RSE

% de PyMEs que cumplen cada tipo de obligación	Grado Sintético de Implantación de RSE			
	Alto	Medio	Bajo	Nada
Seguridad Social	86,8	82,1	83,1	67,9
Salario mínimo	92,0	99,3	91,6	76,0
Pago de impuestos	92,6	91,9	89,0	59,5
Legislación laboral	87,8	89,4	82,1	66,8
Normas medioambientales	76,8	59,6	45,5	41,8
Protección al consumidor	89,1	81,2	71,6	56,6

Esta relación positiva entre cumplimiento legal y actividad en RSE se observa también si los resultados se diferencian entre los tres tipos de RSE considerados en este estudio, destacando de manera especial esta relación en caso de la RSE interna.

Si se considera el tamaño empresarial, se aprecia que el cumplimiento de las obligaciones legales también está ligado directamente con el mismo (ver Cuadro 2.5), constatándose este resultado en todos y cada uno de los campos seleccionados. Así, y tomando como referencia por ejemplo el caso de las obligaciones ligadas con la Seguridad Social, mientras un 82,7% de las empresas más pequeñas (entre 1 y 49 empleados) afirman cumplirlas estrictamente, este porcentaje sube hasta el 92,1% en el caso de las empresas más grandes (entre 50 y 249 empleados).

Cuadro 2.5 PyMEs latinoamericanas que declaran un cumplimiento estricto de las obligaciones legales y administrativas, por tamaño empresarial

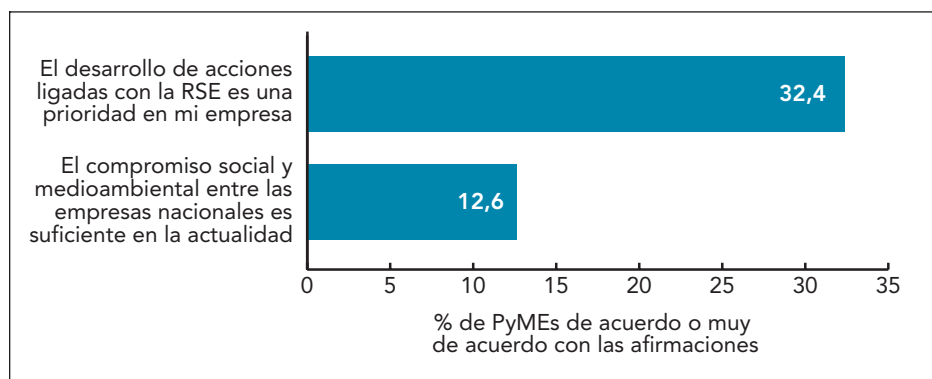
% de PyMEs que cumplen cada tipo de obligación	Tamaño empresarial	
	1-49	50-249
Seguridad Social	82,7	92,1
Salario mínimo	93,7	96,6
Pago de impuestos	89,4	89,6
Legislación laboral	84,8	88,1
Normas medioambientales	54,7	60,2
Protección al consumidor	76,8	77,8

Sin embargo, en otros campos (por ejemplo el pago de impuestos, la protección al consumidor o las obligaciones del salario mínimo), las diferencias no son tan importantes⁵³. Obviamente, la falta de cumplimiento de la legislación vigente entre las empresas más pequeñas está estrechamente relacionado con el problema de la informalidad (especialmente a las microempresas), consecuencia de las limitaciones financieras que caracterizan a este colectivo⁵⁴.

2.3.2. Visión cualitativa de las PyMEs sobre la importancia de las actividades de RSE

Atendiendo a los datos procedentes de la Encuesta RSE-PyMEs, las PyMEs latinoamericanas perciben, de forma generalizada, un bajo compromiso de las empresas en actividades de RSE e inferior a la autopercepción de su propio grado de prioridad, resultado éste que puede catalogarse de interesante pero, al mismo tiempo, paradójico. Así, casi un tercio de las PyMEs latinoamericanas señalan que el desarrollo de acciones ligadas con la RSE es una prioridad en su empresa, mientras que sólo un 12,6% de las PyMEs señalan que el compromiso social/medioambiental entre las empresas nacionales es suficiente en la actualidad (ver Gráfico 2.6).

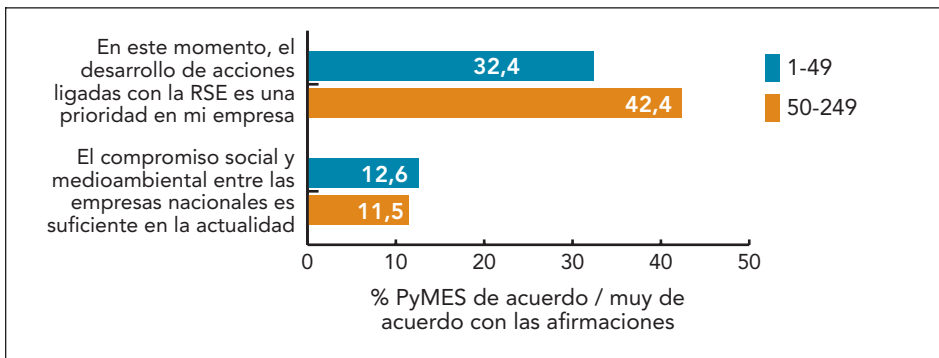
Gráfico 2.6 Valoración de las PyMEs latinoamericanas sobre el grado de prioridad de la RSE en la propia empresa y en el conjunto de empresas nacionales



En cualquier caso, estos resultados vienen matizados por el desconocimiento general que puede existir entre las PyMEs latinoamericanas sobre el propio concepto de RSE ya que, como sugiere un estudio mexicano, “las empresas desconocen el tema de RSE, por ser poco difundido y confuso, ya que los mensajes no se han enviado de forma clara y concreta, donde este conocimiento se ha concentrado únicamente en manos de la empresa multinacional y la gran empresa”⁵⁵.

La distinción por tamaños empresariales muestra que son precisamente las PyMEs de mayor tamaño las que presentan los mayores porcentajes de PyMEs que valoran como prioritarias estas actividades de RSE (ver Gráfico 2.7). Las diferencias por sectores son menores, aunque las empresas del sector manufacturero manifiestan unos mayores grados de prioridad. Por el contrario, es interesante comprobar que el bajo grado de compromiso en actividades de RSE que las empresas perciben entre sus homónimas nacionales parece en gran medida independiente de consideraciones ligadas con el tamaño o el sector principal de actividad (ver también Gráfico 2.7).

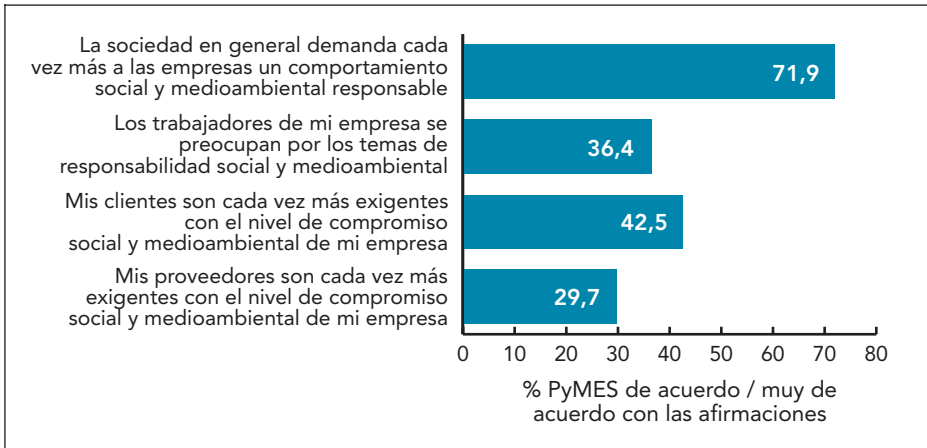
Gráfico 2.7 Valoración de las PyMEs latinoamericanas sobre el grado de prioridad de la RSE en la propia empresa y en el conjunto de empresas nacionales, por tamaño empresarial



2.3.3. Visión cualitativa de las PyMEs sobre la presión social y empresarial existente con relación a las actividades de RSE

Una parte importante de la implicación de las empresas en general y las PyMEs en particular en actividades de RSE viene dada por la presión social existente en este ámbito, bien sea desde los “stakeholders” externos (la sociedad en general) como desde los internos (por ejemplo, los propios trabajadores de la empresa). En este sentido, la información de la Encuesta RSE-PyMEs refleja que la gran mayoría de las PyMEs latinoamericanas consideran que la sociedad en general demanda cada vez más a las empresas un comportamiento social y medioambiental responsable (más de un 70% de ellas están de acuerdo o muy de acuerdo con esta idea; ver Gráfico 2.8).

Gráfico 2.8 Valoración de las PYMEs latinoamericanas respecto al grado de presión por parte de los diversos *stakeholders*



Atendiendo al grado de exigencia proveniente de algunos de los principales *stakeholders* de las empresas, un 42,5% de las PyMEs está de acuerdo o muy de acuerdo con el hecho de sus clientes son cada vez más exigentes con el nivel de compromiso social y medioambiental de su empresa. Este porcentaje se reduce en la percepción de las exigencias procedentes de los trabajadores y los proveedores (36,4% y 29,7%, respectivamente) (ver también Gráfico 2.8).

Es interesante observar que existe una relación directa entre la percepción de esta presión de los *stakeholders* y el grado de implantación de las actividades de RSE (ver Cuadro 2.6). Así, y mientras hasta un 88% de las PyMEs con un grado alto de implantación de las actividades de RSE manifiestan sentir esta presión, el porcentaje se reduce al 66% entre las PyMEs con un grado bajo o totalmente inactivas. Esta misma relación puede observarse, con matices, en cuanto al nivel de exigencia de otros *stakeholders*. Es llamativo, no obstante, que las empresas inactivas declaren sentir también esta presión social y empresarial en porcentajes relativamente altos.

Cuadro 2.6 Valoración de las PyMEs latinoamericanas respecto al grado de presión por parte de los diversos *stakeholders*, por grado de implantación de las actividades de RSE

% de PyMEs de acuerdo/muy de acuerdo con una presión RSE creciente por parte de	Grado Sintético de Implantación de RSE			
	Alto	Medio	Bajo	Nada
La sociedad en general	88,4	73,5	66,3	66,2
Los trabajadores de la propia empresa	58,1	37,7	28,6	40,4
Los clientes	58,1	45,8	35,6	40,7
Los proveedores	41,6	33,9	24,5	11,6

Este resultado es además aplicable a cualquiera de los tres tipos de RSE consideradas (externa, interna y medioambiental), en el sentido de que las PyMEs activas aprecian siempre un nivel de exigencia creciente, por parte de todos los tipos de *stakeholders*. Igualmente, la comparación por tamaños empresariales muestra una percepción de la presión social y empresarial algo mayor entre las PyMEs más grandes (ver Cuadro 2.7).

Cuadro 2.7 Valoración de las PyMEs latinoamericanas respecto al grado de presión por parte de los diversos *stakeholders*, por grado de implantación de las actividades de RSE, por tamaño empresarial

% de PyMEs de acuerdo/muy de acuerdo con una presión RSE creciente por parte de	Tamaño empresarial		Clasificación sectorial		
	1-49	50-249	Manufactura	Comercio	Servicios
La sociedad en general	71,9	74,8	71,7	74,2	70,3
Los trabajadores de la propia empresa	36,4	39,8	33,0	34,7	40,5
Los clientes	42,5	48,1	47,5	36,5	43,2
Los proveedores	29,7	33,2	31,3	33,1	25,9

Finalmente, los datos procedentes de la Encuesta RSE-PyMEs reflejan diferentes grados de percepción sobre la presión hacia la RSE existente por países (ver Cuadro 2.8). En este sentido, y tomando como referencia presión social en general son precisamente las PyMEs chilenas las que en mayor medida declaran sentir esta demanda, seguidas por las peruanas y salvadoreñas.

Cuadro 2.8 Valoración de las PyMEs latinoamericanas respecto al grado de presión por parte de los diversos *stakeholders*, por países

% de PyMEs de acuerdo/muy de acuerdo con una presión RSE creciente por parte de	Países							
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve
La sociedad en general	74,0	67,3	86,4	39,6	81,2	79,0	81,4	78,7
Los trabajadores de la propia empresa	32,0	42,8	66,0	23,3	42,7	25,9	45,3	37,6
Los clientes	36,0	46,2	59,4	27,4	40,7	42,0	37,4	40,1
Los proveedores	23,0	27,7	54,3	28,7	24,8	33,4	21,4	35,4

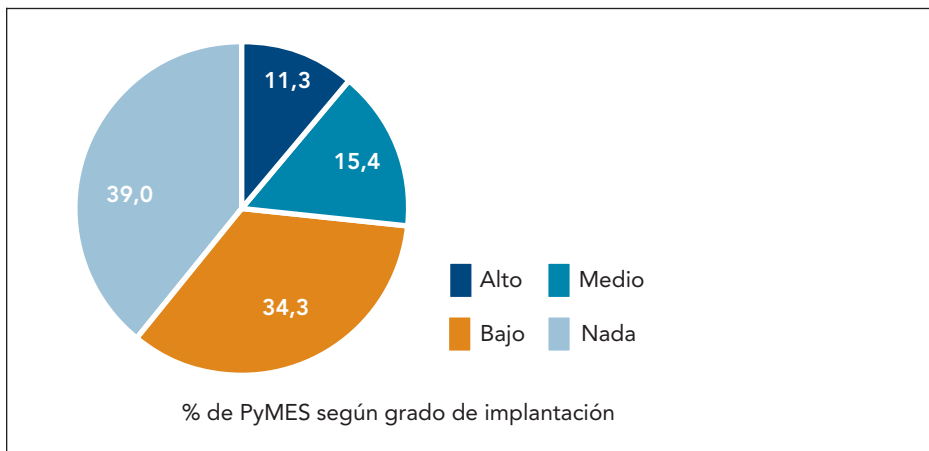
2.4. ACTIVIDADES EMPRESARIALES SOCIALMENTE RESPONSABLES DE TIPO EXTERNO

2.4.1. Grado de implantación de las actividades de RSE externas

La presente sección se propone caracterizar de una manera sucinta las actividades realizadas por las PyMEs latinoamericanas en el ámbito de la RSE externa, esto es, aquellas destinadas a apoyar fines de interés social vinculados a la comunidad en general. En este sentido, la información procedente de la Encuesta RSE-PyMEs permite, en primer lugar, clasificar al conjunto de PyMEs latinoamericanas según sea el grado de implantación⁵⁶ de las actividades de RSE externas realizadas en el 2003.

Atendiendo a los datos obtenidos, seis de cada diez PyMEs latinoamericanas (concretamente el 61%) declaran haber realizado durante el año 2003 alguna actividad de RSE externa⁵⁷, lo que supone alternativamente que un 39,0% no han realizado ninguna actividad en este terreno. Entre las que han sido activas, la mayor parte pueden catalogarse como implicadas en grado bajo (el 34,3% concretamente), esto es, que realizan actividades sólo ocasionales, mientras que los porcentajes de PyMEs implicadas en grados medio (realizan actividades habitualmente pero no ligadas con la estrategia de la empresa) y alto (actividades habituales y ligadas con la estrategia de la empresa) ascienden a un 15,4% y 11,3%, respectivamente (ver Gráfico 2.9).

Gráfico 2.9 Grado de implantación de las actividades de RSE externa



Este resultado es confirmado por diversos estudios, que muestran que, en general, las actividades socialmente responsables para con la comunidad tienen entre las PyMEs un carácter predominantemente reactivo, esporádico, y fragmentado, de manera que estas actividades no están mayoritariamente incorporadas a la estrategia de la empresa⁵⁸. Así, información procedente de Argentina⁵⁹ muestra que una de cada dos PyMEs que realizaron donaciones para actividades sociales manifiesta que las mismas carecen de continuidad definida y surgen como respuesta a situaciones específicas, donde además muy pocas empresas realizan un seguimiento posterior del uso de estas donaciones. En el

caso salvadoreño, el 75% de las PyMEs activas en actividades sociales externas responden a solicitudes eventuales, en tanto que sólo un 14% de las PyMEs desarrolla proyectos propios y sostenidos en el tiempo⁶⁰. Por su parte, información mexicana apunta que muy pocas empresas en México integran la RSE en su planeación estratégica, donde la percepción de los empresarios refiere a la RSE como acciones aisladas y de tipo asistencial, que no responden a una visión y organización de largo plazo⁶¹.

Ejemplo 1 de PyME cuyas actividades de RSE externas e internas están íntimamente relacionadas con la estrategia general de la empresa

PIN S.A. Merchandising Metálico (Argentina)

1. Identificación de la Empresa

- La empresa, PIN Merchandising Metálico, se dedica como actividad principal a la producción y comercialización de merchandising metálico (Pins, bijouterie, accesorios / Botones /Adhesivos / Llaveros metálicos/ Trabacorbatas / Gemelos / Premios / Incentivos / Trofeos / Copas / Medallas). La empresa está radicada en Córdoba.

2. Hechos relevantes en la trayectoria de la empresa

- En el año 1996 comienza la actividad de esta empresa, iniciada por un grupo de amigos. Habían identificado un producto con un buen potencial que venía de la mano del notable desarrollo de la idea de "identificación" que los tiempos demandaban para las empresas y sus productos.
- La empresa se estableció en un garaje prestado con la idea de producir y vender prendedores y llaveros institucionales. De allí en más, y con la ampliación de la gama de productos ofertados, el desarrollo de la empresa fue sorprendente, apoyado en el cumplimiento de los plazos de entrega y en el nivel de calidad del producto, factores que permitieron a Pin convertirse en proveedor de marcas líderes en Córdoba como MEDIFE, Universidad Nacional de Córdoba, Banco Galicia, Fiat, Universidad Católica de Córdoba, Junior Achievement, Mc Donald's, entre otras.
- Con el paso del tiempo, la gerencia se encontró con algunos aspectos que, a la vez que afectaban el adecuado funcionamiento de los procesos de fabricación, planteaban un serio interrogante sobre las posibilidades de operación en el corto y mediano plazo, conforme a los métodos empleados hasta ese momento. Se detectó que el intenso trabajo con plomo era altamente nocivo para la atmósfera y la vida humana; adicionalmente, ese metal en altas concentraciones es capaz de generar cáncer de pulmón; obstáculo que se superó involucrando a la Universidad Tecnológica y al sindicato, para encontrar soluciones que beneficiaran a los empleados y al negocio. Se logra el desarrollo de otra aleación, no cancerígena, más dúctil y económica.
- En palabras de su director podemos decir que "... la empresa, en forma innata y por una convicción personal y religiosa, desde el comienzo de la actividad se trasladan valores y principios a la gestión. No considero, que se pueda trabajar pasando por arriba de la gente, sino que se trabaja con la gente..."

3. Principales actuaciones desarrolladas en el campo de la RSE

a) Acciones internas

- Se contrató una trabajadora social, para evaluar la contención familiar de los empleados de la planta y comenzar a trabajar en ello.
- Constante atención y cuidado por la bioseguridad y el medio ambiente, mediante la aplicación de procesos que, en casos, excede la legislación provincial vigente.

continuación

Ejemplo 1. de PyME cuyas actividades de RSE externas e internas están íntimamente relacionadas con la estrategia general de la empresa (continuación)

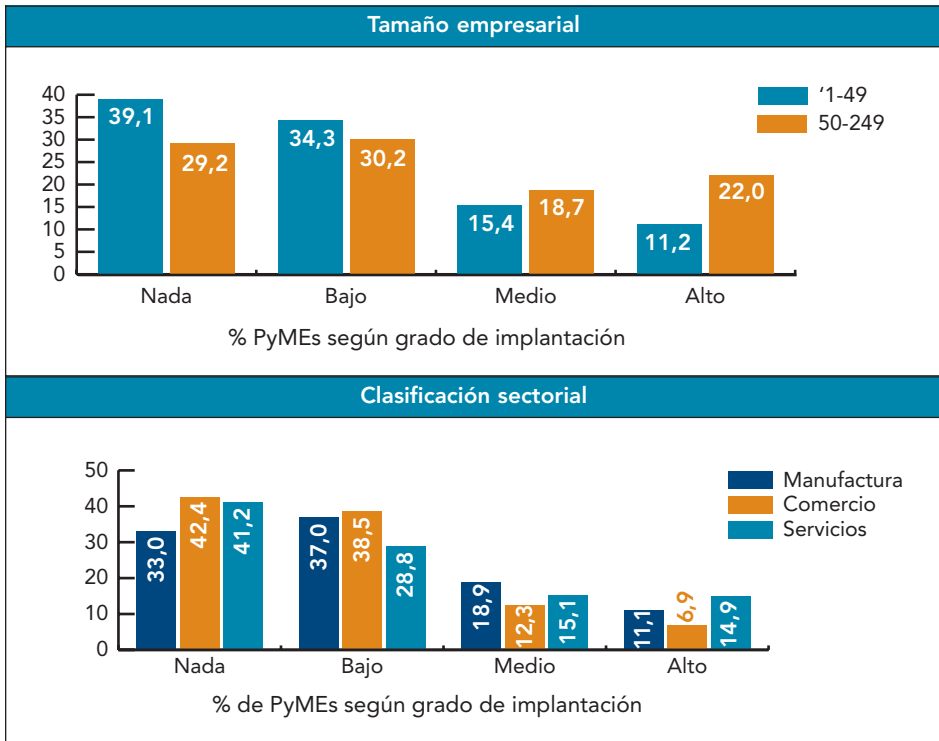
PIN S.A. Merchandising Metálico (Argentina)
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de un modelo de gestión basado en objetivos económicos, sociales y medioambientales, aún sin instrumento de medición. • Se promueve y educa contra la evasión fiscal y la informalidad laboral dando charlas. <p>b) Acciones con la comunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Involucramiento de públicos interesados en temas específicos de la gestión para la resolución conjunta. Se han desarrollado insumos no contaminantes, con la ayuda de sindicatos y universidades. • Promotor y fundador de la Asociación de Jóvenes Empresarios Córdoba. • Activa participación en la difusión de prácticas empresarias socialmente responsable. • Participación en cámaras empresariales, asociaciones y gremios promoviendo la RSE. • Apoyo educativo a través de Junior Achievement, en el dictado de cursos para colegios de enseñanza inferior, media y superior. • Se prevé la recuperación paulatina de la zona donde se encuentra emplazada la planta (4 esquinas y la plaza barrial) Procurando la iluminación, la limpieza y la seguridad. • Se prevé instalar un "cyber sano" (educativo) en forma conjunta con el centro cultural barrial, para dar acceso gratuito a Internet al barrio. <hr/> <p>4. Elementos que convierten a esta empresa en un estudio del caso relevante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El compromiso asumido con la responsabilidad social a partir de su experiencia. • La labor educativa y participativa con su público interno. • La asociatividad con otros sectores para solucionar problemas referidos a la temática. • La tarea de promoción y difusión de la RSE, extendiendo el ámbito geográfico de la empresa. • La incorporación de la RSE en el modelo de gestión de la empresa. • El inusual desarrollo de estos ítems alcanzados por una empresa joven, de menos de 50 empleados, en un corto período de tiempo, sin grandes capitales invertidos, demuestra que la RSE no es un tema que sólo atañe a las grandes empresas, y que además se puede crecer potenciando simultáneamente tanto el aspecto económico, como el ecológico y humano. • La Unión Obrera Metalúrgica galardonó con el premio Fray Luis Beltrán a la Responsabilidad Social Empresaria 2004. Dicha distinción es entregada a empresarios que demuestren una especial preocupación por el bienestar de su gente.

Fuente: Informe nacional argentino

Los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs aportan información añadida sobre el grado de implicación de las PyMEs en actividades de RSE externa por tamaños y sectores económicos. En primer lugar (ver Gráfico 2.10), es posible apreciar una relación creciente entre tamaño empresarial y grado de implantación de las actividades de RSE externa. Así, y mientras el 39,1% de las PyMEs más pequeñas no realizaron ningún tipo de actividad relacionada con la RSE externa en el 2003, este porcentaje es inferior en diez puntos porcentuales (29,2%, concretamente) en el caso de las PyMEs más grandes. En el otro extremo, hasta un 22,0% de estas últimas cuentan con un grado de implantación de estas actividades alto, porcentaje que se reduce al 11,2% para las PyMEs más pequeñas⁶².

Por su parte, el análisis por sectores arroja diferencias relativamente importantes en algunos casos. En primer lugar, las empresas manufactureras se muestran las más activas en RSE externa, de forma que hasta un 67% de las mismas realizaron alguna actividad de este tipo frente al 57,6% y el 58,8% en el caso de las PyMEs comerciales y de servicios, respectivamente. Sin embargo, resulta interesante también comprobar que entre las PyMEs activas en RSE externa, los mayores grados de implantación parecen corresponder a las empresas de servicios.

Gráfico 2.10 Grado de implantación de las actividades de RSE externa, por tamaño empresarial y sector empresarial

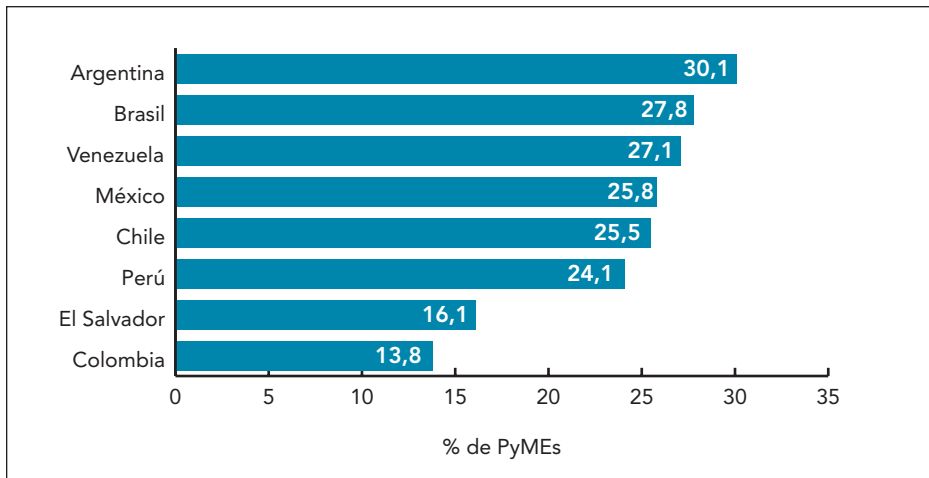


Además, los datos disponibles procedentes de la Encuesta RSE-PyMEs permiten comprobar una relación positiva bastante clara entre buena situación económica de la empresa e implicación en actividades de RSE externa. Sin embargo, la relación de estas últimas con la presencia de actividades exportadoras es más tenue.

Finalmente, la comparación en la situación existente entre los diversos países latinoamericanos permite apreciar rasgos diferenciados. Así, y en primer lugar, hay diferencias en el porcentaje de PyMEs que declaran realizar algún tipo de actividad de RSE externa, de forma que mientras estos porcentajes ascienden al 70,1%, 62,9%, 61,5% y 60,9% en Argentina, Perú, Brasil o México, respectivamente, apenas alcanzan al 50,2%, 48,1% y 39,9% en los casos de El Salvador, Colombia o Chile, también respectivamente.

Mientras, la caracterización anterior se ve ligeramente matizada al tomar en consideración el grado de implantación de las actividades entre las PyMEs con actividades de RSE externa. Focalizando la atención entre las PyMEs con un grado alto/medio de implantación, los países con la mayor presencia de este tipo de PyMEs corresponden a Argentina, seguido de Brasil y Venezuela (30,10%, 27,8% y 27,1%, respectivamente), en tanto que los menores porcentajes corresponden a El Salvador y Colombia (16,1% y 13,8% respectivamente) (ver Gráfico 2.11).

Gráfico 2.11 PyMEs con un grado de implantación de actividades de RSE externa alto/medio, por países



Los resultados anteriores procedentes de la Encuesta RSE-PyMEs pueden ser enriquecidos con la información de la literatura existente en los países latinoamericanos seleccionados.

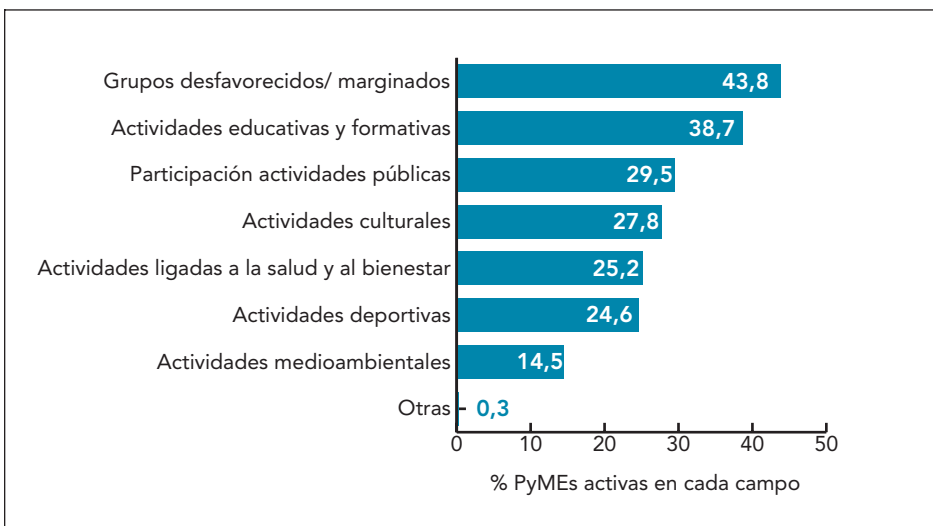
- En el caso brasileño, un amplio estudio⁶³ realizado por el IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada)⁶⁴ y relativo a la responsabilidad social en las micro, pequeñas y medianas empresas muestra que el compromiso social con la comunidad es un hábito muy frecuente entre las empresas brasileñas, de forma que cerca del 57% de las empresas encuestadas declararan realizar acciones sociales. Además, el análisis muestra que las PyMEs actúan de forma significativa en el área social de manera independiente de su tamaño empresarial. Por su parte, otro estudio posterior realizado por el IPEA⁶⁵ muestra que la existencia de importantes diferencias regionales en el grado de acción social privada. Así, y concentrando la atención en las pequeñas empresas, 61% de este tipo de empresas radicadas en la región del Sudeste realizan actuaciones sociales, mientras que en el Nordeste y la región Sur estos porcentajes son menores (55% y 41%, respectivamente). La presencia de diferentes determinantes culturales, sociales o tecnológicos explicarían estas diferencias regionales.
- El principal estudio de carácter empírico sobre RSE⁶⁶ realizado en Chile revela que la implicación de las empresas en actividades ligadas con el compromiso con la comunidad está ligada directamente con el tamaño empresarial, de forma que las microempresas constituyen el segmento que se aprecia más lejano a la aplicación de este tipo de prácticas.

- El Estudio de FUNDEMÁS⁶⁷ referido a El Salvador muestra que hasta un 61% de las empresas salvadoreñas colabora con proyectos sociales⁶⁸, ya sea con instituciones privadas, comunitarias, municipales y gubernamentales, así como organizaciones no gubernamentales, donde la proporción de empresas que participan en proyectos sociales crece con el tamaño empresarial.
- Un estudio mexicano⁶⁹ realizado entre empresas medianas muestra que el 53,7% de las mismas declararon canalizar donativos económicos a instituciones no lucrativas para causas sociales, donde este porcentaje resulta muy significativo dada la fuerte crisis económica por la que el país atravesaba en el momento de realizar la encuesta (año 1995).
- Un estudio peruano⁷⁰ revela que, al igual que en el caso de los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs, la proporción de empresas que realiza iniciativas de RSE, tanto externas como internas, se reduce a medida que disminuye el tamaño de la empresa, de forma que mientras las grandes empresas que realizaron actividades de RSE fueron el 80% de las encuestadas, estos porcentajes fueron menores en el caso de las empresas medianas y pequeñas (62% y 56%, respectivamente).

2.4.2. Principales actividades de RSE externa desarrolladas

Por lo que se refiere a las actividades concretas desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas en el campo de la RSE externa, las respuestas a la Encuesta RSE-PyMEs muestran dos tipos de actividades que destacan sobre el resto, esto es, el apoyo a grupos desfavorecidos/marginados y apoyo a actividades educativas/formativas (en torno al 40% de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE externa) (ver Gráfico 2.12). Por su parte, existe un segundo grupo de actividades que destacan, aunque menos, por ser apoyadas por entre el 25-30% de las PyMEs latinoamericanas, como son la participación en actividades públicas, el apoyo a actividades culturales, a actividades ligadas a la salud, al bienestar y al

Gráfico 2.12 Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas

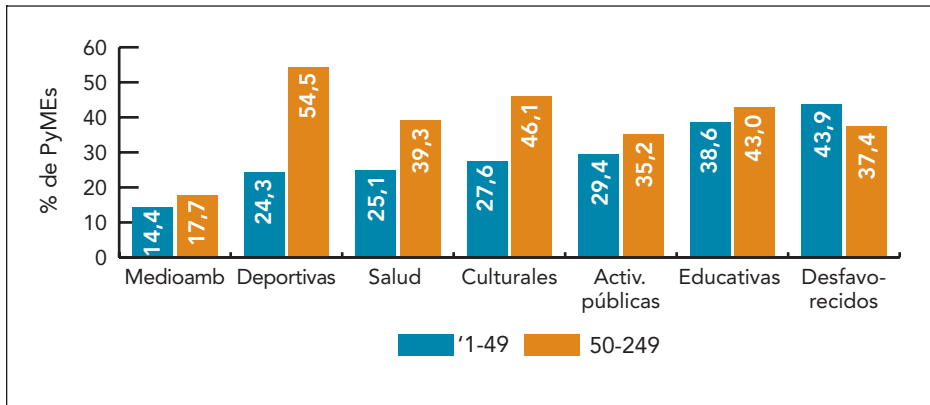


(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

apoyo a actividades deportivas. Finalmente, el apoyo a actividades de carácter medioambiental no ligadas con la actividad propia de la empresa es el tipo de acción menos fomentada (14,5% de las PyMEs activas).

Una distinción por tamaño empresarial y sector económico permite caracterizar más en detalle estas actividades concretas de RSE externa realizadas. Así, por un lado (ver Gráfico 2.13), resulta interesante subrayar la existencia de una relación directa entre tamaño empresarial y participación en todas y cada una de las distintas actividades sugeridas (con la única excepción de apoyo a grupos desfavorecidos/marginados).

Gráfico 2.13 Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas según tamaño empresarial



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

Por otro lado, puede comprobarse la existencia de diferencias importantes en las actividades prioritarias de apoyo entre los distintos tamaños empresariales. Así, y mientras en el caso de las PyMEs más grandes las actividades que reciben más atención son, por este orden, las de tipo deportivo, cultural y educativo/formativo, en el caso de las PyMEs más pequeñas las actividades prioritarias corresponden a apoyo a grupos desfavorecidos/marginados, actividades educativas/formativas y, finalmente, participación actividades públicas.

Mientras, la distinción por sectores económicos principales permite apreciar que, por lo que se refiere a las actividades prioritarias de apoyo, son las actividades educativas/formativas las más relevantes entre las empresas manufactureras frente al apoyo a grupos desfavorecidos/marginados que caracteriza a las empresas comerciales y de servicios.

La caracterización de las actividades de RSE externa concretas apoyadas por las PyMEs según el grado general de implantación de estas actividades permite confirmar una relación directa entre amplitud y variedad en las actividades propuestas y grado de implantación (ver Cuadro 2.9). Puede apreciarse también que mientras algunos tipos de actividades (como el apoyo a grupos desfavorecidos o a las actividades deportivas) están

Ejemplo 2 de PyME cuyas actividades de RSE externas tienen un beneficio directo sobre la misma

Eletrônica Selenium S/A (Brasil)
<p>1. Identificación de la Empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eletrônica Selenium S/A (http://www.selenium.com.br) es una empresa brasileña cuya matriz se encuentra localizada en Rio Grande do Sul y cuenta con delegaciones en USA, Europa y China. Eletrônica Selenium es un fabricante de altavoces, certificado por las normas ISO 9001 y QS 9000
<p>2. Hechos relevantes en la trayectoria de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa es fundada en 1958, en la ciudad de Canoas/RS. Desde un principio, la empresa se constituye como un referente de calidad en sus productos. Así, a principios de los años sesenta desarrolla su primer altavoz para uso residencial, pero el verdadero despegue de la empresa se produce en la década de los ochenta con la introducción de líneas de altavoces en los mercados automovilísticos y en la sonorización de grandes ambientes, lanzando así una línea de productos profesionales. Hoy en día, la Selenium ofrece más de 170 altavoces y accesorios, disponibles a través de una red de distribución de casi 10 mil puntos de venta. • La empresa ha sido reconocida varias veces con diversos premios a la calidad empresarial en Brasil.
<p>3. Principales actuaciones desarrolladas en el campo de la RSE</p> <p>a) Proyecto Acción Comunitaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa apoya el mantenimiento general de diversas escuelas situadas en barriadas marginadas, además de ayudar a las familias más necesitadas en estos barrios especiales. Este proyecto se ha realizado hasta la fecha en cinco veces consecutivas, y es extraordinariamente aceptado tanto en los barrios como entre los propios trabajadores de la empresa <p>b) Proyecto Pescar Selenium</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Proyecto Pescar es una red de franquicias sociales, que además de promover el aprendizaje básico para el ejercicio de la profesión de Auxiliar de Instalación de Audio, estimula a los jóvenes de rentas bajas de la Comunidad de Nova Santa Rita a adoptar nuevos hábitos y actitudes de convivencia y ciudadanía. Este proyecto se desarrolla desde 1998. Los cursos, que tienen una duración de 9 meses, se inician con un minucioso proceso de reclutamiento y selección. Tras culminar los cursos, que combinan clases teóricas y prácticas, los jóvenes están capacitados para su incorporación en el mercado de trabajo, muchas veces como colaboradores de la propia empresa.
<p>4. Elementos que convierten a esta empresa en un estudio del caso relevante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una empresa que actúa en el mercado internacional, a través de la exportación de sus productos. • Invierte significativamente en la educación de jóvenes de ciertas comunidades. • Beneficia a la comunidad en la que actúa a través de los programas sociales anteriormente citados

Fuente: Informe nacional brasileño.

extendidos en una medida similar por todas las PyMEs independientemente del grado de implantación general, en otros casos (actividades educativas/ formativas, culturales o causas medioambientales) el apoyo está más concentrado en PyMEs con un grado de implicación alto.

Cuadro 2.9 Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas, por grado de implantación de dichas actividades

% de empresas activas en cada campo	Grado de Implantación		
	Alto	Medio	Bajo
Actividades deportivas	27,4	24,9	23,6
Actividades culturales	41,6	22,0	25,9
Actividades ligadas a la salud y al bienestar	39,9	26,0	20,0
Actividades educativas y formativas	63,1	35,4	32,1
Actividades medioambientales	31,0	8,5	11,7
Grupos desfavorecidos/marginados	45,1	46,6	42,1
Participación actividades públicas	35,7	25,5	29,2
Otras	0,0	0,2	0,4
Número medio de actividades apoyadas	2,84	1,89	1,85

(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa en 2003. Porcentajes verticales pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

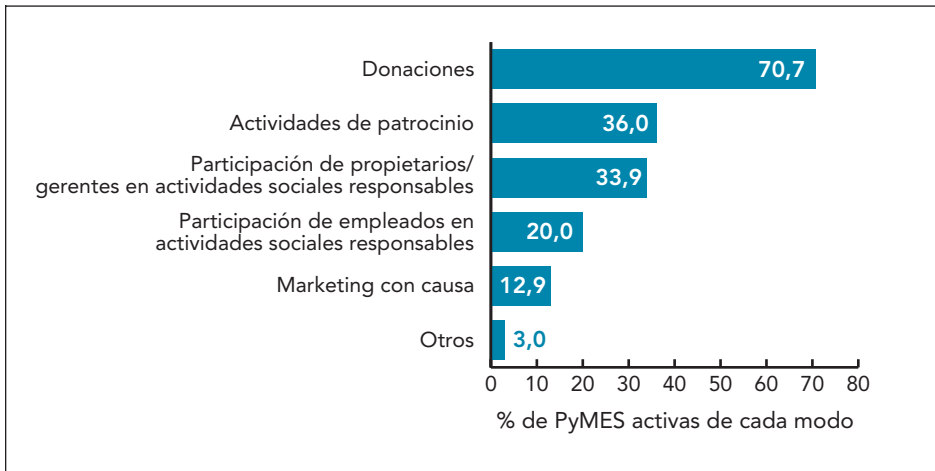
2.4.3. Principales modos de apoyo a las actividades de RSE externas

La Encuesta RSE-PyMEs muestra que, con gran diferencia en relación con el resto, la principal forma de apoyo a actividades de RSE externa corresponde a donaciones, bien sean de carácter monetario o de bienes y servicios producidos (70,7% de las PyMEs activas en RSE externa realizan donaciones), que son gestionadas por personas u organizaciones intermedias (ONGs, entidades sin fin de lucro, organizaciones sociales, etc.). El siguiente modo más habitual son las actividades de patrocinio (36,0% de las respuestas). Mientras, las actividades consistentes en la participación de personas de la empresa en acciones RSE son mencionadas por un 33,9% de las PyMEs en el caso de la participación de propietarios/gerentes y del 20,0% en el caso de la participación de empleados. Finalmente, el “marketing con causa” es utilizado apenas por un 12,9% de las PyMEs latinoamericanas (ver Gráfico 2.14).

El análisis de esta cuestión atendiendo al grado de implantación de las actividades de RSE externa señala que, en general, aquellas PyMEs que manifiestan un alto grado de implantación presentan también una mayor utilización de todas las formas de apoyo en comparación con el resto, destacando de manera especial las actividades ligadas con la participación de propietarios/gerentes y empleados en las actividades de RSE externa. La única excepción corresponde a las donaciones económicas, presentes en mayor medida entre las PyMEs con grados de implantación medio y bajo.

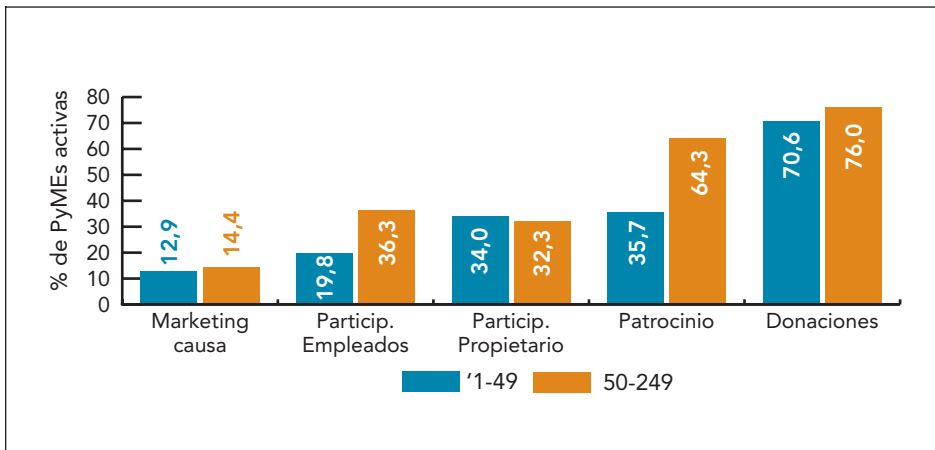
Por lo que se refiere al tamaño empresarial (ver Gráfico 2.15), se observa una relación directa entre el mismo y el grado de utilización de algunas formas de apoyo: en concreto las actividades de patrocinio y las de participación de empleados son mucho más

Gráfico 2.14 Principales modos de apoyo a la realización de actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

Gráfico 2.15 Principales modos de apoyo a las actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas, según tamaño empresarial



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

frecuentes entre las PyMEs más grandes. Las únicas excepciones corresponden a la participación de propietarios/gerentes en acciones de RSE externa y a las actividades de “marketing con causa”, con porcentajes de participación muy similares en ambos tamaños empresariales. En cualquier caso, las donaciones y las actividades de patrocinio son, por este orden, las formas de apoyo más utilizadas por ambos tamaños empresariales.

Ejemplo 3 de PyME particularmente activa en RSE, tanto en su dimensión externa como interna

Indumac (Chile)
<p>1. Identificación de la Empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indumac es una empresa de tamaño mediano del sector metalmecánico ubicada en San Felipe, Región de Valparaíso. • Es una empresa con más de 100 empleados (50 obreros calificados), fundada a partir de una fusión de empresas de propiedad familiar el año 1974, que partió con 5 personas de las cuales sólo uno (fundador) era profesional. • Sus principales productos son muebles funcionales para el sector educación, casinos y oficinas para el mercado nacional y centroamericano
<p>2. Hechos relevantes en la trayectoria de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa surge en un momento difícil de la economía nacional en el año 1974 (crisis política y cambios en los mercados regionales). • La crisis del año 1982 implicó un fuerte ajuste en la empresa, debido al proceso de expansión llevado a cabo los años anteriores, la empresa se endeuda en moneda extranjera y con el ajuste de la economía, el alza en el tipo de cambio incrementó la deuda de forma exponencial. Lo anterior, implicó refinanciamiento de la deuda, liquidar algunos activos y llevar a cabo un proceso de racionalización. • Obtiene el Premio Nacional a la Calidad, Categoría PyME, Versión 1988, distinción que plasma el reconocimiento de una visión empresarial moderna, acorde con los tiempo y exigencias que se viven. Indumac es la primera empresa PyME que obtuvo este importante reconocimiento. • El año 1994 se inaugura la nueva planta de 10.000 metros cuadrados. Esta planta implica nuevas instalaciones e infraestructura logrando también una mayor vinculación con el territorio donde se encuentra inmersa. • La internacionalización de la empresa es otro hito relevante, desde el año 1998 hasta el año 2003, la empresa había sido capaz de lograr un valor de exportaciones equivalente a 6 millones dólares a Centroamérica. • La Crisis Asiática también sorprende a Indumac, sin embargo, y producto de la experiencia no está endeudada. El principal efecto se relaciona con la rentabilidad de la empresa. La mayor competencia, el ajuste en presupuestos, la nueva entrada de competidores trae asociado una caída en los márgenes. A pesar de lo anterior, la empresa logra reponerse de este nuevo hito por la vía de calidad, precio y mejoramiento en productividad.
<p>3. Principales actuaciones desarrolladas en el campo de la RSE</p> <p>a) Actuaciones RSE externas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Donación de infraestructura para Bibliotecas, Casinos, salas de colegios de escasos recursos, y para actividades de tipo social y recreacional. • Participación en actividades que realizan las propias organizaciones del tejido social, como campeonatos deportivos, colectas, bingos, etc. • Desarrollan acciones con las juntas de vecinos en ámbitos que van desde la capacitación al apoyo de celebraciones masivas como es el caso de fiestas destinadas a niños. • Participa del estudio con ASIVA (Asociación de Industriales de Valparaíso), de la incorporación a la cárcel de Putaendo de un centro productivo para reclusos. • Financia en parte las giras del Coro Polifónico de San Felipe, además de las temporadas culturales de la I. M. de San Felipe.

continuación

Indumac (Chile) (continuación)

b) Actuaciones RSE internas

- Se estimula el funcionamiento del Comité Paritario, organismo vital en el buen funcionamiento de la empresa, realizando actividades extras de la Mutua.
- Se mantiene el Departamento de Bienestar con 50% de aporte, el cual surte lista escolar de hijos en marzo de cada año, reembolsa gastos de salud no cubiertos por los sistemas y efectúa donaciones (no préstamos), para afrontar emergencias.
- Se realizan actividades familiares con los empleados. Existe el Programa "Trabaja aquí mi Papa", donde los niños vienen un sábado en la mañana a conocer el ambiente de trabajo de su padre.
- Se desarrollan talleres con las señoras de los trabajadores (colaboración Municipal, del Instituto Carlos Casanueva y otros), en temas como drogas y alcohol, relaciones humanas, trabajo-familia, etc.
- En el ámbito ambiental, la empresa posee una planta diseñada por ellos mismos, donde se recicla entre el 85%-90% del agua y donde se eliminan riles según normativa establecida. Esta planta implica una fuerte inversión tecnológica para la empresa. Lleva tres meses funcionando y hasta el momento existe satisfacción de los logros alcanzados.
- La calidad es un tema relevante para la empresa, se trabaja con indicadores, y con procesos de mejora continua. Actualmente, la empresa está en búsqueda de certificarse en ISO 9001-2000.
- Se otorga capacitación interna en oficios a los trabajadores (gásfiter y electricista), para que puedan realizar mantenimiento de sus equipos, como para su propio beneficio. Al mismo tiempo, se les capacita en el extranjero para máquinas de alta tecnología incorporada.
- Se entrega un 30% de financiamiento para estudios superiores a empleados. En este momento existen 4 casos.

4. Elementos que convierten a esta empresa en un caso de estudio relevante:

- Es una empresa que desarrolla su actividad productiva en provincia, no en la capital nacional donde pudiera ser más relevante realizar acciones por visibilidad, típica PyME por tamaño, que otorga empleo en 100% a residentes, que tiene un colectivo sin discriminación por sexo, ni edad, que incorpora temporalmente a discapacitados y que ha enfrentado el desafío de la internacionalización.
- Es una empresa que se relaciona directamente con la comunidad en la que está inserta, a través del gobierno local y en forma directa.
- Realiza actividades voluntarias que aportan a conciliar la vida laboral y familiar, pone énfasis en la educación y capacitación de sus trabajadores, sin el temor de perderlos por estar mejor calificados.
- En términos medioambientales ha hecho fuertes inversiones y se encuentra en proceso de certificación de calidad.

Fuente: Informe nacional chileno.

Los resultados anteriores pueden ser completados con diversa información procedente de la literatura latinoamericana existente al respecto:

- En Argentina, un estudio de Proética⁷¹ subraya que la principal práctica en RSE realizada por las PyMEs corresponde a donaciones a la comunidad⁷², donde estos fondos estarían dirigidos a cubrir espacios sociales que sufren la ausencia de una acción eficaz por parte del Estado. Las entidades sin fines de lucro, las entidades educativas y las iglesias parroquias y templos son los principales destinatarios de estas donaciones, donde el criterio principal entre las PyMEs para decidir el destino de las donaciones es el de

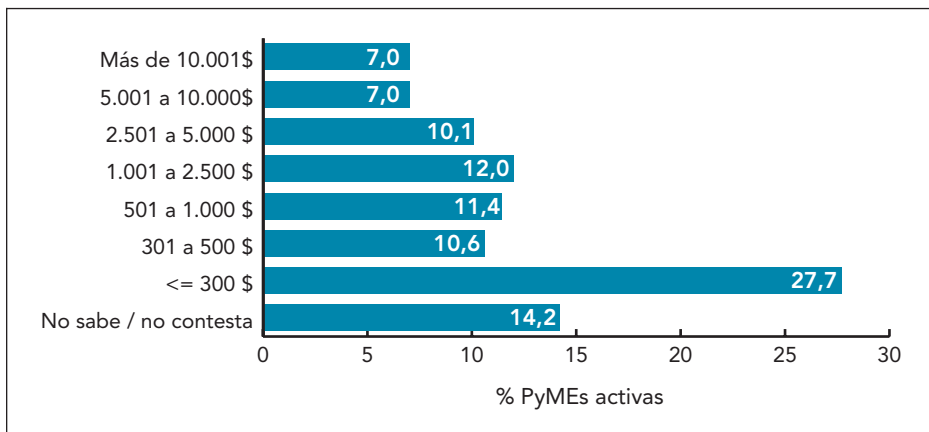
proximidad geográfica⁷³. La mayoría de las empresas dona mediante la extensión de bienes o servicios que produce, seguida de la donación en dinero, en tanto que el auspicio de eventos y la organización de jornadas solidarias son menos frecuentes, al igual que la promoción de proyectos comunitarios en los que sus empleados aportan trabajo voluntario.

- En Brasil, el estudio del IPEA⁷⁴ muestra que las PyMEs brasileñas prefieren realizar sus acciones sociales por medio de donaciones de recursos a organizaciones comunitarias, filantrópicas o religiosas, donde esta preferencia es prácticamente similar cualquiera sea el tamaño empresarial y revela una gran confianza por parte de los empresarios en las organizaciones sociales. Además, y en consonancia con los resultados de Argentina citados anteriormente, las PyMEs prefieren actuar o favorecer las actividades sociales situadas geográficamente próximas a las propias empresas, fundamentalmente por razones de familiaridad y conocimiento de la realidad existente.
- En El Salvador, el estudio de FUNDEMÁS⁷⁵ revela que la forma preferida de colaboración en proyectos sociales corresponde al aporte de fondos, seguido por aportes con productos o servicios, aporte de recursos humanos (fundamentalmente empleados) y, finalmente, apoyo en forma de equipo y materiales (instalaciones).

2.4.4. Presupuestos destinados a apoyar actividades de RSE externas

Los resultados presentados en las secciones anteriores pueden ser completados con información sobre los presupuestos concretos asignados a apoyar las actividades de RSE externa ya citadas. En este sentido, la información facilitada por las PyMEs encuestadas permite comprobar que en la gran mayoría de los casos se dedica a este fin un volumen total de recursos muy pequeño (ver Gráfico 2.16). Así, hasta un 27,7% de estas PyMEs destinaron a apoyar actividades de RSE externa menos de 300 US dólares en el conjunto del año 2003, porcentaje que se incrementa hasta el 49,7% si se sube el límite hasta los 1.000 US dólares. En el otro extremo, sólo un 7,0% de las PyMEs activas dedicó más de 10.000 US dólares a apoyar sus actividades de RSE externa. No obstante, existe un porcentaje relativamente alto de PyMEs que no sabe o no contestan a esta pregunta.

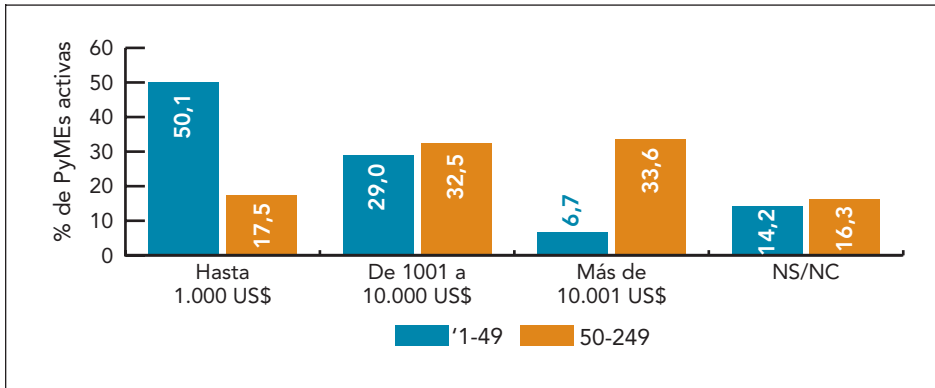
Gráfico 2.16 Presupuesto destinado por las PyMEs latinoamericanas a apoyar actividades de RSE externas



(*) PyMEs que han realizado alguna actividad de RSE externa en 2003

Obviamente, el volumen de gasto total en actividades de RSE externa está influido por otras variables como tamaño empresarial, grado de implantación de las actividades de RSE externa, etc. Es posible apreciar una obvia relación positiva entre tamaño empresarial y volumen de recursos aportados, de forma que sólo un 6,7% de las PyMEs más pequeñas con actividades de RSE externa son capaces de destinar más de 10.000 US dólares a las mismas frente al 33,6% entre las PyMEs más grandes (ver Gráfico 2.17).

Gráfico 2.17 Presupuesto destinado por las PyMEs latinoamericanas a apoyar actividades de RSE externas, por tamaño empresarial



(*) PyMEs que han realizado alguna actividad de RSE externa en 2003

Con objeto de conocer el “esfuerzo” monetario real realizado por las PyMEs en relación con sus actividades de RSE externa, resulta interesante tratar de normalizar los presupuestos destinados a las mismas con respecto a sus volúmenes de facturación. En cualquier caso, conviene subrayar que los datos y comparaciones que se presentan a continuación deben ser tomados con una cierta cautela, habida cuenta de la existencia de muestras pequeñas en alguno de los cruces propuestos, por lo que los resultados obtenidos deben ser interpretados como órdenes de magnitud o indicadores de rango más que como cifras precisas.

Atendiendo a los resultados disponibles (ver Cuadro 2.10), las PyMEs activas en actividades de RSE externa destinaron de media un 1,02% de su facturación al apoyo de estas actividades en 2003, siendo precisamente las empresas más pequeñas las que resultan destinar un porcentaje mayor (1,02% frente al 0,93% correspondiente a las PyMEs más grandes).

Además, la información permite confirmar que las PyMEs con un grado medio de implantación de las actividades de RSE externas destinan en efecto un mayor porcentaje relativo de recursos. De modo equivalente, las PyMEs de servicios, las exportadoras, las que se encuentran en una situación económica buena o muy buena también destinan mayores porcentajes de recursos que el resto.

Cuadro 2.10 Presupuesto anual medio sobre facturación destinado a apoyar actividades de RSE externas, por diversas variables

Variables	Presupuesto medio sobre facturación (%)
Media	1,02
Grado de implantación de actividades RSE externa	
• Bajo	0,86
• Medio	1,50
• Alto	0,80
Tamaño empresarial	
• 1-49	1,02
• 50-249	0,93
Clasificación sectorial	
• Manufactura	0,82
• Comercio	0,59
• Servicios	1,54
Presencia de actividades exportadores	
• Exporta	2,11
• No exporta	0,81
Situación económica actual de la empresa	
• Muy buena/buena	1,06
• Regular/Mala/muy mala	0,90

(*) PyMEs que han realizado alguna actividad de RSE externa en 2003

Ejemplo 4 de PyME particularmente activa en RSE, tanto en su dimensión externa como interna

Consorcio Fonbienes (Venezuela)
<p>1. Identificación de la Empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa del sector financiero que comienza a funcionar en 1996. Su objetivo es brindar a los consumidores una alternativa para la adquisición de bienes inmuebles, vehículos y equipamiento para el hogar mediante un sistema de compras programadas.
<p>2. Hechos relevantes en la trayectoria de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fonbienes se inicia en 1996 con compra programada de motocicletas. A fines de ese mismo año, se amplía el programa hacia la compra programada de vehículos. • A partir de 1998 el negocio se diversifica, creándose la posibilidad de compra programada de inmuebles. De ahí en adelante ha continuado la ampliación de opciones con la creación de Famihogar en 1999 (para la adquisición de equipos para el hogar) y programas de capital de trabajo para PyME a partir de 2001. • El éxito de la estrategia de Consorcio Fonbienes ha impulsado la asociación directa con los productores y distribuidores de vehículos en el país, que ha resultado en la creación de planes específicos como "Chevyplan", "Toyoplan", entre otros.
<p>3. Principales actuaciones desarrolladas por la empresa en el campo de la RSE</p> <p>a) Motivación para ejecutar acciones socialmente responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les parece de gran importancia participar para ayudar al desarrollo del área cultural: principalmente el conocimiento la historia del automóvil en Venezuela.

continuación

Consortio Fonbienes (Venezuela) (continuación)

- Consideran que se debe ser un buen vecino y ciudadano corporativo, principalmente porque si cada uno aporta algo en lo que es bueno, ayuda a que mejore la condición de muchas personas. Por ejemplo, es importante el hecho de que existan actividades gratuitas y culturales durante los fines de semana para las personas de bajos recursos, de manera que éstas puedan aprender mientras se recrean.
 - La responsabilidad interna también forma parte de la estrategia de la empresa por cuanto mantener un personal altamente motivado pasa por la satisfacción con las labores realizadas y los beneficios obtenidos en la empresa (no sólo económicos).
- b) Actuaciones RSE externas**
- Las actividades de RSE comienzan en el año 2002. Las instituciones asociadas con las que Fonbienes colabora son:
 - Museo de Transporte (desde 2002). En esta institución invirtieron recursos en la construcción de infraestructura que generara ingresos y lo hiciera autogestionable. Además, se realizan un aporte mensual para su mantenimiento y la realización de actividades de esparcimiento que sean gratuitas para la comunidad.
 - Fundana (desde 2003). El aporte que se da a esta institución es de 1.800.000 Bolívares. Les interesa principalmente ayudar a una fundación que opere de forma eficiente. En este caso, en la acogida de niños en situación de abandono o peligro. También hay visitas periódicas de los empleados de la empresa en las Casas Hogar de Fundana.
 - Becas a estudiantes del IESA. Durante el último año se han financiado becas a estudiantes de postgrado en el área de gerencia. Se plantea institucionalizar y ampliar este programa.
- c) Responsabilidad Social Interna:**
- Programa Contigo y conmigo se puede. El objetivo es potenciar la motivación de los trabajadores haciendo énfasis en la formación y capacitación. Los talleres comienzan con la difusión de la misión y visión de la empresa y sus valores, para luego centrarse en las áreas en que necesite formación el trabajador: atención al cliente, técnicas de venta, estrategias de aprendizaje rápido, entre otras.
 - Financiamiento de cursos de postgrado al personal de mayor calificación.
- d) Visión de Futuro**
- Está planificado dentro del presupuesto de "Inversiones" seguir aportando durante los próximos años el área de la RSE e incluso incrementar su presupuesto. Para el año 2005 los fondos destinados al Museo de Transporte y de Fundana fueron incrementados en un 50% y 12% respectivamente. En conjunto, la inversión en el área social alcanza un 5% de las utilidades.

4. Elementos que convierten a esta empresa en un caso de estudio relevante:

- En la Revista Dinero de Enero del 2004, Fonbienes es reseñada como una empresa muy activa en áreas de responsabilidad social externa. Es la única empresa que puede ser catalogada como PyME que aparece reseñada entre grandes empresas como Polar, Coca-Cola, Colgate – Palmolive, Telcel, Bigott, Procter & Gamble y los grandes bancos nacionales.

Fuente: Informe nacional venezolano.

2.5. ACTIVIDADES EMPRESARIALES SOCIALMENTE RESPONSABLES DE TIPO INTERNO

2.5.1. Grado de implantación de las actividades de RSE internas

La Encuesta RSE-PyMEs permite caracterizar el grado de implantación de las actividades que las PyMEs latinoamericanas realizan en el campo de la RSE interna, esto es, dirigida hacia los “stakeholders” internos de la empresa, en este caso y fundamentalmente, los propios trabajadores, además de otros colectivos directamente vinculados con su actividad como los proveedores/subcontratistas o los clientes. A efectos de este estudio, estas actuaciones incluyen actividades relacionadas con:

- la salud y bienestar de los trabajadores
- su formación y desarrollo de capacidades
- su participación en la empresa
- la conciliación trabajo-familia y la igualdad de oportunidades
- y otras prácticas de buen gobierno empresarial.

En este sentido, los resultados muestran que, en comparación con lo ocurrido con las actividades de RSE externa (y, tal y como se verá en un capítulo posterior, con las actividades de RSE medioambiental), las actividades de RSE interna están mucho más extendidas entre las PyMEs latinoamericanas, hecho que está relacionado con la propia naturaleza de estas actividades (estrechamente ligadas a la propia gestión y funcionamiento de la empresa), pero que revela en cualquier caso una importante preocupación por parte de las PyMEs latinoamericanas hacia sus propios trabajadores y empleados, sea de manera formal o informal.

Así, de acuerdo con los resultados obtenidos, hasta un 95,3% de las PyMEs han señalado haber realizado durante 2003 alguna de las 20 actividades de RSE interna sugeridas en el cuestionario⁷⁶, lo que supone que, por contra, solamente un 4,7% de las PyMEs no han realizado ninguna actividad en este sentido. Por otro lado, hasta un 40% sugieren que estas actividades de responsabilidad interna están implantadas en un alto grado⁷⁷ en la empresa (lo que implica actividades habituales y ligadas con su estrategia general), mientras que un 13,3% y un 42,0% sugieren grados medios y bajos de implantación (ver Gráfico 2.18).

Por su parte, la comparación por tamaños empresariales y sectores económicos permite apreciar una mayor implicación en actividades de responsabilidad interna cuanto mayor sea su tamaño o pertenezcan al sector manufacturero. Así (ver Gráfico 2.19), hasta un 58,6% de las PyMEs más grandes sugieren un alto grado de implantación de estas actividades, mientras este porcentaje es ciertamente menor en el caso de las PyMEs más pequeñas (39,9%).

Por otro lado, se puede comprobar una mayor implicación en actividades socialmente responsables internas entre las PyMEs manufactureras en comparación con las demás. Tomando en conjunto las PyMEs que sugieren un grado de implantación medio o alto, un 58,7% de las PyMEs manufactureras sugieren esta posibilidad, donde este porcentaje desciende hasta un 55,2% y 47,5% entre las PyMEs comerciales y de servicios, respectivamente.

Gráfico 2.18 Grado de implantación de las actividades de RSE interna

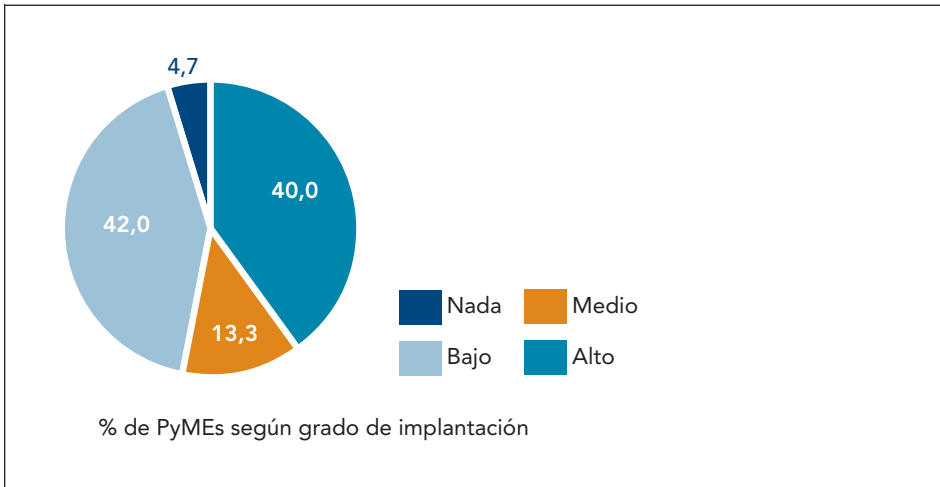
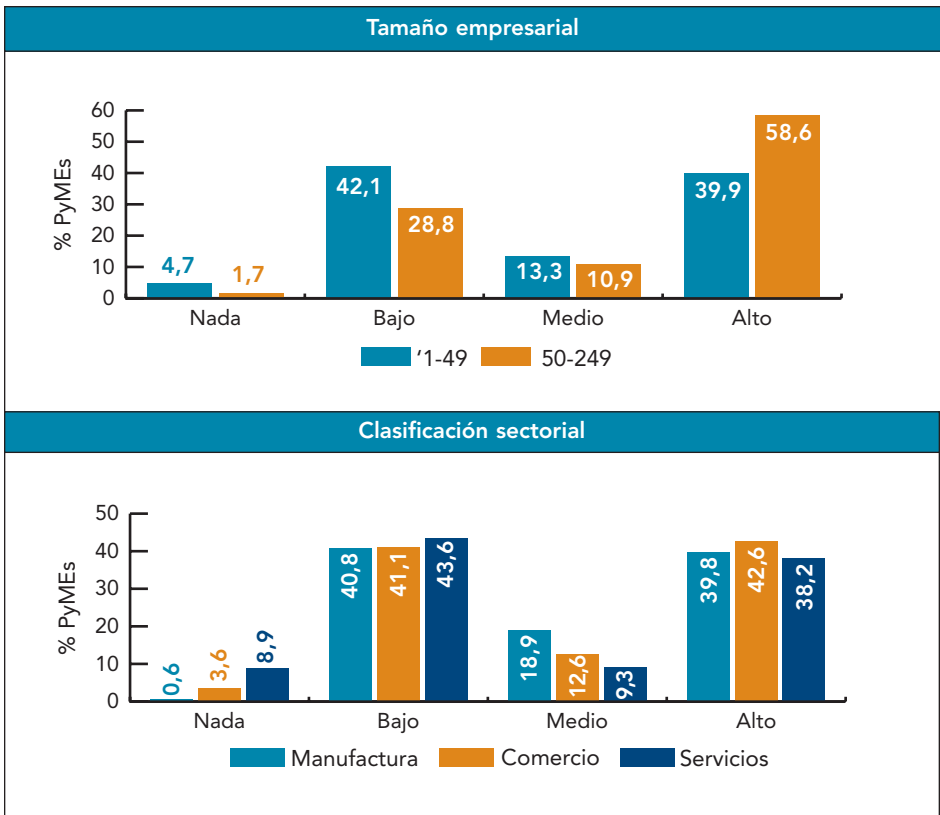


Gráfico 2.19 Grado de implantación de las actividades de RSE interna, por tamaño empresarial y sector empresarial



Ejemplo 5 de PyME particularmente activa en RSE, especialmente en lo relativo al campo interno

Asepsis productos de Colombia Ltda (Colombia)

1. Identificación de la Empresa

- Proasepsis, fue fundada en Agosto de 1986, por cuatro personas que se propusieron crear una empresa responsable y ética en el manejo de sus productos. Proasepsis fabrica y comercializa soluciones microbicidas antisépticas, desinfectantes y esterilizantes.

2. Hechos relevantes en la trayectoria de la empresa

- Al finalizar el año 1987 iniciaron su primera venta, comenzaron a funcionar a partir de 1988, haciendo formulaciones y adecuaciones. En 1988 y tras una mala situación financiera, deciden introducirse también en el negocio la distribución de apósitos y materiales de curación, para lo que se ponen en contacto con una compañía inglesa. Esta empresa acuerda con Proasepsis la distribución de sus productos, experiencia que se repite posteriormente con otras empresas internacionales.
- Dentro del portafolio de sus productos en general, se puede decir que la distribución es aproximadamente el 65 % y el 35 % restante es producción de sus artículos para el aseo. Los productos que distribuye en el país, son fabricados por empresas líderes en el mercado mundial de la salud.

3. Principales actuaciones desarrolladas por la empresa en el campo de la RSE

a) RSE interna

- Para educar al personal y a toda la empresa para tener una imagen corporativa, la empresa se ha calificado en Buenas prácticas de Manufactura y en Capacidad de Producción.
- Desde 1998 sus Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y la Capacidad de Producción están reconocidas por el INVIMA-Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. De la misma forma sus instalaciones han sido certificadas por esta institución.
- La empresa trabaja con un grupo multidisciplinario de gente joven en formación.
- La empresa iniciará en el 2005 la certificación ISO de calidad en la compañía. Están trabajando por ahora en la valoración de cada una de las áreas.
- Varios funcionarios de la compañía de todos los niveles están en capacitación continua, donde la compañía les apoya económicamente, en finanzas, administración. De la misma manera, la compañía ayuda con la cuota inicial de la casa a los empleados
- La empresa ha medido el nivel de satisfacción y motivación de sus empleados. Este estudio ha propiciado diversos cambios en la empresa. Además, se está haciendo un diagnóstico más profundo para medir lo que espera la persona de la compañía.
- En cuanto a los clientes externos, la empresa tiene un posicionamiento de calidad hacia los clientes externos y son líderes nacionales en el campo de la asepsia y antisepsia. Además, la empresa hace campañas sobre el manejo que se le debe hacer a la asepsia dentro de los hospitales.
- Dentro de los proveedores, estos han sido entrevistados y, de los resultados de estas entrevistas, se deduce que Proasepsis es percibido como un buen cliente para sus proveedores. La empresa además está abiertas a hacer cualquier mejoramiento del producto para la compañía.
- Se califica a los proveedores a través de un procedimiento como visitas externas a sus instalaciones, cómo fabrican, cómo distribuyen, cómo es su organización interna, se hacen recomendaciones o se aprenden de ellos. Se busca tener una cadena productiva completa.
- Se hacen campañas preventivas entre sus empleados sobre diversos aspectos ligados con la seguridad e higiene en el trabajo, tales como vacunación contra la Hepatitis B, exámenes médicos, simulacros de terremotos, cursos para el manejo adecuado del instrumental y los materiales empleados, etc.

b) RSE externa

- A nivel nacional Proasepsis interactúa en el Comité del Instituto Colombiano de Normas

continuación

Asepsis productos de Colombia Ltda (Colombia) (continuación)

Técnicas (ICONTEC) para la creación de normas de calidad de productos desinfectantes, antisépticos hospitalarios y procesos de esterilización; además posee vínculos con universidades y asociaciones científicas, a las que se brinda apoyo económico y académico a través de la Dirección de Educación Permanente e Investigación.

C) RSE medioambiental

- La empresa cumple escrupulosamente las guías y normas medioambientales existentes. Además, cuentan con una política activa de minimización de residuos, los cuales son tratados convenientemente.

Fuente: Informe nacional colombiano.

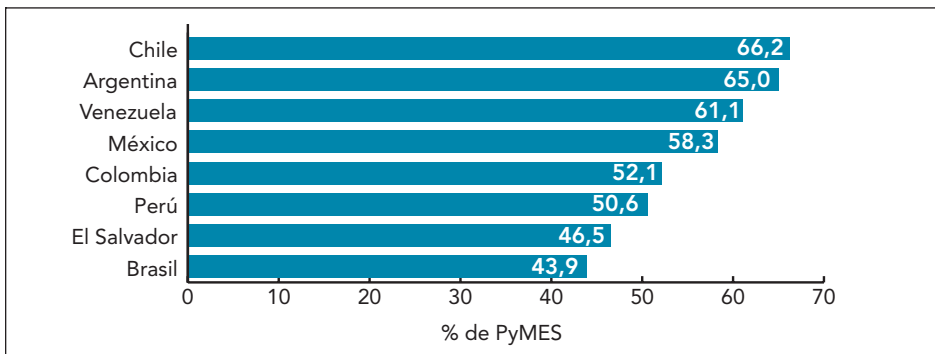
Por su parte, los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs muestran que las actividades de RSE interna están algo más presentes entre las PyMEs que gozan de una situación económica buena o muy buena y, en menor medida, entre las que tienen actividades exportadoras, aunque las diferencias con el resto no son sustanciales.

Finalmente, la distinción por países (ver Cuadro 2.11) permite comprobar en todos ellos un escaso porcentaje de PyMEs que manifiestan no realizar ninguna actividad en el campo de la RSE interna. Por lo que se refiere a las PyMEs que sugieren un grado alto/medio de implantación de las actividades de RSE interna, contrasta la relativamente favorable situación que caracteriza a países como Chile, Argentina y Venezuela frente a otros como El Salvador o Brasil.

Cuadro 2.11 Grado de implantación de las actividades de RSE interna, por países

% PyMEs	Países							
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve
Alto	49,0	28,8	59,5	43,8	26,9	45,9	40,1	55,3
Medio	16,0	15,1	6,7	8,3	19,6	12,4	10,6	5,8
Bajo	34,0	47,8	29,6	46,6	48,5	38,9	46,6	37,6
Nada	1,0	8,3	4,2	1,4	5,0	2,9	2,6	1,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

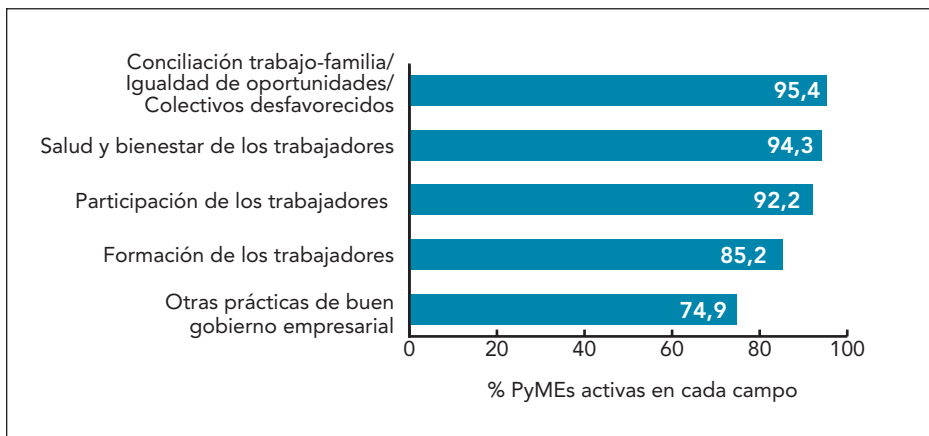
Gráfico 2.20 PyMEs con grado de implantación de actividades de RSE interna alto/medio, por países



2.5.2. Principales campos y actividades concretas en RSE interna desarrollados por las PyMEs

Por lo que hace referencia a los campos de RSE interna desarrollados por parte de las PyMEs latinoamericanas, la información procedente de la Encuesta RSE-PyMEs (ver Gráfico 2.21) muestra que los principales son la conciliación trabajo-familia/igualdad de oportunidades (desarrollado en mayor o menor medida por un 95,4% de las PyMEs latinoamericanas con algún tipo de actividad de RSE interna), seguido de cerca por los de actividades relacionadas con la salud/bienestar de los trabajadores y la participación de los trabajadores (94,3% y 92,2% de las PyMEs activas, respectivamente). Mientras, las actividades ligadas con la formación de los trabajadores y, especialmente, las prácticas de buen gobierno empresarial (referidas fundamentalmente a clientes, subcontratistas y proveedores y aspectos de ética en los negocios) son seguidas en menor medida (85,2% y 74,9%).

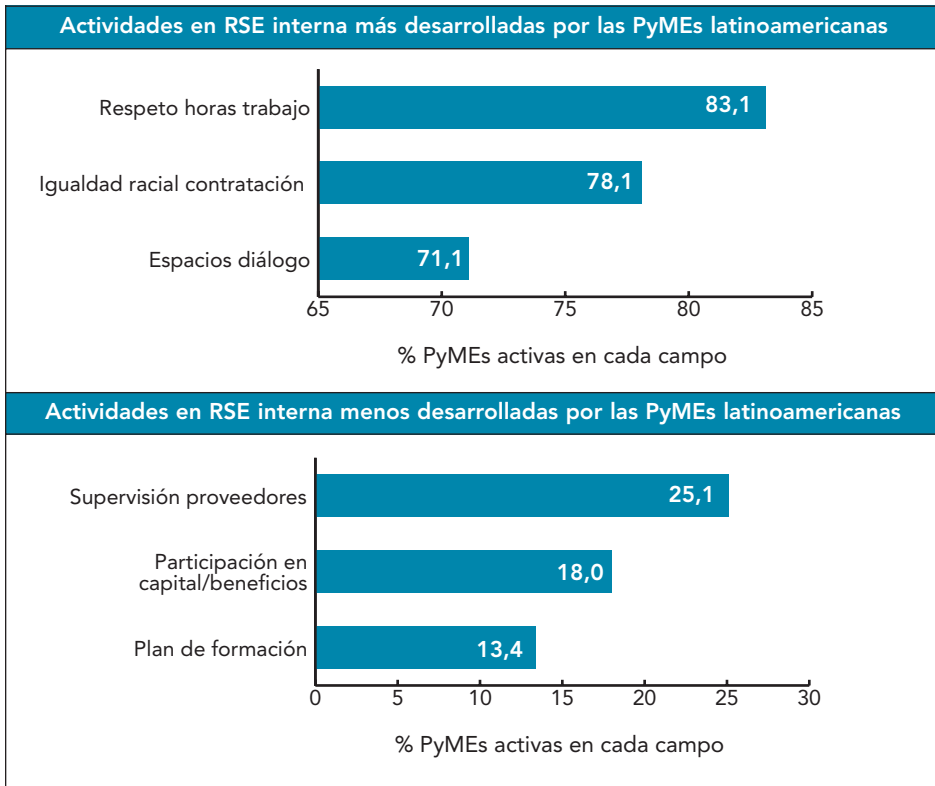
Gráfico 2.21 Principales campos en RSE interna desarrollados por las PyMEs latinoamericanas



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE interna en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

En relación con las principales actividades que conforman cada uno de los campos anteriores, pueden apreciarse importantes diferencias en los porcentajes de PyMEs involucradas (ver Cuadro 2.13 y Gráfico 2.22). Por lo que se refiere a las actividades de salud y bienestar de los trabajadores, los porcentajes varían entre un 83,1% de las PyMEs activas en RSE interna que afirman respetar las horas establecidas de trabajo y las jornadas de descanso de los empleados y el 32,1% que realiza reconocimientos médicos periódicos al personal. Por su parte, con respecto a las actividades formativas para los trabajadores, los porcentajes varían entre un 65,6% de PyMEs que afirman dar facilidades de horario para la asistencia del personal a formación frente al 13,4% que cuentan con un plan escrito de formación, aunque un 45,8% afirma que financia (parcial o totalmente) la asistencia de su personal a cursos externos.

Gráfico 2.22 Actividades en RSE interna más y menos desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE interna en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

En relación con la participación de los trabajadores en la empresa, un 71,1% de PyMEs declara contar con espacios de diálogo entre los trabajadores y los directivos, en tanto que un 63,7% dice respetar los convenios colectivos/acuerdos laborales existentes en sus sectores respectivos. Por el contrario, sólo un 18,0% cuenta con sistemas de participación de los trabajadores en el capital social y/o los beneficios de la empresa. En el ámbito de la conciliación trabajo-familia/igualdad de oportunidades/colectivos desfavorecidos, más del 66% de las PyMEs afirman contar con políticas de igualdad de oportunidades, independiente de razones de género o raciales, frente a menos del 40% que da facilidades de elección de horarios de trabajo o que permite la existencia de fórmulas de trabajo flexible.

Finalmente, y por lo que hace mención al campo de otras prácticas de buen gobierno empresarial, un 43,2% de las PyMEs sugieren contar con políticas internas contra las prácticas de corrupción, y también en torno a un 40% afirman disponer de sistemas independientes para la auditoría de sus cuentas, así como de algún sistema de gestión de calidad. Por el contrario, sólo un 25,1% supervisa de alguna manera la actuación socialmente responsable de proveedores/subcontratistas.

Ejemplo 6 de PyME particularmente activa en RSE interna

El Fogoncito (México)	
1. Identificación de la Empresa	<ul style="list-style-type: none"> • “El Fogoncito” es una conocida taquería de Ciudad de México. “El Fogoncito” abrió sus puertas en agosto de 1968, como una microempresa. El sabor y la personalidad son elementos que desde el inicio han acompañado a los tacos de “El Fogoncito”, en donde se han creado y mejorado sus propias recetas.
2. Hechos relevantes en la trayectoria de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • En la década de los noventa, la empresa introduce un nuevo gestor que establece una amplia visión del negocio. Entre los cambios impulsados aparece el soporte para franquicias, con la intención de aprovechar las amplias posibilidades del negocio debidas al potencial y prestigio logrados por la empresa. • En 1995 surge la oportunidad de colocar una franquicia en Costa Rica y a partir de este hecho su crecimiento en Centroamérica ha sido firme. En la actualidad sus planes de expansión consideran incursionar el mercado USA.
3. Principales actuaciones desarrolladas por la empresa en el campo de RSE	<ul style="list-style-type: none"> • A partir del año 2002 se decide desarrollar una nueva visión del negocio en torno a la satisfacción del cliente. Un aspecto relevante de esta estrategia pasa por reducir el problema de la alta rotación y la escasa identificación del personal, al asumir que en manos del personal está en último término la plena satisfacción de los clientes. • Para llevar a cabo los nuevos planes, se crea la Gerencia de Desarrollo Humano, con dos áreas de responsabilidad relevantes: a) la de integración de los nuevos colaboradores, a través de programas de selección que pongan énfasis en el perfil de actitud y valores, b) la de desarrollo humano, con programas de capacitación operativa, apoyo para la educación formal y acciones específicas para propiciar el desarrollo individual de sus colaboradores.
4. Elementos que convierten a esta empresa en un caso de estudio relevante:	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa promedia 40 horas anuales de capacitación y desarrollo para cada colaborador. Además, la rotación del personal es muy inferior a la media del sector, en tanto que los salarios están por encima del 25% sobre el promedio de mercado, lo que sin duda redundará en un buen clima organizacional. Finalmente, la satisfacción del cliente se ha incrementado en los últimos años, lo que ha tenido un efecto evidente sobre las utilidades. • En la filosofía corporativa de la empresa se plantea como visión “satisfacer plenamente a sus clientes, ofreciéndoles productos insuperables, con un servicio de calidad mundial y con una ambientación extraordinaria”. La preocupación por sus colaboradores aparece en la intención de llegar a ser una cadena institucional altamente productiva y profundamente humana, que ocupe posiciones de liderazgo a nivel nacional dentro del segmento de taquerías-restaurantes, ofreciendo un servicio que supere las expectativas de sus clientes y define como sus valores a la honestidad, el respeto a la dignidad, la solidaridad y la subsidiariedad. • La empresa es citada frecuentemente como buen ejemplo de RSE en México⁷⁸

Fuente: Informe nacional colombiano.

La información disponible procedente de la Encuesta RSE-PyMEs permite conocer en mayor detalle las actividades concretas de RSE interna desarrolladas atendiendo a diversas variables como el grado de implantación de estas actividades, tamaño empresarial, sector económico o país de origen de la empresa. Así, y por lo que se refiere al grado de implantación de las mismas, se observa una lógica relación directa, en el sentido de que las PyMEs con un grado alto de implantación de RSE interna muestran una mayor diversificación en las actividades realizadas.

Por lo que se refiere al tamaño empresarial, y tal y como cabría pensar a priori, es posible apreciar la existencia de una relación positiva entre tamaño de las empresas y porcentaje de las mismas involucradas en los diversos campos y actividades de RSE interna citados (ver Cuadro 2.12 y Gráfico 2.23). En este sentido, las únicas excepciones vienen dadas por el respeto a las horas establecidas de trabajo y a las jornadas de descanso de los empleados, así como la presencia de espacios de diálogo entre trabajadores y directivos y en lo que respecta a facilidades de elección de horarios de trabajo/existencia de fórmulas de trabajo flexible, ligeramente más presentes entre las PyMEs más pequeñas frente a las más grandes. Por lo demás, en prácticamente todos los casos el ranking de actividades desarrollados en cada uno de los campos considerados es el mismo para las empresas pequeñas que para las medianas (siempre

Cuadro 2.12 Principales campos y actividades en RSE interna desarrollados por las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial

% de empresas activas en cada campo	Tamaño empresarial		Media
	1-49	50-249	
Salud y bienestar de los trabajadores	94,3	95,4	94,3
Procedimientos para la prevención de riesgos laborales	50,6	69,8	50,8
Reconocimientos médicos periódicos al personal	32,0	44,8	32,1
Actividades formativas para el personal sobre seguridad y prevención de riesgos laborales	34,2	59,6	34,4
Respeto de las horas establecidas de trabajo y las jornadas de descanso de los empleados	83,1	78,4	83,1
Formación de los trabajadores	85,1	96,8	85,2
Facilidades de horario para la asistencia del personal a formación	65,5	79,5	65,6
Financiación (parcial o totalmente) a la asistencia del personal a cursos externos	45,6	62,5	45,8
Organización directa de cursos de formación específicos	30,2	58,5	30,4
Plan de formación (por escrito) de su plantilla	13,3	29,1	13,4
Participación de los trabajadores	92,2	98,1	92,2
Espacios de diálogo entre los trabajadores y los directivos que se reúnen periódicamente	71,1	70,0	71,1
Respeto de los convenios colectivos/acuerdos laborales existentes en el sector	63,6	77,9	63,7
Sistemas de participación de los trabajadores en capital social y/o beneficios	17,9	29,0	18,0
Beneficios sociales a sus empleados	30,5	42,1	30,6
Conciliación trabajo-familia/Igualdad de oportun./ Colectivos desfavorecidos	95,3	98,0	95,4
Facilidades de elección de horarios de trabajo/existencia de fórmulas de trabajo flexible	39,5	26,8	39,4

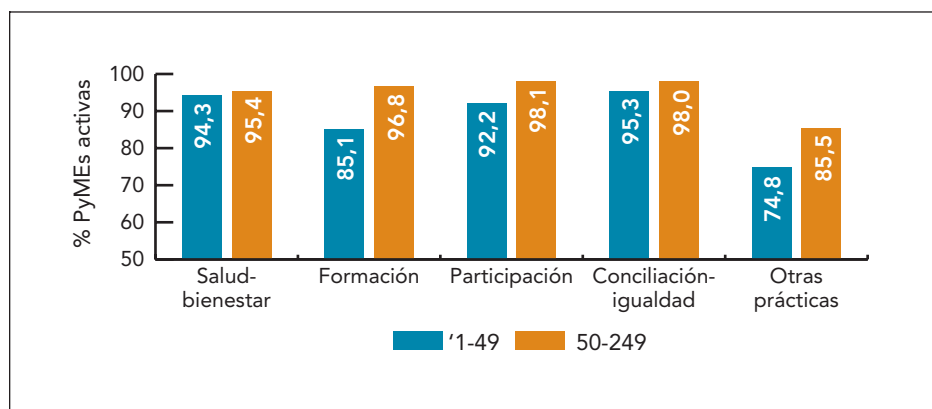
continuación

Cuadro 2.12 Principales campos y actividades en RSE interna desarrollados por las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial (continuación)

% de empresas activas en cada campo	Tamaño empresarial		Media
	1-49	50-249	
Facilidades para la obtención de permisos especiales	60,1	76,4	60,3
Política de igualdad de oportunidades en la contratación, sin atender a razones de género	66,7	72,5	66,7
Política de igualdad de oport. en la contratación, sin atender a razones étnicas/ raciales	78,1	84,8	78,1
Otras prácticas de buen gobierno empresarial	74,8	85,5	74,9
Sistema independiente para la auditoría de sus cuentas	42,3	59,1	42,4
Supervisión de la actuación socialmente responsable de proveedores/subcontratistas	25,0	31,5	25,1
Sistema de gestión de la calidad	40,8	59,4	40,9
Políticas internas contra las prácticas de corrupción	43,1	53,8	43,2
Número medio de actividades apoyadas	9,32	11,65	9,34

(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividades de RSE internas en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez

Gráfico 2.23 Principales campos de RSE interna desarrollados por las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE interna en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

sobre la base de mayores porcentajes para estas últimas, con las excepciones señaladas).

Esta implicación creciente entre tamaño empresarial y actividades de RSE interna es confirmado por diversa literatura procedente de Chile y El Salvador. Así, y por lo que respecta al caso chileno⁷⁹, la información disponible muestra que la implicación e importancia atribuida por las empresas a aspectos ligados con la calidad de la vida laboral de los empleados o con los principios éticos (i.e. lucha contra la corrupción, honestidad en las relaciones con otras empresas, etc.) está ligada directamente con el tamaño

empresarial. Por su parte, y en el caso salvadoreño, un estudio⁸⁰ muestra la existencia de una relación creciente entre el tamaño empresarial y el cumplimiento de diversas variables, tales como pago de horas extras, contratación formal de trabajadores, presencia de estímulos a los empleados que dan recomendaciones de mejora, programas internos de capacitación técnica o porcentajes de inversión en educación de los trabajadores sobre ventas totales.

2.6. ACTIVIDADES EMPRESARIALES MEDIOAMBIENTALMENTE RESPONSABLES

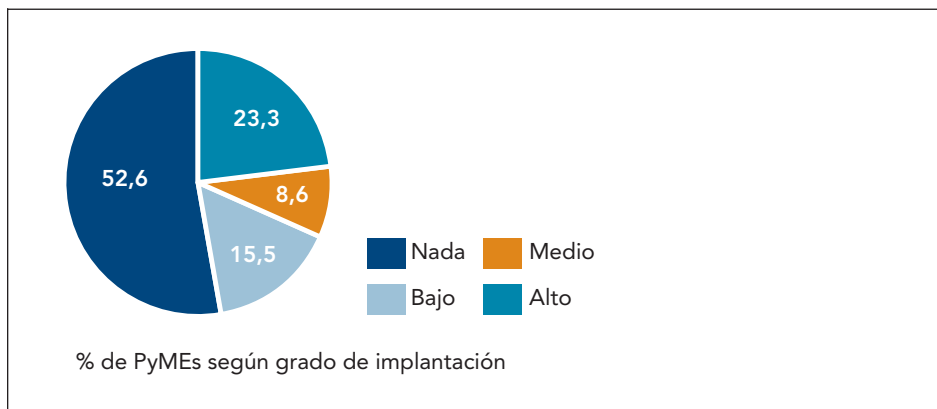
2.6.1. Grado de implantación de las actividades de RSE medioambientales

La Encuesta RSE-PyMEs aporta información respecto al grado de implantación de las actividades de RSE de carácter medioambiental entre las PyMEs latinoamericanas, esto es, aquellas actividades que las empresas realizan para disminuir el impacto que sus actividades productivas generan en el medio ambiente (i.e. monitorización del impacto de la actividad, programas de eficiencia en el consumo de energía y agua, programas para la reducción, reciclaje o tratamiento de residuos, programas de aprovechamiento de subproductos de la producción, sistemas integrados de gestión medioambiental o exigencia de certificaciones medioambientales a proveedores/subcontratistas).

En este sentido, de acuerdo con las respuestas de las PyMEs encuestadas, hasta un 52,6% de las mismas señalan que no realizaron durante el ejercicio de 2003 ninguna de las 7 actividades medioambientalmente responsables propuestas en el cuestionario⁸¹, y un 8,6% y 15,5% indican grados de implantación medios y bajos respectivamente, frente a un 23,3% que apuntan a un grado alto de implantación de estas actividades (ver Gráfico 2.24)⁸².

De la comparación entre los grados de implantación de las actividades de RSE externa, interna y medioambiental es posible sugerir que, en general, estas últimas están menos implantadas entre las PyMEs latinoamericanas: más de la mitad de las mismas no desarrollan ninguna actividad en este campo frente a porcentajes de 4,7% y un 39,0% en los casos de las RSE interna y externa respectivamente⁸³.

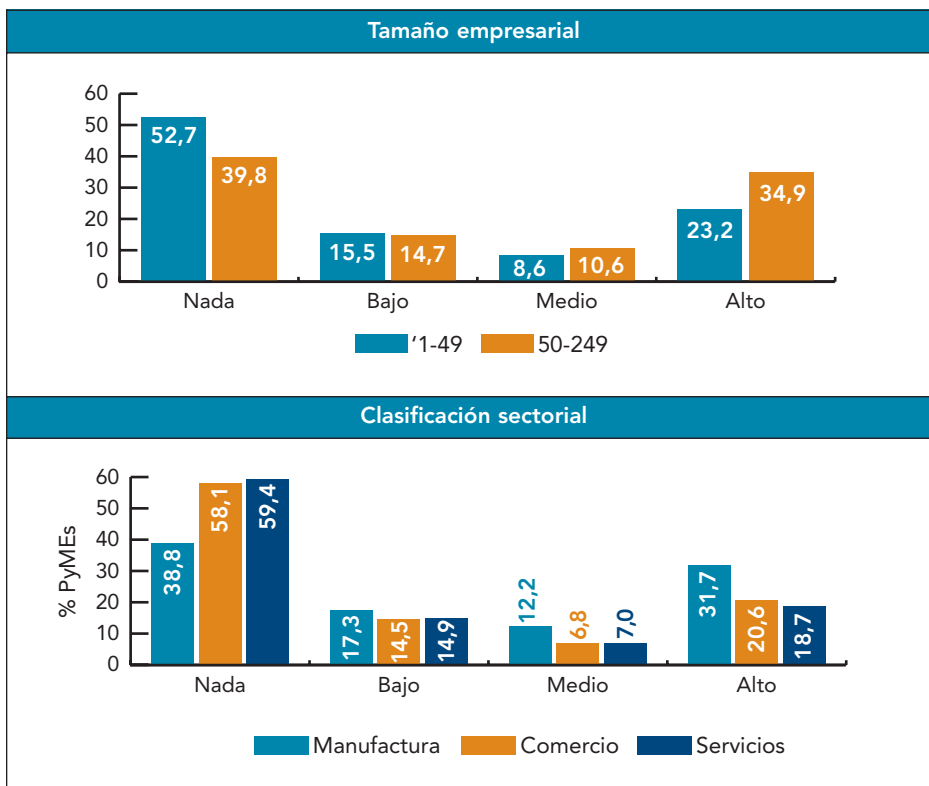
Gráfico 2.24 Grado de implantación de las actividades de RSE medioambiental



No obstante, el porcentaje de PyMEs que declaran una implantación alta de actividades de RSE medioambiental es mayor que en el área de la RSE externa (23,3% frente al 11,3%). Este resultado puede explicarse por el hecho de que las actividades de RSE externa están desligadas en muchos casos de las necesidades de operación de la empresa, mientras que para muchas actividades productivas la gestión de los residuos o la eficiencia energética son condiciones imprescindibles para su actividad, sea por requisitos legales o bien por presiones externas de diversa naturaleza. Este hecho, que explica la mayor presencia de actividades ambientales en ciertas empresas, no impide la posibilidad de que exista a la vez una alta proporción de empresas que no reportan actividades ambientalmente responsables de ningún tipo porque no generan (o no creen generar) ningún impacto en el medio ambiente⁸⁴.

Por su parte, la distinción por tamaños empresariales (ver Gráfico 2.25) permite comprobar también aquí una relación positiva entre tamaño y grado de implantación de estas actividades. Así, aproximadamente la mitad de las PyMEs más pequeñas (entre 1 y 49 empleados) no realizan ninguna actividad ligada a la RSE medioambiental, porcentaje

Gráfico 2.25 Grado de implantación de las actividades de RSE medioambiental, por tamaño empresarial y sector empresarial



que se reduce hasta menos de un 40% en el caso de las PyMEs más grandes (entre 50 y 249 empleados). Por el contrario, un tercio de las PyMEs más grandes afirman un grado alto de implantación de las actividades de RSE medioambiental (menos de un cuarta parte de las PyMEs más pequeñas).

Mientras, desde un punto de vista sectorial se observa una mayor implicación medioambiental de las empresas manufactureras en comparación a sus homónimas comerciales y de servicios. En este sentido, basta indicar que mientras cerca del 60% de estas últimas no realizaron actividades de RSE medioambiental en el 2003, proporción que desciende por debajo del 40% en el caso de las PyMEs industriales. Por el contrario, casi un tercio de éstas afirman contar con un grado alto de implantación, porcentaje éste que se sitúa en torno al 20% en el caso de las comerciales y de servicios.

Ejemplo 7 de PyME activa en RSE, especialmente en materia medioambiental

Acavisa (El Salvador)

1. Identificación de la Empresa

- En el año 1949 se funda empresa, dedicándose a la venta de café fuera de El Salvador y a la representación de compañías de productos agrícolas, demostrando integridad, responsabilidad y espíritu de servicio, en todas sus actividades, que continúan siendo los valores que identifican a la empresa. En el año 1952 se suma la empresa naviera Flota Mercante Gran Colombiana. Se adquiere la distribución exclusiva de los Lubricantes Castrol en 1964. Continuando con una estrategia innovadora, en 1965 se incorpora la venta de aceros, estableciéndose el primer acerocentro del país, logrando representaciones exclusivas de los mejores aceros europeos, especialmente de Suecia.
- En 1967 se innova el mercado de los servicios de lubricación en el país, estableciéndose el primer lubricentro. En 1979 se hace cargo de las representaciones de casas dedicadas al servicio de la industria y el comercio en las áreas de almacenamiento.
- Actualmente cuenta con 3 centros de servicio. En el año 2001 se funda en Honduras, la empresa ACAVISA Honduras, S.A., con oficinas en Tegucigalpa y San Pedro Sula, con el fin de ofrecer a esos mercados las mismas líneas y negocios, con la experiencia y mística de trabajo establecidas. En el año 2001 se obtiene el certificado de registro de empresa, que evidencia la conformidad de su sistema de calidad con los requisitos de la norma ISO 9001-2000.
- Tiene como política de calidad el exceder las necesidades y expectativas de los clientes, estableciendo, desarrollando, manteniendo y mejorando un sistema de gestión de calidad que se incorpora al personal y a las actividades normales que se desarrollan.
- Su visión es ser una empresa que contribuye al engrandecimiento del país y al desarrollo del personal, brindando soluciones integrales a las necesidades de los clientes, cumpliendo con estándares de calidad, mediante una relación fundamentada en la ética y la responsabilidad social, partiendo de los valores de integridad, responsabilidad y espíritu de servicio.

2. Hechos relevantes en la trayectoria de la empresa

- ACAVISA, S. A. ha sido galardonada con premios nacionales e internacionales por su gran aporte e impecable participación en el mercado en que se desenvuelve.
- La Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, le otorgó la Palma de Oro a don Carlos Avilés, en reconocimiento a sus relevantes servicios a la institución, su conducta como ciudadano y dinamismo como empresario.
- Premio otorgado por Castrol Caribbean & Central America, 1995-2003, por ser el representante que con esfuerzo y rendimiento logra superar su meta de ventas y servicio de lubricantes Castrol en el área Centroamericana y del Caribe.

continuación

Ejemplo 7 de PyME activa en RSE, especialmente en materia medioambiental (continuación)

Acavisa (El Salvador)

- Customer Service, 2000-2001-2003, en reconocimiento a su aporte en el área de servicios al cliente y destacarse en la región de Centroamérica y el Caribe.
- Premio de Salud y Medioambiente, otorgado en el año 2003, por el compromiso adquirido de Ningún accidente, ningún daño a las personas, ningún daño al medio ambiente.

3. Principales actuaciones desarrolladas por la empresa en el campo de la RSE

- **Medio ambiente:** en el proceso de producción de estanterías metálicas, se ha establecido que las aguas residuales, previo a ser vertidas a las alcantarillas, sean sometidas a su respectivo tratamiento químico, a fin de asegurar que los procesos interactúen en armonía con la naturaleza y no contaminen el medio ambiente; los clientes que realizan su cambio de aceite en sus lubricentros, tienen la plena seguridad de que el aceite que ya fue utilizado por su vehículo, será debidamente dispuesto para no contaminar el ambiente.
- **Proyección a la comunidad:** el personal está capacitado en las áreas de primeros auxilios, acciones de evacuación y rescate, combate y prevención de incendios, con lo que logran la competencia para poder reaccionar de inmediato en momentos de emergencia, dentro o fuera de la empresa.
- **Política pública:** se mantiene una política de transparencia y de buena administración, yendo más allá de los requisitos legales. Participa en instituciones que promueven y defienden la libertad, está afiliada a las principales gremiales empresariales, en donde se buscan soluciones para los diferentes problemas nacionales.
- **Gobernabilidad:** se procura que se aplique transparencia corporativa en todos sus procesos, contando con una estructura organizativa, establecida que, a la vez sea susceptible de adecuarse a las nuevas necesidades y oportunidades del entorno. De esa manera, se establece un vínculo entre las necesidades empresariales y las nacionales, contribuyendo así a difundir una cultura de responsabilidad social y compromiso con el país.
- **Elección de personal:** se contrata personal que además de reunir los requerimientos de experiencia en conocimientos de cada puesto, se identifiquen con los principios y valores que los lleven a observar una conducta excepcional en la empresa, en la comunidad y en su familia, que además, sirva como la referencia diferencial para lograr confianza en sus clientes. Por norma, no se contrata a menores de edad. Si fuese necesario, en casos excepcionales, la relación de trabajo se establecería mediante el acuerdo de que el menor continuará sus estudios y con estricto apego a la ley. Además, no existen restricciones para poder contratar personas con capacidades especiales, tampoco por religión, estado civil, edad, sexo, entre otros.

4. Elementos que convierten a esta empresa en un caso de estudio relevante:

- Ser una empresa que cumple con una función social, colaborando económicamente con obras sociales.
- Ser una empresa eficiente y eficaz.
- Ser una empresa generadora de empleo, productiva y competitiva.
- Ser una empresa que cumple con las obligaciones con su personal, clientes, proveedores, fisco y accionistas.
- Ser una empresa que apoya a las gremiales empresariales y al concepto de libre empresa.
- Tener como finalidad de la empresa, el inducir a un cambio de mentalidad, en el que cada persona se responsabilice de su propio desarrollo y se convierta en un multiplicador de esa conducta positiva, para que en un futuro próximo se cosechen beneficios palpables, en su familia, empresa y país, al convertirse en mejores seres humanos y por ende, ciudadanos ejemplares.

Por su parte, la presencia de actividades exportadoras tiene también una relación positiva con las actividades de RSE medioambiental. Por el contrario, las PyMEs que sugieren estar en buena situación económica presentan en general menores grados de implantación de estas actividades, aunque las diferencias existentes no son muy importantes.

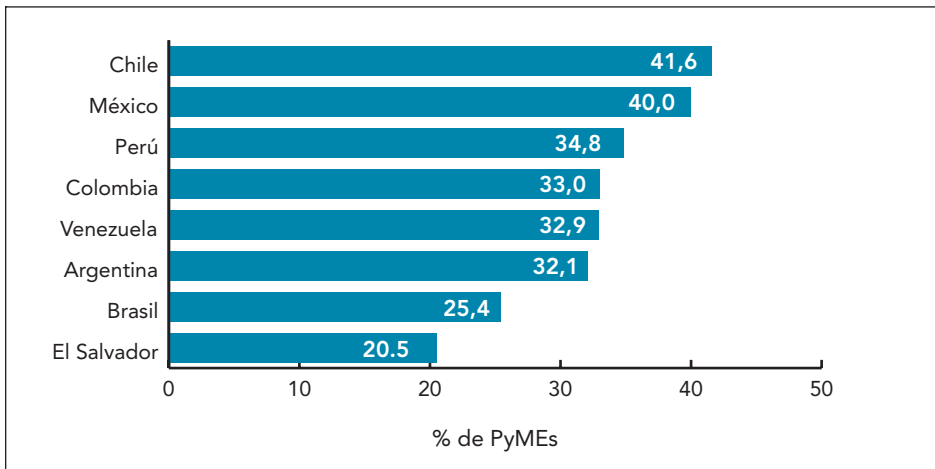
Por su parte, la distinción por países (ver Cuadro 2.13) permite observar algunas diferencias entre los mismos. Los que presentan un menor porcentaje de PyMEs que se declaran inactivas en actividades de RSE medioambiental son Perú y México.

Cuadro 2.13 Grado de implantación de las actividades de RSE medioambiental, por países

Grados	Países							
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve
Alto	22,1	19,4	39,9	26,1	15,4	26,8	26,8	24,7
Medio	10,0	6,0	1,7	6,9	5,1	13,2	8,0	8,2
Bajo	17,0	13,5	6,8	15,1	20,4	19,0	20,0	13,0
Nada	50,9	61,2	51,6	52,0	59,2	40,9	45,2	54,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tomando como referencia aquellas empresas que manifiestan un grado alto/medio de implantación de las actividades de RSE medioambiental (ver Gráfico 2.26), se observa la mejor situación relativa de las PyMEs chilenas y mexicanas frente a, particularmente, brasileñas y salvadoreñas.

Gráfico 2.26 PyMEs con grado de implantación de actividades de RSE medioambiental alto/medio, por países

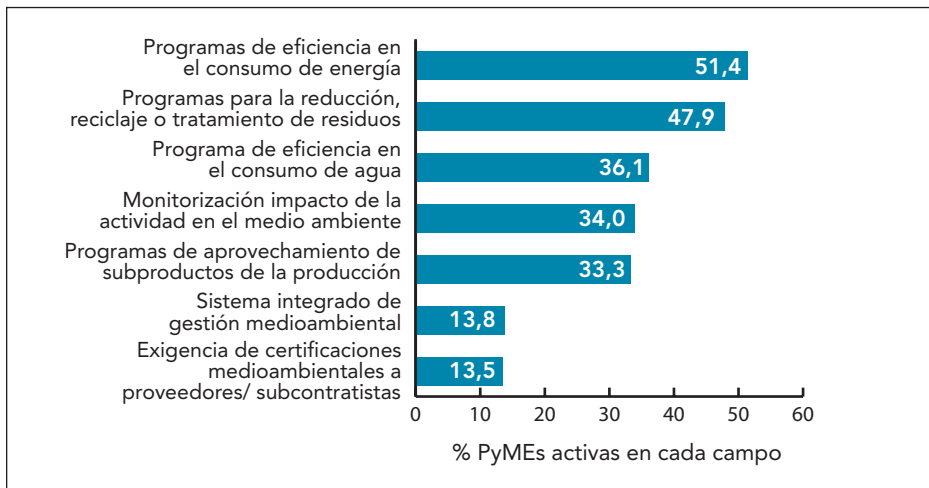


2.6.2. Principales actividades desarrolladas en el campo de la RSE medioambiental

Atendiendo a las actividades concretas de RSE medioambiental desarrolladas por parte de las PyMEs latinoamericanas (ver Gráfico 2.27), las respuestas a la Encuesta RSE-PyMEs destacan dos actividades particularmente; programas de eficiencia en el consumo de energía y programas para la reducción, reciclaje o tratamiento de residuos, realizadas por alrededor de un 50% de las PyMEs activas.

Por su parte, un segundo grupo de actividades tienen una presencia más intermedia, esto es, programas de eficiencia en el consumo de agua, monitorización del impacto de la actividad en el medio ambiente y, finalmente, programas de aprovechamiento de subproductos de la producción (desarrollados por un 33-36% de las PyMEs activas). Mientras, la presencia de sistemas integrados de gestión medioambiental o la exigencia de certificaciones medioambientales a proveedores/subcontratistas son prácticas escasamente presentes (sólo un 13-14%). A la vista de estos datos, es posible argumentar que las actividades en las que con mayor frecuencia incursionan las PyMEs latinoamericanas aparecen vinculadas a programas de eficiencia en el consumo, lo que puede revelar una estrategia empresarial de disminución de costos, y no necesariamente a una conciencia medioambiental⁸⁵.

Gráfico 2.27 Principales actividades de RSE medioambiental desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE medioambiental en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

La información disponible permite confirmar además una mayor presencia y variedad de actividades medioambientalmente responsables entre las PyMEs con un grado alto de implantación de las mismas, donde las únicas excepciones corresponden a las actividades ligadas con programas de eficiencia en el consumo de energía y en el consumo de agua, más presentes entre las PyMEs con grado medio de implantación.

Mientras, la distinción por tamaños empresariales y sectores permite realizar diversas observaciones relevantes. Por un lado, es posible apreciar (ver Cuadro 2.14 y Gráfico 2.28) la existencia de una relación positiva entre tamaño y porcentaje de PyMEs que participan en todas y cada una de las actividades citadas. Obviamente, este resultado puede venir explicado por el mayor impacto en el medio ambiente que generan las empresas medianas con respecto a las pequeñas. Por otro lado, las principales actividades desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas son las mismas independientemente del tamaño empresarial: programas de eficiencia en el consumo de energía y programas para la reducción, reciclaje o tratamiento de residuos.

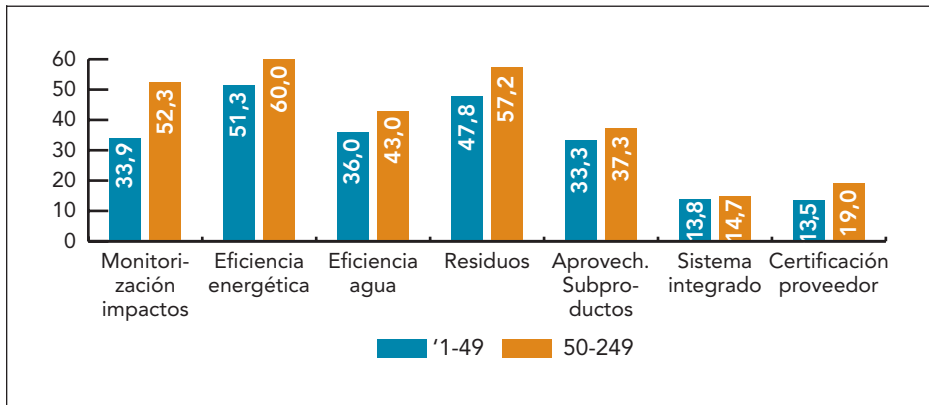
Por su parte, la perspectiva sectorial (ver también Cuadro 2.14) permite comprobar una mayor presencia de actividades entre las PyMEs manufactureras en comparación con las PyMEs terciarias y comerciales. El porcentaje de PyMEs que afirman realizar algún tipo de acción en cada uno de las actividades identificadas es superior en casi todas las actividades señaladas entre las PyMEs manufactureras en comparación con el resto de sectores. Los programas ligados con la reducción, reciclaje o tratamiento de residuos son los más frecuentes entre las PyMEs manufactureras frente a las actividades ligadas con la eficiencia en el consumo de energía en el sector comercial y terciario.

Cuadro 2.14 Principales actividades de RSE medioambiental desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial y sector económico

% de empresas activas en cada campo	Tamaño empresarial		Clasificación sectorial		
	1-49	50-249	Manufactura	Comercio	Servicios
Monitorización del impacto de la actividad en el medio ambiente	33,9	52,3	42,8	27,3	28,9
Programa de eficiencia en el consumo de energía	51,3	60,0	51,7	47,7	54,0
Programa de eficiencia en el consumo de agua	36,0	43,0	25,6	40,5	45,2
Programa(s) para la reducción, reciclaje o tratamiento de residuos	47,8	57,2	55,9	35,8	48,1
Programas de aprovechamiento de subproductos de la producción	33,3	37,3	44,1	25,7	26,5
Sistema integrado de gestión medioambiental	13,8	14,7	18,7	8,9	11,9
Exigencia de certificaciones medioambientales a prov/subcon	13,5	19,0	16,7	8,1	14,1
Número medio de actividades apoyadas	2,30	2,84	2,56	1,94	2,29

(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE medioambiental en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

Gráfico 2.28 Principales actividades de RSE medioambiental desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas, por tamaño empresarial



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE medioambiental en 2003. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

Ejemplo 8 de PyME particularmente activa en RSE medioambiental

Grupo Fargé (Perú)

- 1. Identificación de la Empresa**
 - El Grupo Fargé es un grupo empresarial que realiza diversas actividades en la cadena productiva de muebles de madera. Está integrado por un aserradero, una planta de producción, un centro de comercialización de muebles y un centro de venta de insumos para mueblería. El grupo empresarial emplea a más de 50 trabajadores en sus diversas unidades ubicadas en el extremo sur de Lima.
- 2. Hechos relevantes en la trayectoria de la empresa**
 - El proyecto de creación de esta empresa nació a partir de la idea de su fundador de crear una máquina para la fabricación de palos de madera para escobas. Tras varios intentos no demasiado exitosos, logra el funcionamiento de la misma, y comienza su primera empresa a inicios de los años ochenta.
 - Con el paso de los años, y sobre la base de una clara visión y dedicado liderazgo, este proyecto empresarial pasa de ser una microempresa al grupo empresarial que es hoy en día, integrado por diversas unidades de negocio. Estas unidades surgieron con el objetivo de eslabonamiento del proceso productivo, así como para atender nuevos mercados.
- 3. Principales actuaciones desarrolladas por la empresa en el campo de la RSE**
 - El Grupo Fargé, bajo el liderazgo de su creador, es considerado un pionero en el campo de la RSE medioambiental entre las PyMEs de Lima. En este sentido, el grupo empresarial ha desarrollado una labor promotora de la ecología en el Parque Industrial de Villa El Salvador, promoviendo la arborización en un distrito desértico así como el cuidado del ornato.
 - En este sentido, el interés por el tema ecológico se inicia alrededor de inicios de 1999, cuando el Parque Industrial de Villa El Salvador se caracterizaba por su falta de ornato y carencia de árboles y áreas verdes. Además, la dispersión y falta de confianza de la población y empresarios de la zona entre ellos y hacia la municipalidad del distrito (debido a diversos conflictos) dificultaba la realización de acciones en este campo.

continuación

Grupo Fargé (Perú) *(continuación)*

- Para solventar el problema, el señor Fargé (fundador y presidente de la empresa) decide iniciar un trabajo sistemático de sensibilización entre la población, para lo que convocó a una ONG que trabajaba en la zona y a otras instituciones y pobladores. Fruto de este trabajo, en diciembre de ese año se concreta un gran proyecto de arborización en el distrito consistente en la siembra de 4,000 árboles. Sin embargo, la falta de previsión de los costos de mantenimiento de estos árboles condujo al fracaso de esta arborización.
- A pesar del fracaso, el grupo Fargé decidió insistir en su proyecto ecológico, para lo que, tras convencer a cuatro empresarios de la zona, al municipio y a representantes de otras instituciones, se plantan 2,000 nuevos árboles. En la actualidad estos árboles constituyen un pulmón en medio de una zona desértica, anteriormente caracterizada por vastos arenales. Además, este proceso permitió que se trabajara de manera coordinada entre las empresas y la población para eliminar la basura de la zona.
- Finalmente, fruto de toda esta experiencia, se creó una nueva institución en el distrito llamada ECOPIVES, que reúne a la Municipalidad Distrital, a asociaciones gremiales y empresariales de carpintería, al Instituto Superior Tecnológico Público Julio C. Tello, a la Autoridad Autónoma del Tren Eléctrico, a la Cámara Nacional Forestal, al Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial y al Centro de Innovación Tecnológica de la Madera, entre otras instituciones. Esta nueva institución vela por la ecología del Parque Industrial, que luce ahora un aspecto muy distinto al que tenía hacia fines de la década pasada.

4. Elementos que convierten a esta empresa en un caso de estudio relevante:

- La empresa constituye un caso de estudio relevante en la medida en que ilustra el proceso de desarrollo de muchos grupos empresariales peruanos emergentes, que se desarrollaron a partir de microempresas familiares creadas para enfrentar la difícil situación socioeconómica.
- El caso del Grupo Fargé muestra cómo una empresa de estas características puede desarrollar exitosamente actividades de RSE, armonizando criterios de rentabilidad con criterios ecológicos y solidarios. Además, el caso resulta interesante en la medida en que muestra las dificultades que deben enfrentar los empresarios en zonas emergentes y los dilemas que enfrentan los que se proponen objetivos de RSE que aglutinan esfuerzos de diversas organizaciones e instituciones de una localidad.

Fuente: Informe nacional peruano.

3. PERSPECTIVAS DE LA RSE EN LAS PYMES DE AMÉRICA LATINA

3.1. INTRODUCCIÓN

Una vez analizadas en detalle las actividades de RSE desarrolladas por las PyMEs en América Latina, de acuerdo con los resultados obtenidos de la Encuesta RSE-PyMEs, este capítulo se propone estudiar la visión de las empresas respecto a una serie de aspectos que condicionan dichas actividades, tanto en la actualidad, como en una perspectiva de futuro. Así la siguiente sección trata de poner de manifiesto las principales razones y barreras por las que las PyMEs realizan/no realizan actividades de RSE. Finalmente, se analizan las actividades de reporte de la RSE y cuáles son las perspectivas entre las PyMEs sobre sus actividades futuras, donde la información se desagrega para los tres tipos concretos de RSE identificados. En este sentido, la información aportada en los cuadros y gráficos procede de la misma fuente, esto es, la Encuesta RSE-PyMEs⁸⁶.

3.2. RAZONES Y BARRERAS PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE RSE POR LAS PYMES LATINOAMERICANAS.

3.2.1. Razones por las que las PyMEs realizan actividades de RSE

Secciones anteriores de este estudio han mostrado que las PyMEs latinoamericanas presentan una estimable participación en actividades de carácter responsable orientadas tanto a sus stakeholders externos (básicamente la comunidad) como internos (fundamentalmente empleados) o medioambientales. La presente sección se propone analizar cuáles son las principales razones que explican por qué las PyMEs latinoamericanas se involucran en actividades de RSE, así como las barreras existentes que dificultan su participación en las mismas.

En este sentido, y antes de proceder a analizar en detalle los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs, la literatura existente sugiere la existencia de diversas razones “externas”⁸⁷ a las empresas, como el resurgimiento generalizado de la democracia en Latinoamérica, la insuficiente intervención del Estado en lo social y el paralelo creciente protagonismo del sector privado, así como la progresiva globalización de los mercados, lo cual se traduce en

la existencia de consumidores y clientes “conscientes” en los países desarrollados que ejercen una presión por ejemplo a través de los eslabonamientos productivos existentes. Además de estas razones externas, las propias PyMEs identifican una serie de razones de carácter interno⁸⁸ que les “impulsan” a realizar actividades ligadas con la RSE, tales como consideraciones ético/religiosas, mejoras esperadas de la imagen/reputación de empresa, mejora del clima organizacional de la empresa, presiones de ‘stakeholders’ o los beneficios económicos esperados.

Además de las razones citadas, conviene recordar que uno de los elementos inductores en la implicación de las empresas en actividades de RSE corresponde a la existencia de un gestor o equipo directivo particularmente interesado en este tipo de actividades, los cuales deciden tanto sobre los contenidos como sobre el alcance de las actividades. Obviamente, la influencia del dueño es especialmente relevante en el caso de las empresas más pequeñas de tipo familiar⁸⁹. Información procedente de diversos estudios argentinos⁹⁰, brasileños⁹¹ y salvadoreños⁹² relativos a actividades socialmente responsables para con la comunidad confirman que son los dueños o socios de la empresa los principales responsables directos de concentrar la recepción de solicitudes de ayudas a actividades RSE, de tramitarlas y en último término de autorizarlas en el caso de las empresas micro y pequeñas. Por su parte, y entre las empresas medianas (caracterizadas por la presencia de una mayor estructura), es precisamente la dirección general la principal entidad encargada⁹³. Estos datos revelan, por tanto, que la decisión sobre las acciones sociales de las empresas es dirigida por personas (propietarios o directores) que, en la mayoría de los casos, no se dedican profesionalmente a la acción social, lo que explicaría al menos en parte la preferencia de los empresarios a realizar acciones para con la comunidad a través de donaciones que son gestionadas por personas u organizaciones intermedias (ONGs, entidades sin fin de lucro, organizaciones sociales, etc.⁹⁴

La Encuesta RSE-PyMEs completa los resultados anteriores, Así, y por lo que se refiere a las principales razones aducidas por las PyMEs para explicar su participación en este tipo de actividades, la encuesta muestra que estas razones son muy diferentes atendiendo a las tres tipologías de actividad responsable identificadas (ver Cuadro 3.1 y Gráfico 3.1).

En este sentido, y por lo que hace referencia a las actividades de RSE externa, las principales razones señaladas son consideraciones de índole ética o religiosa y a un deseo de mejorar las relaciones con la comunidad y/o autoridades públicas (razones ambas aducidas por aproximadamente el 41% de las PyMEs activas en este campo). Mientras, consideraciones ligadas a una mejora de los resultados económicos tiene una importancia menor (contrariamente a lo que ocurre con las actividades de RSE interna o medioambiental). La importancia de las razones de carácter ético/religiosos es un resultado confirmado por diversos estudios realizados en la materia. Así, un estudio brasileño⁹⁵ confirma que un 83% y un 80% de las empresas pequeñas y medianas brasileñas señala que la principal motivación para realizar actividades sociales radica en motivos de carácter humanitario. Por su parte, un estudio mexicano subraya que para los empresarios activos en actividades filantrópicas, las empresas deben participar en el desarrollo social como una manera de regresar a la sociedad parte de lo que se recibe de ella⁹⁶. Mientras, la mayoría de los empresarios PyMEs argentinos considera que a las empresas les compete un activo compromiso con la calidad de vida y el desarrollo de la comunidad⁹⁷.

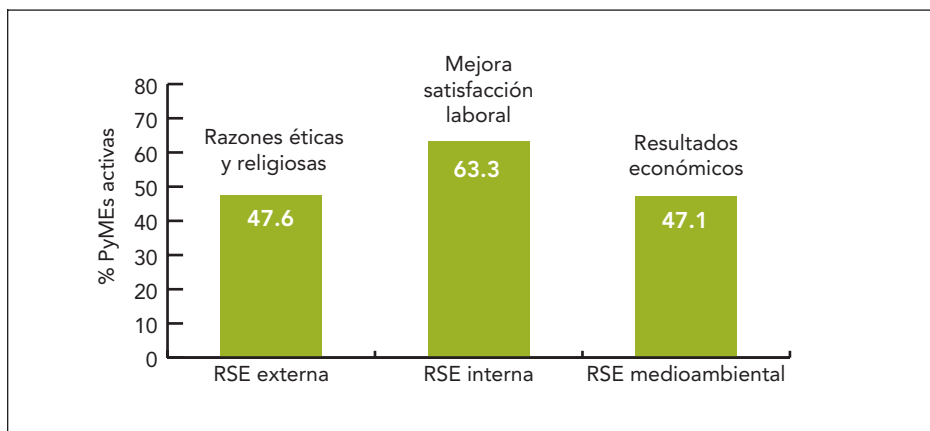
Cuadro 3.1 Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa, interna y medioambiental

Razones (% de PyMEs activas en cada tipo de RSE)	RSE externas	RSE internas	RSE medioambientales
Razones éticas y/o religiosas	47,6	39,0	41,4
Mejorar relaciones con la comunidad/autoridades públicas	40,4	26,4	40,9
Mejorar la lealtad de los clientes y/o proveedores	23,0	37,0	29,3
Mejorar relaciones con otros socios empresariales e inversores	13,1	15,1	11,9
Mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores	22,6	63,3	28,6
Mejorar resultados económicos (- costes/+ ventas)	15,1	45,9	47,1
Aplicar código de conducta propio de responsabilidad social	29,3	25,9	35,1
Presiones de terceras partes	4,1	5,4	17,0
Utilizar incentivos/subsidios públicos existentes	3,7	5,3	2,9
Cumplir la legislación social existente	n.a.	32,4	n.a.
Adaptación a la legislación medioambiental existente	n.a.	n.a.	37,0
Otro	2,9	0,9	0,2
Ninguna	1,7	0,2	0,2
No sabe/ No contesta	1,8	3,9	2,3

n.a.:no aplica

(*) Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez

Gráfico 3.1 Principales razones para el desarrollo de actividades de RSE entre las PyMEs latinoamericanas, por tipo de actividad



(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE de cada tipo en 2003.

Por su parte, los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs muestran que la mejora de la satisfacción laboral de los trabajadores es sugerida por el 63,3% de las PyMEs con actividades en RSE interna como la principal razón explicativa de esta implicación, en tanto que hasta un 45,9% de las PyMEs señalan un deseo de mejorar los resultados económicos como consecuencia de su implicación en estas actividades.

Esta mejora en los resultados económicos es la principal razón aducida para las actividades ligadas con la RSE de carácter medioambiental (47,1% de las PyMEs activas), en tanto que consideraciones de carácter ético/religioso se constituyen como la segunda razón (41,4%). El hecho de que las actividades medioambientales en las que las PyMEs latinoamericanas incursionan con mayor frecuencia aparecen vinculadas a programas de eficiencia en el consumo (agua, energía) explica en parte la importancia de las consideraciones económicas como razón principal.

En relación con el resto de posibles razones explicativas de la implicación de las PyMEs latinoamericanas en actividades de RSE, los datos disponibles procedentes de la Encuesta RSE-PyMEs permiten obtener algunas conclusiones añadidas (ver también Cuadro 3.1):

- Se observa que un porcentaje amplio de PyMEs aducen el cumplimiento de la legislación existente (social en el caso de las actividades de RSE internas o medioambiental en las actividades medioambientales) como razón explicativa de su implicación en estas actividades (en torno a un tercio de las empresas en ambos casos), donde ambas se sitúan en quinta y cuarta posición en el orden de razones, respectivamente. Estos resultados, que dependen tanto de la capacidad de las autoridades estatales para hacer cumplir las normas como de su nivel de difusión y conocimiento, indican en cualquier caso que la existencia de unas obligaciones legales y administrativas en este campo actúan como un elemento dinamizador de las actividades de RSE, lo que al mismo tiempo arroja dudas sobre el carácter voluntario de las mismas.
- Las razones ético-religiosas tienen también un peso relativamente importante en los tres tipos de actividades, lo que subraya su carácter discrecional, en la medida en que dependen en un alto grado de la actitud personal del empresario o del equipo de gerentes.
- Las PyMEs apuntan en un porcentaje también elevado a los efectos positivos que se derivan de las actividades de RSE en términos de mejora de la lealtad de los clientes y/o los proveedores.
- Por su parte, y en el caso de la RSE externa, las PyMEs aducen muy poca importancia a la mejora de los resultados económicos en comparación con los otros dos tipos de RSE, lo que muestra que, quizás, para las PyMEs no resulta claro de qué manera las actividades de RSE externas afectan a los resultados de la organización.
- Las presiones por parte de terceras partes (i.e. clientes, contratistas, sector público, etc.) parecen ser una razón escasamente relevante entre las PyMEs. Únicamente en el caso de las actividades de RSE medioambiental, el porcentaje de PyMEs que apuntan a esta razón es relativamente significativo.
- La utilización de incentivos/ayudas públicas existentes no aparece como una razón importante para explicar la implicación de las PyMEs en actividades de RSE en ningún caso, aunque un estudio mexicano⁹⁸ muestra que la existencia de este apoyo público (por ejemplo a través de ventajas fiscales) puede condicionar el tipo de áreas sociales o actividades concretas apoyadas.

Por su parte, y atendiendo al grado de implantación de las actividades de RSE, se comprueba que, en general, las PyMEs con un alto grado de implantación de actividades de RSE de cualquier tipo apuntan un número mayor de razones que explican su implicación en este tipo de actividades. Quizás la única excepción general a esta regla viene dada por las razones de carácter ético-religioso, generalmente más aducidas por las PyMEs con grados de implantación medio o bajo. Este resultado refleja que las PyMEs en las que las actividades de RSE son más habituales y vinculadas a la estrategia de la organización cuentan con una visión más pragmática de las razones y ventajas subyacentes a su participación en las mismas frente a las PyMEs con una participación más circunstancial. En este sentido, resulta además interesante subrayar que las razones ligadas tanto con la aplicación de códigos propios de conducta responsable como con el cumplimiento de la legislación existente también aparecen ligados de forma positiva con el grado de implantación.

Mientras, se observa también (ver Cuadro 3.2) una relación en general positiva entre tamaño empresarial y porcentaje de PyMEs que aducen las diversas razones apuntadas,

Cuadro 3.2 Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa, interna y medioambiental, por tamaño empresarial

Razones (% de PyMEs activas en cada tipo de RSE)	RSE externas		RSE internas		RSE medio-ambientales	
	1-49	50-249	1-49	50-249	1-49	50-249
Razones éticas y/o religiosas	47,6	45,6	39,0	41,9	41,4	41,3
Mejorar relaciones con comunidad/autoridades	40,2	55,6	26,3	32,4	40,8	50,3
Mejorar la lealtad de los clientes y/o proveedores	22,9	31,7	37,0	40,4	29,3	32,6
Mejorar relaciones con otros socios e inversores	13,0	20,8	15,0	24,0	11,9	18,6
Mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores	22,4	38,2	63,2	73,8	28,6	31,8
Mejorar resultados económicos (- costes/+ ventas)	15,0	22,8	45,9	43,2	47,1	46,9
Aplicar código de conducta propio	29,3	33,2	25,8	32,7	35,1	35,2
Presiones de terceras partes	4,1	5,9	5,3	7,6	17,0	13,8
Utilizar incentivos/subsidios públicos existentes	3,7	6,2	5,3	6,7	2,9	4,2
Cumplir la legislación social existente	n.a.	n.a.	32,4	32,6	n.a.	n.a.
Adaptación a la legislación medioambiental existente	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	37,0	37,9
Otro	2,9	1,5	0,9	0,6	0,2	0,2
Ninguna	1,7	1,1	0,2	0,7	0,2	0,4
No sabe/ No contesta	1,9	1,3	3,9	1,1	2,3	1,8

n.a.: no aplica

(*) Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez

resultado extensible a las tres tipologías de RSE consideradas. Estos resultados sugieren, por un lado, una mayor conciencia sobre las razones (y con toda seguridad sobre las ventajas) que se derivan de la implicación empresarial en las actividades de RSE entre las PyMEs más grandes frente a las más pequeñas. Por otro lado, el menor peso de las razones ético/religiosas entre las PyMEs más grandes permite comprobar que, tal y como subraya la literatura existente, las motivaciones de las empresas más grandes suelen ser menos altruistas y más utilitaristas^{99/100}, y más ligadas con factores económicos y de promoción de la imagen/prestigio social de la empresa que potencian la competitividad empresarial¹⁰¹.

Por su parte, la comparación entre grandes sectores económicos permite comprobar que, en líneas generales, éstos no presentan diferencias importantes en lo que se refiere a las razones explicativas del por qué las PyMEs se involucran en actividades de RSE. Tampoco la perspectiva a nivel de los distintos países ofrece importantes divergencias entre ellos: en general y con pocas excepciones, las razones ético-religiosas aparecen como la razón para la implicación en actividades de RSE externa, la mejora de la satisfacción laboral de los trabajadores por lo que se refiere a las actividades de RSE interna, y la mejora de los resultados económicos en el caso de la RSE medioambiental.

Ligado con el análisis de las razones que explican la involucración de las PyMEs en actividades de RSE, el análisis de la literatura existente sobre el tema trata también sobre los principales beneficios y ventajas identificados por parte de las PyMEs y derivados de sus actividades de RSE. En este sentido, estos beneficios, que indudablemente redundan en un aseguramiento de la sostenibilidad empresarial a medio y largo plazo¹⁰², pueden resumirse en los siguientes aspectos:

- Mejora de la imagen general de la empresa, de su imagen de marca y de su reputación y legitimidad social. Así, y según un estudio realizado entre PyMEs salvadoreñas¹⁰³, el 72% de las microempresas que invierten en proyectos con la comunidad considera la mejora de su imagen como el beneficio principal obtenido, donde estos porcentajes corresponden al 59% y al 51% entre las empresas pequeñas y medianas. Este beneficio en términos de imagen social, citado como principal ventaja obtenida,¹⁰⁴ es apuntado también por las grandes empresas peruanas como el más importante entre los obtenidos y permite, por ejemplo, tanto el fortalecimiento de la empresa como empleador (contratación y retención de talentos) como en sus relaciones con el sector público (obtención de licencias para operar¹⁰⁵ o en legitimidad en el ámbito social¹⁰⁶). En este sentido, diversos autores brasileños¹⁰⁷ señalan que cuanto mayor es el grado de competitividad en el sector, mayor es la necesidad de diferenciación, por lo que una gestión social y medioambientalmente responsable puede resultar más ventajosa para la propia empresa.
- Mejora en las relaciones de la empresa con los diferentes grupos de interés (stakeholders)¹⁰⁸, tanto internos (por ejemplo con los empleados generando lealtad y sentido de pertenencia, reduciendo su rotación e incrementando su productividad) como con los externos (i.e. clientes, lo que permite aumentar su grado de fidelización y lealtad).
- Mejora del acceso de la empresa a créditos y a mercados internacionales¹⁰⁹
- Mejora del desempeño financiero¹¹⁰, fundamentalmente a través de la reducción de costos operativos (derivados por ejemplo de un aprovechamiento más efectivo de los recursos energéticos que además derivan en un menor impacto medioambiental de la empresa o de un incremento en la productividad de los empleados) y del incremento de las ventas como consecuencia de su posicionamiento honesto.

3.2.2. Razones/Barreras por las que las PyMEs no realizan actividades de RSE

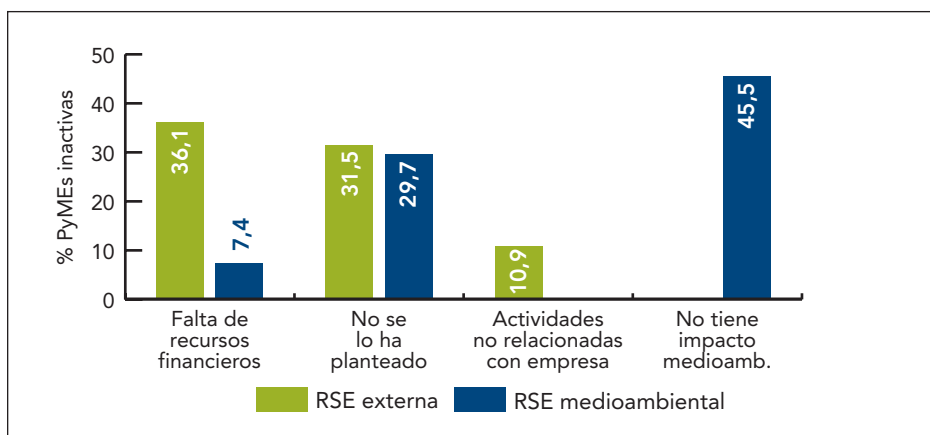
Los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs permiten analizar también la otra cara de la moneda, esto es, cuáles son las principales barreras que dificultan o impiden la participación de las PyMEs latinoamericanas en actividades de RSE (ver Cuadro 3.3 y Gráfico 3.2). El análisis se circunscribe a la RSE externa y medioambiental, dada la diferente naturaleza y grado de implantación de la RSE interna.

Cuadro 3.3 Razones por las que las PyMEs latinoamericanas no realizan actividades de RSE externa y medioambiental

Razones (% PyMEs inactivas en cada tipo de RSE)	RSE externa	RSE medioambiental
La empresa nunca se lo ha planteado	31,5	29,7
No son actividades relacionadas con la empresa	10,9	n.a.
La empresa no tiene ningún impacto medioambiental	n.a.	45,5
No se prevé ningún tipo de beneficio de las mismas	1,8	1,2
Falta de tiempo	3,5	0,9
Falta de recursos financieros	36,1	7,4
Falta de recursos tecnológicos	n.a.	0,0
Falta de recursos humanos	1,4	0,1
Falta de apoyo público	0,8	1,2
Otras razones	6,5	1,8
NS/NC	7,3	12,3
Total	100,0	100,0

n.a.: no aplica

Gráfico 3.2 Principales razones por las que las PYMEs latinoamericanas no realizan actividades de RSE, por tipo de actividad



(*) PyMEs que no han realizado ningún tipo de actividad de RSE de cada tipo en 2003.

Por lo que se refiere a la inactividad en actividades de RSE externa, la principal razón apuntada corresponde a la falta de recursos financieros, señalada por algo más de un tercio de las PyMEs inactivas en este terreno. Esta carencia de recursos económicos suficientes, unida a las importantes debilidades organizativas, técnicas y gerenciales que caracterizan a la mayor parte de las PyMEs¹¹¹, es apuntada también como la principal barrera por parte de la literatura especializada¹¹², principalmente en lo que se refiere a las PyMEs más pequeñas (cuyas unidades productivas obtienen lo mínimo necesario para el sostenimiento del hogar y del negocio¹¹³).

Por su parte, la segunda razón más importante se sitúa en la falta de conocimiento entre las empresas sobre el tema de la RSE¹¹⁴, lo que explica que aproximadamente un 30% de las PyMEs inactivas en RSE externa (la proporción es similar para la RSE medioambiental) no se haya planteado nunca la realización de este tipo de actividades. La reciente incorporación de este tema en la agenda empresarial y la falta de un concepto claro aplicable entre las empresas sobre las posibles formas de contribuir se constituyen, según algunos autores¹¹⁵, como las principales explicaciones a esta falta de conocimiento. En este sentido, se subraya¹¹⁶ que muchas PyMEs no realizan actividades ligadas a RSE porque, desde su punto de vista, la responsabilidad social es una cuestión que compete únicamente a empresas que generan daños al medio ambiente o empresas transnacionales con grandes recursos.

Mientras, el resto de razones ocupa una importancia ciertamente menor. En este sentido, resulta interesante subrayar que únicamente un 10,9% de las PyMEs inactivas en RSE externa señalan que estas actividades no tienen ninguna relación con su empresa¹¹⁷, en tanto que sólo un 1,8% cita la inexistencia de beneficios para las empresas derivados de la involucración en este tipo de actividades.

Por su parte, y por lo que respecta a las razones explicativas de la inactividad en actividades de RSE medioambiental, las PyMEs sugieren mayoritariamente que su actividad no tiene ningún impacto medioambiental (45,5% de las respuestas), donde un estudio salvadoreño¹¹⁸ también confirma la importancia de esta barrera. Puede argumentarse, sin embargo, que esta razón no es demasiado realista, por cuanto toda empresa, por muy pequeña o poco contaminante que sea su actividad, siempre genera impactos en el medio ambiente que puede reducir (residuos, consumos, etc.).

Por su parte, como ya se ha apuntado, el hecho de que la empresa nunca se ha planteado este tipo de actividades deviene la segunda razón explicativa, con el 29,7% de las respuestas, razón ésta que puede ligarse con la anterior. Mientras, el resto de posibles razones expuestas son escasamente citadas por las PyMEs, destacando si acaso la relativa importancia atribuida por las empresas a la falta de recursos financieros, citada por el 7,4% de las PyMEs. Sólo un 1,2% de las PyMEs cita la inexistencia de beneficios derivados de la involucración en este tipo de actividades.

Además de las razones citadas anteriormente, la literatura existente sobre el tema permite distinguir una serie de obstáculos añadidos de orden socio-político que dificultan el

desarrollo de las actividades de RSE entre las PyMEs. Estos obstáculos pueden resumirse en tres grandes grupos,

- la inestabilidad económica¹¹⁹ y política¹²⁰ que ha caracterizado y todavía caracteriza algunas de las sociedades civiles y los mercados internos latinoamericanos, destino fundamental de la mayor parte de las actividades de las PyMEs latinoamericanas.
- Por otro lado, y en el caso de algunos países, la creciente globalización y la apertura de los mercados son percibidos por algunos autores como una influencia negativa en el grado de compromiso empresarial de las PyMEs con las actividades de RSE¹²¹. Así, las PyMEs salvadoreñas (especialmente las más pequeñas) se ven obligadas a reducir sus costos para ser competitivas en el mercado global, lo que eleva la presión para el no cumplimiento de las actividades de RSE, sobre todo en aspectos ligados al ámbito laboral (RSE interna), a proyectos sociales con la comunidad o a inversión en procesos y maquinaria que redundan en una mejora del medio ambiente¹²². Este resultado es confirmado por estudios venezolanos¹²³, que muestran que la alta competencia a la que están expuestas las microempresas las obliga a ofrecer trabajo en condiciones precarias, ya que la rentabilidad se mantiene gracias a la fluctuación en el monto de empleados y su remuneración, así como en su desprotección social.
- Finalmente, y a pesar de que las respuestas de la Encuesta RSE-PyMEs atribuyen una escasa importancia a la falta de apoyo público (ver Cuadro 3.3), la literatura existente al respecto sugiere como barrera relevante la existencia de un marco legal y tributario poco favorable para estas actividades¹²⁴. En este sentido, un estudio argentino¹²⁵ indica que una alta proporción de las empresas analizadas (66%) manifestó que mejoraría sus contribuciones sociales si los beneficios impositivos fueran mayores. Así mismo, otro estudio brasileño¹²⁶ señala que una mínima parte de las PyMEs de la región Sul do Brasil utilizan los incentivos fiscales disponibles para las inversiones en el área social debido a los escasos beneficios económicos que reportan. Este resultado subraya otra importante barrera sugerida por el mismo estudio (al menos entre las PyMEs brasileñas), esto es, la falta de cooperación existente entre el sector público y privado en el área de la RSE.

Por lo que hace referencia al tamaño empresarial (ver Cuadro 3.4), los resultados de la Encuesta sugieren que, en el caso de las actividades de RSE externa, la falta de recursos financieros se constituye como la principal razón explicativa de la inactividad de las PyMEs más pequeñas (36,2% citan este problema), mientras en el caso de las PyMEs más grandes el hecho de que las empresas nunca se hayan planteado estas actividades se constituye como la razón más explicativa (aunque la falta de recursos financieros es precisamente la segunda razón más importante)¹²⁷.

Mientras, en el caso de la RSE medioambiental, la inexistencia de impactos derivados de la actividad de la empresa es la razón más citada por las PyMEs, independientemente de cuál sea su tamaño, donde destaca incluso que el porcentaje de PyMEs grandes que subrayan esta razón es ligeramente superior al de las PyMEs más pequeñas (49,9% frente al 45,4%, respectivamente). Finalmente, la falta de recursos financieros es un factor de menor peso específico en ambos casos.

Cuadro 3.4 Razones por las que las PyMEs latinoamericanas no realizan actividades de RSE externa y medioambiental, por tamaño empresarial

(% de PyMEs inactivas en cada tipo de RSE)	Tamaño empresarial	
	1-49	50-249
Razones RSE externa		
La empresa nunca se lo ha planteado	31,5	40,1
No son actividades relacionadas con la empresa	10,9	16,7
No se prevé ningún tipo de beneficio de las mismas	1,8	2,8
Falta de tiempo	3,5	3,1
Falta de recursos financieros	36,2	28,2
Falta de recursos humanos	1,4	0,7
Falta de apoyo público	0,8	0,1
Otras razones	6,5	4,6
NS/NC	7,3	3,7
Total	100,0	100,0
Razones RSE medioambiental		
La empresa nunca se lo ha planteado	29,6	37,3
La empresa no tiene ningún impacto medioambiental	45,4	49,9
No se prevé ningún tipo de beneficio de las mismas	1,2	2,0
Falta de tiempo	0,9	0,1
Falta de recursos financieros	7,4	2,8
Falta de recursos tecnológicos	0,0	0,4
Falta de recursos humanos	0,1	0,1
Falta de apoyo público	1,2	0,0
Otras razones	1,8	3,9
NS/NC	12,3	3,4
Total	100,0	100,0

3.3. REPORTE DE ACTIVIDADES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

La práctica de elaborar reportes de actividades en el campo de la RSE está siendo progresivamente adoptada por el mundo de las grandes empresas como instrumento de gestión, bien sea con el fin de comunicar externamente a sus diversos grupos de interés o bien para su uso en el interior de la organización como instrumento de medición y control de las actividades que realizan. Este instrumento estratégico permite multiplicar desde el punto de vista empresarial los efectos de las actividades de RSE realizadas por la organización.

La Encuesta RSE-PyMEs permite conocer hasta qué punto las PyMEs latinoamericanas cuentan con balances sociales y/o medioambientales que les permitan tanto “medir” sus actividades de RSE como dar a conocer a sus diversos “stakeholders” las actividades de RSE que realizan. En este sentido, las respuestas obtenidas (ver Cuadro 3.5) muestran que únicamente un porcentaje muy pequeño de las PyMEs cuentan con un balance social y/o medioambiental, concretamente el 10,0% de las PyMEs activas. Este resultado muestra que, aún cuando las PyMEs declaran realizar múltiples iniciativas RSE, invierten pocos esfuerzos en sistematizar formalmente y presentar su información al respecto.

Un estudio argentino¹²⁸ subraya como razones de este bajo porcentaje¹²⁹, además de las dificultades ligadas al coste, el hecho de que estas actividades de comunicación no son consideradas por una mayoría importante de PyMEs como legítimas en cuanto pueden ser percibidas como demagógicas o interesadas¹³⁰. Además, la inexistencia de indicadores suficientemente avalados y reconocidos en el área de la RSE puede explicar, al menos parcialmente, el escaso uso de los mismos (por ejemplo a través de balances sociales) entre las empresas latinoamericanas, especialmente entre las pequeñas¹³¹.

Cuadro 3.5 PyMEs latinoamericanas que cuentan con un balance social y/o medioambiental de sus actividades y PyMEs que lo publican

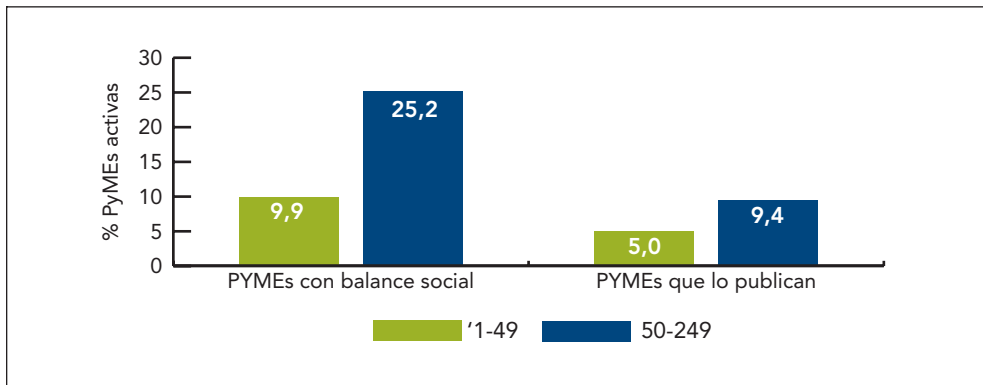
% PyMEs activas en RSE	PyMEs con balance	PyMEs que publican balance
Media	10,0	5,0
Grado de implantación de actividades RSE externa		
• Bajo	4,9	2,6
• Medio	12,4	3,0
• Alto	21,4	17,8
Tamaño empresarial		
• 1-49	9,9	5,0
• 50-249	25,2	9,4
Clasificación sectorial		
• Manufactura	13,6	4,9
• Comercio	8,0	3,2
• Servicios	8,7	6,7

(*) Sólo empresas que han realizado alguna actividad de RSE en 2003

En cualquier caso y como era de esperar, los datos de la Encuesta RSE-PyMEs permiten comprobar que estos balances están más presentes cuanto mayor sea el grado de implantación de las actividades de RSE, así como entre las PyMEs más grandes (25,2% de las PyMEs entre 50 y 249 frente al 9,9% entre las más pequeñas) (ver Gráfico 3.3) y del sector manufacturero.

Los datos de la Encuesta RSE-PyMEs (ver también Cuadro 3.5) reflejan también que aproximadamente una de cada dos PyMEs latinoamericanas que efectivamente cuenta con un balance lo publica al exterior¹³².

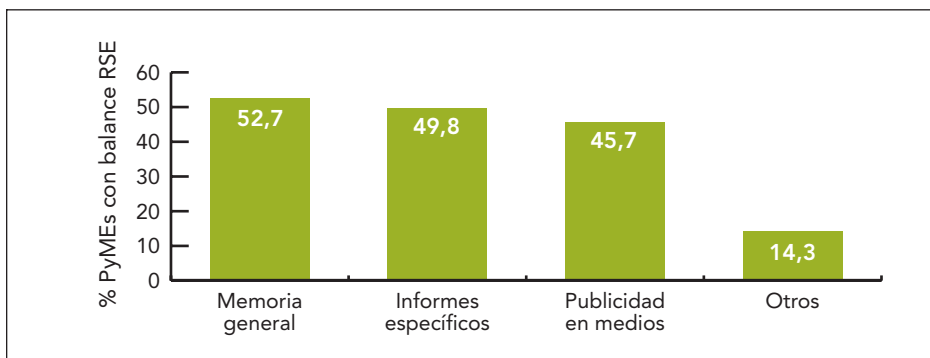
Gráfico 3.3 PyMEs latinoamericanas que cuentan con un balance social y/o medioambiental de sus actividades y PyMEs que lo publican, por tamaño empresarial



(*) Empresas que han realizado algún tipo de actividades de RSE en 2003

Por lo que se refiere a las principales formas de comunicación concretas utilizadas por las empresas que cuentan con un balance social y/o medioambiental y que lo publican al exterior, los datos de la Encuesta RSE-PyMEs muestran que las tres formas sugeridas (i.e. memoria general de actividades, informes específicos o publicidad en medios) se distribuyen de una manera relativamente homogénea entre sí (52,7%, 49,8% y 45,7%, respectivamente).

Gráfico 3.4 Principales formas de comunicación sobre actividades RSE



(*) Empresas que han realizado algún tipo de actividades de RSE en 2003 y que cuentan con un balance social/medioambiental de sus acciones que lo publican al exterior. Porcentajes pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez

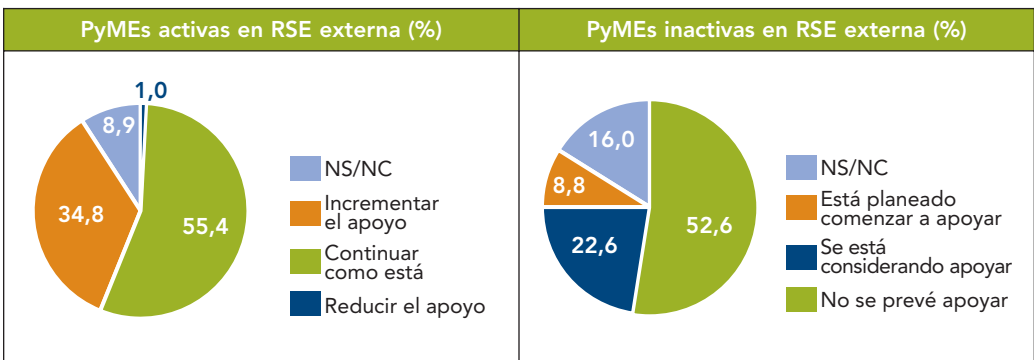
3.4. PERSPECTIVAS FUTURAS DE LAS PYMES SOBRE SUS ACTIVIDADES DE RSE

3.4.1. Perspectivas sobre las actividades de RSE externas

La Encuesta RSE-PyMEs ofrece información respecto a las perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus acciones futuras en el campo de la RSE, desglosadas entre actividades de RSE externa, interna o medioambiental.

Así, y comenzando por los planes existentes para los tres próximos años en cuanto a sus actividades de RSE externa, los resultados muestran un perfil bastante favorable (ver Gráfico 3.5): algo más de la mitad de las empresas activas señalan que van a continuar su apoyo, mientras que en torno a un tercio de las mismas tiene previsto incluso incrementar su apoyo. Por el contrario, sólo un 1,0% sugiere planes para reducir sus actividades de RSE externas, en tanto que el 8,9% restante no tiene una idea clara al respecto.

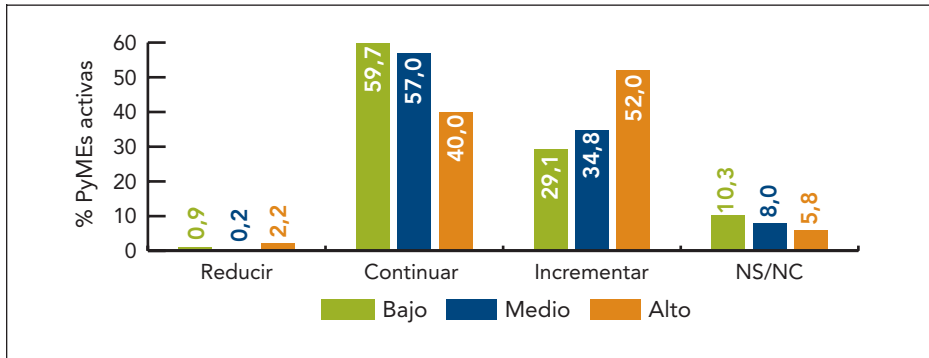
Gráfico 3.5 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE externas en los próximos tres años



Por otra parte, los datos señalan que un poco más de la mitad de las empresas inactivas en RSE externa no tiene previsto desarrollar ninguna actividad al respecto, frente a un 22,6% que están considerando apoyarlas y el 8,8% que incluso tiene planes concretos en este sentido. No obstante, hasta un 16,0% de las PyMEs inactivas en actividades de RSE no tiene previsiones definidas. Es interesante señalar que el grupo de empresas más reticentes equivalen a un 18% de total de PyMEs latinoamericanas.

Un análisis detallado de las perspectivas existentes entre las PyMEs con actividades de RSE externa permite comprobar, como rasgos más destacados, que cuanto mayor es el grado de implantación actual de estas actividades, más favorable es la previsión de ampliarlas en los próximos tres años (ver Gráfico 3.6). Mientras el 52,0% de las PyMEs con un elevado grado de implantación sugieren que van a incrementar su apoyo a las mismas en el futuro, estos porcentajes se reducen al 34,8% y al 29,1% en el caso de las PyMEs con un grado de implantación medio y bajo, respectivamente.

Gráfico 3.6 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE externa para los próximos tres años, por grado de implantación de estas actividades

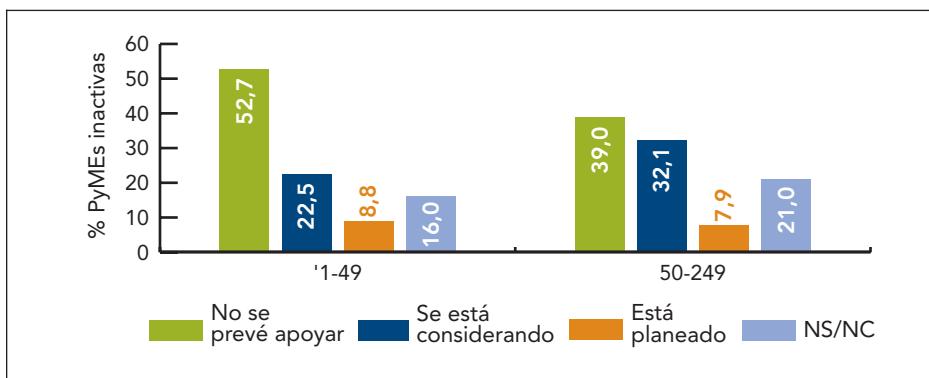


(*) Sólo PyMEs activas en RSE externa

Por el contrario, los resultados de la Encuesta no arrojan diferencias importantes en los planes futuros atendiendo a consideraciones ligadas al tamaño empresarial o al sector al que pertenecen las empresas activas.

Sin embargo, la distinción por tamaños empresariales en el caso de las empresas inactivas en RSE externa sí permite apreciar importantes diferencias (ver Gráfico 3.7), de forma que mientras un 52,7% de las empresas más pequeñas sugieren que no prevén realizar este tipo de actividades los próximos tres años, este porcentaje se reduce hasta un 39,0% en el caso de las PyMEs más grandes. Por su parte, la comparación intersectorial no permite apreciar diferencias importantes.

Gráfico 3.7 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas inactivas en RSE externa para los próximos tres años, por tamaño empresarial

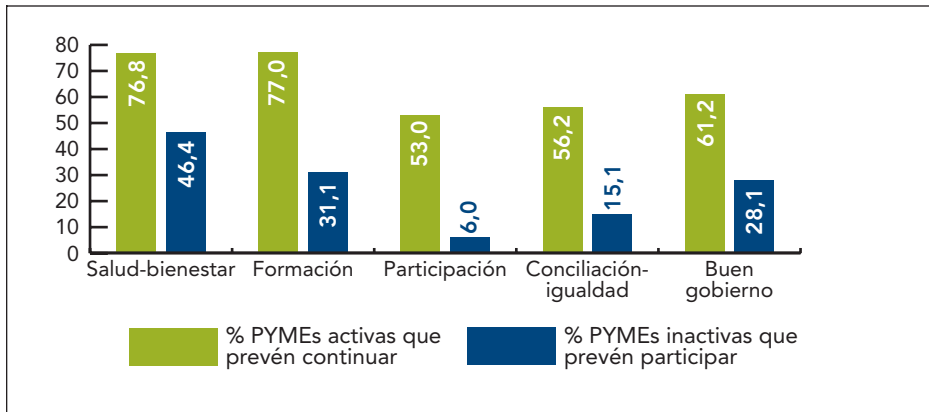


(*) Sólo PyMEs activas en RSE externa

3.4.2. Perspectivas sobre las actividades de RSE internas

La información de la Encuesta RSE-PyMEs permite observar perspectivas muy diferentes entre las PyMEs sobre sus actividades ligadas con la RSE interna, atendiendo a su implicación/no implicación en las mismas (ver Gráfico 3.8). Así, y tomando como referencia las PyMEs que ya desarrollan alguna actividad en cada uno de los cinco campos de actuación identificados, es posible ver que la mayor parte de las empresas sugieren que van a continuar realizando estas actividades en estos mismos campos en los próximos tres años, siendo estos porcentajes en cualquier caso más altos que los correspondientes a las actividades de RSE externa (como se acaba de ver) o medioambientales (ver siguiente punto). Posiblemente, este hecho viene explicado porque, para las PyMEs, las actividades de RSE interna son las que tienen un impacto más tangible y directo para la organización, ya sea en términos de incremento de productividad e ingresos como en la actitud de los propios trabajadores.

Gráfico 3.8 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE interna para los próximos tres años, según campos de actividad



Las actividades en el ámbito de la formación y de la salud/bienestar de los trabajadores son las que tienen un mayor índice de continuidad prevista (77% en ambos casos). Por el contrario, las actividades relacionadas con la conciliación e igualdad y con la participación de los trabajadores despiertan más dudas respecto a su continuidad futura (algo más del 50% en ambos casos).

Por lo que se refiere a aquellas PyMEs que no realizan ninguna actividad en los diversos campos identificados, sólo en el caso de las actividades ligadas con la salud/bienestar de los trabajadores la mayoría de estas empresas tienen planes de participar en las mismas, mientras que la decisión de no participar es mayoritaria en los campos relativos a formación y a participación de los trabajadores. En los dos campos restantes (esto es, conciliación trabajo-familia/Igualdad de oportunidades y otras prácticas de buen gobierno empresarial), el mayor porcentaje de PyMEs no es capaz de dar una respuesta definitiva.

La distinción por el grado de implantación actual de las actividades de RSE¹³⁵ interna permite comprobar que, al igual que en la RSE externa, son precisamente las PyMEs con un alto grado de implantación las que manifiestan los mayores porcentajes de intención de continuar activas en estos campos en los próximos tres años (ver Cuadro 3.7). Mientras, las PyMEs con grados medio de implantación parecen mostrar los menores porcentajes.

Por lo que se refiere al tamaño empresarial, los resultados muestran que, en general, las PyMEs más grandes presentan una mayor voluntad de continuar sus actividades de RSE interna (ver Cuadro 3.8). Así, y por lo que se refiere a las PyMEs con actividades, esta relación positiva entre tamaño y perspectivas de continuidad se observa para todos los campos

Cuadro 3.7 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE interna para los próximos tres años según campos de actividad, por grado de implantación

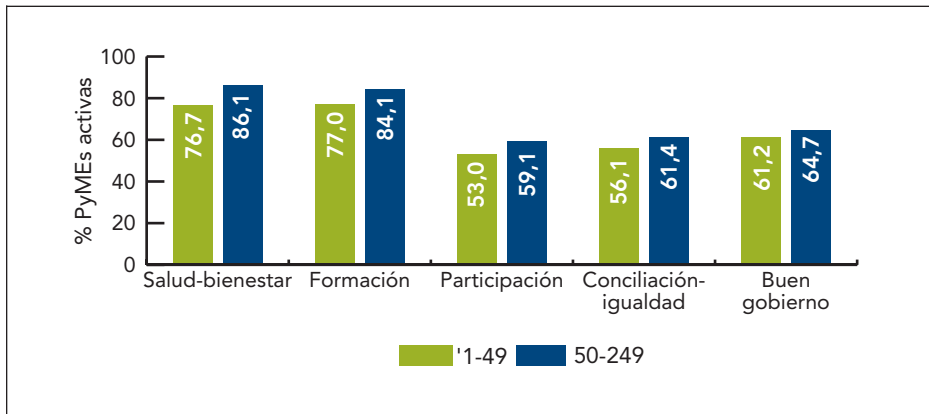
% PyMEs activas en RSE interna que prevén continuar	Grado de Implantación		
	Alto	Medio	Bajo
Salud y bienestar de los trabajadores	82,4	68,4	73,7
Formación de los trabajadores	84,1	69,9	72,5
Participación de los trabajadores	64,5	38,3	47,2
Conciliación trabajo-familia/Igualdad de oportunidades	64,7	51,9	49,2
Otras prácticas de buen gobierno empresarial	68,1	44,0	59,4

(*) Sólo PyMEs activas en actividades de RSE internas

Cuadro 3.8 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE interna para los próximos tres años según campos de actividad, por tamaño empresarial

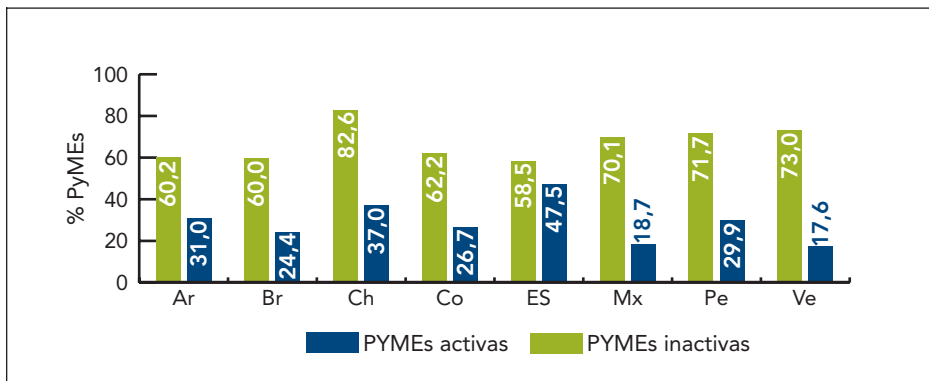
(% de PyMEs inactivas en cada tipo de RSE)	Tamaño empresarial	
	1-49	50-249
Empresas activas		
Salud y bienestar de los trabajadores	76,7	86,1
Formación de los trabajadores	77,0	84,1
Participación de los trabajadores	53,0	59,1
Conciliación trabajo-familia/Igualdad oport.	56,1	61,4
Otras prácticas buen gobierno empresarial	61,2	64,7
Empresas inactivas		
Salud y bienestar de los trabajadores	46,5	26,8
Formación de los trabajadores	31,1	51,6
Participación de los trabajadores	5,9	12,4
Conciliación trabajo-familia/Igualdad oport.	15,0	57,7
Otras prácticas buen gobierno empresarial	28,2	19,1

Gráfico 3.9 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE interna para los próximos tres años según campos de actividad, por tamaño empresarial



(*) % PyMEs activas en RSE interna que prevén seguir realizando actividades

Gráfico 3.10 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE interna para los próximos tres años, por países



(*) % medio de PyMEs que prevén realizar actividades en RSE interna

identificados (ver Gráfico 3.9), en tanto que en el caso de las PyMEs sin actividades de RSE interna, la relación positiva no se da en dos de los campos, esto es, salud/bienestar de los trabajadores y otras prácticas de buen gobierno empresarial.

La perspectiva sectorial refleja que, en general, las PyMEs manufactureras tienen las mayores perspectivas de implicación en las actividades de RSE interna, independientemente del hecho de que sean activas o inactivas en las mismas. Por su parte, la presencia de actividades exportadoras y, en menor medida, una buena o muy buena situación económica, parecen influir de manera positiva en las perspectivas de implicación futura.

Desde una perspectiva de países, los resultados de la Encuesta reflejan algunos rasgos distintivos de interés. Por lo que se refiere a aquellas PyMEs con actividades en RSE interna, son precisamente las PyMEs chilenas las que presentan las mejores perspectivas de

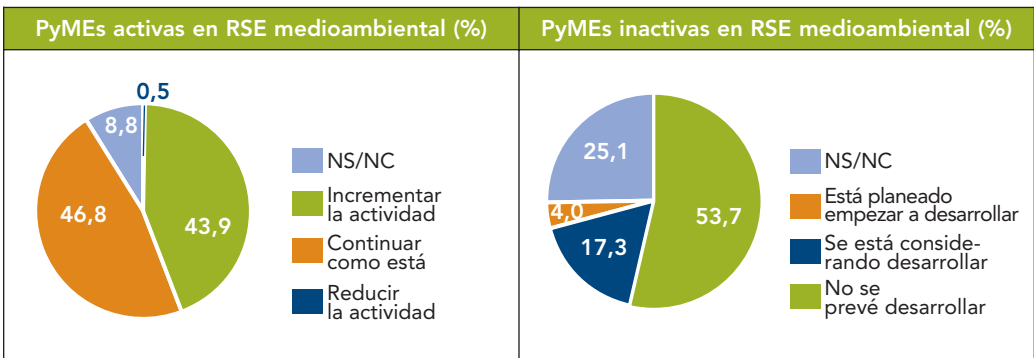
continuidad en todos y cada uno de los cinco campos identificados. Por su parte, y por lo que se refiere a la situación entre las PyMEs inactivas, las mejores perspectivas parecen corresponder a las salvadoreñas.

3.4.3. Perspectivas sobre las actividades de RSE medioambientales

Tras analizar las perspectivas futuras existentes entre las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE externas e internas, la presente sección se propone estudiar las perspectivas con respecto a su implicación en actividades de RSE ligadas con la problemática medioambiental generada por la propia empresa. Cabe señalar que las expectativas a este respecto aparecen como relativamente favorables.

En este sentido, la información procedente de la Encuesta RSE-PyMEs (ver Gráfico 3.11) muestra que la mayor parte de las PyMEs con actividades en este campo tiene previsto continuar e incluso incrementar el desarrollo de las mismas en los próximos tres años (43,9% y 46,8% de las respuestas, respectivamente), frente a un escaso 0,5% que prevé una reducción de las mismas o el 8,8% que no cuenta con una opinión definida sobre este respecto.

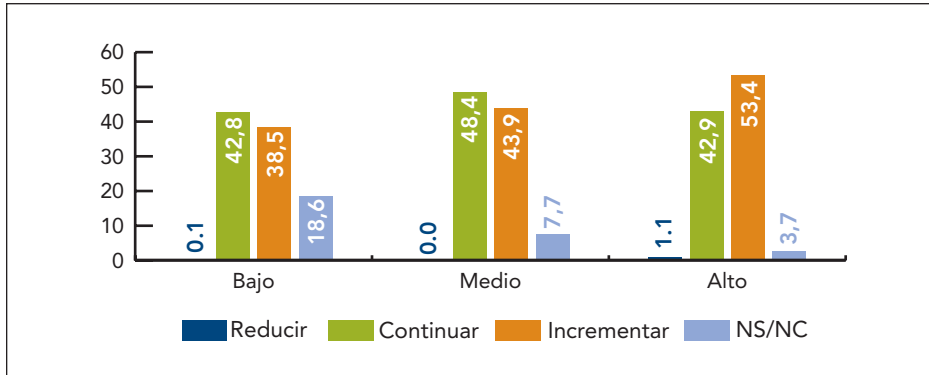
Gráfico 3.11 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE medioambientales en los próximos tres años



Por su parte, algo más de la mitad de las PyMEs inactivas sugiere no tener ninguna intención de desarrollar actividades en el área medioambiental en un futuro próximo, en tanto que un 17,3% sugiere que está considerando hacerlo y un escaso 4,0% lo tiene ya debidamente planeado. No obstante, conviene subrayar la existencia de hasta un cuarto de empresas que no cuentan con una opinión al respecto. El grupo de empresas inactivas más reacias a la RSE medioambiental vienen a equivaler a un 28% del total de PyMEs latinoamericanas.

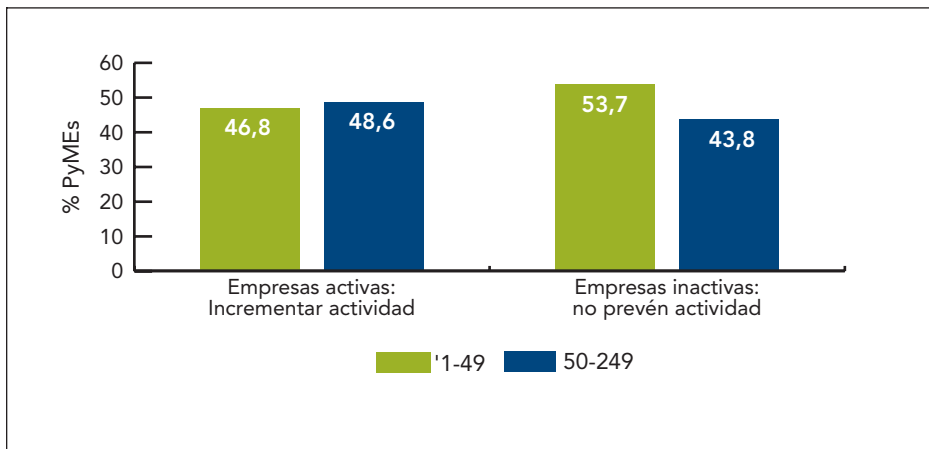
Mientras, una caracterización detallada de los planes futuros en actividades de RSE medioambiental permite comprobar, al igual que en el caso de las otras áreas de RSE, una relación positiva entre el porcentaje de empresas con perspectivas futuras de signo positivo y el grado de implantación actual de estas actividades (ver Gráfico 3.12), de forma que mientras un 53,4% de las PyMEs con un alto grado prevén incrementar estas actividades, el porcentaje desciende hasta un 43,9% y un 38,5% entre las empresas con grados medio y bajo, respectivamente.

Gráfico 3.12 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE medioambiental para los próximos tres años, por grado de implantación de estas actividades



Sólo empresas activas en actividades de RSE medioambiental

Gráfico 3.13 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE medioambientales en los próximos tres años, por tamaño empresarial



Por su parte, la caracterización por tamaños empresariales no permite apreciar diferencias importantes (ver Gráfico 3.13). Por sectores sí es reseñable el elevado porcentaje de empresas manufactureras con intención de incrementar su participación en estas actividades medioambientales frente a las comerciales y de servicios.

Por lo que se refiere a las PyMEs inactivas, resulta interesante comprobar una relativamente mayor presencia de PyMEs que no prevén actividad en los próximos tres años entre las empresas más pequeñas (53,7% frente al 43,8% entre las PyMEs más grandes), así como, al igual que en el caso anterior, una mayor predisposición entre las manufactureras hacia la posible participación de las mismas en este tipo de actividades (ver también Cuadro 3.9).

Cuadro 3.9 Perspectivas de las PyMEs latinoamericanas sobre sus actividades de RSE medioambientales en los próximos tres años, por tamaño empresarial y clasificación sectorial

RSE medioambiental	Tamaño empresarial		Clasificación sectorial		
	1-49	50-249	Manufactura	Comercio	Servicios
Empresas activas					
Reducir el desarrollo	0,6	0,4	0,0	2,0	0,0
Continuar como está	43,8	49,3	41,5	53,6	38,7
Incrementar el desarrollo	46,8	48,6	54,2	35,8	46,9
NS/NC	8,9	1,6	4,3	8,6	14,4
Empresas inactivas					
No se prevé desarrollar	53,7	43,8	45,4	58,7	54,1
Se está considerando desarrollar	17,3	7,2	25,5	12,4	16,7
Está planeado empezar desarrollo	4,0	7,4	6,7	3,0	3,4
NS/NC	25,0	41,6	22,5	25,9	25,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,1

Total empresas

La diferenciación de las expectativas existentes atendiendo a criterios de presencia exportadora o situación económica de las empresas permite comprobar que, en general, las perspectivas existentes para la RSE medioambiental son más positivas entre las PyMEs exportadoras y las que gozan de una buena situación económica.

Finalmente, la comparación por países latinoamericanos permite apreciar algunos rasgos diferenciados en las perspectivas futuras (ver Cuadro 3.10). Por lo que se refiere a las empresas activas en el campo de la RSE medioambiental, la opinión mayoritaria en los distintos países refleja una voluntad de continuar el desarrollo en las condiciones actuales (especialmente en el caso de las empresas colombianas y salvadoreñas), excepción hecha del caso de Brasil, donde destaca el porcentaje de empresas que piensan incrementar su apoyo en los próximos tres años. Por lo que hace referencia a las empresas inactivas en RSE medioambiental, la previsión mayoritaria en todos los casos es de no desarrollo futuro de estas actividades, aunque menos acusada en casos como El Salvador y Brasil.

4

LA RSE EN LAS PYMES DE AMÉRICA LATINA Y EUROPA

4.1. INTRODUCCIÓN

Una vez caracterizadas las actividades de RSE realizadas por las PyMEs latinoamericanas, el presente capítulo se propone comparar la situación existente entre las PyMEs latinoamericanas y europeas. Para ello, este capítulo se beneficiará de la posibilidad de comparación de los resultados existentes en la “Encuesta RSE-PyMEs”¹³⁶ y los resultados obtenidos en el Informe sobre Responsabilidad Social y Medioambiental de las PyMEs europeas realizado en el ámbito del Observatorio de la PYME Europea¹³⁷. En este sentido, los datos comparativos presentados se refieren únicamente a las actividades de RSE de carácter externo, habida cuenta que son las únicas para las que se dispone de información homogénea y comparable entre ambas encuestas¹³⁸.

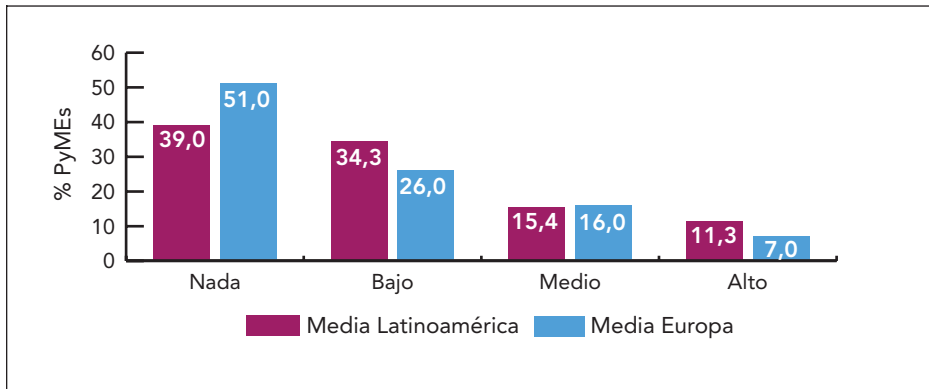
A efectos de presentación, el capítulo se presenta estructurado en cuatro grandes secciones. Así, la sección 5.2. trata de comparar el grado de implantación de las actividades de RSE externa entre las PyMEs europeas y latinoamericanas, en tanto que la siguiente sección analiza cuáles son las principales semejanzas y diferencias existentes en las actividades desarrolladas y en las maneras concretas de apoyo en el campo de la RSE externa entre las PyMEs de los dos ámbitos geográficos considerados. Por su parte, la sección 5.4 describe, también desde una perspectiva comparada, las principales razones y barreras percibidas por las PyMEs latinoamericanas y europeas con relación a las actividades de RSE externa, en tanto que la sección 5.5 finaliza este capítulo con un análisis sobre las perspectivas futuras de las PyMEs latinoamericanas y europeas con relación a sus actividades de RSE externa. En la medida en que esté disponible, la información se presenta de manera desglosada entre los países latinoamericanos a estudio y cuatro países europeos concretos (esto es, España, Portugal, Italia y Francia) los cuales, por sus características económicas y culturales, pueden calificarse como los más próximos a la realidad latinoamericana. En cualquier caso, conviene subrayar que las comparaciones entre los diversos países analizados deben ser tomadas con cautela, habida cuenta que las cifras disponibles están sujetas a un grado relevante de imprecisión.

4.2. LA ACTIVIDAD DE RSE EXTERNA EN LAS PYMES DE AMÉRICA LATINA Y EUROPA

4.2.1. Grado de implantación de las actividades de RSE externa

Por lo que respecta al grado de implantación de las actividades de RSE externa, la información disponible muestra que son precisamente las PyMEs latinoamericanas de los países analizados las más activas en el campo de la RSE externa. Así, hasta un 51% de las PyMEs europeas no realizaron ninguna actividad de RSE externa, donde este porcentaje desciende hasta un 39% en el caso de las PyMEs latinoamericanas que indicaron no realizar ninguna actividad de RSE externa. Mientras, un 11% de las PyMEs latinoamericanas afirman que las actividades de RSE externas están implantadas en la empresa de una forma alta (esto es, son actividades habituales y ligadas con la estrategia de la empresa), frente al 7% en el caso de las europeas¹³⁹.

Gráfico 4.1 Grado de implantación de las actividades de RSE externa entre las PyMEs: comparación media Latinoamérica - Europa



Estos resultados, en cierta manera sorprendentes, pueden ser explicados por varias razones. En primer término conviene recordar que el ámbito temporal de encuestación (actividades realizadas en el ejercicio del 2000 en el caso de las PyMEs europeas frente al ejercicio del 2003 en el caso de las latinoamericanas) puede explicar, al menos en parte, una mayor actividad entre las empresas más recientemente encuestadas.

Por otro lado, puede argumentarse que la relativa mayor presencia de actividades de RSE externas entre las PyMEs latinoamericanas viene dada por las propias características que conforman la organización social y económica de la mayor parte de los países latinoamericanos, caracterizados por una relativa menor presencia del Estado en la actividad económica y de cobertura social en comparación con los países europeos, al menos en lo que se refiere a los aspectos ligados con el llamado Estado del Bienestar. Así, la menor presencia de los Estados latinoamericanos en determinadas actividades consideradas como de competencia pública en el ámbito europeo (i.e. educación, sanidad, apoyo a grupos desfavorecidos) tiende a suplirse con una relativa mayor presencia de las

empresas privadas latinoamericanas en estas actividades. En este sentido, la relativa mayor presencia de situaciones de pobreza y penuria en las sociedades latinoamericanas sirve sin duda de acicate a esta elevada participación social empresarial. Esta explicación se corrobora al analizar el tipo de actividades concretas apoyadas por las pymes en los dos ámbitos geográficos a estudio.

Por su parte, la comparación por tamaños empresariales (ver Cuadro 4.1) permite comprobar que, en general, las PyMEs latinoamericanas más pequeñas (entre 1 y 49 empleados) cuentan con un grado algo mayor de implantación de las actividades de RSE externa, de forma que estas actividades son desarrolladas hasta por un 61% de estas PyMEs latinoamericanas en comparación con el 48% y el 65% en el caso de las muy pequeñas y pequeñas empresas¹⁴⁰ europeas, respectivamente, donde además las PyMEs latinoamericanas más pequeñas presentan en mayor porcentaje un grado alto de implantación. Mientras, la comparación entre las PyMEs más grandes (entre 50 y 249 empleados) permite comprobar porcentajes de empresas activas en RSE externa muy similares en los dos ámbitos considerados (71% y 70% en el caso de Latinoamérica y Europa, respectivamente), aunque una vez más el porcentaje de PyMEs grandes que sugieren un grado alto de implantación es favorable a las empresas latinoamericanas (22% frente a 15%).

Cuadro 4.1 Grado de implantación de las actividades de RSE externa entre las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa, por tamaño empresarial

% empresas	Latinoamérica		Europa		
	1-49	50-249	0-9	10-49	50-249
Alto	11	22	7	13	15
Medio	15	19	16	18	21
Bajo	34	30	26	34	33
Nada	39	29	52	35	30
Total	100	100	100	100	100

Mientras, la comparación existente entre los países latinoamericanos a estudio y los países europeos de España, Portugal, Italia y Francia (países que por sus características económicas y culturales, pueden calificarse como los más próximos a la realidad latinoamericana) permite obtener diversos resultados de interés (ver Gráfico 4.2). Así, y en primer lugar, es posible comprobar que, con la única excepción de Portugal (donde hasta un 66% de sus PyMEs realizan actividades de RSE, únicamente superado por la Argentina), el resto de países europeos de referencia aparecen en los últimos lugares de ranking, siendo superados por prácticamente todos los países latinoamericanos con la única excepción de Chile. Las razones apuntadas anteriormente sobre las diferencias generales entre Europa y Latinoamérica pueden ser explicativas nuevamente de las diferencias existentes entre los diversos países considerados a estudio.

Gráfico 4.2 Actividades de RSE externa entre las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa, por países de referencia

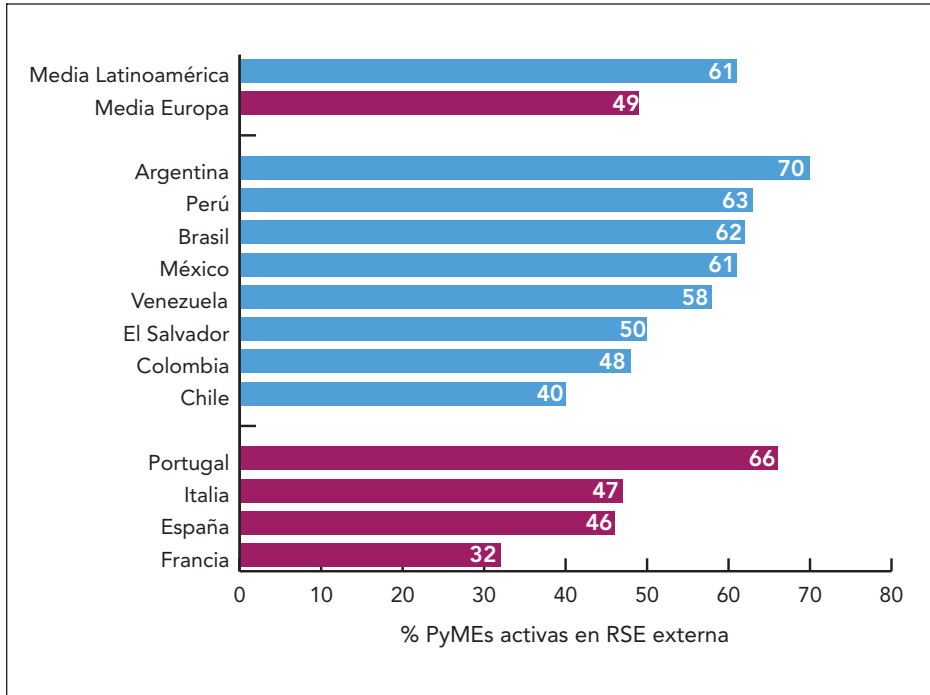
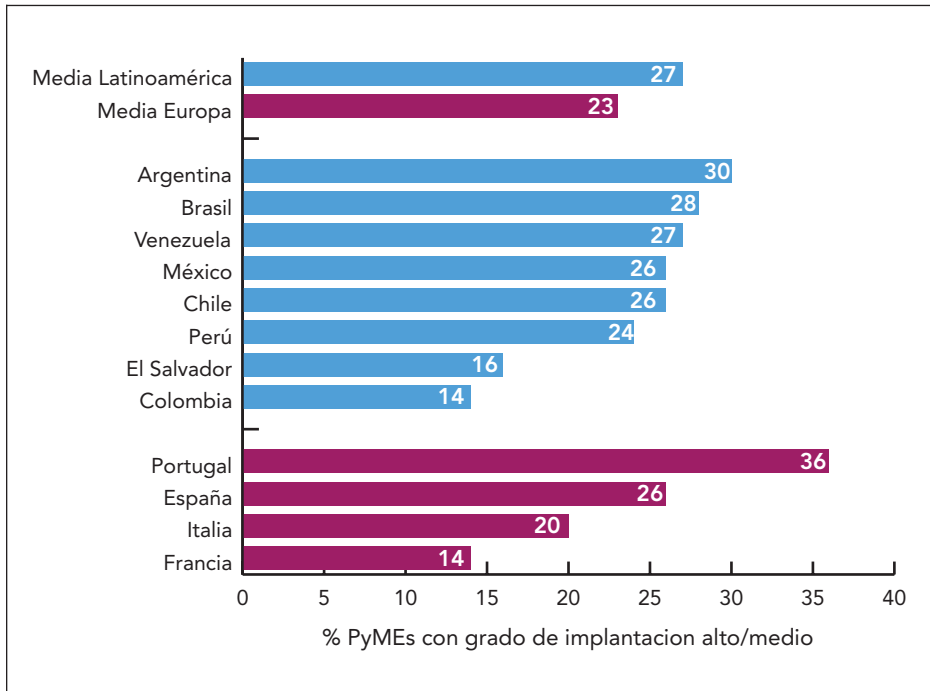


Gráfico 4.3 Grado de implantación de las actividades de RSE externa entre las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa, por países de referencia



Sin embargo, esta escasa presencia de actividades de RSE externa entre las PyMEs de los países europeos de referencia se ve relativamente matizada si se toma únicamente como referencia las PyMEs con un grado alto/medio de implantación de sus actividades de RSE externa (ver Gráfico 4.3). Así, Portugal aparece destacado como el país que presenta el mayor porcentaje de este tipo de PyMEs (concretamente un 36% del total), en tanto que España aparece con un porcentaje del 26% y similar a México y Chile, aunque inferior a los registrados en Argentina, Brasil o Venezuela. Por el contrario, Francia y especialmente Italia vuelven a aparecer en los últimos lugares de este particular ranking.

4.2.2. Principales actividades desarrolladas y modos concretos de apoyo

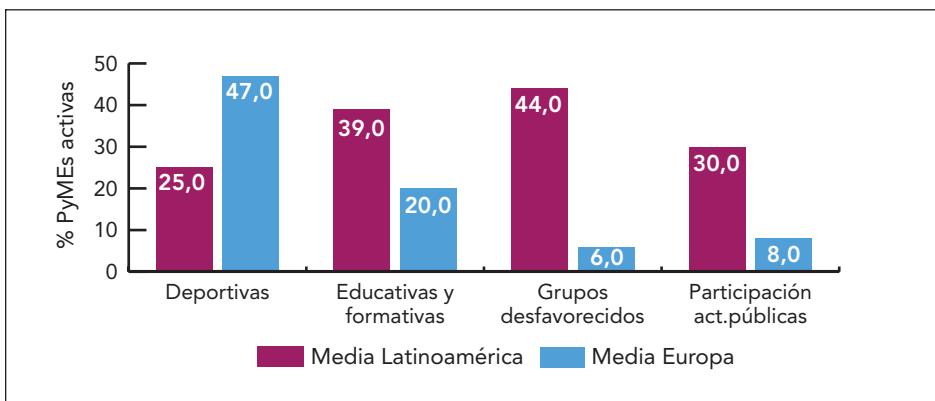
Por lo que se refiere a las principales actividades apoyadas por las PyMEs de ambos lados del Atlántico, los resultados de las encuestas permiten comprobar la existencia de importantes diferencias en ambos ámbitos (ver Cuadro 4.2 y Gráfico 4.4). Mientras el apoyo a actividades deportivas es mayoritariamente el más importante en el caso de las PyMEs europeas (donde

Cuadro 4.2 Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs: comparación Latinoamérica–Europa

% de empresas activas en cada campo	Latinoamérica	Europa
Actividades deportivas	25	47
Actividades culturales	28	33
Actividades ligadas a la salud y al bienestar	25	33
Actividades educativas y formativas	39	20
Actividades medioambientales	15	12
Grupos desfavorecidos/marginados	44	6
Participación actividades públicas	30	8

(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa. Porcentajes verticales pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

Gráfico 4.4 Principales diferencias en las actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs: comparación Latinoamérica–Europa



hasta un 47% de las que desarrollan actividades de RSE externa realizan acciones en este campo), este campo es apoyado por apenas el 25% de las PyMEs latinoamericanas activas, situándose en cuarto lugar en el ranking de actividades apoyadas. Por el contrario, las PyMEs latinoamericanas dedican su atención preferente al apoyo a grupos desfavorecidos/marginados (44% de las respuestas), donde esta actividad es apoyada sólo por el 6% de las PyMEs europeas, situándose en el último lugar del ranking de actividades apoyadas.

Por su parte, otras actividades fuertemente desarrolladas por las PyMEs latinoamericanas corresponden al área educativa/formativa (apoyadas por un 39% de las mismas), frente al 20% en el caso de las PyMEs europeas (donde esta actividad es la cuarta en el ranking). Además, y siempre según los datos disponibles, las PyMEs latinoamericanas desarrollan una importante participación en actividades públicas (hasta un 30% de respuestas), muy superior al porcentaje correspondiente a Europa (8%).

Mientras, la comparación por tamaños empresariales permite comprobar la existencia de una efecto positivo generalizado (aunque existen algunas excepciones) entre tamaño y participación en las distintas actividades, donde este resultado es extensible tanto a las PyMEs europeas como latinoamericanas (ver Cuadro 4.3). Por otro lado, las mayores diferencias entre las PyMEs de ambos lados del Atlántico se encuentran entre las más pequeñas, mientras que las empresas medianas presentan una atención más parecida, de forma que el apoyo a las actividades deportivas y a las culturales son los dos campos que reciben una mayor atención por parte de las mismas en los dos ámbitos geográficos considerados.

Cuadro 4.3 Grado de implantación de las actividades de RSE externa entre las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa, por tamaño empresarial

% empresas	Latinoamérica		Europa		
	1-49	50-249	0-9	10-49	50-249
Actividades deportivas	24	55	46	52	59
Actividades culturales	28	46	31	34	43
Actividades ligadas a la salud y al bienestar	25	39	31	32	39
Actividades educativas y formativas	39	43	21	28	31
Actividades medioambientales	14	18	13	15	17
Grupos desfavorecidos/marginados	44	37	6	11	14
Participación actividades públicas	29	35	6	9	13
Otras	0	1	10	11	11

(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa. Porcentajes verticales pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

Por su parte, la comparación entre países concretos permite corroborar la diferente orientación de las actividades de RSE externa acometidas por las empresas y ya puestas de manifiesto anteriormente (ver Cuadro 4.4). En este sentido, los datos permiten constatar el importante peso que las actividades dirigidas a grupos desfavorecidos/marginados tienen entre las PyMEs de todos los países latinoamericanos a estudio, mientras que este tipo de

Cuadro 4.4 Principales actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa, por países de referencia

% de empresas activas en cada campo	Países Latinoamericanos								Países europeos			
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve	E	F	I	P
Actividades deportivas	32	20	19	29	45	22	49	37	50	45	51	52
Actividades culturales	49	28	15	17	35	16	41	25	41	24	28	53
Actividades salud y bienestar	27	25	5	20	34	24	24	43	24	9	43	44
Actividades educativas y formativas	37	41	9	20	29	44	38	27	13	21	15	17
Actividades medioambientales	11	14	6	0	12	22	13	8	9	9	15	12
Grupos desfavorecidos/marginados	42	40	64	20	38	50	49	59	2	3	4	9
Participación actividades públicas	34	36	9	12	20	24	36	14	4	3	2	3
Otras	1	0	2	0	0	0	0	0	7	15	4	3

■: Actividad de RSE externa más desarrollada

■: Actividad de RSE externa más desarrollada en segundo lugar

(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa. Porcentajes verticales pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

actividades presentan una muy escasa prioridad entre las pymes de los países europeos de referencia (mucho más volcadas hacia las actividades deportivas).

Así, la atención a grupos desfavorecidos es el área preferencial de atención en el caso de Chile, México, Perú y Venezuela, mientras que es la segunda para las PyMEs del resto de los países latinoamericanos a estudio. Por contra, el apoyo a actividades deportivas se presenta como el área más importante de atención para las PyMEs españolas, francesas e italianas, en tanto que para las portuguesas es la segunda más importante (aunque muy cercana a la primera). En cualquier caso, conviene subrayar que, para algunos países latinoamericanos, el apoyo a estas actividades deportivas recibe una atención también importante, de forma que incluso entre las PyMEs colombianas y salvadoreñas se trata de su área de atención preferencial. Por su parte, el apoyo a actividades culturales aparece como especialmente relevante entre las PyMEs españolas, francesas y portuguesas, en tanto que este tipo de actividades parecen ser únicamente muy relevantes entre las PyMEs argentinas.

Por su parte, el análisis de los principales modos de apoyo a las actividades de RSE externa entre las PyMEs permite caracterizar aún más el tipo concreto de apoyo con el que las PyMEs desarrollan sus actividades de RSE externa. En este sentido, los datos disponibles reflejan también la existencia de importantes diferencias entre las PyMEs latinoamericanas y europeas (ver Cuadro 4.5). En este sentido, la diferencia más importante viene dada por la relativa mayor participación de los empleados y los propietarios/gerentes latinoamericanos en actividades socialmente responsables. Así, hasta un 34% y un 20% de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE externa sugieren que sus propietarios/gerentes y sus empleados, respectivamente, participan en este tipo de actividades, donde estos porcentajes apenas alcanzan el 15% y 8% en el caso europeo. Además, el recurso a

Cuadro 4.5 Principales modos de apoyo entre las PyMEs para realizar actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa

% de empresas activas	Latinoamérica	Europa
Actividades de patrocinio	36	45
Donaciones	71	56
Marketing con causa	13	15
Participación de empleados en actividades sociales responsables	20	8
Participación de propietarios/gerentes en actividades sociales responsables	34	11
Otros	3	4
NS/NC	1	1

(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa. Porcentajes verticales pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

donaciones parece también más frecuente entre las PyMEs latinoamericanas. Por el contrario, las PyMEs europeas son más activas en actividades de patrocinio. Estas diferencias se mantienen independientemente del tamaño empresarial.

Mientras, un análisis detallado por países concretos a estudio permite corroborar los resultados anteriormente apuntados (ver Cuadro 4.6), de forma que son las donaciones la forma preferencias de apoyo a las actividades de RSE externa entre las PyMEs de todos los países tanto latinoamericanos como europeos de referencia. Por el contrario, la diferencia más importante se constata al observar la elevada participación de los propietarios/gerentes y sus empleados en actividades responsables, de forma que este apoyo es particularmente importante entre las PyMEs de todos los países latinoamericanos con la única excepción de Chile y Colombia, cuyos valores son muy parecidos a los correspondientes a las PyMEs españolas, francesas, italianas o portuguesas.

Cuadro 4.6 Principales modos de apoyo entre las PyMEs para realizar actividades de RSE externa: Comparación Latinoamérica-Europa, por países de referencia

% de empresas activas en cada campo	Países Latinoamericanos								Países europeos			
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve	E	F	I	P
Actividades de patrocinio	34	43	15	40	31	31	30	21	35	36	45	44
Donaciones	74	75	83	52	81	60	93	72	65	48	54	80
Marketing con causa	24	7	7	12	3	16	17	10	13	14	7	24
Participación empleados	7	25	7	9	20	25	17	14	4	7	2	7
Participación propietarios/gerentes	23	36	7	6	17	48	30	23	4	8	2	16
Otros	4	1	0	0	0	5	0	8	1	6	4	3

(*) PyMEs que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa. Porcentajes verticales pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

4.3. PERSPECTIVAS DE LA RSE EXTERNA EN LAS PYMES DE AMÉRICA LATINA Y EUROPA

4.3.1. Razones y barreras para las PyMEs con relación a las actividades de RSE

El presente apartado se propone investigar desde un punto de vista comparativo Europa - Latinoamérica las razones y barreras que explican la involucración o no de las PyMEs en las actividades de RSE externa. En este sentido, y comenzando por las razones subyacentes que explican por qué las PyMEs realizan estas actividades, la comparación entre las respuestas de Europa y Latinoamérica muestra que, en ambos casos, tanto las razones éticas como la mejora de las relaciones con la comunidad/autoridades públicas son las dos principales razones señaladas por las empresas, independientemente de su origen geográfico (ver Cuadro 4.7).

Cuadro 4.7 Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa

% de empresas activas	Latinoamérica	Europa
Razones éticas y/o religiosas	48	55
Mejorar relaciones con la comunidad/autoridades públicas	40	33
Mejorar la lealtad de los clientes y/o proveedores	23	26
Mejorar relaciones con otros socios empresariales e inversores	13	15
Mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores	23	14
Mejorar resultados económicos (- costes/+ ventas)	15	13
Aplicar código de conducta propio de responsabilidad social	29	8
Presiones de terceras partes	4	4
Utilizar incentivos/subsidios públicos existentes	4	4
Otro	3	6

(*) Empresas que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa. Porcentajes verticales pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

Por el contrario, y como elementos distintivos (ver también Cuadro 4.7), resulta interesante subrayar la importancia que para las PyMEs latinoamericanas tiene la aplicación de un código propio de responsabilidad social, donde esta razón es apuntada por un 29% de las PyMEs latinoamericanas activas en RSE externas frente al 8% correspondiente al caso europeo. Además, las PyMEs latinoamericanas también conceden una mayor importancia relativa a la mejora en la satisfacción laboral de sus trabajadores como razón explicativa de estas actividades frente a las europeas (23% y 14% de respuestas, respectivamente).

Mientras, la comparación por tamaños empresariales (ver Cuadro 4.8) aporta como elementos distintivos el relativamente mayor peso de las consideraciones éticas entre las PyMEs europeas más pequeñas, la mayor importancia de la mejora de la satisfacción laboral de los trabajadores en el caso de las PyMEs latinoamericanas cualquiera sea su tamaño, lo cual sucede también en cuanto a la elevada presencia relativa de códigos propios de conducta en el ámbito de la responsabilidad social.

Mientras, la comparación entre los diversos países latinoamericanos y europeos de referencia refleja que, en general, las razones de carácter ético/moral tienen un peso muy importante en todos los países considerados de ambos continentes (ver Cuadro 4.9). Sin embargo, conviene subrayar la importante presencia de la aplicación de un código de conducta propio como razón explicativa entre las PyMEs latinoamericanas (especialmente entre las peruanas y venezolanas), mientras que esta razón es escasamente aducida entre las PyMEs de los países europeos de referencia, donde quizás las PyMEs portuguesas sean una excepción parcial a este comportamiento general.

Por su parte, y por lo que se refiere a las principales barreras que impiden/dificultan la involucración de las PyMEs en las actividades de RSE externa (ver Cuadro 4.10 y Gráfico 4.5), los datos disponibles permiten comprobar que la falta de recursos financieros es señalada como el principal obstáculo entre las PyMEs latinoamericanas,

Cuadro 4.8 Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa por tamaño empresarial

Latinoamérica	Latinoamérica		Europa		
	1-49	50-249	0-9	10-49	50-249
Razones éticas y/o religiosas	48	46	55	48	49
Mejorar relaciones con la comunidad/autoridades públicas	40	56	33	38	41
Mejorar la lealtad de los clientes y/o proveedores	23	32	25	28	26
Mejorar relaciones con otros socios empresariales e inversores	13	21	15	21	28
Mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores	22	38	14	17	23
Mejorar resultados económicos (- costes/+ ventas)	15	23	13	13	17
Aplicar código de conducta propio de responsabilidad social	29	33	8	8	11
Presiones de terceras partes	4	6	4	3	4
Utilizar incentivos/subsidios públicos existentes	4	6	4	6	8
Otro	3	2	6	4	4

(*) Empresas que han realizado algún tipo de actividad de RSE externa. Porcentajes verticales pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez.

Cuadro 4.9 Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa, comparación Latinoamérica - Europa por países de referencia

% de empresas activas	Países Latinoamericanos								Países europeos de referencia			
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve	E	F	I	P
Razones éticas y/o religiosas	50	49	49	23	59	47	53	43	74	60	52	44
Mejorar relaciones con comunidad/autoridades públicas	44	47	22	32	39	30	51	39	31	29	33	39
Mejorar la lealtad de los clientes y/o proveedores	26	15	11	9	23	34	43	23	15	9	19	29
Mejorar relaciones con socios empresariales/inversores	4	11	9	9	13	23	13	12	5	10	2	18
Mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores	14	18	11	15	18	38	26	21	5	10	3	17
Mejorar resultados económicos (- costes/+ ventas)	13	13	2	15	16	20	30	14	8	12	3	17
Aplicar código de conducta propio responsabilidad social	29	26	15	14	23	31	57	49	6	5	4	20
Presiones de terceras partes	0	3	0	0	4	9	8	4	3	0	2	17
Utilizar incentivos/subsidios públicos existentes	0	6	4	3	0	3	0	8	3	1	2	7
Otro	4	4	13	0	0	0	2	2	3	4	13	4

■ : Razón más importante

■ : Segunda razón más importante

(*) Empresas que han realizado algún tipo de actividades de RSE externa. Porcentajes verticales pueden sumar más de 100 por la posibilidad de varias respuestas a la vez

Cuadro 4.10 Principales barreras para la realización de actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa

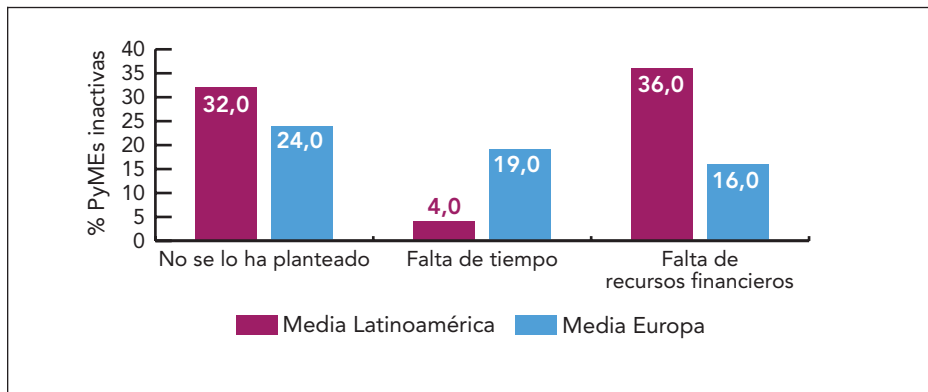
% de empresas inactivas	Latinoamérica	Europa
La empresa nunca se lo ha planteado	32	24
No son actividades relacionadas con mi empresa	11	17
No se prevé ningún tipo de beneficio de las mismas	2	8
Falta de tiempo	4	19
Falta de recursos financieros	36	16
Falta de recursos humanos	1	n.a.
Falta de apoyo público	1	1
Otras razones	7	13
NS/NC	7	3
Total	100	100

n.a.: no aplica

Empresas que no han realizado ningún tipo de actividades de RSE externa.

muy por encima de la importancia atribuida a esta barrera entre las PyMEs europeas (36% frente al 16%, respectivamente). Por el contrario, la falta de tiempo es mucho más relevante entre las empresas europeas en comparación con las latinoamericanas (19% frente al 4%, respectivamente). Esta relativamente mayor falta de recursos financieros

Gráfico 4.5 Principales diferencias en las barreras a las actividades de RSE externa desarrolladas por las PyMEs: comparación Latinoamérica - Europa



Empresas que no han realizado ningún tipo de actividades de RSE externa

Cuadro 4.11 Principales barreras para la realización de actividades de RSE externa: comparación Latinoamérica - Europa por países de referencia

% de empresas inactivas	Países Latinoamericanos								Países europeos de referencia			
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve	E	F	I	P
La empresa nunca se lo ha planteado	40	31	31	19	19	34	14	33	50	18	27	14
No son actividades relacionadas con mi empresa	10	7	13	26	10	15	11	8	11	11	22	16
No se prevé ningún tipo de beneficio de las mismas	3	0	3	8	6	3	4	0	2	10	5	6
Falta de tiempo	3	2	11	0	9	5	4	3	11	22	20	3
Falta de recursos financieros	30	37	34	42	45	34	36	47	14	16	14	34
Falta de recursos humanos	3	0	0	3	0	2	7	0	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
Falta de apoyo público	0	0	1	0	1	2	4	0	0	1	1	5
Otras razones	7	9	4	0	7	5	11	6	10	18	9	16
NS/NC	3	15	3	3	3	0	11	3	2	3	2	6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

■: Barrera más importante

■: Segunda barrera más importante

n.a.: no aplica

Empresas que no han realizado ningún tipo de actividades de RSE externa

entre las PyMEs latinoamericanas quizás explica la mayor proporción de las mismas que optan por la participación de su personal en actividades sociales frente a las PyMEs europeas, mucho más afectadas por el problema del “tiempo” (y sus implicaciones productivas y organizativas).

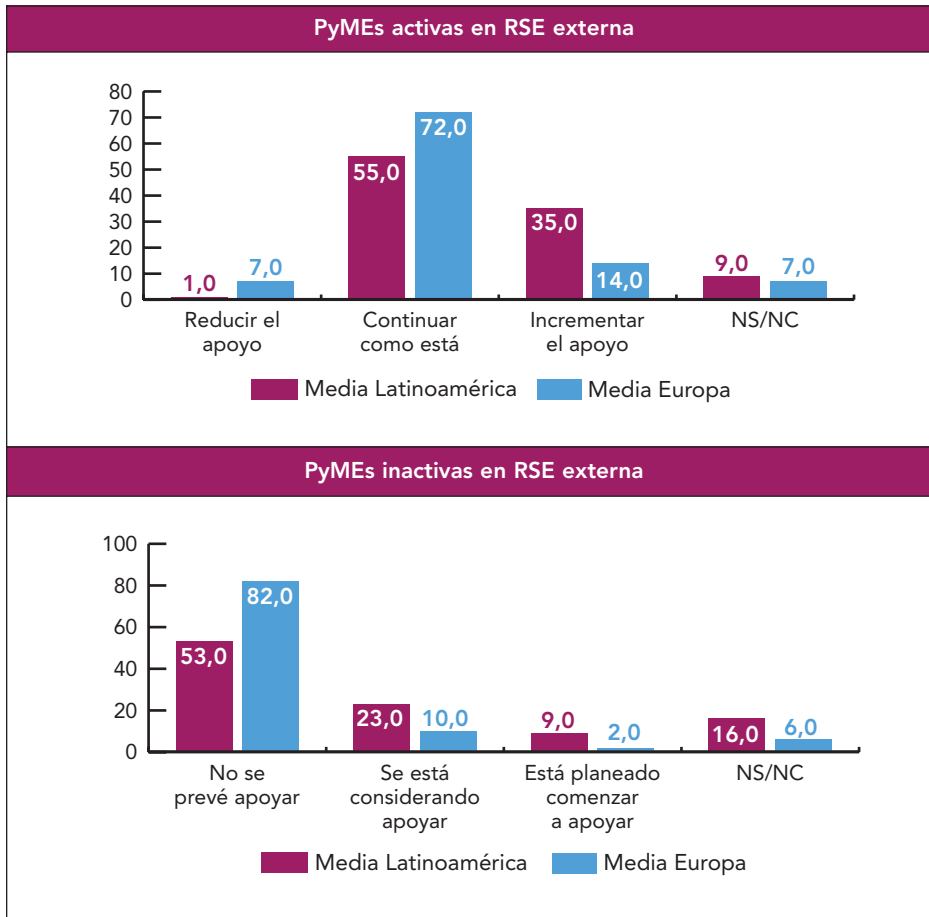
Otra barrera relativamente importante entre las PyMEs latinoamericanas en su comparación con el caso europeo se refiere al hecho de que en Latinoamérica el porcentaje de PyMEs que sugieren que nunca se han planteado la realización de estas actividades de RSE externa es mayor (32% frente al 24% en el caso europeo), aunque en ambos casos esta barrera puede ser considerada como muy relevante. Finalmente, resulta interesante comprobar la existencia de un porcentaje relativamente mayor de PyMEs en Europa que considera que las actividades de RSE externa no son actividades relacionadas con su empresa (17% frente al 11% en el caso latinoamericano). Los resultados anteriores no se ven sustancialmente modificados si se tiene en cuenta el tamaño empresarial.

Por su parte, la diferenciación por países concretos analizados permite apreciar que mientras para las PyMEs de todos los países latinoamericanos a estudio la falta de recursos financieros constituye la barrera más importante para su involucración en actividades de RSE externa (con la excepción parcial de las PyMEs argentinas), entre las empresas europeas de los países de referencia este problema sólo parece ser importante para las PyMEs portuguesas (razón principal) como parcialmente para las españolas (razón segunda). Por el contrario, el hecho de que la propia empresa no se haya planteado nunca este tipo de actividades o la falta de relación de las mismas con la empresa son razones más importantes entre las PyMEs de los países europeos de referencia. Además, y coincidiendo con lo anteriormente sugerido, la falta de tiempo parece ser un factor inhibitorio muy importante para las PyMEs de Europa (excepción hecha de Portugal), siendo precisamente el más señalado por las PyMEs francesas.

4.3.2. Perspectivas futuras de las PyMEs de América Latina y Europa sobre sus actividades de RSE externa

Finalmente, y por lo que se refiere a las perspectivas existentes entre las PyMEs sobre su participación futura en actividades de RSE externa, la comparación entre Latinoamérica y Europa permite comprobar que, de manera general, las PyMEs latinoamericanas presentan unas expectativas más positivas que sus colegas europeas (ver Gráfico 4.6). Comenzando el análisis por las empresas con actividades en este campo, hasta un 35% de las PyMEs latinoamericanas sugieren que esperan incrementar su apoyo a las mismas en los próximos tres años, mientras este porcentaje es apenas de un 14% entre las PyMEs europeas. Por el contrario, hasta un 72% de estas últimas sugieren que van a continuar su apoyo en las mismas condiciones que en la actualidad frente a un 55% de las PyMEs latinoamericanas, en tanto que sólo un 1% de éstas sugieren una reducción futura en su participación frente al 7% correspondiente a las PyMEs europeas.

Gráfico 4.6 Perspectivas de las PyMEs sobre sus actividades de RSE externa para los próximos tres años: comparación Latinoamérica-Europa



Por su parte, y por lo que hace referencia a los planes entre las PyMEs inactivas en RSE externa (ver también Gráfico 4.6), un mayoritario 82% de las PyMEs europeas inactivas sugieren que no van a realizar ninguna actividad en los próximos tres años, frente al 53% en el caso latinoamericano. Por el contrario, un 23% de las PyMEs latinoamericanas está considerando apoyar (10% en el caso europeo) y un 9% tienen planes concretos en este campo (sólo un 2% entre las PyMEs europeas). Finalmente, subrayar que no se aprecian diferencias importantes entre las PyMEs latinoamericanas o europeas atendiendo a su país de adscripción.

5. LA ACTUACIÓN PÚBLICA Y PRIVADA EXISTENTE EN FOMENTO DE LA RSE ENTRE LAS PYMES LATINOAMERICANAS

5.1. INTRODUCCIÓN

El presente capítulo se propone estudiar las actuaciones públicas y privadas para el fomento de la RSE y desarrolladas en los países analizados, especialmente desde el punto de vista PYME. En este sentido, el capítulo se desglosa en dos grandes secciones. Así, la primera sección trata de analizar desde un punto de vista cualitativo la oferta de apoyo público y privado existente para la promoción de la RSE en el ámbito de los países latinoamericanos a estudio¹⁴¹. Por su parte, la segunda sección recoge la percepción que las propias PyMEs latinoamericanas tienen sobre las acciones que las diversas instituciones públicas realizan para fomentar las actividades de RSE entre las empresas en general.

5.2. LA OFERTA DE APOYO PÚBLICO Y PRIVADO EXISTENTE PARA LA PROMOCIÓN DE LA RSE EN EL ÁMBITO DE LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS A ESTUDIO: UNA VISIÓN CUALITATIVA

La presente sección se propone analizar desde un punto de vista cualitativo los principales rasgos que caracterizan el marco institucional de promoción y apoyo a las actividades de RSE entre las PyMEs en el conjunto de países latinoamericanos analizados. Para ello, este análisis se basa en una descripción detallada nacionales de las diversas instituciones, programas, premios y sistemas de indicadores existentes en este ámbito y que son susceptibles de ser utilizados por las PyMEs¹⁴².

a) Instituciones de apoyo existentes

Por lo que se refiere al tejido institucional de apoyo a las actividades de RSE existente en los países latinoamericanos a estudio (ver Cuadro 5.1 para una relación de las instituciones identificados), éste viene caracterizado por un conjunto de rasgos generalizables a la práctica totalidad de los países a estudio.

Cuadro 5.1 Principales instituciones nacionales públicas y privadas en la promoción de la RSE en los países latinoamericanos considerados.

País	Nombre institución
Argentina	Asamblea de Pequeños y Medianos Empresarios, APYME Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina, Amcham Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible, CEADS Fundación Ambiente y Recursos Naturales, FARN Fundación AVINA Fundación El Otro Fundación Emprender Fundación Fraternitas Fundación PRODIS (Pro Desarrollo Industrial Sustentable) Fundación SES (Solidaridad, Educación, Sustentabilidad) FUNDES Argentina Grupo Interrupción IARSE, Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria IDEA, Instituto Universitario para el Desarrollo Empresarial de la Argentina Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa, IESC Instituto de Estudios e Investigaciones Ambientales, IEIA Pacto Global Argentina Polo de Desarrollo Educativo Renovador, Po.D.E.R. Red para el Desarrollo Sustentable Red Puentes Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional de la Nación (SEPYME) Universidades (por ejemplo, Universidad Católica de Córdoba)
Brasil	FENEAD, Federación Nacional de Estudiantes de Administración FIDES, Fundación Instituto de Desarrollo Empresarial y Social FSM, Forum Social Mundial GIFE, Grupo de Institutos, Fundaciones y Empresas IBAMA, Instituto Brasileño de Medio Ambiente y de Recursos Naturales Renovables IBASE, Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicos IBGC Instituto Brasileño de Gobierno Corporativo Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social
Chile	Acción RSE CORFO Fundación AVINA Fundación Prohumana FUNDES Proyecto Vincular SOFOFA
Colombia	Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES) Dividendo por Colombia Universidad de los Andes

continuación

País	Nombre institución (continuación)
El Salvador	Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL) Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (CEDES) Fundación Empresarial para la Acción Social, FUNDEMÁS Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES) Fundación Social Empresarial, Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP)
México	Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE) Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE) Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) Fundación Vamos Gobierno del Distrito Federal Red Puentes
Perú	Centro de Asesoría Laboral del Perú (CEDAL) Perú 2021 Seguimiento, Análisis y Evaluación para el Desarrollo (SASE) Universidad del Pacífico
Venezuela	Alianza Social VenAmCham Dividendo Voluntario de la Comunidad Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales. Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, INAPYMI Venezuela sin Límites

Fuente: Informes de los socios nacionales.

Así, y en primer lugar, se observa una presencia mayoritaria en todos los países de instituciones privadas frente a una presencia ciertamente menor de instituciones de carácter público. En concreto, la mayor parte de las instituciones privadas existentes pertenecen al así llamado “tercer sector”¹⁴³, formado fundamentalmente por ONGs, fundaciones y asociaciones civiles sin ánimo de lucro, donde en bastantes casos estas instituciones privadas son financiadas por empresas privadas o por asociaciones gremiales/empresariales. De hecho, las principales instituciones de referencia en el ámbito latinoamericano dentro de la temática RSE (i.e. el Instituto Ethos en Brasil – ver Cuadro 5.2 o el Centro Mexicano para la Filantropía –CEMEFI- en México) corresponden a este tipo de instituciones.

En algunos países (i.e. Colombia o Venezuela), estas ONGs recogen fondos entre empresas para la realización de acciones socialmente responsables (por ejemplo **Dividendo por Colombia o Venezuela sin Límites**). Mientras, varias asociaciones empresariales están desarrollando de manera directa diversas actividades propias y ligadas con la promoción de la RSE entre las empresas asociadas, tales como la **Asamblea de Pequeños y Medianos Empresarios (APYME)** de Argentina, la **Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)** de Chile o la **Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP)** de El Salvador.

Cuadro 5.2 Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social

El Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (www.ethos.org.br) es una organización no gubernamental que tiene como objetivo movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a dirigir sus negocios de forma socialmente responsable al tiempo que fomenta la cooperación entre las mismas con el fin de construir una sociedad sostenible y justa. En la actualidad el instituto Ethos está formada por 887 asociados, fundamentalmente empresas de diferentes sectores y tamaños con una facturación conjunta cercana al 30% del PIB brasileño

El Instituto Ethos es un polo de conocimiento, intercambio de experiencias y desarrollo de herramientas que ayudan a las empresas a analizar sus prácticas de gestión y a profundizar en sus compromisos de responsabilidad corporativa. Fundado por empresarios del sector privado, actualmente cuenta con 940 socios de todos los sectores y tamaños que en su conjunto emplean a cerca de un millón de personas y cuyo volumen de producción representa en torno al 30% del PIB de Brasil. El Instituto participa en proyectos en colaboración con instituciones de todo el mundo.

Sus líneas principales de actuación son:

1. Ampliación del movimiento de RSE
2. Investigación sobre prácticas de RSE
3. Sensibilización en el mundo empresarial con el objetivo de conseguir un clima favorable a la RSE
4. Articulación de políticas públicas en materia de RSE:
 - desarrollo de políticas de promoción y de un marco legal para la RSE,
 - participación de las empresas en las políticas del Instituto,
 - fomento de la participación de las empresas en la sociedad por medio del seguimiento y cumplimiento de sus responsabilidades legales, la transparencia en la gestión y la conducta ética,
 - difusión de la RSE
 - estructuración de procesos consultivos a empresas
5. Producción de información sobre RSE

Fuente: Informe nacional brasileño

La principal diferencia entre las instituciones públicas y privadas es (además obviamente de su adscripción), la propia orientación de sus actividades. Así, sólo las organizaciones del sector privado y las ONGs se orientan al objetivo de promover las actividades de RSE como un concepto integral, mientras que las instituciones públicas no manejan en la mayor parte de forma explícita el concepto de RSE, de forma que su papel en la difusión y desarrollo del concepto de RSE es muy escaso o incluso prácticamente nulo (i.e. el caso de El Salvador) y donde su papel se ciñe al desarrollo de programas que apoyan campos parciales del concepto más global de RSE, tales como la formación de los trabajadores (i.e. la SEPYME en Argentina) o la mejora de la seguridad laboral (i.e. el **Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales de Venezuela**). En este sentido, no se ha identificado ninguna institución pública que trate de manera integral el tema de la RSE aunque resulta interesante subrayar las experiencias de CORFO en el caso chileno o del **Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (PROMPYME)** del Perú, el cual espera poder iniciar en un futuro próximo un Fondo Nacional de RSE para cofinanciar experiencias de empresas que desarrollen programas de RSE.

Además, conviene subrayar la relativa presencia de instituciones del mundo académico (fundamentalmente universidades privadas), especialmente en lo que se refiere al caso argentino¹⁴⁴. En este sentido, el compromiso de las universidades (a través de sus cátedras e institutos) con la difusión y el estudio de la RSE es relativamente reciente, lo que explicaría la relativa escasez actual de espacios de intercambio de experiencias y de mejoras en las prácticas educativas en este ámbito.

Resulta importante apuntar que la mayor parte de las instituciones identificadas tienen un marcado acento nacional en lo que se refiere a su ámbito de actuación, aunque resulta destacable la existencia de instituciones presentes simultáneamente en varios países, como la **Fundación AVINA**, la **Red Puentes** o **FUNDES**.

Por lo que se refiere a los niveles de interacción y colaboración existente entre las instituciones (que eviten por ejemplo duplicidades en las actuaciones), en general puede apreciarse en todos los países un relativamente elevado nivel de cooperación (con la excepción parcial de Perú¹⁴⁵ o la específica de Argentina¹⁴⁶), lo que redundaría en la inexistencia de duplicidades reseñables en las actividades desarrolladas por las diversas instituciones activas en la materia.

Esta ausencia de duplicidades vendría explicada por diversas razones complementarias entre sí. En primer lugar, el escaso número de instituciones existente ha permitido y favorecido la construcción de alianzas. Por otro lado, los recursos existentes para impulsar la temática son en general limitados, lo que ha impulsado el desarrollo de acciones conjuntas (ejemplos en Colombia¹⁴⁷ y Venezuela¹⁴⁸). Finalmente, y en el caso de algunos países (i.e. el Comité Público-Privado en el ámbito de la RSE a partir del **Proyecto Avina**¹⁴⁹ en Chile), los organismos internacionales que han impulsado el tema, lo han hecho desde un enfoque cooperativo para la acción, lo que ha impedido la existencia de duplicidades y ha favorecido al mismo tiempo que los resultados e impactos derivados de las actuaciones realizadas sean mayores.

Finalmente, y desde un punto de vista cualitativo, las instituciones existentes en los países a estudio encuentran una serie de dificultades y barreras para el desarrollo de sus actividades en el campo de la promoción y el fomento de la RSE entre las PyMEs nacionales. Estas barreras, ciertamente interrelacionadas entre sí, pueden concretarse en los siguientes aspectos:

- La temática RSE se encuentra en etapa de maduración, lo que origina que la mayor parte de los esfuerzos se orientan a que las empresas desarrollen RSE a nivel individual.
- Ligado con el punto anterior, no existe una definición única en el ámbito de RSE, tanto a nivel nacional como, mucho menos, a nivel del conjunto de Latinoamérica. Este hecho da origen a la inexistencia de normas o estándares reconocidos de forma unánime por las empresas o sus instituciones representativas.
- Desde el propio punto de vista de las instituciones públicas, el tema de la RSE es considerado todavía en general como un tema incipiente, lo que explica la falta de una política pública explícita e integral en este campo y el desigual desarrollo de la iniciativa privada en comparación con la pública. Este hecho se liga con la inexistencia de un consenso básico sobre el tipo de instrumentos públicos a primar y la inexistencia en muchos casos de espacios de diálogo público y privado en esta materia.

- A pesar del interés creciente que despierta el tema de la RSE entre las empresas, en general la presión existente por parte de la sociedad civil y empresarial latinoamericana es todavía baja en comparación con la realidad existente en otros ámbitos geográficos (i.e. EE.UU. o Europa). En este sentido, el tema RSE no está planteado como un problema a resolver en la mayoría de las empresas, en parte debido tanto al propio desconocimiento y confusión existente sobre el tema entre las empresas como a la menor presión ejercida a las PyMEs¹⁵⁰. En cualquier caso, la RSE es percibida por los propios actores como un tema que ha llegado para quedarse¹⁵¹.
- En el caso de algunos países (i.e. Venezuela), en los últimos años la conflictividad política existente ha creado un ambiente de relaciones tensas entre el empresariado y las principales instancias del gobierno nacional, hecho éste que explica en buena medida la ausencia de programas públicos permanentes que intenten promover una mayor participación de la empresa privada en actividades de interés social.

b) Medidas de apoyo existentes

Por lo que se refiere a la caracterización de las medidas e iniciativas que estas instituciones desarrollan para fomentar la RSE entre las empresas latinoamericanas en general y en especial entre las PyMEs¹⁵², y en consonancia con el propio perfil de las entidades, la mayor parte de las iniciativas existentes tienen un carácter privado, de manera que las medidas públicas destinadas a financiar directamente las actividades de RSE son escasas y presentan un carácter parcial (por ejemplo, apoyando proyectos de capacitación general de los trabajadores o mejoras en sus condiciones de seguridad e higiene laborales).

Por otro lado, y desde un punto de vista temporal, resulta interesante subrayar que la mayor parte de las medidas e iniciativas existentes son relativamente recientes en el tiempo, de manera que la inmensa mayoría de las mismas se han desarrollado desde la segunda mitad de la década anterior.

Las medidas/iniciativas existentes cubren un espectro muy amplio de actividades, siendo las más frecuentes las actividades de sensibilización, difusión y fomento de la RSE a través de la publicación de guías (ver ejemplos en Brasil, Chile, El Salvador y Venezuela) o la organización de seminarios, encuentros e intercambios de prácticas exitosas (ver ejemplos en Argentina, Chile, El Salvador, México y Venezuela).

También resulta relativamente común la oferta de formación, capacitación y asesoramiento para la realización de actividades socialmente responsables por parte de las empresas (ver ejemplos en Argentina, Chile, Colombia, El Salvador, México, Perú y Venezuela). Estas iniciativas suelen contemplar la provisión de asistencia técnica y/o de formación de los recursos humanos de las empresas participantes, teniendo como objetivo principal el desarrollo sostenible para la mejora de la comunidad, el medio ambiente y las condiciones laborales de los trabajadores de las empresas. En cuanto a las instituciones académicas, su papel se centra principalmente en la docencia, la capacitación y la investigación en la materia aunque también colaboran con otras instituciones en programas de RSE de cara al fomento del desarrollo sostenible en los distintos países.

Cabe destacar asimismo la existencia en varios países (i.e. Argentina, Brasil, Chile o México) de una serie de medidas destinadas a fomentar la creación de redes y la cooperación entre empresas y otros organismos (en ocasiones públicos) en materia de acciones ligadas con la RSE.

Por su parte, las medidas específicamente dirigidas a empresas pequeñas y medianas pueden catalogarse de relativamente escasas, al menos en comparación con el conjunto total existente, lo que revela que las estrategias de las organizaciones que trabajan en la promoción del concepto de RSE han estado dirigidas a la gran empresa y en menor dimensión a la mediana, donde todavía no existe en general una estrategia definida para llegar a la micro y pequeña empresa.

En concreto, pueden destacarse los siguientes ejemplos:

- El programa de “**Fortalecimiento de la RSE en las relaciones entre empresas grandes y pequeñas**” del Instituto Ethos brasileño, dirigido a fomentar la cooperación entre las empresas pequeñas y grandes de acuerdo con los criterios de RSE.
- El programa de “**Adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en la Pequeña y Mediana Empresa en Chile**” financiado por el Fondo Multilateral de Inversiones del BID, encaminado a incrementar la competitividad de las PyMEs chilenas a través de la incorporación de la RSE en sus prácticas empresariales, ofreciéndoles para ello formación en la materia.
- El “**Pacto Global**” de las Naciones Unidas con la **Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Chile**, representa un acuerdo por el que las empresas firmantes se comprometen a enmarcar su comportamiento corporativo dentro de normas de responsabilidad social.
- La **Norma PYME** en Chile, instrumento objetivo para certificar un primer nivel de gestión permite actuar de forma implícita sobre áreas ligadas con la RSE.
- El programa de “**Fomento de las prácticas de RSE en PyMEs**” de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, que divulga el concepto de RSE presentando diez casos de empresas que han adoptado prácticas de este tipo
- El programa “**RSE en la región**” de Perú 2021, con el fin de sensibilizar a los empresarios nacionales, con una orientación específica hacia el colectivo de PyMEs.
- Programa de “**Crédito Fiscal para la Capacitación**” de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional de la Nación (SEPYME) en Argentina
- “**Programa de Calidad y Modernización**” desarrollado por la Secretaría de Economía del Gobierno del Distrito Federal de México, que ofrece a las empresas y a sus trabajadores acciones de capacitación, consultoría y apoyo técnico.

Conviene recordar además que la organización salvadoreña FUNDEMAS tiene previsto focalizar sus actividades de manera creciente hacia las micro, pequeñas y medianas empresas nacionales a partir del 2005 como consecuencia de un convenio firmado con el BID-OEA. Finalmente, resulta interesante subrayar el programa peruano **Fondo Nacional de RSE**, impulsado por el Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (PROMPYME) y que trata de constituir un fondo público con financiación externa del BID para abajo, de PROMPYME y del sector privado, para co-financiar experiencias de PyMEs que desarrollen programas de RSE. En cualquier caso, esta medida aún se encuentra en fase de planeamiento y no ha sido todavía ejecutada.

c) Premios y sistemas de indicadores existentes

En diversos países se han desarrollado diversos reconocimientos en forma de premios y galardones, que acreditan el cumplimiento de una serie de comportamientos socialmente responsables (ejemplos en Anexo 3 de Argentina, Brasil, Chile, México y Perú), así como diversos indicadores para medir la RSE (ver también ejemplos en Anexo 3 de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, México y Venezuela).

Desde un punto de vista PYME, es posible apreciar la existencia de un número limitado de premios o sistemas de indicadores de RSE específicamente dirigidos hacia este colectivo. Así, y con relación a premios disponibles, destacan el “**Premio Ciudadanía Empresarial**” y el “**Premio a la Gestión Ambiental en Industrias y Municipios Pequeños y Medianos**”, ambos en Argentina, o el premio “**Balance Social**”, concedido por el Instituto Ethos en Brasil (ver Cuadro 5.3).

Cuadro 5.3 Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE dirigidos específicamente a PyMEs

Premio	Institución	País	Breve descripción
Premio Ciudadanía Empresaria	Cámara de Comercio de los EE.UU. (AMCHAM)	Argentina	Premia las buenas prácticas empresariales en RSE. En los últimos años, se ha hecho hincapié en las PYMES.
Premio a la Gestión Ambiental en Industrias y Municipios Pequeños y Medianos	Fundación MAPFRE y Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)	Argentina	Premia aquellos pequeños y medianos municipios e industrias que, a través de una Gestión Ambiental, hayan solucionado problemas ambientales.
Premio Balance Social	Instituto Ethos	Brasil	Premio a los mejores balances sociales referentes a actividades en RSE, en tres categorías fundamentales, esto es, regional, micro, pequeñas y medianas empresas y gran premio nacional

Fuente: Informes nacionales

Por su parte, y por lo que se refiere a sistemas de indicadores de RSE especialmente destinados a PyMEs, destacan la “**Guía práctica de RSE para PYME**” en Argentina, las dos guías del Instituto Ethos en Brasil “**Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas**” (Herramienta de Autoevaluación y Planificación – Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidad Social Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas) y “**Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo**” (Responsabilidad Social Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas – Paso a Paso), el **Proyecto Avina** en Chile (ver Cuadro 5.4) y, finalmente, el programa de “**Fomento de las prácticas de RSE en PyMEs**”, desarrollado por el Comité de Jóvenes Profesionales y Empresarios de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador para divulgar el concepto de RSE entre las PyMEs.

Cuadro 5.4 Descripción del Proyecto Avina

Objetivos propuestos:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de un Balance Social para reportar la RSE de las PyMEs. 2. Apoyo de las grandes empresas para apoyar la RSE en las PyMEs.
Principales resultados obtenidos:
<p>Constitución de un consejo asesor y de apoyo que acompañe el proyecto en todo su desarrollo, formado por instituciones del sector público y privado.</p> <p>CORFO (Corporación de Fomento de la Producción) acepta la RSE como elegible para sus instrumentos de Fomento. Esto significa contar con recursos del Estado para trabajar con las PyMEs en la incorporación de RSE desde la perspectiva de un modelo de Gestión que busca mejorar la calidad, productividad y competitividad del sector.</p> <p>Se ha elaborado el Primer Balance Social para el sector PYME (15 PyMEs chilenas han participado en este Balance), lo que les permite reportar sus actividades de RSE de manera pública a todos sus segmentos de interés. Este Balance Social incluye seis áreas principales, esto es, i) indicadores financieros (ventas, planilla, impuestos); ii) indicadores internos (salud, capacitación, bienestar, alimentación, etc.); iii) indicadores externos (proyectos culturales, deportivos, comunitarios, donaciones, etc.); iv) indicadores de empleo; v) indicadores de medio ambiente (obtención, uso y devolución de recursos, entre otros); vi) indicadores de ciudadanía empresarial (marketing, relación con proveedores, accidentes, etc.)</p>
Actividades futuras:
<p>Cara a futuro, la iniciativa comprende seguir trabajando durante los próximos años en esta materia a través del desarrollo de una metodología de diagnóstico, implementación y verificación de RSE en las PyMEs chilenas.</p>

Fuente: Informe nacional chileno

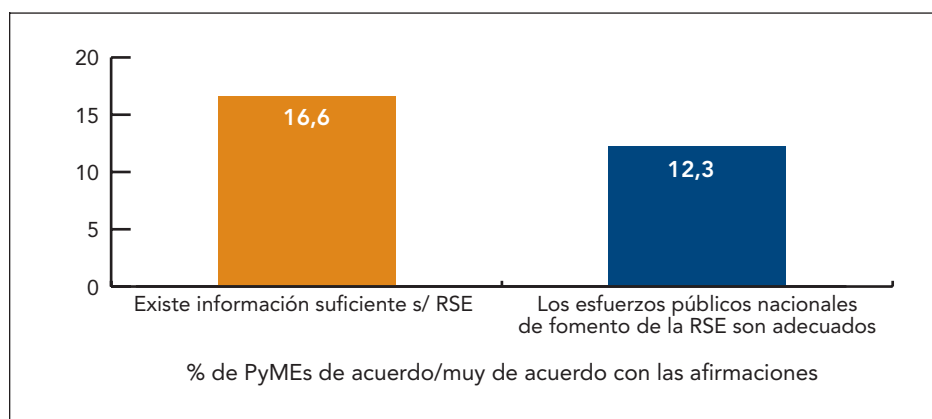
5.3. LA INTERVENCIÓN PÚBLICA EN APOYO A LAS ACTIVIDADES DE RSE DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LAS PROPIAS PYMES LATINOAMERICANAS

La sección anterior ha presentado una valoración cualitativa de la oferta existente de apoyo a las actividades de RSE entre las empresas latinoamericanas en general y las PyMEs en particular. Mientras, la presente sección se propone estudiar cual es la percepción que las propias PyMEs latinoamericanas tienen sobre las acciones que las diversas instituciones públicas realizan para fomentar las actividades de RSE entre las empresas en general. En este sentido, la Encuesta RSE-PyMEs¹⁵³ recoge dos preguntas relacionadas con esta temática, esto es, y por un lado, i) ¿existe información suficiente relativa a la RSE en el ámbito empresarial del país? y ii) ¿son adecuados los esfuerzos desarrollados hasta el momento por las entidades públicas nacionales para desarrollar las actividades de RSE entre las empresas nacionales?

Atendiendo a los resultados obtenidos, en general puede afirmarse que las valoraciones de las PyMEs son en general muy pobres, lo que revela la existencia de un gran campo de acción futuro en este campo. Así, solamente un 16,6% del conjunto de PyMEs

latinoamericanas está de acuerdo o muy de acuerdo con la afirmación de que “la información existente sobre RSE en el país es suficiente”, porcentaje éste que baja al 12,3% en el caso de las PyMEs que están de acuerdo o muy de acuerdo con que “los esfuerzos realizados por las entidades públicas nacionales para el desarrollo de la RSE entre las empresas son adecuados” (ver Gráfico 5.1).

Gráfico 5.1 Valoraciones de las PyMEs latinoamericanas sobre las acciones nacionales desarrolladas para el fomento de la RSE

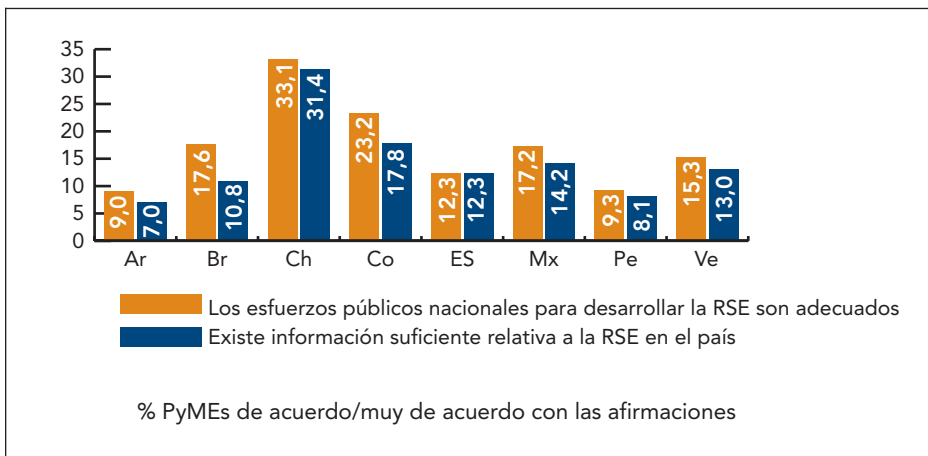


Esta negativa percepción es extensible independientemente de consideraciones ligadas con otras variables como el tamaño empresarial, el sector económico, el grado de implantación de las actividades de RSE, la presencia de actividades exportadoras o la situación económica de la empresa. Si acaso, los datos disponibles confirman una visión aún más pesimista sobre los esfuerzos realizados en el desarrollo de las actividades de RSE por las entidades nacionales entre las PyMEs más grandes, de forma que sólo un 8,5% de estas empresas está de acuerdo con la adecuación de estos esfuerzos frente al 12,3% en el caso de las PyMEs más pequeñas.

Por su parte, y aunque esta valoración negativa es extensible a todos los países considerados, es posible apreciar algunas diferencias importantes entre los mismos. Así, son las PyMEs chilenas y colombianas las que presentan las mejores valoraciones, mientras que las más críticas son las peruanas y las argentinas. Por dar un dato, y mientras un 31,4% y un 17,8% de las PyMEs chilenas y colombianas están de acuerdo o muy de acuerdo con la adecuación de los esfuerzos realizados por las entidades públicas para el desarrollo de la RSE entre las empresas nacionales, estos porcentajes no llegan al 8,1% y 7,0% en el caso de las PyMEs peruanas y argentinas (ver Gráfico 5.2).

Ligado con el punto anterior, uno de los elementos más controvertidos se refiere al tipo concreto de intervención pública más deseable en el ámbito de la RSE. Así, y mientras algunos grupos de opinión se orientan a preservar la naturaleza voluntaria y eminentemente privada de la RSE, otros sectores consideran que el sector público puede asumir tareas tanto de información y promoción o incluso de regulación que favorezcan el desarrollo de estas actividades.

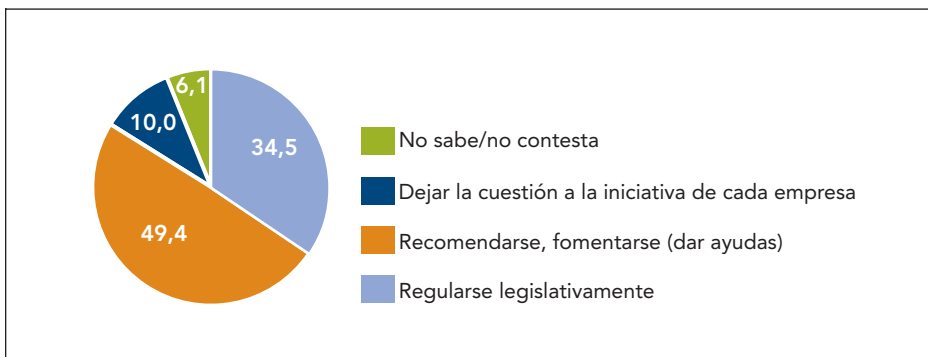
Gráfico 5.2 Valoraciones de las PyMEs latinoamericanas sobre las acciones nacionales desarrolladas para el fomento de la RSE, por países



Los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs permiten aportar información sobre la opinión de las propias PyMEs en torno a la conveniencia o no de regular legislativamente el desarrollo de actividades de RSE entre las empresas. En este sentido, la encuesta pidió a las empresas que eligieran de acuerdo con su propio criterio una de entre tres posibilidades, esto es, las actividades ligadas con la RSE deben i) “regularse legislativamente”, ii) “recomendarse/fomentarse” o, finalmente, “dejar la cuestión a la iniciativa de cada empresa”.

Según los resultados disponibles (ver Gráfico 5.3), la mayor parte de las empresas sugieren con respecto a las actividades de RSE la conveniencia de una aproximación “ligeramente intervencionista”, en el sentido de que estas actividades deben fundamentalmente recomendarse y/o fomentarse (la mitad de las PyMEs o el 49,4% optan por esta solución), en tanto que sólo un 10% de las empresas proponen que las actividades de RSE deben ser dejadas a la propia iniciativa individual de cada empresa (“aproximación liberal”). Por su

Gráfico 5.3 Opinión de las PyMEs latinoamericanas respecto a la conveniencia de regular las actividades de RSE



Total empresas.

parte, hasta un 34,5% de las PyMEs latinoamericanas indican la conveniencia de que las actividades de RSE sean reguladas mediante legislación “ad-hoc”, de forma que su cumplimiento pase a ser “regulado” desde un punto de vista legal. Finalmente, sólo un 6,1% de las PyMEs no tiene una opinión al respecto.

Por otro lado, resulta interesante comprobar que esta percepción general es independiente de consideraciones ligadas con el tamaño empresarial o el sector en el que las empresas desarrollan su actividad. Mientras, la inclusión de la variable país permite comprobar que, en general, la preferencia manifestada por las PyMEs hacia la posibilidad de que las actividades de RSE sean recomendadas y/o fomentadas es compartida en todos los países seleccionados, con la única excepción de Chile. En este país, la mayor parte de las empresas (concretamente el 48,4%) se manifiestan a favor de la conveniencia de que las actividades de RSE sean reguladas legislativamente, frente al 39,8% que apuestan por su recomendación y/o fomento (ver Cuadro 5.5). Por contra, esta percepción es precisamente la inversa en el resto de países, destacando en este sentido los casos de Argentina, El Salvador y Perú, donde más de la mitad de las empresas optan por la conveniencia de la recomendación y/o fomento. También conviene subrayar el caso brasileño, con el porcentaje más alto entre los países analizados de PyMEs que optan porque la cuestión de la RSE sea dejada a la iniciativa individual de cada empresa (concretamente el 14,3% de respuestas).

Cuadro 5.5 Opinión de las PyMEs latinoamericanas respecto a la conveniencia de regular las actividades de RSE, por países latinoamericanos

	Países							
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve
Regularse legislativamente	37,0	26,0	48,4	39,7	30,5	42,9	28,0	39,9
Recomendarse, fomentarse (dar ayudas)	55,0	49,6	39,8	49,3	50,0	48,6	50,7	42,4
Dejar la cuestión a la iniciativa de cada empresa	1,0	14,3	11,0	8,2	10,8	8,6	9,3	10,6
No sabe/no contesta	7,0	10,1	0,8	2,7	8,7	0,0	12,0	7,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Total empresas

6. IMPLICACIONES INSTITUCIONALES Y DE POLÍTICA PARA PROFUNDIZAR LA RSE ENTRE LAS PYMES LATINOAMERICANAS

6.1. INTRODUCCIÓN

En general, los resultados aportados tanto por la encuesta como por el análisis de la literatura existente sobre el tema de la RSE entre las PyMEs latinoamericanas muestra que la gran mayoría de las mismas realizan acciones y actividades en este ámbito (especialmente en su vertiente interna), a pesar de desconocer formalmente en muchos casos el propio concepto de RSE.

Además, los datos muestran que, en general, las actividades socialmente responsables tanto para con la comunidad como las de carácter medioambiental tienen entre las PyMEs latinoamericanas un carácter predominantemente reactivo, esporádico, y fragmentado, donde estas actividades no están mayoritariamente incorporadas a la estrategia y la visión de la empresa. Por el contrario, las actividades de RSE interna no sólo están mucho más extendidas entre las PyMEs latinoamericanas sino que además son las actividades más ligadas con la estrategia empresarial, hechos ambos que revelan una fuerte preocupación de las PyMEs tanto hacia los aspectos de gestión como hacia sus propios trabajadores y empleados, aspectos con los que la gerencia está más familiarizada.

La información disponible permite comprobar por otro lado que las principales barreras percibidas por las PyMEs y que dificultan su participación en actividades de RSE se refieren fundamentalmente a la falta de recursos, tanto financieros como de tiempo, así como a una falta de concienciación en la gerencia de las empresas sobre la conveniencia de estas actividades, bien por una falta de planteamiento o bien porque las empresas consideran que las actividades de RSE no les competen. Estas barreras aparecen más nítidas cuanto más pequeñas son las empresas.

Finalmente, los datos muestran que, en general y con la excepción de algún país concreto, las PyMEs nacionales valoran muy pobremente tanto la información existente sobre RSE como los esfuerzos realizados por las entidades públicas nacionales para el desarrollo de la RSE, donde las PyMEs sugieren ampliamente que las entidades públicas intervengan frente a un porcentaje muy minoritario que apuesta por que las actividades de RSE sean dejadas a la propia iniciativa individual de cada empresa. En este sentido, las PyMEs se

decantan por una intervención pública ligada preferentemente con actividades de recomendación y/o fomento frente a actividades regulativas mediante legislación “ad-hoc”.

A la vista de estos resultados, y como colofón a este estudio, la pregunta que surge inmediatamente se refiere a “¿qué se puede hacer para profundizar en la adopción de prácticas de RSE entre las PyMEs latinoamericanas y a quién compete la responsabilidad?”. Esta última sección tratará de responder a esta pregunta, para lo cual se proponen una serie de implicaciones institucionales y políticas.

6.2. APOYO DEL SECTOR PÚBLICO

Los resultados del estudio muestran las expectativas de las PyMEs de que los gobiernos jueguen un papel en la promoción de la adopción de prácticas responsables, a través de instrumentos de apoyo aun cuando no de coerción o de regulación. En este sentido las PyMEs latinoamericanas muestran una opinión bastante coherente con empresas de mayor tamaño y de otras regiones del mundo. Es una posición relativamente natural: ayúdame, pero no me obligues. Este estudio también muestra que las PyMEs consideran los mecanismos de apoyo público como insuficientes o inefectivos, aunque ello puede reflejar precisamente el desconocimiento de su existencia y contenido, lo cual sería de esperar ante el resultado relativamente generalizado de desconocimiento de las prácticas de RSE por parte de las PyMEs (a excepción de las prácticas de tipo interno, que son buenas prácticas de gestión empresarial). La discusión que sigue considera tanto las políticas públicas que serían deseables como las instituciones que podrían proporcionar el apoyo.

6.2.1. Políticas públicas¹⁵⁵

La primera obligación de la actividad pública es la de generar un escenario estable económica, política y socialmente que permita a las empresas en general y a las PyMEs en particular prosperar y desarrollar sus actividades con éxito. La creación de un marco legal y administrativo justo en lo social y favorable en lo empresarial, así como velar por su cumplimiento, es una condición necesaria para el desarrollo de la RSE, especialmente en aspectos relativos a condiciones laborales, protección al consumidor o protección medioambiental.

En este sentido, el primer escalón de la responsabilidad social empresarial es el cumplimiento de la legislación vigente. Sin embargo, el estudio ha mostrado que el cumplimiento de las obligaciones legales no es una realidad completa entre las PyMEs, especialmente entre las empresas más pequeñas de algunos países. Solamente el incremento de la presión para el cumplimiento de la normativa laboral y medioambiental (y en su caso, la ampliación y desarrollo de la misma) permitiría un punto de apoyo clave para el impulso de las actividades de RSE, especialmente en los campos interno y medioambiental¹⁵⁶. Sin embargo, es de destacar que la imposición del cumplimiento sólo puede darse dentro de lo que podríamos llamar un marco legal e institucional completo, que contenga además de las medidas obligatorias, los remedios legales efectivos y eficientes en caso de deficiencias o abusos de poder o en los casos en que el costo de la regulación es excesivo. La mayoría de los países en vías de desarrollo tienen las legislaciones y

regulaciones de la actividad empresarial responsable básicas, pero carecen de los mecanismos para asegurar su cumplimiento, pudiéndose dar el caso de forzar a la empresa a un comportamiento irresponsable (léase corrupción) para poder seguir operando. Existe, por ejemplo, la legislación laboral y los inspectores visitan a la empresa para asegurar su cumplimiento, pero en ocasiones no con la intención de asegurar su cumplimiento sino con el propósito del beneficio personal, sin recurso de protección para el empresario. O puede darse el caso de que la legislación sea tan onerosa, que el empresario prefiera el castigo al cumplimiento. El marco legal e institucional incompleto es un gran desincentivo al comportamiento responsable.

Dependiendo del grado de desarrollo legal e institucional del país podría llegar a ser preferible legislar, regular y asegurar el cumplimiento de un número reducido de actividades que se consideren no negociables y básicas y dejar a la empresa y a sus partes interesadas las motivaciones para el comportamiento responsable. Esta regulación legislativa debería afectar especialmente a cuestiones de obligatorio cumplimiento por su importancia y repercusión (contratación laboral, seguridad social, seguridad y salud laboral, impacto medioambiental, etc.), mientras que otros aspectos de tipo externo y social estarían necesitados más bien de apoyo e impulso público. Conviene recordar aquí que, para muchas PyMEs, las obligaciones legales y administrativas suelen ser más gravosas que para las empresas grandes ya que no cuentan con los recursos (tiempo, personal, etc.) que cuentan aquellas. La línea divisoria entre lo que debe ser obligatorio (y sólo debe ser obligatorio aquello que se puede forzar su cumplimiento) y voluntario depende de ese nivel de desarrollo relativo y del poder del sector empresarial en el país.

6.2.2. Acciones públicas

Las autoridades públicas deben adoptar un papel más activo en el diseño e implementación de programas destinados a fomentar las actividades de RSE entre las empresas en general y las PyMEs en particular, especialmente en aquellos campos en los que se observa una menor implicación empresarial (i.e. las actividades de RSE externa o medioambiental y algunos aspectos de la RSE interna como las actividades formativas, por ejemplo).

En este sentido, acciones públicas posibles a implementar incluyen el desarrollo de un programa coherente de información sobre la legislación, regulaciones, sus instituciones y consecuencias, programas de apoyo a la PyME cuando se encuentran problemas en el cumplimiento de esas disposiciones, programas de disseminación de buenas prácticas, de consecuencias de comportamiento, etc¹⁵⁷. También es necesario el apoyo a programas privados de capacitación, especialmente en temas que producen beneficios sociales y económicos al país (por ejemplo, en temas de medio ambiente, reciclaje, conservación energética, empleo de poblaciones en desventaja social, etc.). Los gobiernos deberían tomar el liderazgo en mostrar al sector privado las ventajas del comportamiento responsable, tanto para las mismas empresas como para el país como un todo, en su desarrollo nacional y en su competitividad internacional. Una manera de hacerlo es promover que el sector privado y los gobiernos locales organicen eventos de difusión.

Otras acciones públicas incluyen el reconocimiento (incentivos laborales, distintivos, premios) destinados a distinguir y favorecer a aquellas empresas en general y PyMEs en particular que se muestren especialmente activas en sus prácticas responsables. La minimización de las barreras que impiden la involucración de las PyMEs en las actividades de RSE, debe ser otra línea prioritaria de actuación pública. En este sentido no faltan los que abogan por incentivos fiscales como lo serían los desgravámenes de las donaciones o los préstamos subsidiados con recursos públicos. No obstante, estos incentivos pueden tener un elevado costo para el Estado, que en la mayoría de los países en vías de desarrollo difícilmente dispone de recursos suficientes para hacer frente a sus compromisos sociales. Creemos que el apoyo con recursos públicos debe limitarse a vencer obstáculos y compensar por el beneficio social de ciertas prácticas. Por ejemplo, ayudas para cubrir parte del costo de estudios de eficiencia energética o parte del costo de la adquisición de equipos o tecnologías que sean energéticamente más eficientes o que reduzcan la contaminación.

Otras líneas de actuación pública pasan por el fomento de la transferencia de “know-how” desde las empresas grandes hacia las pequeñas (por ejemplo a través del desarrollo de la cadena de proveedores), el fomento de la creación de redes empresariales, el desarrollo de indicadores de RSE especialmente adaptados para las PyMEs, el desarrollo de requerimientos sociales y/o medioambientales para poder participar en concursos públicos o para beneficiarse de ayudas públicas o, finalmente, el fomento de las actividades de reporte de las actividades de RSE realizadas.

Toda esta temática de acciones públicas no debe considerarse limitada a los gobiernos nacionales, aunque quizás sean éstos los que mayores recursos tengan. Sin embargo, por la naturaleza de las PyMEs y su contribución al desarrollo local, estas acciones también deben involucrar a los gobiernos locales, que están más cerca, conocen mejor el sector de sus localidades y pueden intervenir de manera más focalizada.

Finalmente, el estudio ha constatado la inexistencia, en la totalidad de los países latinoamericanos analizados, de una institución u organización pública que se dedique de manera específica a la temática RSE. La existencia de una institución de este tipo permitiría lograr la creación de una agenda coordinada que integre las diversas actividades ligadas con la RSE que se realizan desde la actividad pública y que, por otra parte, aglutine y coordine formalmente el trabajo tanto de los actores privados y las organizaciones sin ánimo de lucro, como de las Universidades y centros de educación e investigación.

El Anexo C presenta una compilación de las instituciones y programas de apoyo, públicos y privados, disponibles en los países estudiados.

6.3. APOYO DE INSTITUCIONES DEL SECTOR PRIVADO

6.3.1. Desarrollo institucional

Del estudio ha quedado claro que las PyMEs por su naturaleza (falta de recursos, de conocimiento, de incentivos, ámbito de actuación reducido, etc.) no son un terreno fértil para la adopción espontánea de prácticas de RSE, salvo las internas, que le son más naturales y cuyos beneficios son relativamente tangibles. Por ello, el desarrollo de la RSE entre las PyMEs latinoamericanas requiere su fortalecimiento institucional y de sistemas de apoyo tanto públicos como los descritos arriba, como privados, descritos a continuación.

Una de las necesidades más apremiantes es dotarlas de todas las capacidades técnicas que les permitan aumentar su productividad y su competitividad (mejoras en la gestión y administración, establecimiento de patrones de calidad, actividades de planificación y control, etc.). Sin esas capacidades administrativas básicas, las PyMEs no serán capaces de emprender con éxito ninguna iniciativa de RSE. El estudio ha mostrado que la propia comprensión del concepto de RSE y de las ventajas derivadas para la empresa de su aplicación es relativamente deficiente entre las PyMEs, especialmente entre las más pequeñas y las microempresas. Por ello, acciones destinadas tanto a solventar esta carencia, como a explicar las ventajas y beneficios derivados para la empresa y para la sociedad son necesarias. Por su parte, y para garantizar su éxito, estas acciones de difusión/diseminación deben ser especialmente adaptadas a la realidad de las PyMEs y no una mera copia de instrumentos utilizados para empresas grandes, donde los mensajes deben ser lo más simples y progresivos posibles y siempre adaptados a la realidad sectorial y local de las PyMEs a los que se dirigen.

En este sentido, el propio concepto de RSE debe ser adaptado a las prácticas habituales y más comunes que realizan las PyMEs, por lo que tratar de promocionar el concepto de RSE en toda su integridad puede ser contraproducente en gran medida. Además, los mensajes deben incidir en los efectos positivos que para la propia competitividad de la empresa se puede esperar de su participación en las actividades de RSE (en términos de mayor motivación de los empleados, mejor imagen pública y social, mejores accesos a fuentes externas de financiación, reducción de costes, etc.), sin olvidar los elementos éticos y altruistas que explican en muchos casos la implicación activa de las PyMEs en actividades social y medioambientalmente responsables (utilizar el argumento del “sentirte bien”). En cualquier caso, no conviene perder de vista que, en muchos casos, resulta difícil para las PyMEs valorar de una manera racional los efectos positivos de estas actividades en la marcha de su negocio, habida cuenta tanto de la propia naturaleza de las acciones apoyadas como de la falta de instrumentos internos para su medición.

Uno de los instrumentos de difusión más efectivos que pueden pensarse se refiere a la diseminación de ejemplos dónde se muestren y documenten casos concretos de buenas prácticas en otras PyMEs y los efectos positivos derivados de las mismas. El uso de este tipo de instrumentos puede ser muy esclarecedor para las PyMEs, especialmente si cuentan con una mirada específica sectorial, para lo cual el concurso de las asociaciones

gremiales debe ser prioritario. Aún cuando las experiencias de las grandes empresas no sean replicables en la PyME, su efecto demostrativo y su transmisión a través de la cadena de suministros pueden constituir un estímulo para estas empresas. Por otro lado, las acciones de la sociedad civil y la incorporación de los medios de comunicación, especialmente aquellos claramente dirigidos a los empresarios, puede contribuir al éxito de las actividades de difusión realizadas. Todas estas instituciones del mismo sector privado tienen un papel clave.

6.3.2. Asociaciones empresariales

Si bien el desarrollo institucional mencionado arriba es tarea de muchos, incluyendo el sector público y las instituciones internacionales, probablemente el colectivo mejor situado son las asociaciones empresariales, especialmente las de carácter local y con sesgo hacia la PyME. Estas instituciones suelen estar cerca de estas empresas, conocen su realidad y en muchos casos, gozan de su confianza. En contraste, suelen ser instituciones que también adolecen de baja capacidad en el tema de responsabilidad empresarial. Parece ser un círculo vicioso y así es. Una manera de romperlo es que las instituciones internacionales y las asociaciones empresariales nacionales fortalezcan estas instituciones locales en su capacidad de desarrollar ejemplos y promover foros locales convenientes para las PyMEs. En cualquier caso, estas asociaciones empresariales son una pieza clave en la promoción de las prácticas responsables.

6.3.3. Grandes empresas

Las grandes empresas también pueden ser un factor impulsor no solamente a través del efecto demostrativo sino además a través de sus actividades de compras en la cadena de suministros. Una de las responsabilidades sociales de la gran empresa debería ser contribuir al desarrollo de su homóloga pequeña. La gran empresa puede actuar como si fuera una asociación empresarial en la comunidad en que opera, con las PyMEs de su entorno y no solamente de sus suministradores. Debe también preocuparse de que su asociación gremial (generalmente poderosa) se preocupe de dar asistencia técnica en estos temas a la asociación gremial de la PyME (generalmente débil). En cuanto a la cadena de suministradores, es casi natural que para promover su bienestar, la gran empresa promueva las prácticas responsables de sus suministradores; en algunos casos es una obligación para que la propia empresa acceda a mercados exteriores. Es así como se ha iniciado la gran mayoría de las prácticas responsables en PyMEs que venden a mercados desarrollados o a empresas multinacionales. Tanto las políticas públicas como las acciones de la sociedad civil nacional e internacional y de los organismos internacionales deberían incluir este componente como factor de promoción de las prácticas en las PyMEs.

6.3.4. Sociedad Civil y medios de comunicación

Ninguno de estos dos colectivos se preocupa mucho de la responsabilidad de las PyMEs y en ambos casos es porque no tienen los incentivos. Las organizaciones de la sociedad civil creen tener más impacto y ciertamente tienen mayor visibilidad si se involucran con las grandes empresas. Los medios de comunicación, en la búsqueda de noticia, tienen

incentivos parecidos. Sin embargo, si ambos colectivos pudieran apreciar el impacto que las PyMEs tienen sobre la actividad económica y el empleo, como se destaca al comienzo de este libro, sus incentivos deberían cambiar. Ambos tienen mucho que aportar a la adopción de prácticas responsables. En el primer caso a través de la diseminación de experiencias y el reporte de prácticas irresponsables y en el segundo caso reconociendo y divulgando buenas prácticas y exponiendo las malas. Gran impacto podrían tener segmentos audiovisuales o escritos dedicados a las prácticas responsables de las PyMEs.

6.3.5. Universidades y otras instituciones

El estudio realizado ha mostrado la existencia en Latinoamérica de un número relativamente escaso de investigaciones e informes relativos a la RSE, especialmente desde la pequeña y mediana empresa. Por tanto, es necesario apoyar la investigación y la elaboración de documentos/informes sobre el tema y siempre desde una perspectiva lo más amplia posible, de forma que la RSE se vincule a los diferentes ámbitos del quehacer empresarial y de la actividad económica en general. En este sentido, los centros de investigación y las Universidades deben tener un papel preponderante en estas tareas, generando así conocimiento básico sobre la RSE que sirva tanto para guiar el debate y la elaboración de las políticas económicas como para difundir el concepto en todo el tejido económico a través de documentos conceptuales y de buenas prácticas. En este sentido es destacable la labor que realizan las universidades participantes en este estudio y las que son miembros del Social Enterprise Knowledge Network, SEKN, que agrupa a ocho universidades latinoamericanas y a Harvard. Además, y en el caso concreto de las universidades, éstas tienen un papel específico en la formación y capacitación de grado y postgrado sobre el tema RSE de los futuros dirigentes empresariales y políticos. Aún cuando no lo demostró el estudio, también existe una gran escasez de cursos de capacitación profesional sobre la RSE y en particular para dirigentes de PyMEs, por lo que se deberían desarrollar casos y cursos concretos y prácticos, con énfasis en mostrar los beneficios del comportamiento responsable. Las PyMEs deberían adquirir mayor prioridad para los centros de enseñanza empresarial.

6.3.6. Fomento de la cooperación público-privada

Las prácticas de cooperación entre las entidades públicas y privadas mencionadas anteriormente son claramente un valor a preservar en las estrategias futuras de desarrollo de la RSE, tanto en la esfera privada en que ahora mayormente se sitúan, como en un escenario deseable de mayor intervención pública, en la que la búsqueda de sinergias público-privadas debería ser una constante. En este sentido, una interacción positiva entre las actividades públicas y privadas en el campo de la RSE debe pasar por la construcción de canales de comunicación temática directos y estables entre los agentes públicos y privados en esta materia. Esta potenciación de acciones es relativamente fácil en la teoría, pero muy difícil de implantar y mantener en la práctica. Afortunada o desafortunadamente, la mayoría de los esfuerzos son incipientes y debe aprovecharse su creación o fortalecimiento para asegurarse de que las partes aprecian los beneficios de la sinergia, para que se estructuren en base a la colaboración público-privada. A fin de cuentas se trata de beneficiar a la empresa privada para que mejore su contribución a la sociedad

6.4. APOYO DE INSTITUCIONES INTERNACIONALES

Si bien, como puede deducirse de la discusión precedente, el ámbito de actuación de las PyMEs suele ser preponderantemente de carácter local y las instituciones más efectivas son las que están más cerca de ellas, no debe menospreciarse el papel que pueden jugar las instituciones internacionales. Las instituciones internacionales de desarrollo como el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Mundial o las organizaciones del sistema de las Naciones Unidas están jugando un importante papel en la promoción de la adopción de prácticas responsables en las PyMEs, a pesar de la poca relación directa que tienen con estas empresas. Este apoyo se puede manifestar tanto en apoyos al entorno del proceso de adopción de prácticas, como en apoyo financiero directo e indirecto.¹⁵⁸

Estas instituciones pueden hacer valer su papel de intermediarios desinteresados y su capacidad de convocatoria a los diferentes actores involucrados: gobiernos, sector privado y sociedad civil, incluyendo centros del saber para promover políticas públicas específicas, producir y diseminar buenas prácticas ya sea a través de publicaciones como la que el lector está consultando, a través de conferencias u otros eventos como la serie de Conferencias Interamericanas sobre RSE y los cursos de formación y los foros electrónicos que organiza el Instituto del Banco Mundial¹⁵⁹. Estas instituciones, a través de sus operaciones con los países deben promover la adopción de políticas ambientales, de manejo de recursos humanos, de desarrollo del sector privado, de comercio (particularmente en los tratados de libre comercio), etc. tendentes a estimular un comportamiento responsable. Las organizaciones de las Naciones Unidas a través de la promoción de códigos de comportamiento y de buenas prácticas de reporte del comportamiento (Pacto Global, Derechos Humanos, Derechos de los Trabajadores, entre otros) también contribuyen al comportamiento responsable. Si bien muchas actuaciones no van directamente dirigidas a las PyMEs, las afectan ya sea a través del efecto demostrativo de las empresas mas grandes, ya sea a través de la difusión mas general del conocimiento sobre las buenas prácticas.¹⁶⁰

Desde el punto de vista financiero, los bancos de desarrollo pueden y deben financiar programas tanto directamente para la PyME como para las instituciones que las apoyan. Un buen ejemplo de esto es el programa que el Fondo Multilateral de Inversiones del BID ha desarrollado con Foro Empresa, para el fortalecimiento de las instituciones nacionales de promoción de la RSE, en algunos casos a favor de las PyMEs, así como otros programas para el desarrollo de materiales de entrenamiento, mencionados en el capítulo anterior. Adicionalmente, estos bancos financian programas de transmisión de prácticas responsables de las grandes empresas a las PyMEs, a través de la cadena de suministro. Por otra parte, la selección de las empresas a ser beneficiarias de los programas de financiamiento a las PyMEs debe incluir criterios de comportamiento responsable a ser seguidos durante la ejecución de sus proyectos. Estos programas pueden constituir un estímulo a las prácticas responsables de las PyMEs.

ANEXO A • METODOLOGÍA

El presente estudio se ha propuesto analizar la situación de la responsabilidad social y medioambiental de las empresas (RSE) en Latinoamérica y el Caribe, específicamente en el ámbito de las micro, pequeñas y medianas empresas (entendidas a efectos de este estudio como “PyMEs”).

Para ello, este estudio se ha elaborado en base a una metodología que ha combinado la recopilación de información ya existente (a través de una revisión de literatura y la compilación de un conjunto de medidas y organismos destinados al fomento de la RSE) con la obtención de nueva información (a través de una encuesta ad-hoc a una muestra significativa de PyMEs latinoamericanas y de entrevistas cualitativas con informantes privilegiados). Desde un punto de vista geográfico, la investigación se ha circunscrito a ocho países latinoamericanos y caribeños, esto es, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, El Salvador, México, Perú y, finalmente, Venezuela.

Con este fin, y siempre con el deseo de poder tener acceso a la mejor información disponible, **Ikei** ha contado con la colaboración de diversos socios nacionales en los países anteriormente citados, los cuales han sido los encargados de recoger toda la información de base necesaria. En concreto, los socios nacionales participantes (uno para cada país) han sido investigadores de las siguientes instituciones:

- Argentina: Universidad Católica de Córdoba, PROETICA
- Brasil: Universidad do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos
- Chile: FUNDES Chile
- Colombia: Pontificia Universidad Javeriana
- El Salvador: Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”
- México: Universidad Iberoamericana Ciudad de México
- Perú: Universidad del Pacífico
- Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello

Tal y como puede apreciarse, la mayoría de estos socios nacionales son Universidades pertenecientes a la AUSJAL (Asociación de Universidades Confiadas a la Compañía de Jesús para América Latina), con el apoyo operativo en este caso de la ESTE-Universidad de Deusto y de la secretaría ejecutiva de la Red (ESTE-UD/Ikei/AUSJAL).

Tal y como se ha señalado anteriormente, la metodología utilizada en este estudio ha combinado la recopilación de información ya existente (fundamentalmente una revisión de literatura sobre el tema y la compilación de los principales organismos y medidas de apoyo a la RSE) con la obtención de información primaria, bien sea de orden cuantitativo (a través de un trabajo de encuestación entre PyMEs) como cualitativo (en base a entrevistas con informantes privilegiados sobre el tema).

En concreto, se han delimitado las siguientes cinco grandes tareas generales:

- Tarea I: Una revisión de literatura sobre RSE y PyMEs en el conjunto de los ocho países latinoamericanos seleccionados
- Tarea II: Una encuesta a una muestra previamente delimitada de PyMEs en cada uno de los países latinoamericanos seleccionados. Así mismo, se han incluido ocho estudios del caso (uno por cada país latinoamericano seleccionado) de empresas PyMEs particularmente activas en el campo de la RSE.
- Tarea III: Identificación, descripción y análisis de iniciativas nacionales para incentivar la RSE en el conjunto de los ocho países latinoamericanos seleccionados
- Tarea IV: Realización de diversas entrevistas con informantes privilegiados para aportar información relevante en el conjunto de los ocho países latinoamericanos seleccionados.
- Tarea V: Elaboración de conclusiones y recomendaciones derivados de los resultados del trabajo y elaboración del informe final.

A continuación se detallan los contenidos concretos relativos a cada una de las tareas anteriormente citadas:

Tarea I: Revisión de literatura sobre RSE y PyMEs en el conjunto de los ocho países latinoamericanos seleccionados

Se ha realizado, en el ámbito geográfico de cada uno de los ocho países latinoamericanos seleccionados, una revisión de literatura nacional existente sobre RSE en general, y específicamente sobre la relación existente entre RSE y PyMEs. Con este fin, se han utilizado todos aquellos estudios, libros, artículos o informes existentes sobre el tema y publicados en una fecha posterior a principios de los años noventa. Además, la literatura seleccionada ha podido incluir tanto estudios empíricos (es decir, basados en encuestas) como de opinión (basados en opiniones o conocimiento del autor(es)).

Esta revisión de literatura, realizada por los socios nacionales, ha tratado de dar información sobre diversos aspectos, tales como importancia de las PyMEs en el tejido económico nacional, definición(es) utilizadas en el país sobre RSE, grado de compromiso de las PyMEs nacionales en actividades de RSE, razones/barreras subyacentes entre las PyMEs nacionales para explicar su implicación/no implicación en actividades de RSE,

colaboración inter-empresarial en el campo de la RSE, y, finalmente, indicadores utilizados en el país de estudio para medir la RSE. Los resultados de esta revisión de literatura se pueden encontrar en cada uno de los informes nacionales existentes, además de en el propio Informe latinoamericano consolidado.

En cualquier caso, resulta conveniente subrayar que, en el ámbito de los países latinoamericanos a estudio, se han identificado muy pocos estudios que aporten información empírica referida a PyMEs tanto sobre su grado de compromiso en actividades de RSE como sobre los principales campos y actividades atendidos. Además, la inexistencia de definiciones suficientemente consensuadas sobre RSE tanto en el ámbito latinoamericano como en los propios ámbitos nacionales dificulta en la práctica la comparación efectiva de los resultados obtenidos de la revisión de literatura entre países. Finalmente, la mayor parte de los estudios existentes hacen referencia a actividades sociales para con la comunidad, de manera que existe muy poca información sobre RSE de carácter interno o medioambiental.

Tarea II: Encuesta a una muestra previamente delimitada de PyMEs en cada uno de los países latinoamericanos seleccionados y selección de estudios del caso de empresas PyMEs particularmente activas en el campo de la RSE.

Los socios nacionales han realizado en el ámbito geográfico de cada uno de sus países una encuesta (a partir de ahora “Encuesta RSE-PyMEs”) dirigida a una muestra inicial de 150 PyMEs efectivamente encuestadas, de acuerdo con unas cuotas de sector económico y tamaño empresarial previamente establecidas. En este sentido, los socios nacionales fueron requeridos a seleccionar de manera aleatoria empresas pertenecientes a tres grandes sectores (esto es, 50 empresas manufactureras y de la construcción, 50 empresas del sector comercio y 50 empresas del sector servicios)¹⁶¹ y dos grandes tamaños empresariales, esto es, 75 empresas micro y pequeñas (se entiende a efectos de este trabajo como micro y pequeñas empresas aquellas que tiene entre 1 y 49 empleados) y 75 empresas medianas (a efectos de este trabajo, aquellas empresas que tienen entre 50-249 empleados)¹⁶², de forma que la muestra inicial de empresas a encuestar en cada uno de los países era la siguiente:

Cuadro A.1 Muestra inicial de empresas a encuestar por país

	1-49	50-249	TOTAL
1. Sector manufacturero (sección D- ISIC)	25	25	50
2. Sector comercio (sección G- ISIC)	25	25	50
3. Sector servicios (secciones H, I, J, K- ISIC)	25	25	50
TOTAL	75	75	150

Cada socio nacional fue responsable de identificar la(s) base(s) de dato(s) empresariales que considerara necesario para obtener la muestra a encuestar, en este sentido se han utilizado una amplia gama de bases de datos existentes en los diferentes países, entre las que destaca la base de datos de AILA (Asociación Industrial de América Latina). En general, la muestra fue seleccionada entre las empresas localizadas en el área metropolitana de las propias capitales de cada país¹⁶³.

El cuestionario, totalmente estructurado y cerrado¹⁶⁴, fue desarrollado por **Ikei** y consultado con los socios nacionales, quienes tuvieron oportunidad de revisarlo y enriquecerlo en una reunión de trabajo celebrada en Caracas los días 19 y 20 de Julio, en la que se explicó y revisó la metodología del proyecto en su conjunto.

El proceso de encuesta se realizó entre los meses de Agosto y Noviembre del 2004. Se requirió a los socios nacionales que las entrevistas con las empresas fueran preferentemente presenciales aunque, excepcionalmente, aquellos cuestionarios debidamente completados por teléfono/fax o vía e-mail fueron también aceptados.

Una vez finalizados los procesos nacionales de encuesta, cada uno de los socios nacionales envió todos sus cuestionarios completados a **Ikei** quien, tras comprobar en términos de calidad y consistencia de las respuestas, los aprobó o instó a su corrección parcial o total en el caso de que éstos no estuvieran debidamente cumplimentados.

La distribución final de cuestionarios recibidos y aceptados por país/tamaño empresarial y sector aparece en el Cuadro A.2 Distribución final de cuestionarios recibidos y aceptados por país/ tamaño empresarial y sector económico. Tal y como puede apreciarse, un total de 1.330 cuestionarios fueron finalmente dados por válidos para el análisis.

Cuadro A.2 Distribución final de cuestionarios recibidos y aceptados por país/ tamaño empresarial y sector económico

	Países analizados								Total Latino-américa
	Ar	Br	Ch	Co	ES	Mx	Pe	Ve	
Tamaño (empleo)									
1-49	100	119	118	73	138	105	75	85	813
50-249	76	54	48	77	76	45	75	66	517
Sector económico									
Sector manufacturero (sección D-ISIC)	65	52	52	55	95	50	50	50	469
Sector comercio (sección G-ISIC)	53	42	56	46	81	50	50	52	430
Sector servicios (sección H,I,J,K-ISIC)	58	79	58	49	38	50	50	49	431
TOTAL	176	173	166	150	214	150	150	151	1.330

Tras este proceso de inspección, todos los cuestionarios aprobados fueron grabados informáticamente y explotados por **Ikei**. Los resultados fueron ponderados atendiendo a dos criterios generales, esto es, tamaño empresarial (restituyendo el peso relativo de cada estrato a su peso real en el conjunto de las PyMEs latinoamericanas) y peso del PIB de cada país latinoamericano seleccionado sobre el total de los ocho (restituyendo así el peso de las encuestas de cada país a su peso real en el conjunto).

Posteriormente, los diversos resultados procedentes de la encuesta fueron puestos en manos de los socios nacionales, los cuales han realizado un informe según un guión y un conjunto de tablas propuestas y facilitadas por **Ikei**.

Finalmente, los socios nacionales han realizado un estudio del caso de una PYME nacional particularmente activa en el desarrollo de actividades ligadas con la RSE y que pueda ser considerada una referencia para otras empresas en este campo. Para ello, los socios han presentado la información en base a un formato elaborado previamente por **Ikei**.

Tarea III. Identificación, descripción y análisis de iniciativas nacionales para incentivar la RSE en el conjunto de los ocho países latinoamericanos seleccionados

Los socios nacionales han realizado en el contexto de esta tarea un breve informe que recoge diversa información tanto sobre las obligaciones legales existentes para las PyMEs nacionales en el área de la RSE¹⁶⁵ como sobre las principales instituciones públicas y privadas existentes en el país y destinadas a fomentar la RSE entre las empresas nacionales en general y entre las PyMEs en particular. Además, este informe incluye información tanto sobre el nivel de interacción y colaboración existente entre las instituciones para evitar duplicaciones y fomentar sinergias como sobre las principales dificultades que las instituciones encuentran para el desarrollo de sus actividades y su difusión entre las PyMEs nacionales.

Por otro lado, los socios nacionales han elaborado un catálogo de las iniciativas/medidas públicas y privadas más relevantes (actualmente existentes o muy recientemente concluidas) y destinadas a fomentar las actividades de RSE entre las empresas nacionales en general y entre las PyMEs nacionales en particular. Para facilitar el proceso de recogida de la información, los socios nacionales han debido presentar la información en forma de fichas (formato elaborado por **Ikei**).

Tarea IV. Realización de diversas entrevistas con informantes privilegiados para aportar información relevante en el conjunto de los ocho países latinoamericanos seleccionados.

Los socios nacionales han realizado al menos 3 entrevistas con agentes públicos y privados con el objeto de obtener información cualitativa sobre RSE en PyMEs para de esta forma completar, comparar y enriquecer los resultados obtenidos en el resto de fases de este trabajo. Estas entrevistas, preferentemente personales, se han realizado tentativamente con los siguientes tipos de interlocutores (informantes privilegiados):

- Responsables políticos nacionales en temas de RSE
- Representantes de asociaciones nacionales de PyMEs
- Expertos o investigadores nacionales en el ámbito de las PyMEs y/o la RSE.

Para facilitar estas entrevistas, **Ikei** elaboró un guión de entrevistas y un formato para la presentación de los principales resultados de las mismas.

En concreto, el conjunto de personas e instituciones finalmente entrevistadas por países es el siguiente (ver Cuadro A.3):

Cuadro A.3 Personas y expertos nacionales entrevistados en el marco del estudio

Países	Nombre de las personas entrevistadas y cargo
Argentina	Flavio Fuertes, coordinador Pacto Global Argentina, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo Lic. Raúl Hermida, Vicepresidente de la Bolsa de Comercio de Córdoba Ing. Roberto Kohanoff, Asesor de la Presidencia del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) Augusto Varas, Secretario General de la Unión Obrera Metalúrgica de Córdoba Lic. Elina Fígola, Comunicación Institucional de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (SSEPYME)
Brasil	Olívio Jacobus, Presidente de Fundación Semear y Grupo Sinosserra Sabrina Gomes Regra, Coordinadora Ejecutiva de Fundación Semear y Grupo Sinosserra Márcia Bernardes, asesora de Fundación Semear y Grupo Sinosserra Maria Elena Pereira Johannpeter, presidente de la ONG Parceiros Voluntários Débora Pires, asesora de la ONG Parceiros Voluntários Luiza Simon, secretaria de la ONG Parceiros Voluntários Rosa Maria Bueno Fischer, coordinadora de CEATS (Centro de Emprendimiento Social y Administración en el Tercer Sector, Facultad de Economía, Administración y Contabilidad de la Universidad de São Paulo) Luciana Rocha Mendonça – Bolsista de CEATS
Chile	Juan Carlos Gutierrez, Gerente de Fomento de la Corporación de Fomento a la Producción (CORFO) Ana María Roa, Gerente de Proyecto Vincular Reinaldina Chavarri, Directora de Proyectos de Prohumana Hugo Vergara, líder y Director de Proyecto de Avina
Colombia	Pedro Medina, Director de "Yo Creo en Colombia" Jorge Hernán Cárdenas, Director Ejecutivo de Fundación Corona Roberto Solarte, Integrante del Grupo de Investigación Rethos
El Salvador	Lic. Haydeé de Trigueros, Directora Comisión Nacional de la Mediana y Pequeña Empresa (CONAMYPE) Lic. Julia Evelin Martínez, Ex Directora Ejecutiva de Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios (AMPES); Catedrática Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas" S.J. Francisco Javier Ibisate, Académico, Ex Decano Facultad Economía Universidad Centroamérica "José Simeón Cañas"
México	Lic. Pedro Borda Hartmann, Director del Instituto Nacional para Adultos Mayores Lic. Manuel Arango Arias, Presidente de Concord SA de CV Lic. León Halkin Bider, Presidente de Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN) C.P. Gerardo Barrios Espinosa, Director General de CONCAMIN Lic. Andrés Olivella Landero, Presidente Comisión PYME de CONCAMIN

continuación

Países	Nombre de las personas entrevistadas y carg <i>(continuación)</i>
Perú	Sr. Baltazar Caravedo, Ex presidente de SASE y representante de AVINA Perú Sr. Henri Le Bienvenue, Presidente de Perú 2021 Sr. Rómulo Fernández, Presidente de COMPYMEP, Consejo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Peruana Sr. Iván Mifflin, Director Ejecutivo de PROMPYME, Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa
Venezuela	Libia Berbesi, Gerente FUNDES Venezuela Victor Maldonado, Director Cámara de Comercio de Caracas Charo Méndez, socióloga y consultora empresarial

Fuente: Informes nacionales

Tarea V. Elaboración de conclusiones y recomendaciones derivados de los resultados del trabajo y elaboración de los informes finales nacionales y panamericano.

Tomando como base el conjunto de resultados obtenidos a lo largo de los trabajos nacionales (encuestación a empresas, trabajo de mesa y entrevistas a informantes privilegiados), los socios nacionales han producido un conjunto de conclusiones y recomendaciones procedentes de la información recogida. Posteriormente, estos resultados, junto a las fases anteriores del trabajo, se han incluido en un informe nacional final.

A su vez, y basado en parte en toda la información generada por los diversos socios nacionales y en información nueva generada (especialmente en lo que se refiere a los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs), **Ikei** ha elaborado un informe latinoamericano general, en el que se recoge información para el conjunto de los ocho países latinoamericanos seleccionados.

Finalmente, conviene subrayar que el proyecto en su conjunto ha tenido una duración de 12 meses, siendo iniciado en Junio del 2004 y finalizado en Mayo del 2005.

ANEXO B. DEFINICIONES DE RSE EN AMERICA LATINA

Cuadro B.1 Principales definiciones existentes en los países objeto de estudio sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial

Países	Autor o Institución	Definición de RSE
Argentina	Roitstein, F., "La responsabilidad Social en la Argentina. Tendencias y Oportunidades", Documento de Investigación, Instituto Universitario IDEA, Buenos Aires, 2003	Vínculo que cada empresa, en tanto que actor social, establece y cultiva con sus "stakeholders" – empleados, clientes, proveedores, vecindad en la cual opera – con el fin de constituir una red de vínculos sociales que favorezcan la competitividad y el negocio a largo plazo de la empresa al mismo tiempo que contribuyan a mejorar en forma sostenible las condiciones de vida de la sociedad
	Morello, G., "1er Curso de Responsabilidad Social Empresaria", Proética, Universidad Católica de Córdoba, 2004	Conjunto de acciones planeadas, a favor de las personas y su dignidad, emprendidas libremente por las empresas; que presentan las características de estar vinculadas de algún modo al desarrollo del negocio y que van más allá del cumplimiento de la ley y los convenios colectivos de trabajo
	Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.	Relaciones que una empresa establece con la sociedad más allá de sus funciones y objetivos estrictamente económicos, de forma que a la empresa, como agente económico, le compete no sólo el logro de la rentabilidad sino también orientar sus decisiones y comportamientos teniendo en cuenta sus efectos sobre los stakeholders o "partes interesadas"
	El Pacto Global en Argentina, "Documento de adhesión del sector privado argentino", Abril 2004	Forma de gestión organizacional que promueve mediante la fuerza de la acción colectiva un civismo empresario responsable para que el mundo de los negocios pase a formar parte de la solución de los retos que plantea la globalización.

continuación

Cuadro B.1 Principales definiciones existentes en los países objeto de estudio sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (continuación)

Países	Autor o Institución	Definición de RSE
Brasil	Melo Neto, F.P. y Froes, C., "Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor", Qualitymark, Rio de Janeiro, 1999.	Decisión empresarial para invertir en el bienestar de sus trabajadores y en la consecución de un ambiente de trabajo saludable, en la disminución o eliminación de los daños causados al medio ambiente por las actividades empresariales y, finalmente, en la promoción y participación activa en acciones que supongan el desarrollo de la región en la que la empresa está localizada
	Instituto Ethos y SEBRAE, "Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas: Passo a Passo", São Paulo, 2003.	El concepto de responsabilidad social está relacionado con la ética y la transparencia en la gestión de los negocios, y debe reflejarse en las decisiones cotidianas que pueden causar impactos en la sociedad, en el medio ambiente y en el futuro del propio negocio
	Ashley, P.A., "Ética e responsabilidade Social nos Negócios", Saraiva, São Paulo, 2004.	Compromiso que una organización debe tener para con la sociedad, expresado por medio de actos y actitudes que la afecten positivamente (...), actuando pro-activamente y coherentemente en lo que se refiere a su papel específico en la sociedad como prestadora de acciones para con ella.
Colombia	Asociación Nacional de Industriales (ANDI), "Manual de balance social para Colombia", Medellín, 1986	Compromiso que tiene la empresa de contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y de la comunidad en general.
	Centro Colombiano de Responsabilidad Social	Capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de interés).
	Guía Técnica Colombiana Comité 180	Compromiso que las organizaciones asumen frente a los derechos y expectativas legítimas que en materia de desarrollo humano integral se genera con las partes interesadas, y que le permite a las organizaciones crecer y mantenerse en el tiempo

continuación

Cuadro B.1 Principales definiciones existentes en los países objeto de estudio sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (continuación)

Países	Autor o Institución	Definición de RSE
Chile	Acción Empresarial, "La empresa y al Responsabilidad Empresarial Social", Santiago, Agosto 2003.	Estrategia empresarial caracterizada por incorporar un marco de respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente, de manera planificada y evaluada, para así contribuir al logro de los objetivos estratégicos de las empresas, mejorando su competitividad, sostenibilidad y simultáneamente la calidad de vida de las personas
El Salvador	Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", 2004	Toma de decisiones de la empresa relacionada con los valores éticos, cumplimiento de requerimientos legales y respeto hacia la gente, las comunidades y el medio ambiente
	Centro de Filantropía Empresarial (CEFIEM) de la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS)	Respuesta de las empresas, que dentro de su conciencia cívica y responsabilidad compartida con el Estado, buscan una forma equitativa de crecer económica y socialmente, promoviendo el desarrollo del recurso humano y el progreso de la comunidad. Este desarrollo se plantea a través de las prácticas de las nueve áreas que conforman la RSE: Misión y Visión, Valores Éticos, Lugar de Trabajo, Derechos Humanos, Mercadeo, Medio Ambiente, Comunidad, Política Pública y Gobernabilidad.
México	Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	Conciencia del compromiso y la acción de mejora continua, medida y consistente, que hace posible a la empresa ser más competitiva, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes en particular y de la sociedad en lo general, respetando la dignidad de la persona, las comunidades en que opera y su entorno
	Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX)	Capacidad de la empresa de prever y asumir ética y conscientemente el impacto que su desempeño económico, social y ambiental, tanto en sus contextos interno y externo, conlleva en las personas, la comunidad y el medio ambiente, más allá de lo que marca la ley y atendiendo las expectativas de las comunidades en las que opera.
	Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE)	Compromiso continuo de una organización a comportarse de manera ética y a contribuir al desarrollo económico de la comunidad y de la sociedad en general, mejorando la calidad de vida del personal y sus familias

continuación

Países	Autor o Institución	Definición de RSE
Perú	Sulmont, D., "La responsabilidad social empresarial en el Perú", en Sulmont, Denis y Enrique Vásquez, "Modernización empresarial en el Perú", Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, Lima, 2000	Actitud de una empresa dispuesta a asumir de manera voluntaria y proactiva las obligaciones que contrae con los diferentes sectores sociales involucrados en su actividad, armonizando sus fines particulares con los fines de la colectividad.
	Entrevista con F. Portocarrero, en: Punto de Equilibrio, Año 11, No. 78, junio-agosto, pp. 63-64, 2002.	Actitud de mirar más allá de las necesidades y los objetivos puramente monetarios de la empresa, y tener una disposición proactiva hacia los 'otros', es decir, hacia los agentes implicados en el entorno donde esta opera y los interesados en la gestión de la misma: comunidad, trabajadores, proveedores, gobierno, accionistas
	Entrevista con Caravedo, B., B. Guida de Gastelumendi y F Portocarrero, "La nueva empresa: introducción a la responsabilidad social empresarial", en THEMIS - Revista de Derecho, 48, julio, pp. 243-250, 2004	Nueva manera de hacer negocio en la cual los empresarios se comprometen no sólo con los accionistas, sino también con distintos grupos de interés que afectan y que son afectados por la empresa: sus propios trabajadores y familias; los proveedores y la cadena productiva; los clientes, consumidores o usuarios; la comunidad en la que se asienta la empresa; el medio ambiente interno y externo; el sistema financiero; los gobiernos locales y nacional; la sociedad como un todo y finalmente el planeta
Venezuela	Méndez, C. "Responsabilidad Social en Venezuela durante el siglo XX", Strategos Consultores, Caracas, 2003	Comprende tanto el compromiso de cumplir con la misión empresarial de producir, vender y asegurar los beneficios económicos y la remuneración del capital, en las condiciones legales establecidas, como la adopción y respeto de los valores éticos propios de su esfera de competencia, y las obligaciones sociales y ambientales reconocidas por la sociedad
	Machado, C., Z. Berti y L. Caraballo, "Balance social para la empresa venezolana. Modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social", Venamcham-FEGS, Caracas, 2002.	Abarca la relación de la empresa con todos sus interlocutores sociales: accionistas, trabajadores, proveedores, clientes y comunidad, así como con el medio ambiente. Además, la responsabilidad social implica ser eficiente, cumplir con la ley, ser ético e integrar productivamente a sus stakeholders

Fuente: Informes nacionales de los socios

ANEXO C INICIATIVAS NACIONALES DE APOYO A LAS ACTIVIDADES DE RSE ENTRE LAS EMPRESAS LATINOAMERICANAS

C.1. INTRODUCCIÓN GENERAL

El presente anexo se propone presentar de manera sucinta la estructura de fomento de la RSE existente en los países latinoamericanos a estudio y dirigida hacia las empresas en general y las PyMEs en particular¹⁶⁶. En este sentido, el anexo se subdivide en seis secciones, además de esta introducción. Así, la primera sección realiza un recuento de las principales instituciones tanto públicas como privadas existentes en los diversos países a estudio y que intervienen en la promoción de la RSE entre las empresas, mientras que la segunda recoge las principales iniciativas/medidas públicas y privadas destinadas a la promoción de la RSE, donde esta información se presenta, al igual que en la anterior, por países concretos. Por su parte, las secciones posteriores incluyen tanto diversos ejemplos de premios destinados a reconocer las prácticas de RSE más relevantes entre las empresas latinoamericanas como los principales sistemas de indicadores existentes en los países latinoamericanos a estudio para medir la RSE en las empresas en general y las PyMEs en particular.

C.2. PRINCIPALES INSTITUCIONES NACIONALES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN LA PROMOCIÓN DE LA RSE EN EL ÁMBITO DE LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS A ESTUDIO

Esta sección presenta las principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas que, de diversos modos y en diferentes grados, desarrollan actividades de promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los distintos países latinoamericanos analizados en este estudio, según han sido identificadas por los correspondientes informes nacionales. Hay que señalar que, en la medida en que el concepto de RSE es abierto, la relación de instituciones en cada país es también abierta, recogiendo entidades con perfiles y objetivos relativamente diferenciados, tanto dentro de cada país como comparativamente entre ellos.

Esta información se presenta a continuación de manera desglosada para cada uno de los países latinoamericanos a estudio.

Argentina

El marco de promoción de la RSE en Argentina destaca por el elevado número de instituciones que llevan a cabo medidas y acciones en la materia (ver Cuadro C.1). La gran mayoría de las mismas son instituciones privadas, principalmente ONGs y Universidades, siendo la presencia de organismos públicos oficiales significativamente reducida.

Comenzando por la oferta de las Universidades, su actividad se centra en la promoción de la RSE mediante su inclusión en los planes de estudio (capacitación), así como la actividad investigadora en la materia, en ocasiones de manera conjunta con Universidades de otros países. Muchas de las Universidades han incorporado a la RSE en la currícula especialmente en las áreas relacionadas con la administración de las empresas y en menor medida, con los estudios ambientalistas y con la comunicación social. Sin embargo, son muy pocas las que cuentan con un centro de investigación especializado en la materia, y ninguna ofrece cursos de especialización o postgrado en RSE. En cualquier caso, también resulta destacable la colaboración que prestan las Universidades con otras instituciones en determinados programas y premios dirigidos a fomentar la RSE.

Entre las distintas universidades destaca la **Universidad Católica de Córdoba** que cuenta con **Proética**, el Centro de Ética de Empresas, cuyo objetivo es promover la gestión ética integral de las empresas y su entorno, a través de la investigación, la capacitación y el asesoramiento. Destaca asimismo la actividad de **IDEA** (Instituto Universitario para el Desarrollo Empresarial de la Argentina), que ofrece formación a los directivos de las empresas de cualquier tamaño y promueve el intercambio de experiencias en el campo de la RSE.

Además de las Universidades, existen otras instituciones que realizan actividades de capacitación en RSE, como el **IESC** (Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa), que además asesora a las empresas en el cambio hacia el desarrollo sostenible, y el **IEIA** (Instituto de Estudios e Investigación Ambientales), que ofrece asistencia técnica a las universidades en materia de responsabilidad medioambiental.

Otras entidades fuera del ámbito académico aparecen también implicadas en actividades de formación/capacitación, combinando estas actividades con otras más generales y ligadas con el asesoramiento. Ejemplos incluyen a **FUNDES Argentina**, centrada en la promoción, difusión y formación para el desarrollo sostenible; el **IARSE** (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria) de Córdoba, vinculado al Instituto Ethos y que busca comprometer a las empresas argentinas con el desarrollo sostenible del país a través de actividades de difusión y asesoramiento a empresas; el **Pacto Global Argentina**, iniciativa impulsada por Naciones Unidas que realiza actividades de promoción, difusión y capacitación sobre RSE; **Po.D.E.R.** (Polo de Desarrollo Educativo Renovador), que cuenta con un Programa de Formación Integral en Gestión, Control y Valores que incluye la RSE como parte esencial de la formación empresarial; **Amcham** (Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina), que cuenta con un **Comité de Responsabilidad Social Empresaria** que realiza un mapa de RSE además de actividades de difusión y capacitación; la **Red Puentes**, compuesta por 18 instituciones de 5 países y un grupo de consultores y que promueve

acciones de sensibilización y, finalmente, **APYME** (Asamblea de Pequeños y Medianos Empresarios), que ofrece cursos de capacitación y asesoramiento en el campo de la RSE.

Por su parte, y en el ámbito público destacan las actividades realizadas por el **SEPYME** (Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional de la Nación), que ofrece instrumentos financieros y de asesoramiento dirigidos a fomentar las actividades de capacitación del personal de las PyMEs argentinas (RSE interna).

Cuadro C.1 Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Argentina.

Nombre institución	Carácter	Actividades
La Asamblea de Pequeños y Medianos Empresarios, APYME	Privado	Capacitación, asesoramiento, difusión, fomento de redes
Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina, Amcham	Asociación Civil	Difusión, capacitación, investigación
Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible, CEADS	Asociación Civil sin fines de lucro	Fomento redes, sensibilización
Fundación Ambiente y Recursos Naturales, FARN	Organización civil sin fines de lucro	Investigación, capacitación, difusión
Fundación AVINA	Organización civil sin fines de lucro	Fomento de redes, recogida fondos, voluntariado, capacitación
Fundación El Otro	Organización civil sin fines de lucro	Investigación, capacitación, sensibilización, difusión
Fundación Emprender	Organización civil sin fines de lucro	Promoción, capacitación
Fundación Fraternitas	Organización civil sin fines de lucro	Docencia, investigación, asesoramiento, capacitación
Fundación PRODIS (Pro Desarrollo Industrial Sustentable)	Organización civil sin fines de lucro	Cooperación técnica
Fundación SES (Solidaridad, Educación, Sustentabilidad)	Organización civil sin fines de lucro	Promoción, sensibilización
FUNDES Argentina	Institución sin fines de lucro	Promoción, difusión
Grupo Interrupción	Asociación Civil	Difusión, promoción, investigación, fomento de redes
IARSE, Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria	Organización sin Fines de Lucro	Promoción, difusión, asesoramiento
IDEA, Instituto Universitario para el Desarrollo Empresarial de la Argentina	Institución académica	Formación, capacitación
Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa, IESC	Institución académica privada	Asesoramiento, educación
Instituto de Estudios e Investigaciones Ambientales, IEIA	Institución académica privada	Asesoramiento

continuación

Cuadro C.1 Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Argentina. (continuación)

Nombre institución	Carácter	Actividades
Pacto Global Argentina	Público	Promoción, difusión, capacitación
El Polo de Desarrollo Educativo Renovador, Po.D.E.R.	Asociación Civil sin fines de lucro	Formación
Red para el Desarrollo Sustentable	Alianza integrada por organizaciones de la sociedad civil.	Cooperación, difusión
Red Puentes	Alianza integrada por organizaciones de la sociedad civil.	Difusión, investigación, capacitación
Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional de la Nación (SEPYME)	Público	Financiación y asesoramiento en capacitación
Universidades (por ejemplo, Universidad Católica de Córdoba)	Instituciones académicas públicas/privadas	Docencia, investigación capacitación y asesoramiento

Fuente: Informe nacional argentino

Otro grupo de instituciones se dedica de manera preferente, entre otras actividades, al fomento de la cooperación y la creación de redes entre organismos y empresas de cara a facilitar la adopción de la RSE. Ejemplos a reseñar incluyen el **CEADS** (Consejo Argentino para el Desarrollo Sostenible), que fomenta la cooperación entre el sector público y privado de cara al desarrollo sostenible, de manera similar a la **Fundación Avina**. Por su parte, el **Grupo Interrupción** contempla acciones de fomento de redes para el desarrollo de la RSE, al igual que **Poder Ciudadano**. Por su parte, la **Red para el Desarrollo Sustentable** promueve la interacción entre organizaciones para la protección del medio ambiente¹⁶⁷, mientras que la **Fundación PRODIS**¹⁶⁸ (Pro Desarrollo Industrial Sustentable) encamina sus actividades a la disminución del impacto ambiental de las PyMEs.

Finalmente, conviene subrayar las actividades realizadas por diversas fundaciones, las cuales desarrollan actividades de todo tipo en fomento de la RSE. Así, y además de algunas ya mencionadas anteriormente, cabría destacar a la **Fundación Emprender**, que ofrece cursos de capacitación en RSE junto con financiación, la **Fundación El Otro**, que contempla actividades de difusión e investigación en RSE, y la **Fundación FARN** (Fundación Ambiente y Recursos Naturales), que realiza actividades de investigación, capacitación y difusión, entre otras. También cabe mencionar la labor de la **Fundación SES** (Solidaridad, Educación, Sustentabilidad) con el apoyo de la Fundación AVINA en actividades de sensibilización empresarial hacia el concepto de RSE y la **Fundación Fraternitas** en el campo de la docencia y la investigación.

En cualquier caso, y con relación a la labor que las ONGs y fundaciones desarrollan a favor de la RSE, es importante destacar la tarea de difusión que llevan a cabo y su esfuerzo por instalarla en el sector empresarial, aunque desde el punto de vista cualitativo se advierte una superposición de agendas, que redundan en las mismas actividades y el mismo planteo de la temática.

Brasil

En Brasil las principales instituciones nacionales que se dedican a la promoción de la RSE centran su actividad en la investigación así como en la realización de acciones de sensibilización en la materia (ver Cuadro C.2).

Cuadro C.2 Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Brasil.

Nombre institución	Carácter	Actividades
FENEAD, Federación Nacional de Estudiantes de Administración	Organismo de representación estudiantil	Mejora educación FIDES, Fundación Instituto de
Desarrollo Empresarial y Social	Fundación privada sin fines de lucro	Capacitación, sensibilización
FSM, Forum Social Mundial	Espacio abierto a la reflexión	Foro discusión, sensibilización
GIFE, Grupo de Institutos, Fundaciones y Empresas	Asociación sin fines de lucro	Recogida fondos, promoción, sensibilización
IBAMA, Instituto Brasileño de Medio Ambiente y de Recursos Naturales Renovables	Público	Investigación, promoción
IBASE, Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicos	Institución de utilidad pública federal sin fines de lucro	Investigación
IBGC Instituto Brasileño de Gobierno Corporativo	Entidad privada sin fines de lucro	Investigación, sensibilización
Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social	ONG sin ánimo de lucro	Fomento de redes, sensibilización, asesoramiento

Fuente: Informe nacional brasileño

En este sentido, conviene subrayar de manera especial las actividades desarrolladas por el **Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social**, una de las principales instituciones no sólo en Brasil sino en todo el ámbito latinoamericano en materia de RSE y que dirige sus actuaciones a ayudar a las empresas a dirigir sus negocios de forma socialmente responsable, fomentando la cooperación para construir una sociedad sostenible y justa (ver Cuadro C.3).

Cuadro C.3 Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social

El Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (www.ethos.org.br) es una organización no gubernamental que tiene como objetivo movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a dirigir sus negocios de forma socialmente responsable al tiempo que fomenta la cooperación entre las mismas con el fin de construir una sociedad sostenible y justa. En la actualidad el instituto Ethos está formada por 887 asociados, fundamentalmente empresas de diferentes sectores y tamaños con una facturación conjunta cercana al 30% del PIB brasileño

continuación

Cuadro C.3 Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (continuación)

El Instituto Ethos es un polo de conocimiento, intercambio de experiencias y desarrollo de herramientas que ayudan a las empresas a analizar sus prácticas de gestión y a profundizar en sus compromisos de responsabilidad corporativa. Fundado por empresarios del sector privado, actualmente cuenta con 940 socios de todos los sectores y tamaños que en su conjunto emplean a cerca de un millón de personas y cuyo volumen de producción representa en torno al 30% del PIB de Brasil. El Instituto participa en proyectos en colaboración con instituciones de todo el mundo.

Sus líneas principales de actuación son:

1. Ampliación del movimiento de RSE
2. Investigación sobre prácticas de RSE
3. Sensibilización en el mundo empresarial con el objetivo de conseguir un clima favorable a la RSE
4. Articulación de políticas públicas en materia de RSE:
 - desarrollo de políticas de promoción y de un marco legal para la RSE,
 - participación de las empresas en las políticas del Instituto,
 - fomento de la participación de las empresas en la sociedad por medio del seguimiento y cumplimiento de sus responsabilidades legales, la transparencia en la gestión y la conducta ética,
 - difusión de la RSE
 - estructuración de procesos consultivos a empresas
5. Producción de información sobre RSE

Fuente: Informe nacional brasileño

Otras instituciones brasileñas destacadas son el IBGC (Instituto Brasileño de Gobierno Corporativo), entidad privada sin fines de lucro y fundada en 1995, que ha elaborado el Código Brasileño de Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo, el IBAMA (Instituto Brasileño de Medio Ambiente y de Recursos Naturales), organismo del gobierno federal que se encarga del medio ambiente y el fomento del uso sostenible de los recursos naturales y, finalmente, el IBASE (Instituto Brasileño de Análisis Sociales y Económicos), institución de utilidad pública federal sin fines de lucro que centra sus acciones de fomento de la RSE en los sectores en situación de pobreza y de exclusión social.

En el campo de la educación y la capacitación, FENEAD (Federación Nacional de Estudiantes de Administración, Organismo de representación estudiantil) y la **Fundación Educar** buscan mejorar la calidad de la enseñanza y la calidad de vida con el fin de construir una sociedad mejor. Por su parte, FIDES (Fundación Instituto de Desarrollo Empresarial y Social) es una entidad privada de carácter educativo y cultural sin fines de lucro que tiene como objetivo la humanización de las empresas y su integración en la sociedad de acuerdo con unos principios éticos. Mientras, el FSM (Forum Social Mundial) representa un espacio abierto a la reflexión y organización de ideas y alternativas para favorecer el desarrollo humano. En línea con este tipo de proyectos, el GIFE (Grupo de Institutos, Fundaciones y Empresas) contempla la financiación y el asesoramiento a empresas en proyectos sociales, culturales o medioambientales ligados con la comunidad.

Chile

En el caso chileno son fundamentalmente las instituciones privadas y las ONGs las que impulsan la difusión y desarrollo del tema de la RSE entre las empresas chilenas, aunque en los últimos años se observa la implementación de diferentes comités y equipos (públicos y privados) que se han formado en el transcurso de los dos últimos años (ver por ejemplo el Proyecto Avina, Cuadro C.4). Por su parte, y a nivel público, no existe una institución pública donde esté radicado el tema RSE, de manera que su fomento es indirecto. Las principales instituciones nacionales identificadas en Chile, llevan a cabo acciones de promoción y sensibilización de RSE (ver Cuadro C.4).

Así, **Acción RSE**, organización sin fines de lucro surgida del sector empresarial chileno, tiene como fin la promoción de la RSE entre las empresas que operan en Chile, entendiendo la RSE como una nueva visión de los negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Por su parte, la **Fundación Prohumana**, organización sin fines de lucro, desarrolla diversas actividades en el campo de la RSE como investigación, sensibilización, asesoría, promoción de espacios de diálogo, o constitución y coordinación de redes de RSE.

Cuadro C.4 Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Chile.

Nombre institución	Carácter	Actividades
FENEAD, Federación Nacional de Estudiantes de Administración	Organismo de representación estudiantil	Mejora educación
FIDES, Fundación Instituto de Desarrollo Empresarial y Social	Fundación privada sin fines de lucro	Capacitación, sensibilización
Acción RSE	Fundación	Promoción y establecimiento de redes
Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)	Público	Promoción y difusión
Fundación AVINA	Fundación privada	Fomento de redes
Fundación Prohumana	Fundación	Investigación, sensibilización, asesoría, promoción de espacios de diálogo, o constitución y coordinación de redes de RSE
FUNDES	Institución sin fines de lucro	Promoción, formación, difusión
Proyecto Vincular	Privado	Promoción, asesoramiento
SOFOFA	Privado (Asociación gremial)	Promoción, asesoramiento

Fuente: Informe nacional chileno

En esta línea también operan el **Proyecto Vincular**, de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, y que actúa en el ámbito de la gestión estratégica de las empresas promoviendo una cultura de RSE para mejorar la competitividad y sustentabilidad de los negocios, y SOFOFA (Sociedad de Fomento Fabril), asociación empresarial vinculada a las actividades industriales que colabora con las empresas asociadas en iniciativas en materia de vivienda, educación, salud y deportes. SOFOFA actualmente promociona la realización de cambios en el ámbito organizacional de las empresas para de este modo profundizar el concepto de la RSE al interior de las organizaciones empresariales. Para esto, ha creado una nueva organización, **SOFOFA Responsabilidad Social**, destinada a promover y difundir las buenas prácticas empresariales, desarrollando un marco ético y fomentando iniciativas voluntarias vinculadas con el bienestar de la sociedad.

Por su parte FUNDES brinda formación y consultoría en gestión a las PYMES en temas relativos a la RSE. En materia de formación de redes, la **Fundación AVINA** se asocia con líderes de la sociedad civil y del empresariado en sus iniciativas por el desarrollo sostenible, apoyando así la formación de redes y la vinculación a líderes de la sociedad civil y del sector privado para lograr el desarrollo de soluciones a largo plazo para sus comunidades.

Finalmente, conviene subrayar las actividades de la **Corporación de Fomento de la Producción (CORFO)**, entidad pública encargada de impulsar la actividad productiva nacional, especialmente entre las empresas de menor tamaño. Así, CORFO firmó en el 2004 un protocolo de intenciones, donde pone a disposición los instrumentos de fomento para la incorporación de RSE en la gestión de las PyMEs, lo que significa contar con recursos del Estado para trabajar con las PyMEs en la incorporación de RSE desde la perspectiva de un modelo de gestión que busca mejorar la calidad, productividad y competitividad del sector. Además de esta institución pública chilena, conviene subrayar las actividades de algunas instituciones internacionales como la OIT o el PNUD.

Colombia

En Colombia se observa un número reducido de instituciones dedicadas al fomento de la RSE que, en cualquier caso, llevan a cabo una amplia gama de acciones en la materia (ver Cuadro C.5). Así, el **CCRE (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial)**, organización no gubernamental sin ánimo de lucro, se dedica a la divulgación, promoción, investigación y asesoría de empresas en temas relacionados con RSE y ética de las organizaciones. Su misión es promover mejores prácticas de RSE para agregar valor y optimizar la gestión de las empresas y las organizaciones.

Por su parte, el **CECODES (Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible)**, corporación colombiana sin ánimo de lucro, financiada por sus asociados y formada por 28 empresas y 3 gremios pertenecientes a las áreas más importantes de la economía, busca liderar la reforma del sector empresarial del país hacia la ecoeficiencia y ser un punto focal sobre el desarrollo sostenible desde la perspectiva empresarial. Promueve la cooperación entre el gobierno, el sector privado y la sociedad civil para que el sector empresarial pueda contribuir efectivamente al desarrollo sostenible en Colombia.

Cuadro C.5 Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Colombia.

Nombre institución	Carácter	Actividades
Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE)	ONG sin ánimo de lucro	Difusión, promoción, investigación, asesoramiento
Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES)	Corporación sin ánimo de lucro	Promoción, fomento de redes
Dividendo por Colombia	Fundación	Recogida fondos
Universidad de los Andes	Institución académica privada	Investigación, docencia, asesoramiento

Fuente: Informe nacional colombiano

Dividendo por Colombia es una Fundación dirigida a facilitar a las empresas y empleados el ejercicio de su responsabilidad social frente a sectores que requieren apoyo a través del aporte sistemático de fondos por parte de empleados y empresas. Por su parte, en el ámbito académico, la **Universidad de los Andes** trabaja en tres frentes específicos, esto es, la investigación de casos de emprendimientos con fines sociales, la docencia de estas experiencias y, finalmente, el servicio a individuos y organizaciones que mejoran las condiciones de vida en la sociedad colombiana.

El Salvador

En el caso de El Salvador es posible identificar cuatro instituciones principales que se dedican al fomento de la RSE en el ámbito nacional, donde todas ellas tienen carácter privado (ver Cuadro C.6).

Cuadro C.6 Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en El Salvador.

Nombre institución	Carácter	Actividades
Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL)	Asociación privada	Difusión del concepto de RSE entre las empresas
Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible (CEDES)	Fundación empresarial de utilidad pública y sin fin de lucro	Promoción
Fundación Empresarial para la Acción Social, FUNDEMAS	Fundación privada sin fines de lucro	Promoción, difusión, sensibilización
Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES)	Organización privada sin fines de lucro	Investigación, difusión
Fundación Social Empresarial, Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP)	Entidad privada sin fin de lucro	Capacitación, sensibilización, difusión

Fuente: Informe nacional salvadoreño

En este sentido, la principal institución corresponde a **FUNDEMAS** (Fundación Empresarial para la Acción Social), nacida en el año 2000 con el objetivo de contribuir al desarrollo económico y social de El Salvador, mediante el fortalecimiento de la Responsabilidad Social de la Empresa Privada, de la promoción de la Filantropía Empresarial y el fomento de los Comportamientos Emprendedores. En este sentido, su misión es la de facilitar el desarrollo de los valores sociales y la cultura empresarial para enfrentar los desafíos globales modernos a través de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial como generadores de riqueza que fomenten una sociedad más equitativa, estable y sostenible. Las actividades de **FUNDEMAS** se dirigen fundamentalmente hacia las grandes empresas nacionales, aunque a partir del 2005 **FUNDEMAS** tiene previsto dirigir sus acciones hacia las medianas, pequeñas y microempresas (fruto de un convenio firmado con el BID-OEA).

Por su parte, la **Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL)**, a través de su Comité de Jóvenes Profesionales y Empresarios, realiza actividades de difusión del concepto de RSE entre las empresas, especialmente entre las PyMEs, tras el convenio firmado entre la Cámara y **FUNDEMAS** para el fomento de las prácticas de responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas. También destacan las actividades de **CEDES (Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible)**, fundación empresarial de utilidad pública formada por 56 empresas representativas de todos los sectores económicos y cuya finalidad es la de promover el entendimiento del concepto del desarrollo sostenible y liderar un cambio hacia su adopción por el sector empresarial, el gobierno y la sociedad civil.

Mientras, la Fundación Social Empresarial, órgano dependiente de **ANEP (Asociación Nacional de la Empresa Privada)**, entidad sin fines de lucro integrada por Asociaciones o Entidades de los sectores representativos de la iniciativa privada, contempla una serie de programas y proyectos que contribuyen al desarrollo humano integral y sostenible a través de las áreas de salud, capacitación, formación profesional, medio ambiente, infraestructura, vivienda y cultura. Asimismo, lleva a cabo campañas de concienciación, difusión y promoción del diálogo social y de la seguridad ocupacional. Para ello, **ANEP** ha impulsado la creación de la **Fundación Social Empresarial**.

Finalmente, conviene subrayar las actividades desarrolladas por **FUSADES** (Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social), centro de pensamiento e investigación de alta credibilidad que promueve el progreso económico y social de los salvadoreños mediante el desarrollo sostenible, bajo un sistema democrático y de libertades individuales.

México

En México es posible identificar una serie de instituciones dedicadas al fomento y promoción de la RSE (ver Cuadro C.7), donde la información disponible permite comprobar que son precisamente entidades pertenecientes al tercer sector las que generan la mayor parte de los esfuerzos existentes, en muchos casos desde una perspectiva de colaboración entre instituciones.

Cuadro C.7 Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en México.

Nombre institución	Carácter	Actividades
Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE)	Asociación sin fines de lucro	Promoción, coordinación
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	Asociación civil sin fines de lucro	Asesoramiento, difusión, fomento de redes
Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (COMPITE)	Asociación civil sin fines de lucro	Promoción, asesoramiento, capacitación
Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) y CANACINTRA (Cámara Nacional de la Industria de Transformación)	Entidad dependiente del Gobierno alemán	Promoción
Fundación Vamos	Fundación	Fomento de redes, asesoramiento
Gobierno del Distrito Federal	Público	Financiación
Red Puentes	Alianza integrada por organizaciones de la sociedad civil	Promoción, difusión

Fuente: Informe nacional mexicano

Comenzando la descripción de las instituciones, puede citarse en primer lugar la labor de **AliaRSE** (Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México) cuya misión es promover el cumplimiento de la RSE en las empresas mexicanas, de forma que éstas se perciban como creadoras de valor y generadoras de bienestar por medio del ejercicio de su responsabilidad social. Al mismo tiempo, **AliaRSE** coordina y facilita la sinergia de los esfuerzos de las organizaciones en beneficio del país.

En este campo actúa también la **Red Puentes**, constituida por 18 instituciones de 5 países y grupos de consultores que tiene el objetivo de promover el desarrollo de una cultura de RSE, construyendo una concepción e instrumentos de RSE apropiados a las condiciones del país. De esta manera, se pretende lograr que las organizaciones ciudadanas incorporen el tema de la RSE a sus quehaceres cotidianos y así contribuir al desarrollo de iniciativas de RSE. Otra institución importante corresponde a **GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit)**, organización alemana que promueve el desarrollo sostenible en todo el mundo y cuya principal organización contraparte en México es **CANACINTRA** (Cámara Nacional de la Industria de Transformación).

Otra serie de organizaciones como **Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)** y la **Fundación Vamos** ofrecen diversos servicios de asesoramiento a las empresas en materia de RSE, además de fomentar la formación de redes. Así, el **CEMEFI** (ver Cuadro C.8) brinda apoyo a las empresas en sus programas de inversión en la comunidad y vincula a las organizaciones no lucrativas con el entorno social, además de editar publicaciones sobre el tercer sector y la RSE. Por su parte, la **Fundación Vamos** busca generar modelos de inversión social para capacitar a los sujetos, mejorar la calidad de vida, lograr el

desarrollo sostenible, establecer alianzas para crear alternativas de acción social, programas de inversión en desarrollo social, espacios y modelos para el ejercicio de la RSE y la articulación de iniciativas y alianzas entre diversos actores sociales.

Cuadro C.8 Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), es una Asociación Civil fundada en diciembre de 1988. Es una institución privada y no lucrativa. Su ámbito de acción abarca todo el país. El CEMEFI es identificado como una fuente importante de información confiable sobre el sector. Su misión es la promoción de la cultura filantrópica y de responsabilidad social en México, y fortalecer la participación organizada de la sociedad. Entre sus objetivos concretos destacan los siguientes:

- Ofrecer a sus miembros los servicios que permitan su desarrollo y fortalecimiento.
- Promover y estimular en las personas, actitudes que los lleven a incrementar su trabajo voluntario y participación económica en causas que favorezcan el desarrollo de la comunidad.
- Promover la inversión social de la empresa.
- Fomentar el conocimiento que facilite la comprensión e impulso del sector filantrópico, sus formas de servicio, sus relaciones con otros sectores y su participación en el desarrollo nacional.
- Promover la formación de profesionales e investigadores para el sector filantrópico.
- Propiciar la profesionalización y organización del trabajo de las instituciones filantrópicas, así como su diversificación.
- Establecer y promover canales de comunicación dentro del sector filantrópico y hacia el conjunto de la sociedad, para transformar la experiencia particular en conocimiento compartido.
- Mantener canales de comunicación y colaboración con el Gobierno, que faciliten la participación autónoma del sector filantrópico en el diseño de políticas públicas y los marcos legales y fiscales que lo regulan.
- Promover relaciones y vínculos con organizaciones filantrópicas a nivel nacional e internacional.

Fuente: CEMEFI

Mientras, **COMPITE (Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica)** es una asociación civil sin fines de lucro cuyo objeto social es promover la productividad e inducir procesos de calidad y de responsabilidad social en las PyMEs, a través de la incorporación de nuevas tecnologías para mejorar su competitividad. Para ello, ofrece cursos de capacitación empresarial, de cultura de calidad en las organizaciones y de implementación y mantenimiento de un sistema de gestión de la calidad bajo la norma ISO 9000 versión 2000, entre otros.

Finalmente, y en el ámbito público, éste está iniciando su actividad en el apoyo a la RSE con ciertos apoyos que van mucho más relacionados hacia la competitividad y supervivencia de las empresas. Así, el **Gobierno del Distrito Federal** encamina el apoyo a la RSE a través de la Secretaría de Desarrollo Económico, que desarrolla diversos programas que incorporan muy por encima el tema de la RSE como “Enlace Empresarial” o el “Programa de Calidad y Modernización”.

Perú

En Perú, al igual que en otros países, se observa que las principales instituciones nacionales en la promoción de la RSE provienen del ámbito privado (ver Cuadro C.9). Así, cabe destacar en primer lugar la actividad de SASE (**Seguimiento, Análisis y Evaluación para el Desarrollo**), una firma consultora especializada en temas de desarrollo socioeconómico y RSE. Entre sus principales acciones destacan el seguimiento y evaluación de programas y proyectos de desarrollo y de promoción de PyMEs.

Por otra parte, **Perú 2021**, asociación compuesta por un grupo de empresarios, tiene como principal objetivo desarrollar para el año 2021 una visión de país, principalmente entre el empresariado peruano, en la que la empresa sea un motor del desarrollo, incorporando para ello la RSE como parte fundamental de su gestión.

Cuadro C.9 Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Perú.

Nombre institución	Carácter	Actividades
Centro de Asesoría Laboral del Perú (CEDAL)	ONG sin fines de lucro	Asesoramiento, difusión, capacitación
Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (PROMPYME)	Pública	Cofinanciación de experiencias de empresas que desarrollen programas de RSE (sin desarrollo hasta la fecha)
Perú 2021	Asociación sin fines de lucro	Promoción, sensibilización
Seguimiento, Análisis y Evaluación para el Desarrollo (SASE)	Privado	Promoción, asesoramiento, evaluación
Universidad del Pacífico	Privado	Investigación, docencia

Fuente: Informe nacional peruano

En materia de asesoramiento y capacitación, **CEDAL** (Centro de Asesoría Laboral del Perú) es una institución sin fines de lucro y constituida como una organización no gubernamental en 1977. Divide sus proyectos en cinco grandes áreas, una de las cuales está dedicada a la RSE. En este sentido, presta servicios de asesoría legal, económica y organizacional así como información y capacitaciones a organizaciones sindicales. Adicionalmente, desarrolla programas de capacitación de potenciales micro y pequeños empresarios.

En el ámbito académico, la **Universidad del Pacífico** es pionera entre las instituciones de educación superior del país en la introducción del tema de la RSE, tanto en el campo de la investigación como en el de la docencia.

Finalmente, conviene subrayar la actividad actualmente planeada por el **Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (PROMPYME)**, institución pública que tiene previsto iniciar en un futuro próximo un Fondo Nacional de RSE, destinado a cofinanciar experiencias de empresas que desarrollen programas de RSE.

Venezuela

Las principales instituciones nacionales activas en materia de RSE en Venezuela centran sus esfuerzos principalmente en tareas de promoción y asesoramiento (ver Cuadro C.10). Así, la asociación sin fin de lucro **Dividendo Voluntario de la Comunidad** tiene como misión impulsar y canalizar la participación del sector privado en la búsqueda de soluciones a los problemas sociales del país, especialmente en las comunidades de escasos recursos. Para ello, contempla mecanismos novedosos de financiamiento, captando la colaboración de clientes y trabajadores en actividades de RSE. Desarrolla su actividad fundamentalmente entre las empresas venezolanas más grandes.

Venezuela sin Límites, por su parte, apoya a las ONGs afiliadas en la búsqueda de recursos y la formulación de sus proyectos. Cabe mencionar que la institución promueve la RSE ya que la búsqueda de financiamiento se orienta principalmente al sector privado nacional aunque también se cuenta con apoyo de organismos supranacionales (i.e. el BID).

Cuadro C.10 Principales instituciones nacionales, tanto públicas como privadas, en la promoción de la RSE en Venezuela.

Nombre institución	Carácter	Actividades
Alianza Social VenAmCham	Asociación privada sin fines de lucro	Promoción
Dividendo Voluntario de la Comunidad	Asociación privada sin fines de lucro	Recogida fondos
Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria, INAPYMI	Público	Asesoramiento, fomento, formación y financiación
Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales.	Público	Promoción, asesoramiento, difusión, capacitación
Venezuela sin Límites	Asociación privada sin fines de lucro	Recogida fondos, asesoramiento, promoción

Fuente: Informe nacional venezolano

En materia de promoción, la **Alianza Social VenAmCham**, ligada con la Cámara Venezolano Americana de Comercio e Industria, está orientada a la promoción e incentivación de la Responsabilidad Social Corporativa entre las empresas privadas venezolanas, con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida del venezolano y coadyuvar a la construcción de ciudadanía cualidad de la democracia.

Finalmente, conviene subrayar las actividades realizadas por diversas instituciones de carácter público, tales como el **Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales**, que tiene el objetivo de promover la toma de conciencia sobre los temas de seguridad e higiene entre los trabajadores. En este sentido, realiza campañas de prevención y además asiste a las empresas en el diseño de sus programas de seguridad industrial, ofrece capacitación a los trabajadores y realiza evaluaciones de las condiciones de trabajo en empresas concretas. Por su

parte, el **Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI)**, de carácter público, apoya la realización de actividades de fomento de las PyMEs venezolanas mediante sus servicios de asesoramiento, fomento, formación y financiación.

C.3. PRINCIPALES INICIATIVAS/MEDIDAS PÚBLICAS Y PRIVADAS PARA LA PROMOCIÓN DE LA RSE ENTRE LAS EMPRESAS DE LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS A ESTUDIO

Esta sección presenta las principales iniciativas y medidas nacionales¹⁶⁹, tanto públicas como privadas, en fomento de la RSE entre las empresa nacionales y que se han identificado en los distintos países latinoamericanos a estudio. Todas estas medidas son susceptibles de beneficiar a PyMEs. Al igual que se ha señalado al presentar las instituciones implicadas en el fomento de la RSE, la relación de iniciativas para dicho fomento muestra un carácter relativamente heterogéneo, de manera acorde con la propia amplitud del concepto de RSE.

Cuadro C.11 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en los países latinoamericanos considerados.

País	Nombre iniciativas/medidas
Argentina	Banco de Alimentos Crédito Fiscal para la Capacitación Pacto Global Programa AGROLIMPIO Programa de Acción Comunitaria Programa de desarrollo: "Argentina de nosotros depende" Programa de formación en Responsabilidad Social Corporativa y Prácticas de Negocios Responsables Programa de Voluntariado Corporativo
Brasil	Fortalecimiento de la RSE en las relaciones entre empresas grandes y pequeñas Implementación de Programas de Voluntariado en las Empresas Prácticas Empresariales de Responsabilidad Social Sello ANBRINQ-Empresa Amiga de los Niños Sello Empresa Ciudadana
Chile	Acción RSE Actuar bien es una responsabilidad de los negocios Adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en la Pequeña y Mediana Empresa en Chile Concurso Nacional de Proyectos de I+D Curso de Responsabilidad Social como Estrategia de Negocios Norma PYME Pacto Global de las Naciones Unidas con la Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Chile (CONAPYME)
Colombia	Aportes y actividades voluntarias de empleados y empresas Compartamos con Colombia Construcción de Comunidades Iniciativa en Emprendimientos Sociales, IESO Líderes Siglo XXI

continuación

Cuadro C.11 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en los países latinoamericanos considerados. (continuación)

País	Nombre iniciativas/medidas
El Salvador	Consolidación, Proyectos escalables Divulgación/Información Empresa Salvadoreña para la Responsabilidad Social (EMPRESAL) Encuentro Nacional de la Empresa Privada (ENADE) Fomento de las prácticas de RSE en PyMEs Fortalecimiento de Asociaciones (FORTAS) Seminarios, charlas de ANEP
México	Enlace Empresarial Programa de Calidad y Modernización Sistema de Capacitación a Trabajadores Programa de Crédito al auto-empleo de apoyo a la micro y pequeña empresa Comisión Intersecretarial de Política Industrial Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Programa de Responsabilidad Social Empresarial Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica
Perú	Asesoría y capacitación en RSE. Centro de Contabilidad y Gestión Sostenibles Fondo Nacional de RSE Programa de RSE Promoción de la responsabilidad social y el desarrollo sostenible RSE en la región Visión de País: Perú al 2021
Venezuela	Aporte Voluntario por Nómina Banco de proyectos Comité de Higiene y Seguridad Laboral Dona tu Vuelto El Recolector de Esperanzas Escuelas Rurales Foros y Conferencias sobre Actividades RSE Innovación Industrial Impacto socio-ambiental Mi refugio en el cielo Publicaciones sobre Actividades de RSE

Fuente: Informes de los socios nacionales.

A continuación se detallan estas medidas para cada uno de los países latinoamericanos a estudio.

Argentina

En Argentina las principales medidas identificadas dirigidas a la promoción de la RSE cubren un amplio espectro de actividades (ver Cuadro C.12). Así, en materia de fomento de la RSE en general, el “Pacto Global”, desarrollado por el PNUD (Programa de

Naciones Unidas para el Desarrollo), representa un acuerdo entre empresas cuyos valores se agrupan en cuatro grandes áreas, esto es, los derechos humanos, los derechos laborales, la protección del ambiente y, finalmente, la lucha contra la corrupción. En esta línea se enmarca también “**Argentina de nosotros depende**”, liderado por un conjunto de instituciones (Fundación Roberto Noble del Grupo Clarín, Fundación Diario La Nación, y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) y que pretende concienciar a las empresas acerca de la necesidad de una mayor implicación empresarial en la sociedad.

Existe por otra parte un grupo de medidas que proporciona asesoramiento en materia de RSE, como por ejemplo el “**Programa de Acción Comunitaria**”, de la Fundación Compromiso, que ofrece asistencia técnica a las empresas para que desarrollen programas en inversión social en aquellas zonas geográficas donde la empresa desarrolla sus operaciones. De manera similar, el “**Programa de Voluntariado Corporativo**”, liderado también por la Fundación Compromiso, tiene como objetivo involucrar al personal de la empresa en la gestión de proyectos sociales. Para ello brinda asistencia técnica a las empresas, generando nuevas capacidades que permitan la integración de la empresa a la comunidad.

Cuadro C.12 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Argentina.

Medida	Institución encargada	Actividad
Banco de Alimentos	Fundación Banco de Alimentos	Recogida alimentos entre empresas productoras y comercializadoras
Crédito Fiscal para la Capacitación	La Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional de la Nación, SEPYME	Financiación formación
Pacto Global	PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo)	Fomento RSE, fomento de redes
Programa AGROLIMPIO	Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes (CASAFE)	Recolección envases vacíos
Programa de Acción Comunitaria	Fundación Compromiso	Asesoramiento
Programa de desarrollo: “Argentina de nosotros depende”	Fundación Roberto Noble del Grupo Clarín, Fundación Diario La Nación, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)	Fomento de la RSE, difusión
Programa de formación en Responsabilidad Social Corporativa y Prácticas de Negocios Responsables	Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa	Formación e intercambio experiencias
Programa de Voluntariado Corporativo	Fundación Compromiso	Asesoramiento y formación

Fuente: Informe nacional argentino

En cuanto a las medidas que proporcionan formación sobre RSE, cabe destacar el “**Programa de Formación en Responsabilidad Social Corporativa y Prácticas de Negocios Responsables**”, desarrollado por el Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa (IESC) y que analiza conceptos como el desarrollo sostenible y la responsabilidad social, facilitando el intercambio de experiencias de prácticas responsables entre los participantes y generando habilidades y capacidades para implementar la RSE en el lugar de trabajo. Asimismo, el “**Crédito Fiscal para la Capacitación**” de la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional de la Nación (SEPYME) apoya económicamente a las micro, pequeñas y medianas empresas que invierten en la capacitación de sus recursos humanos, reembolsando los gastos mediante la emisión de un Certificado de Crédito Fiscal endosable, que permite cancelar tributos nacionales como IVA y Ganancias.

Otro tipo de medidas colabora directamente con las empresas en la realización de actividades socialmente responsables, como el **Programa AGROLIMPIO de la Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes (CASAFE)**, que se encarga de la recolección y disposición final de los envases vacíos de productos fitosanitarios de empresas agropecuarias, o el programa “**Banco de Alimentos**”, de la Fundación Banco de Alimentos y que solicita donaciones de productos alimenticios aptos para el consumo pero no comercializados a empresas productoras y comercializadoras para su posterior distribución entre hogares de niños, de ancianos, etc.

Brasil

Los programas de apoyo a la RSE en Brasil contemplan principalmente una serie de publicaciones y guías informativas sobre la materia (ver Cuadro C.13). La mayor parte de las mismas son ofrecidas por el Instituto Ethos, en ocasiones en colaboración con otros organismos. Así, el programa “**Fortalecimiento de la RSE en las relaciones entre empresas grandes y pequeñas**” está dirigido a fomentar la cooperación entre las empresas

Cuadro C.13 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Brasil.

Medida	Institución encargada	Actividad
Fortalecimiento de la RSE en las relaciones entre empresas grandes y pequeñas	Instituto ETHOS	Guía fomento RSE
Implementación de Programas de Voluntariado en las Empresas	Instituto ETHOS	Guía fomento RSE
Prácticas Empresariales de Responsabilidad Social	Instituto ETHOS	Guía fomento RSE y difusión
Sello ANBRINQ-Empresa amiga de los Niños	Fundación ANBRINQ para los Derechos de los Niños y los Adolescentes	Fomento RSE
Sello Empresa Ciudadana	Prefecturas Municipales de todos los estados de Brasil	Fomento RSE

Fuente: Informe nacional brasileño

pequeñas y grandes de acuerdo con los criterios de RSE, mientras que el programa “Prácticas Empresariales de Responsabilidad Social” identifica prácticas empresariales de RSE exitosas que pueden ser aplicables a otras empresas. El Instituto Ethos desarrolla también diversos manuales que orientan a las empresas en la adopción de prácticas socialmente responsables, como la Guía “Implementación de Programas de Voluntariado en las Empresas”.

Por otra parte, cabe añadir la existencia de sellos o certificados sociales, como el “**Sello Empresa Ciudadana**”, concedidos por las Prefecturas Municipales de todos los estados de Brasil y que pretende estimular la inversión social privada por parte de las empresas en sus municipios respectivos mediante la concesión de un certificado que reconoce dichas actividades. Asimismo, el “**Sello ANBRINQ-Empresa amiga de los Niños**” de la Fundación ANBRINQ reconoce aquellas empresas que han adoptado diez compromisos con los niños brasileños en materia de educación, salud, derechos civiles e inversión social en los niños y adolescentes.

Chile

Las medidas de promoción de la RSE en Chile contemplan diversas actuaciones en la materia (ver Cuadro C.14). Así, el “**Concurso Nacional de Proyectos de I+D**” impulsado por el Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDEF) desarrolla un modelo/guía de gestión de la RSE como herramienta para mejorar la competitividad de las empresas e instituciones. En cualquier caso, en Chile no se aprecia la elaboración de

Cuadro C.14 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Chile.

Medida	Institución encargada	Actividad
Acción RSE	Acción RSE	Intercambio prácticas
Actuar bien es una responsabilidad de los negocios	Federación Gremial de la Industria (SOFOFA)	Seminarios y encuentros
Adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en la Pequeña y Mediana Empresa en Chile	Proyecto Vincular	Fomento RSE y formación
Concurso Nacional de Proyectos de I+D	Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico (FONDEF)	Desarrollo modelo de gestión RSE
Curso de Responsabilidad Social como Estrategia de Negocios	Universidad de Chile	Formación
Norma PYME	CORFO	Apoyo indirecto a la RSE a través de certificación de la gestión
Pacto Global de las Naciones Unidas con la Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Chile (CONAPYME)	Naciones Unidas	Fomento de redes

Fuente: Informe nacional chileno

ningún instrumento público de fomento que se diriga de manera explícita al fomento de la RSE, sino más bien como parte de otras temáticas.

Por otro lado, conviene subrayar la denominada **Norma PYME** o Norma Chilena de Gestión Integral PYME, impulsada por CORFO junto a Chile Calidad (el Centro Nacional de Productividad y Calidad) y el Instituto Nacional de Normalización (INN). Se trata de un instrumento objetivo para certificar un primer nivel de gestión, que permite a la empresa que se certifique, avanzar varios peldaños en el camino de la calidad y la competitividad, preparándose para luego abordar normas internacionales como las ISO 9001, ISO 14001 y otras. Esta norma permite actuar de forma implícita sobre áreas ligadas con la RSE.

Mientras, otros tipos de programa tratan de fomentar el intercambio de buenas prácticas de RSE. Ejemplos incluyen **“Acción RSE”**, que promueve buenas prácticas de RSE a través del aprendizaje de las iniciativas de compañías en distintas partes del mundo, el intercambio de experiencias entre las empresas y las actividades de desarrollo, promoción e investigación en la materia. En esta línea también, el programa **“Actuar bien es una responsabilidad de los negocios”** de la Federación Gremial Industrial SOFOFA pretende promover buenas prácticas orientadas al bien social en el empresariado chileno y mantener el interés por el tema, organizando y participando en seminarios y encuentros, tanto nacionales como internacionales.

Por su parte, el **“Pacto Global” de las Naciones Unidas con la Confederación Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Chile (CONAPYME)**, desarrollado por Naciones Unidas, representa un acuerdo por el que las empresas firmantes se comprometen a enmarcar su comportamiento corporativo dentro de normas muy generales en las que destacan la preservación del medio ambiente, el respeto laboral, los derechos humanos y la anticorrupción.

En materia de formación, el programa de **“Adopción de la Responsabilidad Social Empresarial en la Pequeña y Mediana Empresa en Chile”** de Proyecto Vincular pretende incrementar la competitividad de las PyMEs chilenas a través de la incorporación de la RSE en sus prácticas empresariales, ofreciéndoles para ello formación en la materia, donde el proyecto está diseñado para abarcar por un periodo de cuatro años a más de 150 PyMEs de los principales sectores económicos. También en el campo de la formación, el **“Curso de Responsabilidad Social como Estrategia de Negocios”** desarrollado por la Universidad de Chile tiene como objetivo la formación integral y la excelencia en el tema de la RSE de los más altos administrativos chilenos.

Colombia

En el caso colombiano, las medidas de fomento de la RSE entre las empresas están orientadas, fundamentalmente, a favorecer la recogida de aportaciones monetarias y/o no monetarias desde las empresas para su empleo en diversas iniciativas de carácter social (ver Cuadro C.15). Así, el programa **“Aportes y actividades voluntarias de empleados y empresas”**, desarrollado por Dividendo por Colombia, capta aportes voluntarios de empresas y empleados dirigidos a diversos colectivos desfavorecidos. En esta línea se

enmarca también el programa “**Compartamos con Colombia**”, que busca aportes de los colombianos residentes en el exterior y fomenta el establecimiento de alianzas complementarias entre las empresas y las fundaciones que trabajan en lo social para lograr mayor eficiencia en la intervención social. Por su parte, el programa “**Construcción de Comunidades**”, de la Corporación Minuto de Dios y que, con el apoyo del BID, busca dar solución al problema de la vivienda de los sectores más necesitados de Colombia, donde las actividades de las empresas se circunscriben a acciones de asesoría, capacitación y financiación en este ámbito.

Cuadro C.15 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Colombia.

Medida	Institución encargada	Actividad
Aportes y actividades voluntarias de empleados y empresas	Dividendo por Colombia	Recogida donativos
Compartamos con Colombia	Compartamos con Colombia	Recogida donativos
Construcción de Comunidades	Corporación Minuto de Dios	Asesoramiento, formación y recogida fondos
Iniciativa en Emprendimientos Sociales, IESO	Universidad de los Andes	Investigación, docencia y difusión
Líderes Siglo XXI	Empresarios por la Educación	Fomento RSE

Fuente: Informe nacional colombiano

Cabe destacar asimismo el programa “**Líderes Siglo XXI**”, desarrollado por Empresarios para la Educación y que tiene como objetivo principal el de elevar la calidad de la educación en Colombia. Las empresas participan en los procesos de gestión de las instituciones educativas apoyando, entre otros aspectos, el desarrollo de los estándares curriculares, el acceso a los sectores más vulnerables y la incorporación de tecnologías de información en los procesos formativos.

Finalmente, la **Iniciativa en Emprendimientos Sociales (IESO)** de la Universidad de los Andes promueve la capacidad y el interés universitario en temas relacionados con las actividades sociales responsables.

El Salvador

El conjunto de medidas de fomento de la RSE en El Salvador contempla una variedad de actuaciones (ver Cuadro C.16). Así, en materia de difusión de la RSE, los programas de “**Divulgación/Información**” de FUNDEMAS comprenden presentaciones sobre el concepto de la RSE y la divulgación de buenas prácticas de RSE entre las empresas nacionales. Destacan también los “**Seminarios y charlas**” desarrollados por la Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP) para la promoción de la RSE en la empresa privada, así como el programa de “**Fomento de las prácticas de RSE en PyMEs**”, desarrollado por el Comité de Jóvenes Profesionales y Empresarios de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador y que divulga el concepto de RSE presentando diez casos de empresas que han adoptado prácticas de RSE.

Cuadro C.16 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en El Salvador.

Medida	Institución encargada	Actividad
Consolidación, Proyectos escalables	FUNDEMAS	Asesoramiento y formación
Divulgación/Información	FUNDEMAS	Difusión RSE
Empresa Salvadoreña para la Responsabilidad Social (EMPRESAL)	FUNDEMAS	Fomento RSE Encuentro Nacional de la
Empresa Privada (ENADE)	Fundación Social Empresarial, Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP)	Intercambio experiencias
Fomento de las prácticas de RSE en PyMEs	Comité de Jóvenes Profesionales y Empresarios. Cámara de Comercio e Industria de El Salvador	Difusión RSE
Fortalecimiento de Asociaciones (FORTAS)	FUSADES	Fomento redes
Seminarios, charlas	Fundación Social Empresarial, Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP)	Difusión RSE

Fuente: Informe nacional salvadoreño

En lo referente a acciones de sensibilización, el programa “**Empresa Salvadoreña para la Responsabilidad Social (EMPRESAL)**” de FUNDEMAS busca incentivar al empresariado nacional en la adopción de prácticas de RSE en su estrategia general, concienciando, fomentando y apoyando el desarrollo de prácticas de negocio socialmente responsables. Por su parte, el programa de FUSADES “**Fortalecimiento de Asociaciones (FORTAS)**” apoya a comunidades “en vías de desarrollo” en zonas rurales, involucrando por primera vez a asociaciones del sector privado, a los residentes de las comunidades y las alcaldías. También cabe destacar el programa de “**Encuentro Nacional de la Empresa Privada (ENADE)**” de la Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP), que tiene el objetivo de permitir el intercambio de experiencias entre empresas en un conjunto amplio de actividades y temas, entre los que se incluye la RSE.

En cuanto a las actividades de formación, el programa de “**Consolidación y Proyectos Escalables**” de FUNDEMAS ofrece servicios de consultoría/capacitación destinados a la formación de un capital humano nacional capacitado en RSE.

México

Entre las principales medidas para el fomento de la RSE entre las empresas mexicanas destaca, en el campo de la formación y el asesoramiento, el “**Programa de Calidad y Modernización**” desarrollado por la Secretaría de Economía del Gobierno del Distrito Federal, que ofrece a las empresas y a sus trabajadores acciones de capacitación, consultoría y apoyo técnico que contribuyan al sostenimiento del empleo, así como a la mejora de las condiciones de trabajo y salariales de los trabajadores de las PyMEs nacionales (ver Cuadro C.17).

Cuadro C.17 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en México.

Medida	Institución encargada	Actividad
Enlace Empresarial	Secretaría de Desarrollo Social	Fomento redes, sensibilización, difusión.
Programa de Calidad y Modernización	Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno del Distrito Federal	Formación y asesoramiento.
Sistema de Capacitación a Trabajadores	Secretaría de Desarrollo Económico, Gobierno del Distrito Federal	Formación
Programa de Crédito al auto-empleo de apoyo a la micro y pequeña empresa Secretaría de	Desarrollo Económico, Gobierno del Distrito Federal	Financiación formación
Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME)	Secretaría de Economía, Gobierno Federal	Asesoramiento, formación, fomento redes
Programa de Responsabilidad Social Empresarial	Centro Mexicano para la Filantropía.	Fomento RSE, formación
Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa.	Centro Mexicano para la Filantropía.	Fomento RSE, formación
Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica. (COMPITE)	Confederación Nacional de Cámaras Industriales (CONCAMIN)	Formación, asesoramiento

Fuente: Informe nacional mexicano

Por su parte, la Secretaría de Desarrollo Social desarrolla el programa “**Enlace Empresarial**”, destinado entre otros aspectos a sensibilizar y concienciar al sector privado sobre las condiciones de la pobreza extrema en México, así como identificar y desarrollar alternativas de participación del sector privado en estas actividades sociales.

Otras medidas públicas de interés, fundamentalmente en el área de la promoción de la formación y la capacitación de los trabajadores, corresponden al “**Sistema de Capacitación a Trabajadores**”, el “**Programa de Crédito al auto-empleo de apoyo a la micro y pequeña empresa**”, el “**Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME)**” o el “**Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica. (COMPITE)**”. Finalmente, conviene subrayar diversos programas desarrollados por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), concretamente el “**Programa de Responsabilidad Social Empresarial**” y la “**Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa**”, y dirigidos a fomentar en general las actividades de RSE entre las empresas mexicanas, donde especial atención se presta a las actividades correspondientes a formación.

Perú

En Perú se han identificado una serie de medidas dirigidas a llevar a cabo acciones de sensibilización y difusión del concepto de RSE entre las empresas nacionales (ver Cuadro C.18). Así, el programa de “**Promoción de la responsabilidad social y el desarrollo sostenible**”, desarrollado por la Universidad del Pacífico, tiene como objetivo consolidar una visión de responsabilidad social y desarrollo sostenible entre los estudiantes universitarios mediante el proceso educativo, la sensibilización del profesorado y el fomento de la investigación en el tema.

Cuadro C.18 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Perú.

Nombre institución	Carácter	Actividades
Asesoría y capacitación en RSE.	Seguimiento Análisis y Evaluación para el Desarrollo (SASE)	Asesoramiento y formación
Centro de Contabilidad y Gestión Sostenibles	Universidad del Pacífico (UP)	Asesoramiento
Fondo Nacional de RSE	PROMPYME - Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa	Cofinanciación de experiencias de empresas que desarrollen programas de RSE
Programa de RSE	Centro de Asesoría Laboral del Perú	Asesoramiento, formación y difusión
Promoción de la responsabilidad social y el desarrollo sostenible	Universidad del Pacífico (UP)	Docencia, investigación y sensibilización
RSE en la región	Perú 2021	Sensibilización
Visión de País: Perú al 2021	Perú 2021	Difusión RSE y fomento de redes

Fuente: Informe nacional peruano

Mientras, el **Fondo Nacional de RSE**, impulsado por el Centro de Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (PROMPYME), trata de constituir un fondo público con financiación externa del BID, de PROMPYME y del sector privado, para co-financiar experiencias de empresas que desarrollen programas de RSE, especialmente en lo que se refiere a proyectos vinculados a la cadena productiva de las empresas, ya sea hacia delante con distribuidores o clientes, o hacia atrás con proveedores. También interesan actividades que no necesariamente son parte de la cadena productiva de las empresas, pero que favorezcan otras actividades colaterales que ayuden a desarrollar un tejido productivo sostenible en sus regiones. En cualquier caso, conviene recordar que esta medida aún se encuentra en fase de planeamiento y no ha sido todavía ejecutada.

Por su parte, Perú 2021 lidera varios programas de sensibilización en el área de la RSE. Así, y por un lado, “**Visión de País: Perú al 2021**” persigue la construcción de una visión de corto y largo plazo para el país ligada con el concepto de responsabilidad social, para lo cual diversos líderes empresariales y de la sociedad civil peruana han colaborado. Por otro lado, el programa “**RSE en la región**” tiene como objetivo fundamental el de sensibilizar a

los empresarios nacionales con respecto a los beneficios que a través de la RSE obtienen tanto la empresa como la sociedad, donde este programa tiene una fuerte orientación específica hacia el colectivo de PyMEs.

En materia de asesoramiento, el **Centro de Contabilidad y Gestión Sostenibles** de la Universidad del Pacífico tiene como principal función asesorar a las empresas en la medición y control de los programas de responsabilidad social y sostenibilidad corporativa. Asimismo, el programa “**Asesoría y capacitación en RSE**”, liderado por SASE, brinda asesoría y formación a aquellas empresas que estén interesadas en adoptar o mejorar sus ya existentes estrategias de RSE, mientras que el **Programa de RSE** del Centro de Asesoría Laboral del Perú cuenta con dos proyectos ligados con el fomento del respeto a los derechos fundamentales de los trabajadores según los estándares internacionales.

Venezuela

Al igual que en el caso de Colombia, existe un número amplio de medidas de fomento de la RSE entre las empresas nacionales orientadas a favorecer la recogida de aportaciones monetarias y/o no monetarias procedentes de las empresas para su posterior empleo en diversas iniciativas de carácter social (ver Cuadro C.19). Así, la asociación sin fin de lucro “Dividendo Voluntario para la Comunidad” desarrolla tres programas en este campo. Así, el

Cuadro C.19 Principales iniciativas/medidas de fomento de la RSE en Venezuela.

Medida	Institución encargada	Actividad
Aporte Voluntario por Nómina	Dividendo Voluntario por la Comunidad	Recogida fondos
Banco de proyectos	Venezuela sin Límites	Recogida fondos
Comité de Higiene y Seguridad Laboral	Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales	Asesoramiento
Dona tu Vuelto	Dividendo Voluntario por la Comunidad	Recogida fondos
El Recolector de Esperanzas	Venezuela sin Límites	Recogida fondos
Escuelas Rurales	Dividendo Voluntario por la Comunidad	Recogida fondos
Foros y Conferencias sobre Actividades RSE	Alianza Social VenAmCham	Difusión RSE
Innovación Industrial	Fondo Nacional de Ciencia y Tecnología – FONACYT	Formación RSE
Impacto socio-ambiental	Fondo Nacional de Ciencia y Tecnología – FONACYT	Asesoramiento y formación
Mi refugio en el cielo	Venezuela sin Límites	Recogida fondos
Publicaciones sobre Actividades de RSE	Alianza Social VenAmCham	Guías RSE, difusión

Fuente: Informe nacional venezolano

programa “**Aporte Voluntario por Nómina**” recolecta fondos a través de donaciones que realizan los empleados pertenecientes a diversas empresas privadas, donde el dinero recogido se utiliza para financiar proyectos de organizaciones o instituciones que atienden a comunidades de bajos recursos. De forma similar, el programa “**Dona tu Vuelto**” capta el dinero que los clientes voluntariamente desean donar cuando van a comprar un producto en tiendas identificadas con el programa. Finalmente, el programa “**Escuelas Rurales**” tiene como objetivo construir escuelas en zonas rurales desasistidas.

Otros programas que captan donaciones entre las empresas son los desarrollados por Venezuela sin Límites, como por ejemplo “**Mi refugio en el cielo**”, que apadrina a niños, el “**Recolector de Esperanzas**”, que recauda, evalúa, clasifica y almacena de forma organizada y sistemática las donaciones de bienes nuevos y usados que particulares, instituciones y empresas quieren hacer llegar a la población venezolana de bajos ingresos y, finalmente, el programa “**Banco de proyectos**”, que ofrece apoyo técnico para el diseño de proyectos y facilita la obtención de recursos financieros procedentes de empresas privadas que desean participar en la financiación de los mismos.

Además de los programas anteriormente citados, conviene subrayar las actividades desarrolladas por la Alianza Social VenAmCham, ligadas fundamentalmente con actividades de sensibilización y difusión del concepto de la RSE entre las empresas venezolanas. Así, las “**Publicaciones sobre Actividades de RSE**” difunden material de apoyo para las empresas en este campo, tales como manuales, estudios de casos exitosos y, finalmente, directorios de organizaciones del área social, donde todas estas actividades se difunden a través de la prensa nacional. Por otro lado, los “**Foros y Conferencias sobre Actividades RSE**” constituyen eventos públicos de reflexión y discusión en torno a temas de RSE que contribuyen a la difusión de este concepto entre los empresarios y a la promoción de las estrategias socialmente responsables más destacadas.

Finalmente, es posible identificar varios programas públicos destinados a fomentar en las empresas venezolanas diversas actividades aisladas pero ligadas con la RSE, tales como la protección del medio ambiente (programa “**Impacto socio-ambiental**”), mejora de las condiciones laborales de los centros de trabajo venezolanos (“**Comité de Higiene y Seguridad Laboral**”), o el fomento de actividades de capacitación y formación de los trabajadores (i.e. el programa “**Innovación Industrial**”).

C.4. EJEMPLOS DE PREMIOS DESTINADOS A RECONOCER LAS PRÁCTICAS DE RSE MÁS RELEVANTES ENTRE LAS EMPRESAS LATINOAMERICANAS

Esta sección recoge los premios nacionales más relevantes destinados a reconocer a aquellas empresas que destacan por sus actividades socialmente responsables, tanto externas (dirigidas a la comunidad) como internas (por ejemplo dirigidas a los propios trabajadores de la empresa) o medioambientales. Todos estos premios y galardones son susceptibles de ser otorgados a PyMEs. Al igual que en las secciones anteriores, la información se presentará para cada país.

Comenzando por Argentina, es posible identificar un número significativo de premios empresariales dirigidos a reconocer las prácticas de RSE entre las empresas argentinas (ver Cuadro C.20). En este sentido, es posible identificar diversos premios dirigidos a aquellas empresas que han destacado por sus actividades de RSE en general. Ejemplos incluyen el “Premio ACDE” de la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa, el “Premio Fray Luis Beltrán” de la Unión Obrera Metalúrgica de la República Argentina y el “Premio Ciudadanía Empresaria”, premio éste concedido por la Cámara de Comercio de los EEUU y que en los últimos años está haciendo especial hincapié en el ámbito de las PyMEs. Mención especial merece el “Ranking Clarín de Prestigio”, elaborado por el Diario Clarín, y que muestra las 100 empresas con mejor imagen en Argentina en aspectos como la honestidad y ética empresariales, el compromiso con la comunidad y el desarrollo del país y el cuidado del medio ambiente, entre otros. Mientras, otros premios subrayan los compromisos adquiridos por algunas empresas argentinas para con la comunidad (RSE externa) en diversos temas como educación, cultura, etc. Así, ejemplos incluyen los “Premios Konex” de la Fundación Konex, el “Concurso sobre RSE” de la Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina y, finalmente, el “Premio al Emprendedor Solidario” del Foro Ecuménico Social.

Cuadro C.20 Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE en Argentina.

Premio	Institución	Breve descripción
Premio ACDE	Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas (ACDE)	Premia la coherencia entre las prácticas organizacionales y el desarrollo de una gestión humana y responsable.
Premio Carlos Pellegrini	Unión Industrial Argentina	Tiene por objetivo estimular el perfeccionamiento de los Recursos Humanos (a nivel interno y comunitario).
Premio Ciudadanía Empresaria	Cámara de Comercio de los EEUU (AMCHAM)	Premia las buenas prácticas empresariales en RSE. En los últimos años, se ha hecho hincapié en las
PyMES. Premio Dow AgroSciences	Dow AgroSciences	Reconocer a los productores agropecuarios que se esfuerzan por mejorar los niveles de capacitación, condiciones laborales y calidad de vida de sus empleados y dependientes, fomentando el desarrollo de sus recursos humanos.

continuación

Cuadro C.20 Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE en Argentina.
(continuación)

Premio	Institución	Breve descripción
Premio al Emprendedor Solidario	Foro Ecuménico Social	Se reconoce a aquellos emprendedores que hayan organizado acciones para la comunidad, en temas como medio ambiente, educación, cultura, etc.
Premio Fray Luis Beltrán	Unión Obrera Metalúrgica de la República Argentina	Una de las tres categorías premia la RSE, midiendo el grado de compromiso de la empresa con sus empleados y el entorno.
Premio 'Hacia la Excelencia Ambiental'	Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)	Reconocimiento académico y divulgación de prácticas empresariales para promover el cuidado del Medio Ambiente.
Premio a la Gestión Ambiental en Industrias y Municipios Pequeños y Medianos	Fundación MAPFRE y Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES)	Premia aquellos pequeños y medianos municipios e industrias que, a través de una Gestión Ambiental, hayan solucionado problemas ambientales.
Premios Konex	Fundación Konex	Premia a aquellas empresas que hayan destacado por sus obras de tipo cultural, educacional, social, filantrópico, etc.
Premio Nacional Ética y Responsabilidad Social Empresaria	Proética e IARSE	Promueve la investigación sobre RSE entre estudiantes universitarios como forma de contribuir al desarrollo sostenible del país.
Premio 'Proyectando Valores' 2004	Cámara Argentina de Anunciantes	Premia la responsabilidad social de los anunciantes y los medios en la transmisión de valores y principios éticos en sus comunicaciones.
Premio Red Puentes al Periodismo en RSE	Fundación El Otro	Fomentar el periodismo sobre RSE para dar a conocer el tema a la sociedad.
Primer Concurso sobre RSE	Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina (CCIFA)	Promueve proyectos desarrollados por empresas en áreas como salud, educación, cultura, atención de las necesidades de carácter público y social, y preservación del medio ambiente.
Ranking Clarín de Prestigio: las 100 empresas más admiradas de Argentina	Diario Clarín	Muestra las empresas con mejor imagen en aspectos como la honestidad y ética empresariales, el compromiso con la comunidad y el desarrollo del país y el cuidado del medio ambiente, entre otros.

Fuente: Informe nacional argentino

Por su parte, es posible distinguir diversos premios destinados a promover las actividades responsables internas y medioambientales de las empresas. Así, y en el ámbito interno, destacan dos premios, esto es, el **“Premio Dow AgroSciences”** (dirigido a productores agropecuarios) y el **“Premio Carlos Pellegrini”** de la Unión Industrial Argentina, donde ambos premios presentan una fuerte orientación a reconocer aquellas empresas especialmente sensibles con el desarrollo integral de sus recursos humanos. Por su parte, y en el ámbito medioambiental, es posible distinguir diversos ejemplos, como el **“Premio ‘Hacia la Excelencia Ambiental’”** de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y patrocinado por la Asociación Dirigentes de Empresa a través del **Instituto de Estudios e Investigaciones Ambientales (IEIA)**, así como el **“Premio a la Gestión Ambiental en Industrias y Municipios Pequeños y Medianos”**, concedido por la Fundación MAPFRE y la propia Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES), donde este último presenta una orientación preferente hacia las pequeñas industrias.

Además de los galardones anteriormente reseñados, en Argentina existen diversos premios destinados a galardonar las actividades destinadas a promocionar el concepto de RSE en el ámbito nacional. Así, el **“Premio Nacional Etica y Responsabilidad Social Empresaria”**, concedido por Proética y el IARSE, promueve la investigación en el campo de la RSE por parte de los estudiantes universitarios. Por su parte, el **“Premio Proyectando Valores”** de la Cámara Argentina de Anunciantes fomenta la reflexión entre los alumnos universitarios de carreras como Comunicación Social, Publicidad y otras afines sobre la responsabilidad social de los anunciantes y los medios. Relacionado también con el papel de los medios, el **“Premio Red Puentes al Periodismo en RSE”** de la Fundación El Otro incentiva el periodismo sobre RSE de cara a dar a conocer el tema a la sociedad.

Por lo que se refiere al caso brasileño, existen diversos galardones destinados a premiar a aquellas empresas brasileñas particularmente activas en el campo de la RSE (ver Cuadro C.21). Ejemplos destacables a reseñar incluyen el **“Premio FGV-EAESP de Responsabilidad Social”** de la Fundación Getulio Vargas – Escuela de Administración de Empresas de Sao Paulo (dirigido sólo al comercio minorista), así como diversos premios concedidos por el Instituto ADVB de Responsabilidade Social (IRES) tales como el premio **“Top Social ADVB”**, el premio **“Líder Empresarial Nacional de RSE ADVB”** o el premio **“Top Ecología ADVB”**, destinado específicamente a las empresas que presentan las mejores soluciones a favor de la preservación del medio ambiente.

Además de los premios anteriormente citados, conviene subrayar la existencia, al igual que en el caso argentino, de diversos premios dirigidos a incentivar el conocimiento sobre la temática RSE entre la opinión pública. Ejemplos incluyen dos premios concedidos por el Instituto Ethos, el **“Premio Ethos-Valor”**, dirigido a incentivar el debate sobre la RSE entre la comunidad académica y el **“Premio Ethos de Periodismo-Empresas y Responsabilidad Social”**, destinado a reconocer la labor periodística en materia de RSE. Finalmente, resulta particularmente reseñable el **“Premio Balance Social”**, concedido por el propio Instituto Ethos y destinado a premiar los mejores balances sociales referentes a actividades en RSE, donde una de las categorías especiales de galardón se refiere a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Cuadro C.21 Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE en Brasil.

Premio	Institución	Breve descripción
Líder Empresarial Nacional de RSE ADVB	Instituto ADVB de Responsabilidade Social (IRES)	Se premia al empresario más destacado por sus actividades socialmente responsables tanto externas como internas y reconocidas por la sociedad.
Premio Balance Social	Instituto Ethos	Premio a los mejores balances sociales referentes a actividades en RSE, en tres categorías fundamentales, esto es, regional, micro, pequeñas y medianas empresas y gran premio nacional.
Premio Ethos de Periodismo - Empresas y Responsabilidad Social	Instituto Ethos	Distingue a los periodistas que hayan realizado trabajos de periodismo especialmente meritorios en el área de la RSE.
Premio Ethos-Valor	Instituto Ethos	El premio incentiva el debate sobre la RSE entre la comunidad académica, en todas las áreas y en todo el territorio nacional.
Premio FGV-EAESP de Responsabilidad Social en el Comercio Minorista	Fundación Getulio Vargas – Escuela de Administración de Empresas de Sao Paulo	Se reconocen las acciones de responsabilidad social desarrollados por empresas e instituciones minoristas de Brasil.
Top Ecología ADVB	Instituto ADVB de Responsabilidade Social (IRES)	Reconoce a las empresas que presentan soluciones a favor de la preservación del medio ambiente.
Top Social ADVB	Instituto ADVB de Responsabilidade Social (IRES)	Premia aquellas empresas que demuestran una visión propia en cuanto a la importancia del desarrollo social como factor fundamental de crecimiento económico.

Fuente: Informe nacional brasileño

Por lo que respecta al resto de países analizados en este estudio, únicamente en tres países (Chile, México y Perú) se han identificado ejemplos concretos de premios en el ámbito de la RSE (ver Cuadro C.22), donde la mayoría de estos premios reconocen las actividades realizadas en este ámbito por parte de las empresas. Así, y por lo que se refiere a Chile, destacan tres premios, el “**Premio a la Fundación Prohumana RSEtica**” de la Fundación Prohumana, el “**Premio Buen Ciudadano Empresarial**” de la Cámara Chileno Norteamericana de Comercio y, finalmente, el “**Premio SOFOFA a la Responsabilidad Social Empresarial**”. Este premio, concedido por SOFOFA, distingue a la empresa asociada que mejor ejemplifique el compromiso integral y permanente con la RSE, donde este premio es uno de los premios de responsabilidad social más antiguo del país (iniciado en 1997) y el único que dan los propios empresarios.

Cuadro C.22 Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE en Chile, México y Perú.

Premio	Institución	Breve descripción
Chile		
Premio Buen Ciudadano Empresarial	Cámara Chileno Norteamericana de Comercio (AmCham)	Reconoce los programas empresariales orientados a la comunidad y que merezcan reconocimiento público por el positivo resultado obtenido.
Premio a la Fundación Prohumana RSEtica	Fundación Prohumana	El premio incentiva la RSE entre instituciones del sector público, social y privado.
Premio SOFOFA a la Responsabilidad Social Empresarial	SOFOFA	Distingue a la empresa asociada que mejor ejemplifique el compromiso integral y permanente con la RSE. Es uno de los premios de responsabilidad social más antiguo del país y el único que dan los propios empresarios.
México		
Premio al Buen Socio de la Sociedad para la Prosperidad	Oficina de la presidencia de la República Mexicana para las Políticas Públicas y Departamento de Estado de los EE.UU.	Promueve el bienestar social de los ciudadanos en las regiones más desfavorecidas reconociendo la labor de las empresas involucradas con su comunidad.
Premio Caracol de Plata Reconocimiento Iberoamericano al Mensaje de Beneficio Social	Caracol de Plata	Tiene el objetivo de motivar a las agencias de publicidad, empresas, medios de comunicación e instituciones sin ánimo de lucro a que promuevan el beneficio social mediante publicidad y campañas de promoción.
Premio Empresa Socialmente Responsable	CEMEFI y AliaRSE	Reconoce las prácticas empresariales socialmente responsables en tres categorías: calidad de vida en la empresa, cuidado del medio ambiente y la vinculación de la empresa con la comunidad.
Perú		
Concurso Anual de Responsabilidad Social entre Jóvenes	Consortio de Universidades, conformado por Universidad del Pacífico, Pontificia Universidad Católica del Perú, Universidad de Lima y Universidad Peruana Cayetano Heredia.	Desarrollo de líderes socialmente responsables que planteen proyectos para mejorar las condiciones de vida de los más perjudicados y dispuestos a llevar a cabo sus propuestas de manera voluntaria.
Premio Perú 2021 a la responsabilidad social y ambiental de las empresas.	Perú 2021 en asociación con la Universidad del Pacífico.	El concurso premia a empresas de todos los tamaños y tiene el objetivo de difundir la importancia de la RSE entre la comunidad empresarial, la sociedad civil y el sector público.

Fuente: Informes nacionales chileno, mexicano y peruano

Por su parte, y por lo que se refiere al caso mexicano, es posible identificar dos premios especialmente dirigidos a las empresas, el **“Premio al Buen Socio de la Sociedad para la Prosperidad”** concedido por la Oficina de la Presidencia de la República Mexicana para las Políticas Públicas y el Departamento de Estado de los EE.UU, así como el **“Premio Empresa Socialmente Responsable”**, concedido por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). En concreto, este premio concede desde el año 2001 el Distintivo a la Empresa Socialmente Responsable (ESR) a aquellas empresas que impacten positivamente tanto en el entorno interno como externo de la empresa en cuatro ámbitos principales: la ética empresarial, el cuidado y preservación del medio ambiente, la calidad de vida en la empresa y, finalmente, la vinculación de la empresa con la comunidad. La empresa que recibe este distintivo puede utilizarlo durante un año en su imagen corporativa¹⁷⁰. Finalmente, conviene subrayar la existencia del **“Premio Caracol de Plata Reconocimiento Iberoamericano al Mensaje de Beneficio Social”**, concedido por la asociación Caracol de Plata AC¹⁷¹ y que tiene por objetivo el motivar a las agencias de publicidad, empresas, medios de comunicación e instituciones sin ánimo de lucro a que promuevan el beneficio social mediante publicidad y campañas de promoción.

Finalmente, y en el caso peruano, es posible distinguir dos premios, por un lado, el **“Premio Perú 2021 a la responsabilidad social y ambiental de las empresas”**, concedido por Perú 2021 en asociación con la Universidad del Pacífico y dirigido a empresas de todos los tamaños empresariales y, por otro lado, el **“Concurso Anual de Responsabilidad Social entre Jóvenes”**, liderado por un consorcio de Universidades peruanas y destinado a distinguir a aquellos proyectos empresariales desarrollados por estudiantes universitarios y que estén dirigidos a mejorar las condiciones de vida de los más necesitados.

C.5. SISTEMAS DE INDICADORES UTILIZADOS EN LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS A ESTUDIO PARA MEDIR LA RSE ENTRE LAS EMPRESAS

La existencia de indicadores en el ámbito de la RSE permite efectuar un diagnóstico/ evaluación del grado de responsabilidad social que pone en práctica cada empresa en sus acciones cotidianas. Además, los indicadores pueden ser utilizados como instrumentos de gestión y planificación, así como una fuente de ideas para diseñar estrategias y acciones futuras en aquellos ámbitos de la RSE en los que se juzgue necesaria una mejora.

Atendiendo a la información disponible, existen diversos sistemas de indicadores de RSE único en el ámbito latinoamericano, en la mayor parte de los casos de ámbito puramente nacional¹⁷². En este sentido, los países más avanzados en el tema de indicadores de RSE son básicamente tres: Brasil, Chile y, en menor medida, Argentina.

Así, y por lo que se refiere al caso argentino, es posible distinguir la existencia de cuatro propuestas de indicadores desarrollados:

- La “**Guía de Autoevaluación para la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial**”, elaborado en el 2004 por el equipo de Proética de la Universidad Católica de Córdoba
- El “**Índice de Responsabilidad Social Empresarial**”, elaborado por el Grupo Interrupción
- La “**Guía práctica de RSE para PYME**”, desarrollada por Universidad Argentina de Empresa (UADE) en colaboración con la American Chamber of Commerce (AMCHAM) de Argentina en el 2003
- El Proyecto “**Balance Social- Un Enfoque Integral**”, elaborado por IDEA.

Mientras, y en el caso brasileño, el Instituto Ethos dispone desde junio del 2002 de los “**Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial**”. Este conjunto de indicadores, estructurados en siete grandes temas (valores, transparencia y gestión; público interno; medio ambiente; suministradores; consumidores y clientes; comunidad, gobierno y sociedad) se constituye como una herramienta de auto-diagnóstico y auto-evaluación empresarial que permite auxiliar a las empresas a gestionar los impactos sociales y ambientales derivados de sus actividades, así como una herramienta de planificación.

Además, y desde el 2003, el Instituto Ethos en colaboración con el Sebrae ha elaborado dos publicaciones¹⁷³ destinadas a favorecer la autoevaluación entre las micro, pequeñas y medianas empresas brasileñas sobre sus actividades de RSE, esto es, la “**Ferramenta de Auto-Avaliação e Planejamento – Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas**” (Herramienta de Autoevaluación y Planificación – Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidad Social Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas) y “**Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas – Passo a Passo**” (Responsabilidad Social Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas – Paso a Paso).

Por su parte, y con relación al caso chileno, es posible distinguir la existencia de cinco grandes proyectos en el tema de indicadores de RSE:

- En primer lugar, el “**Proyecto Avina**”, desarrollado por la Fundación Avina (ver Cuadro C.23).
- La “**Matriz de Análisis de Implementación de RSE**”, propuesta por la Fundación Prohumana, la cual persigue dos objetivos. Por un lado permitir un análisis estructural funcional de los numerosos componentes que inciden en la adopción de políticas RSE. Por otro lado, permite la utilización de estos modelos en estudios comparados que proporcionen una relativización de estas prácticas entre los países.
- El “**Modelo de RSE**”, utilizado por Acción Empresarial, y fundamentado en cinco áreas que giran en torno a la responsabilidad social corporativa (Misión, visión y ética; Calidad de vida en la Empresa; Medio Ambiente; Compromiso con la Comunidad y, finalmente, Comercialización y Marketing Responsable).
- El “**Modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial**”, desarrollado a través del “Proyecto-Vincular”, y que permite diseñar una estrategia de RSE alineada a la estrategia corporativa y cuantificar los beneficios privados y sociales de los proyectos de RSE. Cabe destacar asimismo la Implementación del Global Reporting Initiative (GRI) en PyMEs chilenas, acuerdo éste firmado entre el Global Reporting Initiative (GRI) y el Centro Vincular para aplicar este reporte de medición de la RSE en las PyMEs participantes del proyecto de este Centro y así fomentar la incorporación de la RSE en estas compañías.
- Los “**Indicadores de acción empresarial de responsabilidad social**”, elaborado por la organización Acción Empresarial (patrocinada a su vez por la Confederación de la Producción y del Comercio). Estos indicadores son una herramienta práctica que le permite a la empresa evaluar el grado de desarrollo de sus estrategias, políticas y prácticas en los distintos ámbitos que involucra la responsabilidad de un “buen ciudadano corporativo”.

Con respecto al resto de países a estudio, es posible subrayar la existencia de diversas experiencias de interés. Así, y en el caso colombiano, conviene subrayar la existencia del “Índice de Responsabilidad Social” del Centro Colombiano de Responsabilidad Social (CCRE). Este índice hace una comprensión de la situación de responsabilidad social en cada empresa en cinco dimensiones concretas (Entorno Organizacional, Autorregulación, Mercado, Comunidad y Medio Ambiente) a través de la evaluación de las prácticas y los procesos que giran en torno a los aspectos que el CCRE ha identificado dentro de una gestión socialmente responsable. Permite, por lo tanto, evaluar el desempeño de la organización en cuanto a su gestión de la RSE, construir su estrategia de negocio frente a la RSE y mejorar su competitividad¹⁷⁴.

Por su parte, la Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS) de El Salvador ha desarrollado desde el año 2003 un conjunto de indicadores sobre el grado de desarrollo de la responsabilidad social empresarial. FUNDEMÁS ha iniciado el estudio de adaptación y profundización de los indicadores para las PyMEs, cuyo borrador se espera esté concluido para Febrero-2005. También en El Salvador cabe destacar la “**Guía práctica de indicadores de RSE**”, elaborada por el Comité de Jóvenes Profesionales y Empresarios de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, que recoge los instrumentos válidos para la identificación de indicadores de RSE de forma que cada empresario pueda identificar el grado de RSE en que se encuentra su empresa.

Cuadro C.21 Principales premios empresariales en el ámbito de la RSE en Brasil.

Objetivos propuestos:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de un Balance Social para reportar la RSE de las PyMEs. 2. Apoyo de las grandes empresas para apoyar la RSE en las PyMEs.
Principales resultados obtenidos:
<p>Constitución de un consejo asesor y de apoyo que acompañe el proyecto en todo su desarrollo, formado por instituciones del sector público y privado.</p> <p>CORFO (Corporación de Fomento de la Producción) acepta la RSE como elegible para sus instrumentos de Fomento. Esto significa contar con recursos del Estado para trabajar con las PyMEs en la incorporación de RSE desde la perspectiva de un modelo de Gestión que busca mejorar la calidad, productividad y competitividad del sector.</p> <p>Se ha elaborado el Primer Balance Social para el sector PYME (15 PyMEs chilenas han participado en este Balance), lo que les permite reportar sus actividades de RSE de manera pública a todos sus segmentos de interés. Este Balance Social incluye seis áreas principales: i) indicadores financieros (ventas, planilla, impuestos); ii) indicadores internos (salud, capacitación, bienestar, alimentación, etc); iii) indicadores externos (proyectos culturales, deportivos, comunitarios, donaciones, etc); iv) indicadores de empleo; v) indicadores de medio ambiente (obtención, uso y devolución de recursos, entre otros); vi) indicadores de ciudadanía empresarial (marketing, relación con proveedores, accidentes, etc)</p>
Actividades futuras:
<p>Cara a futuro, la iniciativa comprende seguir trabajando durante los próximos años en esta materia a través del desarrollo de una metodología de diagnóstico, implementación y verificación de RSE en las PyMEs chilenas.</p>

Fuente: Informe nacional chileno

En el caso mexicano, el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación elaboró en el año 2002 el primer borrador de la Norma Mexicana: “**Responsabilidad Social e Integridad**” (BT-NMX-SAST-004-IMNC-2003). Se espera que el documento normativo sea finalizado próximamente por el Comité Técnico de Normalización Nacional de Sistemas de Seguridad y Salud en el Trabajo. Además, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) contempla el “**Programa de Responsabilidad Social Empresarial**” que permite a las empresas diagnosticar su situación dentro de los estándares que conforman la RSE y comparar y medir sus resultados, al tiempo que se les asesora en la aplicación eficaz de sus programas de donaciones e inversión social para alcanzar el mayor impacto con ellos.

Finalmente, y por lo que se refiere al caso venezolano, la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS) ha diseñado una metodología para realizar un Balance Social, el “**Balance social para la empresa venezolana**”.

NOTAS

1. En el contexto de este estudio, se utilizará el término PYME para referirse a las MIPyMEs en general, a menos que un colectivo de tamaño particular sea considerado.
2. Según el informe de ENSR, Observatory of European SMEs, European SMEs and Social and Environmental Responsibility, European Commission, Brussels, 2002.
3. Ver Recomendación de la Comisión de 6 de Mayo del 2003 sobre la definición de micro, pequeña y mediana empresa [Diario Oficial L 124 of 20/05/2003].
4. En este informe, y tal y como se indicó en un capítulo anterior, el concepto PYME engloba al conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMEs).
5. SIMPLES (Sistema Integrado de Pago de Impuestos y Contribuciones de las Microempresas y las Empresas Pequeñas).
6. Valor de la UF al 31/12/2003 \$16.920, dólar observado al 30/12/2003 \$599,42 (Fuente: Banco Central). Por lo tanto al 31/12/2003, 1 UF aprox. US\$ 28.
7. Gaceta Oficial No. 37.164, Marzo de 2001.
8. Una Unidad Tributaria equivale aprox. a \$15, dólar preferencial al 15 de marzo de 2005 (Fuente: Banco Central). Por lo tanto en bolívares la Unidad Tributaria está en 29400. (Fuente: Seniat: Servicio Especial Nacional Integrado de Administración Tributaria).
9. Gaceta Oficial No. 37.583, Diciembre 2002.
10. Ver MIDEPLAN, "Caracterización de la Microempresa en Chile", Santiago, 1998.
11. Datos tomados de FUNDES, Indicadores del Estudio de la PYME, 2002. No se incluyen las denominadas microempresas de subsistencia, las cuales ascienden a un total estimado de 295,451 empresas.
12. Páez, T. (coord.), "Observatorio PYME: Estudio de la pequeña y mediana empresa en Venezuela", Corporación Andina de Fomento, Caracas, 2001.
13. Instituto Ethos, "A responsabilidade social nas relações entre grandes e pequenas empresas", 2004 (accesible en <http://www.uniethos.org.br>).
14. Ver Villarán, F. "Riqueza Popular. Pasión y gloria de la pequeña empresa", Ediciones del Congreso del Perú, Lima, 1998.
15. Páez, T. (coord.), "Observatorio PYME: Estudio de la pequeña y mediana empresa en Venezuela", Corporación Andina de Fomento, Caracas, 2001.
16. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), "As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil: 2001", Rio de Janeiro, 2003.
17. Instituto Ethos, "A responsabilidade social nas relações entre grandes e pequenas empresas", 2004 (accesible en <http://www.uniethos.org.br/>).
18. Webb, R. & G. Fernández Baca, 'Perú en Números 1999', Cuánto S.A. Lima, 1999.
19. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), "As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil- 2001", Rio de Janeiro, 2003.
20. Kantis H. (ed), con la colaboración de Angelelli P y Koenig VM, Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 2004.
21. La información correspondiente a esta sección se ha obtenido fundamentalmente de dos fuentes principales:
 - Méndez, C., "Responsabilidad Social en Venezuela durante el siglo XX", Strategos Consultores, Caracas, 2003.
 - Paladino, M., y A. Mohan, "Tendencias de la Responsabilidad Social en Argentina",
 - Documento de Investigación, IAE/Universidad Austral, ACES, Pilar, 2002.

22. En algunos países (i.e. Chile), la década de los ochenta da paso a una serie de cambios legislativos para estimular las donaciones privadas (Ley 18.681, artículo 69, que permite descontar a las empresas del pago de impuesto a la renta parte de las donaciones destinadas a Universidades e Institutos profesionales estatales y privados o la Ley 19.247, artículo 3, que promueve las donaciones con fines educacionales y fomenta la participación de la empresa privada en el mejoramiento de la calidad de la educación).
23. Por ejemplo, en el año 2001 se lanza en México la primera convocatoria para poder obtener el distintivo de ESR a la Empresa Socialmente Responsable, en tanto que en el 2003 se crea el Foro de Empresas Socialmente Responsables (integrado por 50 empresas y 38 Fundaciones Empresariales mexicanas)
24. Respecto de las principales instituciones que han elaborado una definición de RSE destaca la Unión Europea, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD), World Business Council on Sustainable Development (WBCSD), Business in the Community-UK, CSR Europe y, finalmente, el World Economic Forum (WEF).
25. Reflexión recogida de Acción Empresarial, ver informe nacional chileno.
26. Schroeder, J. y I. Schroeder, "Responsabilidade Social Corporativa: limites e possibilidades", en: RAE-eletrônica. v. 3, n. 1, Art. 1, jan./jun. 2004.
27. Melo Neto, F.P. y C. Froes, "Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor", Rio de Janeiro, 1999.
28. González, I.A. y otros, "Responsabilidad Social Empresaria. Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento del "ciudadano empresa". Normativa y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina". IDEA, Buenos Aires, 2003.
29. Bornot, S. "Responsabilidad Social Empresarial en México: Situación Actual y Perspectivas", GTZ, Febrero 2004, pp. 35
30. Rutherford R., Curran J. and Smith S., Small business and community: the petite bourgeoisie in urban Britain and some implications for the small business', Paper presented at the Institute of Small Business Affairs Conference on Generating Growth, Belfast, November 1997
31. El concepto de 'stakeholder' puede ser definido como aquellas personas o grupos que tienen (o reclaman tener) un derecho o un interés en las actividades pasadas, presentes y futuras de las empresas. En castellano se suele utilizar a veces la expresión "partes interesadas". Ejemplos de 'stakeholders' incluyen los dueños, los propios empleados de la empresa, sus clientes y contratistas, sus suministradores, el medio ambiente o la comunidad en general.
32. Una discusión sobre estas razones puede encontrarse en Thompson, J. K. and Smith L. 'Social responsibility and small business: suggestions for research', Journal of Small Business Management, January, 30-44, 1991.
33. Spence, L.J., 'Does size matter? The state of the art in small business ethics', in Business Ethics: A European Review, vol 8, number 3, July 1999, pp 163-174, Blackwell Publishers Ltd, Oxford.
34. Welsh, J.A. and White J.F., 'A small business is not a big business', Harvard Business Review, 59:4, 18-32, 1991.
35. Hollidays, R., Investigating Small Firms: Nice Work?', Routledge, London, 1995.
36. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), "As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil- 2001", Rio de Janeiro, 2003.
37. Plebani Pautassi, A., "La cultura organizacional en los procesos de calidad total: aplicación a las PyMEs cordobesas", Tesis Magíster en Dirección de Empresas, ICDA, UCCOR, Córdoba, 2003.

38. Quinn, J.J., 'Personal Ethics and Business Ethics: The Ethical attitudes of owner/managers of small business', en *Journal of Business Ethics* 16: 119-127, 1997.
39. Idea tomada de Vives, A., *Social and Environmental Responsibility in Small and Medium Enterprises in Latin America*, en: *Journal of Corporate Citizenship* (pendiente de publicación).
40. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), "A Iniciativa Privada e o Espírito Público", Brasília, 2000.
41. Commission of the European Communities, *Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social responsibility*, COM (2001)366 final, Brussels, 2001.
42. Ejemplos incluyen:
 - IPEA, "A Iniciativa Privada e o Espírito Público", 2000 (disponible en <<http://www.ipea.gov.br>>).
 - Targi, L., P. Auerbach y A. Rolando de la Serra, "Responsabilidad Social empresarial en la Provincia de Córdoba", Eudecor SRL, Córdoba, 1998.
 - Vyakarnam, S., Bailey A., Myers A. y Burnett D., 'Towards an understanding of ethical behaviour in small firms', en *Journal of Business Ethics*, 16:15, 1625-1636, 1997.
43. Tilley, F., 'Small Firms' environmental ethics: how deep do they go?, in *Business Ethics: A European review*, vol. 9, número 1, páginas 31-41, Enero 2000.
44. Tomado de Jackson, P., *Promoting CSR in SMEs: Position paper*, Input to the EC Presidential Conference on CSR, Brussels 27-28 November 2001.
45. Ejemplos incluyen:
 - Paladino, M., "La responsabilidad de la Empresa en la sociedad: construyendo la sociedad desde la tarea directiva", IDEA, Buenos Aires, 2003.
 - Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
 - Bornot, S., "Responsabilidad Social Empresarial en México: Situación Actual y Perspectivas", GTZ, Febrero 2004.
46. Este resultado se ve confirmado por los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs que se presentan en capítulos posteriores.
47. Spence, L.J., 'Does size matter? The state of the art in small business ethics', en *Business Ethics: A European Review*, vol 8, número 3, Julio 1999, pp 163-174, Blackwell Publishers Ltd, Oxford.
48. Storey, D.J., *Understanding the Small Business sector*, Routledge, London, 1994.
49. Ver Anexo para una descripción metodológica de la fuente utilizada. Ésta es: Ikei & socios latinoamericanos, *Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial entre las PyMEs Latinoamericanas 2004*.
50. Desde un punto de vista metodológico, y para poder medir el grado de implantación de acciones de RSE, las PyMEs fueron preguntadas sobre el desarrollo de actividad de RSE de tipo externo, interno o medioambiental durante el año previo a la encuesta (2003). En caso afirmativo, se indagaba si estas actividades eran ocasionales o habituales, y si estaban o no ligadas a la estrategia de la empresa. A partir de la correlación de estas preguntas se estableció el grado de implantación de actividades de RSE para cada uno de los tres tipos identificados:
 - Alto: PyMEs que señalan que sus actividades tienen carácter habitual y están ligadas a la estrategia de la empresa (3 puntos).
 - Medio: PyMEs que declaran que sus actividades tienen un carácter habitual aunque no están ligadas a la estrategia de la empresa (2 puntos).
 - Bajo: PyMEs que declaran que sus actividades tienen un carácter ocasional, estén ligadas o no a la estrategia de la empresa (1 punto) y, finalmente,

- Nada: PyMEs que contestaron no haber realizado ningún tipo de acción (0 puntos).
 - El indicador sintético se obtiene como la suma de los grados de implantación correspondientes a los tres tipos de RSE considerados:
 - Alto: PyMEs cuyo índice sintético de RSE está entre 7 y 9 puntos.
 - Medio: PyMEs cuyo índice sintético de RSE está entre 4 y 6 puntos.
 - Bajo: PyMEs cuyo índice sintético de RSE está entre 1 y 3 puntos.
 - Nada: PyMEs cuyo índice sintético de RSE está en 0 puntos.
51. Este bajo porcentaje de PyMEs que no realizan ninguna actividad de RSE viene explicado por el hecho de que menos de un 5% de las PyMEs latinoamericanas manifiestan no realizar ninguna actividad en RSE interna, frente a porcentajes muy superiores en el caso de las actividades de RSE externa o medioambiental (39,0% y 52,6%, respectivamente)(ver más adelante).
52. Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.
53. Es posible argumentar que, quizás, el mayor desconocimiento de las disposiciones legales por parte de las empresas más pequeñas les puede llevar a sobreestimar su propio grado de cumplimiento.
54. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
55. Bornot, S., "Responsabilidad Social Empresarial en México: Situación Actual y Perspectivas", GTZ, Febrero 2004, pp. 35.
56. Se ha utilizado el siguiente criterio para distinguir cuatro grados de implantación de las actividades de RSE externa, siempre de acuerdo con las respuestas de las propias PyMEs respecto a sus actividades en 2003:
- Alto: actividades de RSE externa realizadas de manera habitual y ligadas a la estrategia de la empresa.
 - Medio: actividades de RSE externa de manera habitual pero no ligadas a la estrategia de la empresa.
 - Bajo: actividades de RSE externa de manera ocasional, ligadas o no a la estrategia de la empresa.
 - Nada: PyMEs que no realizan ninguna de las actividades de RSE externa propuestas en el cuestionario.
57. Ver siguiente apartado para conocer estas actividades.
58. Paladino, M., "La responsabilidad de la Empresa en la sociedad: construyendo la sociedad desde la tarea directiva", IDEA, Buenos Aires, 2003.
59. Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.
60. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
61. Bornot, S., "Responsabilidad Social Empresarial en México: Situación Actual y Perspectivas", GTZ, Febrero 2004.
62. Este resultado es confirmado también por un estudio peruano (ver Caravedo, B., "Lo Social y la empresa a fines de siglo. Responsabilidad social empresarial: avances y logros", Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Lima, 1999), el cual muestra que la presencia de políticas activas de RSE es más presente entre las empresas más grandes, de forma que un 22% de las pequeñas empresas peruanas activas en actividades de RSE externa dice contar con políticas activas en este campo frente al 53% en el caso de las empresas medianas.

63. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), "A Iniciativa Privada e o Espírito Público", Brasília, 2000. La encuesta en la que se basa este estudio fue realizada entre una muestra de 1.752 empresas brasileñas de todos los tamaños.
64. El Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada es una fundación pública subordinada al Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, y cuya misión fundamental es la de elaborar estudios e investigaciones que permitan guiar la planificación de las políticas gubernamentales. Para más información, consultar: <http://www.ipea.gov.br/>.
65. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), "Pesquisa Ação Social das Empresas", Brasília, 2001. Esta encuesta fue realizada en las cinco regiones del país (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste y Sur) entre una muestra de 9.140 empresas de todos los tamaños.
66. Yasha Fererholts, S. y E. Ramirez, "Estudio Responsabilidad Social Empresarial en Chile", Santiago, 2004.
67. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
68. Como puede apreciarse, este ratio es superior al obtenido de la Encuesta RSE - PyMEs.
69. Fernández, R.M., "Las medianas empresas y las instituciones no lucrativas en México", Centro Mexicano para la Filantropía, México DF, Septiembre 1995.
70. Caravedo, B., "Lo Social y la empresa a fines de siglo. Responsabilidad social empresarial: avances y logros", Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Lima, 1999.
71. Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.
72. Esta orientación hacia las donaciones externas se aprecia también en el caso de las grandes empresas (ver Targi, L. P. Auerbach y A. Rolando de la Serra, "Responsabilidad Social empresaria en la Provincia de Córdoba", Eudecor SRL, Córdoba, 1998).
73. Información obtenida de Balian de Tagtachian, B., "Las empresas y el Tercer Sector: elementos movilizadores y obtaculizadores", Universidad Católica Argentina, 1999.
74. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), "A Iniciativa Privada e o Espírito Público", Brasília, 2000.
75. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMAS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
76. Para una descripción detallada de estas actividades, ver siguiente apartado de este informe. Los datos muestran un elevado desarrollo de estas actividades por parte de las PyMEs latinoamericanas. El hecho de que el número de ítems que mide esta dimensión en el cuestionario es ampliamente mayor que en el caso de la RSE externa o la medioambiental puede explicar parcialmente este resultado, ya que la probabilidad de que cada empresa realice al menos una de las múltiples actividades que recoge el cuestionario aumenta.
77. Se ha utilizado el siguiente criterio para distinguir cuatro grados de implantación de las actividades de RSE interna, siempre de acuerdo con las respuestas de las propias PyMEs respecto a sus actividades en 2003:
 - Alto: actividades de RSE interna realizadas de manera habitual y ligadas a la estrategia de la empresa.
 - Medio: actividades de RSE interna de manera habitual pero no ligadas a la estrategia de la empresa.
 - Bajo: actividades de RSE interna de manera ocasional, ligadas o no a la estrategia de la empresa.
 - Nada: PyMEs que no realizan ninguna de las actividades de RSE interna propuestas en el cuestionario.

78. Ver por ejemplo Bornot, S., "RSE en México: Situación actual y perspectivas", GTZ, México, 2004.
79. Yasha Fererholts, S. y E. Ramirez, "Estudio Responsabilidad Social Empresarial en Chile", Santiago, 2004.
80. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
81. Para una descripción detallada de estas actividades, ver siguiente apartado de este informe.
82. Al igual que en el análisis de las actividades de RSE externa e interna, se ha utilizado el siguiente criterio para distinguir cuatro grados de implantación de las actividades de RSE medioambiental:
 - Alto: actividades de RSE medioambiental realizadas de manera habitual y ligadas a la estrategia de la empresa.
 - Medio: actividades de RSE medioambiental de manera habitual pero no ligadas a la estrategia.
 - Bajo: actividades de RSE medioambiental de manera ocasional, ligadas o no a la estrategia.
 - Nada: PyMEs que no realizan ninguna de las actividades de RSE medioambiental propuestas en el cuestionario.
83. Este resultado es sostenido también por un estudio peruano (Caravedo, B., "Lo Social y la empresa a fines de siglo. Responsabilidad social empresarial: avances y logros", Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Lima, 1999), el cual muestra que las empresas medianas y pequeñas (en especial estas últimas) tienen una mayor inclinación a desarrollar actividades asistenciales antes que sostenibles.
84. Ver por ejemplo información en la sección relativa a las barreras para la involucración de las PyMEs en actividades de RSE medioambiental.
85. Este resultado se ve confirmado al analizar en una sección posterior las razones que explican la involucración de las PyMEs en actividades de RSE medioambiental.
86. Ikei & socios latinoamericanos, Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial entre las PyMEs Latinoamericanas 2004.
87. Ver resultados incluidos en Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", en: DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.
88. Ejemplos de informes que incluyen razones de carácter interno incluyen:
 - Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
 - IPEA, "Pesquisa Ação Social das Empresas. 2001", disponible en www.ipea.gov.br
 - Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", en: DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.
89. Centro Mexicano para la Filantropía, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, "Los factores que impactan a las Empresas para el Desarrollo de la Filantropía Corporativa", Monterrey, 1999.
90. Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", en: DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.
91. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), "A Iniciativa Privada e o Espírito Público", Brasilia, 2000.
92. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
93. Fernández, R.M., "Las medianas empresas y las instituciones no lucrativas en México", Centro Mexicano para la Filantropía, México, Septiembre 1995.

94. Ver resultados incluidos en la sección 5.4.3 sobre maneras de apoyo a la RSE externa de este informe.
95. IPEA, "Pesquisa Ação Social das Empresas. 2001", disponible en www.ipea.gov.br.
96. Centro Mexicano para la Filantropía, "los factores que impactan a las Empresas para el Desarrollo de la Filantropía Corporativa", Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 1999.
97. Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", en: DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.
98. Fernández, R.M., "Las medianas empresas y las instituciones no lucrativas en México", Centro Mexicano para la Filantropía, México DF, Septiembre 1995.
99. Allen, D.A., Corduras et B. Husted, "¿Qué hacen las empresas por la sociedad?", en Revista Mercado, Abril, pg. 56-70, Buenos Aires, 2000.
100. Roitsten, F., "La responsabilidad Social en la Argentina. Tendencias y Oportunidades", Documento de Investigación del Instituto Universitario IDEA, 2003.
101. Portocarrero, F., C. Sanborn, S. Llusera y V. Quea, "Empresas, fundaciones y medios: la responsabilidad social en el Perú", Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Lima, 2000.
102. Martinelli, A.C., "Empresa-cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora", en: 3º Setor: Desenvolvimento Social Sustentado, IOSCHPE, Paz e Terra, Rio de Janeiro, 2000.
103. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
104. Portocarrero, F., C. Sanborn, S. Llusera y V. Quea, "Empresas, fundaciones y medios: la responsabilidad social en el Perú", Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Lima, 2000.
105. Nelson, J., "Empresas como parceiras no desenvolvimento", en: Desenvolvimento de Base, V21 (2) p.5-12, 1998.
106. Mendoça J.R., y J.L. Gonçalves., "Responsabilidade Social nas Empresas: uma questão de imagem ou de substância?", en: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD), Salvador, 2002.
107. I.e. Melo Neto, F.P. y C. Froes, "Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor", Rio de Janeiro, 1999.
108. Gómez, L. y A. Marbella, "Una visión de la Responsabilidad Social Corporativa en México", Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México, 2002.
109. Lara, M.L., "Filantropía Empresarial, convicción y estrategia". Editorial Pax, México, 2000.
110. IPEA, "Pesquisa Ação Social das Empresas. 2001", disponible en www.ipea.gov.br.
111. Armas, V., "Esplendores y miserias de las PyMEs venezolanas", Debates IESA, Vol. V, No. 1, Caracas, 1999.
112. Ejemplos incluyen:
 - IPEA, "A Iniciativa Privada e o Espírito Público", 2000 (disponible en <http://www.ipea.gov.br>).
 - Targi, L., P. Auerbach y A. Rolando de la Serra, "Responsabilidad Social empresaria en la Provincia de Córdoba", Eudecor SRL, Córdoba, 1998.
113. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.
114. La importancia de esta barrera es subrayada también en el estudio realizado por el Centro Mexicano para la Filantropía, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, "Los factores que impactan a las Empresas para el Desarrollo de la Filantropía Corporativa", Monterrey, 1999.

115. Ferfhltz, Y. y E. Ramírez, "Responsabilidad Social Empresarial en Chile", Santiago, Marzo 2004.
116. Caravedo, B., P. Mariscal, K. Salinas y J.C. Villacorta, "Responsabilidad social: una nueva forma de gerencia", Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico/SASE, Lima, 2000.
117. En este sentido, diversos estudios peruanos (Apoyo, Opinión y Mercado, "Liderazgo empresarial, principales resultados", Lima, 1999) sobre los principales criterios de valoración –positiva o negativa- por parte de los principales empresarios nacionales sobre una empresa permite comprobar que las variables directamente vinculadas con el concepto de responsabilidad social (i.e. que la empresa sea honesta, que genere empleo o que demuestre un compromiso con la comunidad) son los aspectos menos valorados en contraposición a las variables directamente relacionadas con los consumidores (i.e. ofrecer productos de calidad y una buena atención) o las relacionadas con la buena marcha de las operaciones de la organización (i.e. contar con una buena posición financiera, que la compañía sea rentable, eficiente y creativa, que posea un adecuado clima organizacional).
118. Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004. Los resultados de este estudio muestran que más de la mitad de las PyMEs señalan que su actividad económica no afecta el medio ambiente, donde este porcentaje es mayor cuanto menor es el tamaño empresarial.
119. Paladino, M., "La responsabilidad de la Empresa en la sociedad: construyendo la sociedad desde la tarea directiva", IDEA, Buenos Aires, 2003.
120. SASE-Perú 2021, "Empresa, sociedad y Estado. Por qué y cómo la responsabilidad social debe ser compartida entre el sector privado y el Estado", Sociedad Nacional de Exportadores, Lima, 1997.
121. Galvis P., C. Duque y R. Solarte (Director), "Manual de ética para pequeñas y medianas empresas", Tesis Administración de Empresas, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2001.
122. Ver contribución Salvadoreña.
123. Freitez, N. y A. Romero, "La gestión de la fuerza laboral en microempresas informales", ILDIS, Caracas, 1990.
124. Apoyo, Opinión y Mercado, "Evaluación del rol del sector empresarial en torno de la Responsabilidad social. Principales resultados", Instituto Apoyo, Lima, Agosto-Septiembre 1996.
125. Targi, L., P. Auerbach y A. Rolando de la Serra, "Responsabilidad Social empresaria en la Provincia de Córdoba", Eudecor SRL, Córdoba, 1998.
126. IPEA, "A Iniciativa Privada e o Espírito Público", 2000 (disponible en <<http://www.ipea.gov.br>>).
127. La importancia de la falta de recursos económico-financieros entre las empresas medianas es apuntada también por el siguiente estudio mexicano: Fernández, R.M., "Las medianas empresas y las instituciones no lucrativas en México", Centro Mexicano para la Filantropía, México, Septiembre 1995.
128. Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.
129. Este bajo porcentaje es confirmado por otra parte por el mismo estudio, al mostrar que sólo un 8% de las PyMEs argentinas admite comunicar sus acciones de RSE.

130. Sin embargo, y en contraposición a esta presunción del empresario, el 96% de los consumidores argentinos consideran que las empresas deberían comunicar sus acciones de RSE (ver Proética, "Actitudes y valoraciones de los consumidores con relación a la RSE", Documento de trabajo 0113-03, Educc, Córdoba, 2003).
131. Idea recogida en:
 - Rolando de Serra, A., "Las empresas y la auditoría social", Boletín Iarse, Córdoba, 2003.
 - Ángel, J.A. y C. Jaramillo, "Responsabilidad Social en Colombia: Resultados de una investigación", en Toro, O.L. y G. Rey, "Empresa privada y responsabilidad social", Bogotá, Utópica Ediciones, 1996.
132. Esta baja presencia de PyMEs con actividades de difusión exterior de sus actividades de RSE dificulta tanto la transferencia de conocimiento como la divulgación de buenas prácticas empresariales.
133. Un estudio argentino (ver Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.) confirma este dato, mostrando que la inmensa mayoría de las PyMEs (el 91.7%) desea continuar realizando contribuciones en el futuro a causas sociales.
134. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), "A Iniciativa Privada e o Espírito Público", Brasília, 2000.
135. Datos referidos a PyMEs con actividades en cada uno de los campos citados.
136. Ikei & socios latinoamericanos, Encuesta sobre responsabilidad social empresarial entre las PyMEs Latinoamericanas 2004.
137. Observatory of European SMEs, European SMEs and Social and Environmental Responsibility, Brussels, 2002. Desde un punto de vista metodológico, conviene precisar que los resultados correspondientes al Observatorio Europeo se obtuvieron de una muestra de 7.662 PyMEs europeas efectivamente encuestadas en 2001 y correspondientes a 19 países europeos (los 15 países miembros en la fecha de realización del Informe más Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza. Los resultados posteriores fueron debidamente ponderados de acuerdo a consideraciones de tamaño, sector y país. Para mayor información, por favor ver el anexo 1 de ese informe).
138. De hecho, las preguntas en las que están basadas las comparaciones son las mismas en ambas encuestas, donde el único elemento diferenciador se refiere, además de al tamaño de muestra, al período de encuestación de las empresas (actividades de RSE externa realizadas por las PyMEs europeas en el 2000 frente a las actividades de RSE externa realizadas por las PyMEs latinoamericanas en el 2003).
139. Al igual que en el caso latinoamericano, la realidad europea no puede catalogarse como de homogénea entre los diversos países. Así, los resultados procedentes del Observatorio Europeo permiten comprobar la existencia de una mayor implicación en actividades de RSE externa entre los países del norte y centro de Europa con respecto a los países del sur de Europa (fundamentalmente España, Italia y Grecia), además de Francia y Reino Unido. La existencia tanto de diferentes tradiciones culturales con relación al papel de las empresas en la sociedad, como de diversos grados de desarrollo social y económico o de presión social pueden ser factores explicativos de estas diferencias entre los países europeos. Para una mayor discusión de estos aspectos, ver Informe Observatory of European SMEs, European SMEs and Social and Environmental Responsibility, Brussels, 2002.
140. Muy pequeñas empresas se refieren a aquellas PyMEs entre 0 y 9 empleados, mientras que empresas pequeñas se refieren a empresas entre 10 y 49 empleados.
141. Esta sección se complementa con el Anexo III, el cual incluye una descripción detallada para cada país tanto de las instituciones existentes como de las actividades concretas desarrolladas por cada una de éstas.

142. Ver Anexo III de este mismo Informe para esta descripción detallada.
143. Incluso en aquellos países en los que existe un elevado número de instituciones (i.e. Argentina), el número de instituciones de carácter público es muy reducido.
144. Según el propio estudio argentino, el compromiso de las universidades (a través de sus cátedras e institutos) con la difusión y el estudio de la RSE comenzaron a finales de la década pasada, a pesar de lo cual los espacios de intercambio de experiencias y los intentos de mejorar las prácticas educativas en este ámbito son escasos todavía.
145. En cualquier caso, y para el caso de Perú, es posible observar la existencia de algunos proyectos desarrollados conjuntamente por SASE, la Universidad del Pacífico y Perú 2021 (por ejemplo, para la elaboración prevista de diversos Índices de Responsabilidad de Social).
146. El caso argentino viene caracterizado por la existencia de un elevado número de instituciones y ONGs con actividades en la materia, a pesar de que sus métodos y agendas de actividades sean relativamente similares entre sí.
147. En el caso colombiano, existen cauces de colaboración entre las dos principales instituciones existentes (el CCRE y el CECODES), donde esta colaboración se ve favorecida por la diferente especialización de cada una de ellas (lo social la primera frente a los aspectos medioambientales de la segunda).
148. En el caso venezolano hay una alianza casi permanente entre Venezuela sin Límites y Alianza Social Venamcham, de manera que muchos de los eventos de esta última son aprovechados como plataforma de difusión de los programas y proyectos de las ONGs afiliadas a Venezuela sin Límites.
149. En dicho comité se espera que participen actores de diferentes instituciones tanto públicas como privadas, por ejemplo, INN, CORFO, FUNDES, ACCION RSE, SOFOFA, MINERA ESCONDIDA, ACHS, entre otras.
150. Este hecho no significa que las PyMEs no realicen actividades ligadas con la RSE (ver los resultados de la Encuesta RSE-PyMEs), aún sin conocer el propio concepto de RSE.
151. Reflexión tomada del informe nacional chileno.
152. Ver Anexo para una relación y descripción detallada de las medidas e iniciativas identificadas.
153. Ikei & socios latinoamericanos, Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial entre las PyMEs Latinoamericanas 2004.
154. Este resultado es, para los autores de este informe, en cierta forma sorprendente, ya lo que se esperaría es que las PyMEs no estuvieran dispuestas a asumir más obligaciones laborales o medioambientales que, muy probablemente, no necesariamente son cumplidas íntegramente (ver resultados de una sección anterior sobre el grado de cumplimiento de las obligaciones legales).
155. Para mayores detalles consultar el libro por J. Lozano y otros autores, "Los gobiernos y al responsabilidad social de la empresa". Editorial Granica, Barcelona 2005.
156. Sin embargo, parece claro que esta presión se ve limitada por las posibles dificultades que la misma podría ocasionar en la supervivencia de muchas pequeñas empresas que usan la informalidad como única vía para asegurar su supervivencia.
157. Un excelente ejemplo en este sentido es el Ministerio de Industria y Comercio del Reino Unido, que tiene un comisionado para la RSE con rango de Ministro y que mantiene programas de información y capacitación para las PyMEs. Ver el sitio www.csr.gov.uk.
158. Para mayores detalles, ver Vives, A., "The Role of Multilateral Development Institutions in Fostering Corporate Social Responsibility", *Development*, Vol. 47, número 3, Octubre 2004.

159. Un ejemplo reciente es el foro de discusión electrónico de principios de 2004 sobre la RSE en las PyMEs del Instituto del Banco Mundial, "Can Small be Responsible?", cuyos resultados están disponibles en el sitio web del Instituto.
160. Un ejemplo de estas prácticas lo constituye el informe de UNIDO titulado, "Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries", UNIDO, Ginebra, 2003.
161. Además, y para evitar la excesiva concentración de la muestra en unos subsectores concretos, se instó a los socios nacionales la elección de la muestra equilibrada entre un conjunto prefijado de subsectores dentro de cada uno de los tres grandes sectores económicos identificados.
162. Obsérvese que estas definiciones no coinciden con las definiciones nacionales existentes sobre el fenómeno PYME (ver siguiente capítulo 3). Incluso en el caso de algunos países (i.e. El Salvador o Perú), la definición utilizada en este trabajo incluye a empresas que no son consideradas en el ámbito nacional como PyMEs.
163. Para una descripción de las bases de datos utilizadas por cada socio nacional y las muestras correspondientes, ver informes nacionales.
164. El motivo de elaborar un cuestionario totalmente estructurado fue el evitar respuestas abiertas de difícil interpretación y codificación, más aún al tratarse de un número amplio de países diferentes.
165. Especialmente en los campos de la conciliación vida laboral-vida familiar, integración colectivos desfavorecidos, salud/bienestar laboral y prevención de riesgos laborales, formación de trabajadores, participación de los trabajadores en la gestión, gestión medioambiental de las actividades empresariales.
166. Lo que significa que las PyMEs pueden beneficiarse de las mismas.
167. Esta Red es una iniciativa de la que participan una serie de instituciones como AIDIS Argentina, el Centro Argentino de Ingenieros (CAI), el CEADS, la FARN, la Fundación Bariloche, la Fundación Ciudad, la Fundación Vida Silvestre Argentina y Greenpeace.
168. Fundación PRODIS es un proyecto de cooperación técnica entre Alemania y Argentina.
169. Esta sección no recoge información relativa a premios existentes destinados a reconocer las empresas nacionales más destacadas en prácticas socialmente responsables. Tampoco recoge información sobre sistemas de indicadores destinados a medir la RSE entre las empresas. Esta información se detalla en las siguientes dos secciones.
170. Cabe señalar que de las 61 empresas que recibieron el Distintivo ESR en el año 2003, el 88.53% son grandes y el 11.47% son PyMEs.
171. Caracol de Plata, A. C., es una asociación sin fines de lucro que surge de la iniciativa privada en 1999 con la misión de promover una cultura cívica de responsabilidad social y participación ciudadana.
172. Estos indicadores nacionales coexisten junto a otros sistemas de indicadores/certificaciones de carácter internacional (i.e. Normas ISO 14000, Normas SA 8000, Normas AA 1000, Guías GRI).
173. Además de estas dos publicaciones, conviene subrayar la "Guía de Elaboración del Balance Social" elaborada también el Instituto Ethos.
174. En el caso colombiano también conviene subrayar el ejemplo del "Manual de balance social", elaborado ya en 1985 por la ANDI y la Cámara Junior de Colombia y cuyo objetivo fundamental es el de ayudar a las empresas colombianas a elaborar su propio balance social.

BIBLIOGRAFÍA

- Allen, D., A. Corduras y B. Husted, "¿Qué hacen las empresas por la sociedad?", Revista Mercado, Abril, pg. 56-70, Buenos Aires, 2000.
- Ángel, J.A. y C. Jaramillo, "Responsabilidad Social en Colombia: Resultados de una investigación", en O.L. Toro y G. Rey, "Empresa privada y responsabilidad social", Bogotá, Utópica Ediciones, 1996.
- Apoyo, Opinión y Mercado, "Evaluación del rol del sector empresarial en torno de la Responsabilidad social. Principales resultados", Instituto Apoyo, Lima, Agosto-Septiembre 1996.
- Apoyo, Opinión y Mercado, "Liderazgo empresarial, principales resultados", Lima, 1999.
- Armas, V., "Esplendores y miserias de las PyMEs venezolanas", Debates IESA, Vol. V, No. 1, Caracas, 1999.
- Balian de Tagtachian, B., "Las empresas y el Tercer Sector: elementos movilizadores y obstaculizadores", Universidad Católica Argentina, 1999.
- Bornot, S., "Responsabilidad Social Empresarial en México: Situación Actual y Perspectivas", GTZ, Febrero 2004.
- Caravedo, B., "Lo Social y la empresa a fines de siglo. Responsabilidad social empresarial: avances y logros", Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Lima, 1999.
- Caravedo, B., P. Mariscal, K. Salinas y J.C. Villacorta, "Responsabilidad social: una nueva forma de gerencia", Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico/SASE, Lima, 2000.
- Centro Mexicano para la Filantropía, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, "Los factores que impactan a las Empresas para el Desarrollo de la Filantropía Corporativa", Monterrey, 1999.
- Commission of the European Communities, Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social responsibility, COM (2001)366 final, Brussels, 2001.
- Ferfhltz, Y. y E. Ramírez, "Responsabilidad Social Empresarial en Chile", Santiago, Marzo 2004.
- Fernández, R.M., "Las medianas empresas y las instituciones no lucrativas en México", Centro Mexicano para la Filantropía, México, Septiembre 1995.
- Freitez, N. y A. Romero, "La gestión de la fuerza laboral en microempresas informales", ILDIS, Caracas, 1990.
- Fundación Empresarial para la Acción Social (FUNDEMÁS), "Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador", San Salvador, Marzo 2004.

- Galvis, P., C. Duque y R. Solarte (Director), "Manual de ética para pequeñas y medianas empresas", Tesis Administración de Empresas, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2001.
- Gómez, L. y A. Marbella, "Una visión de la Responsabilidad Social Corporativa en México", Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México, 2002.
- González, I.A. y otros, "Responsabilidad Social Empresarial. Análisis, comparaciones y propuestas sobre el comportamiento del "ciudadano empresa". Normativa y realidades. Una visión integral incluyendo Argentina". IDEA, Buenos Aires, 2003.
- Hollidays, R., *Investigating Small Firms: Nice Work?*, Routledge, London, 1995.
- Ikei & socios latinoamericanos, Encuesta sobre Responsabilidad Social Empresarial entre las PyMEs Lati-noamericanas 2004.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), "As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil: 2001", Rio de Janeiro, 2003.
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), "A Iniciativa Privada e o Espírito Público", Brasília, 2000.
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), "Pesquisa Ação Social das Empresas", Brasília, 2001.
- Instituto Ethos, "A responsabilidade social nas relações entre grandes e pequenas empresas", 2004 (accesible en <http://www.uniethos.org.br>).
- Isusi, I., *European SMEs and Social and Environmental Responsibility*, en *Observatory of European SMEs*, European Commission, Brussels, 2002.
- Jackson. P., *Promoting CSR in SMEs: Position paper*, Input to the EC Presidential Conference on CSR, Brussels 27-28 November 2001.
- Jarvis M., editor, "Can Small be Responsible?: The possibilities and challenges of Corporate Social Responsibility among small and medium enterprises", Instituto del Banco Mundial, 2004.
- Kantis, H., (ed), con la colaboración de Angelelli, P. y Koenig, V.M., *Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 2004.
- Lara, M.L., "Filantropía Empresarial, convicción y estrategia". Editorial Pax, México, 2000.
- Lozano, J.M. y otros "Los gobiernos y la responsabilidad social de la empresa", Editorial Granica, Barcelona, 2005.
- Martinelli, A.C., "Empresa-cidadã: uma visão inovadora para uma ação transformadora", en 3º Setor: Desenvolvimento Social Sustentado, IOSCHPE, Paz e Terra, Rio de Janeiro, 2000.

- Melo Neto, F.P. y C. Froes, "Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor", Rio de Janeiro, 1999.
- Méndez, C., "Responsabilidad Social en Venezuela durante el siglo XX", Strategos Consultores, Caracas, 2003.
- Mendoça J.R. y J.L. Gonçalves, "Responsabilidade Social nas Empresas: uma questão de imagem ou de substância?", en: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (ENANPAD), Salvador, 2002.
- MIDEPLAN, "Caracterización de la Microempresa en Chile", Santiago, 1998.
- Nelson, J., "Empresas como parceiras no desenvolvimento", en Desenvolvimento de Base, V21 (2) p.5-12, 1998.
- Páez, T. (coord.), "Observatorio PYME: Estudio de la pequeña y mediana empresa en Venezuela", Corporación Andina de Fomento, Caracas, 2001.
- Paladino, M. y A. Mohan, "Tendencias de la Responsabilidad Social en Argentina", Documento de Investigación, IAE/Universidad Austral, ACES, Pilar, 2002.
- Paladino, M., "La responsabilidad de la Empresa en la sociedad: construyendo la sociedad desde la tarea directiva", IDEA, Buenos Aires, 2003.
- Plebani Pautassi, A., "La cultura organizacional en los procesos de calidad total: aplicación a las PyMEs cordobesas", Tesis Magister en Dirección de Empresas, ICDA, UCCOR, Córdoba, 2003.
- Portocarrero, F., C. Sanborn, S. Llusera y V. Quea, "Empresas, fundaciones y medios: la responsabilidad social en el Perú", Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, Lima, 2000.
- Proética, "Actitudes y valoraciones de los consumidores con relación a la RSE", Documento de trabajo 0113-03, Educc, Córdoba, 2003.
- Proética, "La responsabilidad social de las PyMEs de Córdoba", en: DdT 028-03, EDUCC, Córdoba, 2003.
- Quinn, J.J., 'Personal Ethics and Business Ethics: The Ethical attitudes of owner/managers of small business', in Journal of Business Ethics 16: 119-127, 1997.
- Recomendación de la Comisión de 6 de Mayo del 2003 sobre la definición de micro, pequeña y mediana empresa [Diario Oficial L 124 of 20/05/2003].
- Roitsten, F., "La responsabilidad Social en la Argentina. Tendencias y Oportunidades", Documento de Investigación del Instituto Universitario IDEA, 2003.
- Rolando de Serra, A. "Las empresas y la auditoría social", Boletín Iarse, Córdoba, 2003.

- Rutherford R., Curran J. and Smith S., 'Small business and community: the petite bourgeoisie in urban Britain and some implications for the small business', Paper presented at the Institute of Small Business Affairs Conference on Generating Growth, Belfast, November 1997.
- SASE-Perú 2021, "Empresa, sociedad y Estado. Por qué y cómo la responsabilidad social debe ser compartida entre el sector privado y el Estado", Sociedad Nacional de Exportadores, Lima, 1997.
- Schroeder, J. y I. Schroeder, "Responsabilidade Social Corporativa: limites e possibilidades", en: RAE-eletrônica. v. 3, n. 1, Art. 1, jan./jun. 2004.
- Spence, L.J., 'Does size matter? The state of the art in small business ethics', en Business Ethics: A European Review, vol 8, número 3, Julio 1999, pp 163-174, Blackwell Publishers Ltd, Oxford.
- Storey, D.J., Understanding the Small Business sector, Routledge, London, 1994.
- Targi, L., P. Auerbach y A. Rolando de la Serra, "Responsabilidad Social empresaria en la Provincia de Córdoba", Eudecor SRL, Córdoba, 1998.
- Thompson, J.K. y L. Smith, 'Social responsibility and small business: suggestions for research', Journal of Small Business Management, 30-44, Enero, 1991.
- Tilley, F., 'Small Firms' environmental ethics: how deep do they go?', en Business Ethics: A European review, vol 9, número 1, páginas 31-41, Enero 2000.
- UNIDO, "Corporate Social Responsibility: Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries", UNIDO, Ginebra, 2003.
- Villarán, F., "Riqueza Popular. Pasión y gloria de la pequeña empresa", Ediciones del Congreso del Perú, Lima, 1998.
- Vives, A., Social and Environmental Responsibility in Small and Medium Enterprises in Latin America, en Journal of Corporate Citizenship (pendiente de publicación).
- Vives, A., "The Role of Multilateral Development Institutions in Fostering Corporate Social Responsibility", Development, Vol. 47, número 3, Octubre 2004.
- Vyakarnam, S., A.Bailey, A.Myers y D. Burnett, 'Towards an understanding of ethical behaviour in small firms', en Journal of Business Ethics, 16:15, 1625-1636, 1997.
- Webb, R. y G. Fernández Baca, 'Perú en Números 1999', Cuánto S.A, Lima, 1999.
- Welsh, J.A. y J.F. White, 'A small business is not a big business', Harvard Business Review, 59:4, 18-32, 1991.
- Yasha Fererholts S. y E. Ramírez, "Estudio Responsabilidad Social Empresarial en Chile", Santiago, 2004.

Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica

El papel del sector privado es crítico para el crecimiento económico y para la creación del bienestar de la sociedad, es fuente de empleo y de reducción de pobreza, en especial de las PyMEs que constituyen la gran mayoría de las empresas en América Latina. Los objetivos que persigue la responsabilidad social de la empresa (RSE), por su propia naturaleza, son los mismos que las instituciones multilaterales de desarrollo como lo es el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). La RSE es en gran medida desarrollo económico sostenible promovido desde el sector privado.

La responsabilidad social de las empresas ha existido siempre, de una forma u otra, con mayor o menor grado de implicación por parte de la empresa, evolucionando desde un concepto elemental como lo es la filantropía hasta los conceptos integrales manejados hoy día por la grandes empresas que abarcan un gran conjunto de actividades como parte de su estrategia de negocios. Teniendo en cuenta la importancia de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en el peso de las economías de Latinoamérica, y siendo la RSE un elemento tan importante para el desarrollo económico equitativo y sostenible, es importante dedicarle una labor de investigación a las prácticas de RSE en las PyMEs como la que se presenta en este libro.

Un sector privado responsable es, sin duda, el motor para el desarrollo económico y social sostenible de Latinoamérica. Mantener un comportamiento empresarial responsable con la sociedad y el medioambiente se presenta inevitable para ser competitivo en los mercados del Siglo XXI, donde las expectativas que todas las partes involucradas tienen de las empresas son cada vez más exigentes. Si bien hay un reconocimiento de que las prácticas de RSE tienen un efecto sobre la competitividad de la empresa y es por ende deseable promover la RSE como instrumento de desarrollo, a la hora de diseñar estrategias de apoyo al sector de las PyMEs nos encontrábamos con un vacío de información: no conocíamos sus prácticas de RSE y su grado de implantación, cuáles eran sus actividades más frecuentes, sus motivaciones, los obstáculos a los que se enfrentaban y los mecanismos de apoyo disponibles. Por este motivo el BID decidió realizar esta investigación, junto con IKEI y sus colaboradores locales, que ahora ofrecemos en forma de libro. Con él esperamos contribuir a ampliar la información disponible y facilitar de algún modo el avance de las políticas y prácticas sobre la responsabilidad social y ambiental en las PyMEs de Latinoamérica y con ello contribuir a su desarrollo económico.



Banco Interamericano de Desarrollo
Washington, DC, USA
www.iadb.org
www.csramericas.org

Instituto Vasco de Estudios e Investigación
Donostia-San Sebastián, España
www.ikei.es

