

Pertinencia de la gestión de la sostenibilidad en las pymes del sector textil y de
confecciones

Sara María Arenas Villegas

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de ciencias administrativas, económicas y contables

Maestría en administración (MBA)

Medellín

2019

Pertinencia de la gestión de la sostenibilidad en las pymes del sector textil y de
confecciones

Sara María Arenas Villegas

Seminario de Investigación

Director

Juan-Diego López-Medina

Universidad Católica Luis Amigó

Facultad de ciencias administrativas, económicas y contables

Maestría en administración (MBA)

Medellín

2019

Tabla de contenido

Resumen	1
Presentación temática	2
Descripción del problema.....	4
Justificación.....	6
Pregunta de investigación.....	8
Objetivo.....	9
Objetivos específicos.....	9
Contexto	10
Contaminación de la industria textil-confección.....	11
Pequeñas y medianas empresas	12
Responsabilidad social empresarial (RSE).....	12
Modelos de RSE.....	13
Modelo del pacto de las naciones unidas	14
Diseño metodológico.....	16
Enfoque	16
Línea de Investigación.....	17
Alcance	18
Tipo de investigación	18
Unidad de análisis	19
Población y muestra	19

Categorías de análisis	20
Instrumentos y recolección de datos	21
Procesamiento de datos	22
Resultados esperados.....	22
Recursos	22
Fases	24
Esquema de gestión sostenible	25
Planear	26
Diagnóstico inicial.....	26
Requisitos legales	29
Riesgos	29
Objetivos y recursos	30
Hacer	31
Verificación	32
Actuar	32
Certificaciones y sellos.....	35
Clusterización	51
Encuesta.....	56
Trabajo de campo	57
Resultados	58
Discusión	67
Conclusiones	72
Anexos	74

Anexo 1	74
Anexo 2	84
Referencias	88

Lista de Tablas

Tabla 1. Densidad empresarial según el tamaño	4
Tabla 2. Diez principios del pacto de las Naciones Unidas	15
Tabla 3. Gastos de personal.....	22
Tabla 4. Gastos totales.....	23
Tabla 5. Resumen de la Declaración Universal de derechos humanos	26
Tabla 6. Clústeres de Antioquia	54
Tabla 7. Panorama general del clúster Moda y Fabricación Avanzada	55

Lista de Figuras

Figura 1. Ecosistemas en peligro según la Lista Roja de Ecosistemas de la UICN	3
Figura 2. Proceso cualitativo	17
Figura 3. Fases del diseño metodológico	24
Figura 4. Diseño Metodológico.....	24
Figura 5. Ciclo PHVA de mejora continua	25
Figura 6. American Textil suscrita al amfori BSCI.....	36
Figura 7. IBENA suscrita al amfori BSCI.....	37
Figura 8. Proporción de indicadores por área de sostenibilidad de la BSCI.....	37
Figura 9. Johnson & Johnson miembro de la iniciativa Ecovadis.....	38
Figura 10. Proporción de indicadores por área de sostenibilidad de Ecovadis	39
Figura 11. Inditex como miembro del ETI.....	40
Figura 12. Indicadores por área de sostenibilidad de ETI.....	40
Figura 13. Arrocera la Esmeralda SA con certificación Fair for life (certificado de comercio justo).....	41
Figura 14. CI Frutas Comerciales SA con certificación For life.....	42
Figura 15. Indicadores por área de sostenibilidad de Fair For Trade.....	43
Figura 16. Compañías que participan en la FLA.....	44
Figura 17. Indicadores por área de sostenibilidad del Fair Labor Association	44
Figura 18. Indicadores por área de sostenibilidad de Fairtrade International	45
Figura 19. Indicadores por área de sostenibilidad de GOTS.....	47
Figura 20. Portadas de diversos informes de sostenibilidad según estándares GRI.....	49
Figura 21. Portada del informe de sostenibilidad de Venus según estándares GRI.....	50
Figura 22. Indicadores por área de sostenibilidad de GRI	51
Figura 23. Resultado promedio a las preguntas del numeral 6 al 10.....	59
Figura 24. Dificultades para implementar acciones sostenibles.....	60

Figura 25. Resultado promedio a las preguntas de numeral 12 al 16.....	61
Figura 26. Contaminantes del sector	62
Figura 27. Respuesta a las preguntas del numeral 18 al 23.....	63
Figura 28. Categorías afectadas por el cambio climático en el sector	64
Figura 29. Incentivos para ser sostenibles.....	64
Figura 30. Acciones sostenibles que realizan las empresas	65
Figura 31. Principales beneficios al realizar acciones sostenibles	66

Resumen

El proyecto investigativo propone un esquema de gestión de la sostenibilidad para las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) del sector textil y de confección de la ciudad de Medellín, entendiendo la necesidad que tienen estas de tener una producción que, además de rentable, sea amigable con la sociedad y el ambiente, ya que esta es una de las industrias más contaminantes del globo. La segunda parte del proyecto investigativo se centra en la realización de una encuesta a 12 expertos del sector textil y de confecciones en temas de sostenibilidad, sociedad, medioambiente, corrupción, sistema de gestión de sostenibilidad, iniciativas sostenibles y del clúster de Moda y Fabricación avanzada. De esta experiencia se obtuvieron las percepciones de la muestra de voluntarios sobre el desarrollo del sector en estos temas.

Palabras clave: Sostenibilidad, RSE, Naciones Unidas, gestión y PHVA

Abstract

The research project proposes a management scheme of sustainability for small and medium enterprises (SMEs) in the textile and clothing sector of the city of Medellín, understanding the need to have a production that, in addition to being profitable, is friendly to society and the environment, since this is one of the most polluting industries in the world. The second part of the research project focuses on conducting a survey to 12 experts from the textile and apparel sector on issues of sustainability, society, environment, corruption, sustainability management system, sustainable standards and the “Moda y Fabricación Avanzada” cluster. From this experience was obtained the perceptions of the sample of volunteers on the development of the sector in these issues.

Key words: Sustainability, CSR, United Nations, Management and PDSA.

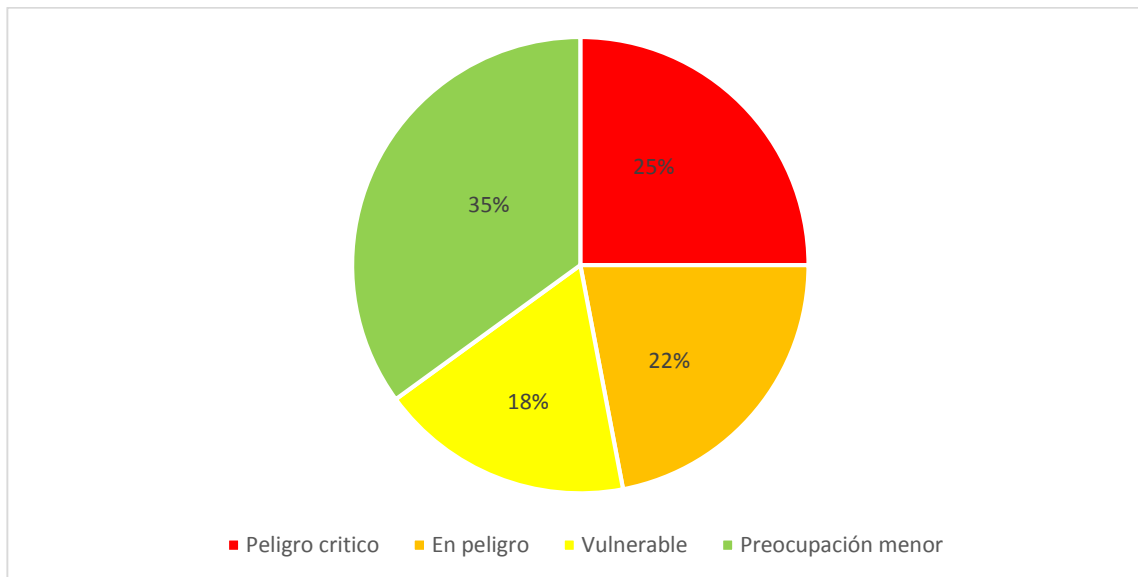
Presentación temática

La máxima de la economía global tiene que ver con el crecimiento, y este trae consigo el consumo de recursos, daños medioambientales, sociales y culturales. En efecto, se evidencia que los modelos de desarrollo económico están basados en combustibles fósiles, causantes de aproximadamente el 70% de los gases de efecto invernadero. Es así que debido a la quema de combustibles fósiles y a la tala de bosques se ha provocado un desbalance climático, específicamente, un aumento de la temperatura global (WWF, n.d.). Cabe señalar que el cambio climático parece llegar a un punto de no retorno y este es capaz de provocar deshielo a los polos, aumento del nivel del mar, pérdida de las zonas glaciares en las montañas, detrimento de arrecifes coralinos, entre otros (Semana, 2017b).

El cambio climático que se ha provocado en el mundo reporta cada año costes económicos, sociales y ambientales. De hecho, la ONU calculó cifras de coste anual de entre 250.000 y 300.000 millones de dólares debido a desastres naturales. Es así como el aumento de la temperatura global incentiva a la creación del treceavo objetivo del desarrollo sostenible que aboga por combatir el cambio climático, emplazando como meta no trasgredir el aumento de 2°C para final de siglo (Radio de la ONU, 2015).

Concretamente, Colombia se clasifica como el tercer país más vulnerable hacia el cambio climático (WWF, n.d.), ya que 25% de sus ecosistemas se categorizan en estado crítico y aproximadamente la mitad en alto grado de deterioro, solo los páramos desaparecen a una tasa anual del 17%. La mayor parte de las pérdidas son debidas a la agroindustria, la tala de bosques, la construcción, entre otros (Semana, 2017a). La Figura 1 muestra el porcentaje de ecosistemas en peligro según la Lista Roja de Ecosistemas de la UICN

Figura 1. Ecosistemas en peligro según la Lista Roja de Ecosistemas de la UICN



Fuente: <https://goo.gl/jk6X3F>

Entendiendo este panorama, se puede introducir la definición de sostenibilidad, este es “[el] desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, n.d.). Así, la sostenibilidad propende por un desarrollo económico que garantice la recuperación de los recursos utilizados.

Y ya que una de las industrias más contaminantes del mundo es la industria de la moda (BBC Mundo, 2017) que genera un impacto ambiental negativo sobre diversos recursos naturales, se hace necesario indagar por planes de acción concretos para mejorar la situación ambiental. Nace, entonces, la necesidad de generar conciencia sostenible corporativa tanto en el plano económico, como en el ambiental y el social.

Descripción del problema

La población humana crece a una tasa desproporcionada como para no permitir satisfacer las necesidades de la generación presente sin amedrentar las capacidades de las generaciones futuras de suplir sus propias necesidades (Meadows, Meadows, Randers, & Behrens III, 1972), que es precisamente de lo que trata la sostenibilidad. Como lo expresa Manfred Max-Neef: “la economía es un subsistema de un sistema mayor y finito: la biosfera. Por ende, el crecimiento infinito es imposible y nos lleva al fracaso”, esto hace imprescindible que la economía respete al ecosistema (“Manfred Max-Neef,” 2013). Afortunadamente existen propósitos comunes hacia la sostenibilidad como se expresa en los objetivos de desarrollo sostenible.

Puntualmente las empresas incorporan la sostenibilidad en tres frentes: económico, social y ambiental. Aunque, para las pequeñas y medianas empresas (pymes)¹, puede ser difícil cubrir los tres ámbitos por falta de recursos financieros y desconocimiento del tema; de hecho, Colombia es un país con baja implementación de actividades de responsabilidad social empresarial por parte de las pymes (Banco interamericano de desarrollo, 2005), a pesar de lo representativas que son este tipo de empresas en la economía del país. Este último aspecto se vislumbra en la Tabla 1.

Tabla 1. Densidad empresarial según el tamaño

Tamaño	Total, empresas 2015	Estructura porcentual
Total	1.379.289	100,0
Microempresa	1.273.017	92,1
Pequeña	79.926	5,9
Mediana	19.980	1,5
Grande	6.361	0,5

Fuente: Tomado de Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia, Comfecámaras, 2016, p. 13

Asimismo, al contemplar la industria textil como la segunda más contaminante del globo (BBC Mundo, 2017), es preocupante concebir que en el país, esta división industrial disminuye su inversión en protección y conservación del medio ambiente (DANE, 2017), sin embargo, y a

¹ La ley 905 del 2004 en el segundo artículo define a las pequeñas y medianas empresas con una planta de personal entre 11 y 200 empleados y con activos totales entre 501 y 30.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV).

pesar de todo, el sector textil-confección es una industria influyente en la economía colombiana – aportan el 7,5% del PIB manufacturero y el 3% del PIB nacional (Procolombia, n.d.) –.

Siendo Antioquía uno de los centros de la industria textil-confecciones más importantes (Delegatura de Asuntos Económicos y Contables Grupo de Estudios Económicos y Financieros, 2013), es necesario indagar sobre planes de acción de responsabilidad social empresarial (RSE) a las que pueden acceder las pymes del sector textil-confecciones en Antioquía y corroborar si las acciones hacia la sostenibilidad son una práctica común entre las empresas del sector.

Justificación

Hay una creciente preocupación mundial hacia la sostenibilidad y aunado a que la industria textil es la segunda industria más contaminante del globo (BBC Mundo, 2017), se convierte en un deber ser de la industria hacia la sociedad que se retribuya.

Además, se hace necesario que las pymes, al representar un 80% del empleo y un 45% del PIB del país (Revista dinero, 2016), se preocupen por temas concernientes a la sostenibilidad, tanto en el área económica como en la ambiental y la social. La sostenibilidad debe dejar de ser un tema concerniente únicamente a las grandes empresas. De hecho, solo en el área metropolitana las pymes del sector textil-confección son representativas: hay 22.542 empresas, de las cuales 10.104 son de Medellín (a 31 de diciembre de 2016), estas son 99.5% mipymes y aportan el 2,5% del PIB del departamento y representan el 17% del valor agregado de la industria en Antioquia (Cluster textil/confección, 2017, pp. 3–5).

Dos de los factores determinantes para que las pymes no incorporen temas de sostenibilidad dentro de su estructura tienen que ver con la falta de conocimiento sobre el tema y la falta de recursos financieros (Banco interamericano de desarrollo, 2005), por lo que se hace imprescindible considerar las limitaciones de recursos con las que cuentan las pymes.

Esta investigación pretende proponer un esquema de gestión de sostenibilidad empresarial a las pymes del sector textil y de confección oriundas de Antioquía, lo que apoyará a este tipo de empresas interesadas en implementar principios que direccionen la estrategia empresarial hacia la sostenibilidad.

La división de textiles, confección, calzado y pieles es una de las industrias que menor aporte realiza a la protección y conservación del medio ambiente (DANE, 2017). Desarrollar este tipo de esquemas propende por unas prácticas positivas hacia el medio ambiente. Asimismo, se benefician los grupos de interés de la empresa (proveedores, socios, sociedad, clientes, empleados, estado y competencia) y la ayuda a desenvolverse de manera efectiva y tangible en su propio contexto.

La RSE no es solo beneficiosa al medioambiente y la sociedad, esta representa la oportunidad de poseer una ventaja competitiva, que puede aprovechar la empresa a la hora de incrementar sus ventas y sus exportaciones. Al desarrollar estrategias de RSE podría favorecerse el comercio internacional de la empresa, al anticiparse y cumplir con requisitos de calidad. Así, este proyecto tiene relevancia medioambiental y social, además de implicaciones prácticas.

Finalmente, se pretende conocer la opinión de expertos en el sector textil y de confección mediante una encuesta, para concretar percepciones que estos tengan en relación con el medio ambiente, la sociedad, la generación de ingresos, el clúster textil de Antioquia y las iniciativas de sostenibilidad.

Pregunta de investigación

¿Cómo gestionar la sostenibilidad empresarial en las pymes del sector textil y de confección?

Objetivo

Proponer un esquema de gestión de sostenibilidad empresarial a partir del modelo de RSE presentado en el pacto de las Naciones Unidas, de acuerdo con las condiciones particulares de los recursos de las pymes.

Objetivos específicos

Evidenciar la pertinencia de la gestión de sostenibilidad empresarial en las pymes del sector textil y de confecciones.

Identificar modelos teóricos más relevantes en el ámbito de sostenibilidad que permitan articularse a los procesos textiles y de confecciones.

Desarrollar un esquema de gestión de sostenibilidad empresarial a partir del modelo de RSE del pacto de las Naciones Unidas fundamentado en el ciclo PHVA.

Identificar las principales iniciativas de seguimiento y evaluación pertinentes al sector y al tamaño de la empresa.

Contexto

El concepto de sostenibilidad fue definido por el informe de la comisión de Bruntland en 1987 como “[el] desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, n.d.). Pero, la satisfacción de nuestras necesidades no es sostenible. Las tasas de crecimiento de la población y por ende el crecimiento de la industria, la producción alimentaria, la contaminación y el agotamiento de recursos predicen que en el siglo XXI se alcanzará el límite de crecimiento permitido por el planeta y, de allí en adelante, la población y su producción declinarán de forma incontrolada (Meadows et al., 1972). De hecho, ya para el año 1972, el artículo “*Planet earth in crisis*” argumenta que los problemas ambientales transmutan de locales a globales y, entre ellos están, el calentamiento global, agotamiento de la capa de ozono y las precipitaciones ácidas (Bybee, 1991).

La consciencia hacia la sostenibilidad se ha desarrollado y profundizado a lo largo de las dos primeras décadas del siglo XXI, como lo demuestran los 17 objetivos de desarrollo sostenible establecidos por líderes mundiales en la conferencia sobre el desarrollo sostenible de las Naciones Unidas, celebrada en Río de Janeiro en 2012. Estos objetivos promueven un mundo sin pobreza, la protección del medio ambiente y garantizan la continuidad de la especie humana, así, se hace necesario el apoyo de gobiernos, empresas y civiles (Naciones Unidas, n.d.).

En cuanto al mundo empresarial se acuña el término “*triple bottom line* (triple cuenta de resultados)” introducido por primera vez por John Elkington en 1994, que arguye que las compañías deben reportar tres cuentas de resultados autónomas para demostrar resultados a los accionistas, las personas y al planeta, a través de la medición del desempeño financiero, social y ambiental. Así, “sólo una empresa que produce una triple cuenta de resultados está teniendo en cuenta el costo total de hacer negocios” (Hindle, 2009).

Contaminación de la industria textil-confección

La industria más contaminante del mundo es la petrolera y el segundo lugar lo ocupa la industria de la moda (BBC Mundo, 2017), lo que se evidencia en las cifras: el 3% de las emisiones mundiales de dióxido de carbono proviene de la compra y uso de prendas de vestir y del 17 al 20% de la contaminación del agua de la industria es aportada por la coloración y tratamiento de textiles (Medina C, 2017).

La cadena de producción textil genera impacto ambiental de manera negativa sobre el recurso hídrico, la atmosfera y el suelo. En la cadena de producción el recurso hídrico es altamente consumido, produce vertimientos con alta carga contaminante y vertimientos con alta temperatura. El impacto negativo sobre el componente atmosférico está relacionado con la emisión de vapores, gases y material particulado, además, del ruido generado. En último lugar, el impacto sobre el suelo tiene que ver con la generación de residuos sólidos (Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente - DAMA, 2004).

En Colombia la división industrial de textiles, confección, calzado y pieles, es una de las que menor aporte económico realiza en inversión a la protección y conservación del medio ambiente para el año 2015 y, aun así, al compararse con el año inmediatamente anterior la inversión disminuye en un 12,9%, rubro que, por ejemplo, en la división de alimentos y bebidas crece en un 28,9% (DANE, 2017).

A pesar de todo, económicamente el aporte del sector textil-confección es de importancia para el país. En Colombia la industria textil y de confección aporta el 7,5% del PIB manufacturero, 3% del PIB nacional y representa el 5% de las exportaciones totales para el año 2015. Además, durante la década previa al 2015 la tasa de crecimiento de las ventas del sector prendas fue de 9,9% compuesto anual. En el 2014 aportó el 14% de los empleos del sector industrial (Procolombia, n.d.). Asimismo, en el año 2009 hay aproximadamente 450 compañías fabricantes de textiles y 10.000 productores de confecciones (inexmoda, 2010). El principal desarrollo del sector se ve en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cali (2014). Conjuntamente, las

pequeñas empresas representan un 39% y las medianas 40% con respecto al número total de empresas del sector para el 2012 (Delegatura de Asuntos Económicos y Contables Grupo de Estudios Económicos y Financieros, 2013). Sin embargo, para el 2017 el sector entra en decrecimiento, de hecho la empresa Fabricato suspende actividades de producción por dos semanas a partir del 26 de Agosto, lo que se ve empujado a hacer por la reducción arancelaria que permite la entrada masiva de telas y prendas extranjeras, además del aumento del contrabando (Jiménez Morales, 2017).

Pequeñas y medianas empresas

Las pequeñas y medianas empresas no solo son representativas dentro del sector textil-confecciones, de hecho el total de las pymes generaron el 80% del empleo en Colombia y contribuyen con el 45% del PIB del país (Revista dinero, 2016). Sin embargo, Colombia es un país con bajo grado de implementación de actividades de responsabilidad social empresarial (RSE) por parte de las pymes (Banco interamericano de desarrollo, 2005). Las principales barreras con que se han encontrado las pymes para desarrollar actividades sostenibles tienen que ver con la falta de recursos financieros, el desconocimiento del tema y pensar que no generan impacto ambiental (Banco interamericano de desarrollo, 2005).

Responsabilidad social empresarial (RSE)

Una de las concepciones que va ligada a la RSE son las acciones filantrópicas con las utilidades obtenidas después del proceso operativo y administrativo, como lo son las donaciones. Esto lo ejemplifica la US Steel a finales del siglo XIX, cuyo fundador, Dale Carnagie, pensaba que había que retribuir a la sociedad la riqueza generada, sin embargo, la empresa se quedaba corta en acciones en relación a sus grupos de interés (Canino & Morales, 2008).

Para el año 1943 la empresa Johnson y Johnson crea una de las principales iniciativas de RSE donde se integran los grupos de interés, así esta empresa incorpora un credo a su filosofía empresarial preocupándose por clientes, empleados, sociedad, entre otros (Prado, Flores, Pratt, & Ogliastri, 2004).

El concepto de RSE ha cambiado con el tiempo y se han planteado muchas definiciones. Para la comisión europea “la responsabilidad social de las empresas viene dada por las iniciativas voluntarias de estas, más allá de sus obligaciones legales, para lograr objetivos sociales y ambientales en su actividad cotidiana (Comisión Europea, n.d.)”. La organización internacional del trabajo (OTI) define la RSE como “la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen (Organización internacional del trabajo, n.d.)”.

Entonces, se puede entender la responsabilidad social empresarial como las iniciativas voluntarias tendientes a mejorar la sociedad, el ambiente y la economía con el propósito de beneficiar a sus grupos de interés. Se debe tener claro que la RSE se efectúa en todo momento de la etapa productiva, beneficiando empleados, comunidad y proveedores, y no solo a través de donaciones filantrópicas a grupos sin relación con la empresa.

Modelos de RSE

Hay diversos modelos de RSE, al igual que diversas formas de clasificar los modelos según sus fines. Una de estas clasificaciones es propuesta por Carroll que define a los modelos dentro de responsabilidades sociales económicas, éticas, discrecionales y legales (Carroll, 1979). Asimismo, Lantos propone una clasificación según sean sus visiones: maximización de ganancias pura, maximización de ganancias limitada, socialmente consciente y de servicio la comunidad (Lantos, 2001). A estos se les suma una tercera clasificación, la de Garriga y Méle, sobre la que tratara más a profundidad esta investigación.

La clasificación por parte de Garriga y Melé es bastante explicativa, clara y rigurosa. Esta clasifica las teorías en cuatro grupos diferentes concernientes a teorías instrumentales, integradoras, éticas y de carácter político (Garriga & Melé, 2004):

- Teorías instrumentales: El RSE es visto como una herramienta para obtener logros económicos y crear riqueza. La finalidad de la empresa es maximizar el valor para los accionistas, y las estrategias tomadas entorno a la sociedad, ética y ambiente siguen este

fin. Los mayores exponentes son Friedman (1970), Jensen (2000), Porter y Kramer (2002, 2006), Hart (1995), Litz (1996), Prahalad y Hammond (2002) y Murray y Montarini (1986).

- Teorías Políticas: La RSE se enfoca en las interacciones y conexiones entre la sociedad y el negocio que vienen dadas por el poder y la posición de la empresa en la economía. Esta relación empresa-sociedad trae consigo unas responsabilidades inherentes de la empresa hacia la sociedad. Autores de esta línea de pensamiento son Davis (1960), Donaldson y Dunfee (1994), Wood y Longson (2002) y Andriof y McIntosh (2001).
- Teorías integradoras: La mirada de estas teorías es hacia la integración de las diversas demandas sociales por parte de la empresa: cumplimiento de políticas públicas, leyes y la gestión de los intereses de los grupos de interés. Además, la responsabilidad viene dada por limitaciones espaciales y temporales de los valores sociales en el momento. Buscan la legitimación y aceptación social, además del prestigio. Los principales representantes son: Sethi (1975), Ackerman (1973), Jones (1980), Vogel (1986), Mitchell (1999), Carroll (1979), Wood (1991), Swanson (1995) y Wilcox (2005).
- Teorías éticas: El RSE se centra en los requerimientos éticos que fundamentan la relación entre la empresa y la sociedad. Entonces el objetivo es hacer lo correcto para lograr un bien a la sociedad. Se deben respetar la fuerza laboral, el medio ambiente, los derechos humanos, las leyes y sobre todo se busca la sostenibilidad. Autores que defienden esto son Freeman (1983), Donaldson y Preston (1995), principios globales de Sullivan (1999), pacto de las Naciones Unidas (1999), comisión global para el medio ambiente y el desarrollo (Informe Brundtland) (1987), Kaku (1997) y Chomali y Majluf (2007).

Modelo del pacto de las naciones unidas

Las teorías éticas actúan en base a principios fundamentales, son multidimensionales y, sobre todo, incorporan la sostenibilidad en su estrategia, lo que hace de este grupo de modelos una categoría que se adecua a lo pretendido en esta investigación. De este grupo de categorías se

escoge el modelo del pacto de las naciones unidas por su multi-enfoque y su gran capacidad de convocatoria (Prado et al., 2004).

El pacto mundial de las naciones unidas es la mayor iniciativa corporativa voluntaria en el mundo, con más de 12.900 entidades miembro en 130 países, solo en Colombia hay más de 500 miembros (UN Global Compact, n.d.) , entre ellos Postobon SA, Bavaria SA, Mineros SA, Almacenes Éxito SA y Caracol televisión SA.

La iniciativa nace como propuesta del secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan, en un discurso dado en el foro mundial económico en 1999. El principal objetivo es una colaboración entre las entidades y las Naciones Unidas en una iniciativa internacional para promover y promulgar prácticas de sostenibilidad que abarquen las áreas económicas, sociales y ambientales. La propuesta comienza a operar en el año 2000 (Canino & Morales, 2008) y esta, vela por los derechos humanos, el medio ambiente, la fuerza laboral y la anti-corrupción.

Los objetivos base perseguidos son dos (Pacto Mundial Red Española, n.d.-c):

- Incorporar los 10 principios a las actividades empresariales a nivel global
- Llevar a cabo acciones en apoyo a los objetivos de las Naciones Unidas, como los objetivos de desarrollo sostenible

Los principios que promueve son universales ya que se basan en la declaración de los derechos humanos, la declaración de los derechos fundamentales de los trabajadores realizada por la Organización Internacional del Trabajo, la declaración de las Naciones Unidas contra la corrupción y la declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo (Canino & Morales, 2008). Cada uno de los principios se observan en la Tabla 2.

Tabla 2. Diez principios del pacto de las Naciones Unidas

Derechos humanos	Principio 1. Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia. Principio 2. Las Empresas deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.
Estándares Laborales	Principio 3. Las empresas deben respetar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

	<p>Principio 4. Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.</p> <p>Principio 5. Las Empresas deben apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.</p> <p>Principio 6. Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.</p>
Medio ambiente	<p>Principio 7. Las Empresas deberán apoyar un enfoque de precaución respecto a los desafíos del medio ambiente.</p> <p>Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p> <p>Principio 9. Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.</p>
Lucha contra la corrupción	<p>Principio 10. Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.</p>

Fuente: Elaboración propia basado en los principios del pacto de las Naciones Unidas

Para ser parte del pacto, el máximo representante de la empresa deberá enviar una carta dirigida al secretario general de las Naciones Unidas, donde exprese el apoyo a las Naciones Unidas y a sus 10 principios; además, comprometerse a integrar a la operación de la empresa los 10 principios y hacerlos parte de su gestión, estrategia y cultura; y, comprometerse a realizar un reporte anual sobre las acciones encaminadas a apoyar los principios (Comunicación sobre el progreso – CoP) (Pacto Global Red Colombia, n.d.-a).

Hay una membresía voluntaria, es decir, se puede hacer parte del pacto sin realizar aportes, pero en caso de que se realicen se accede a unos privilegios. Los aportes apoyan la tarea de sostenibilidad y responsabilidad social que ha emprendido las Naciones Unidas y van desde los 2 salarios mínimos legales vigentes (SMLV) hasta los 35 SMLV (Pacto Global Red Colombia, n.d.-b). El pacto sirve como guía a las empresas que quieren incorporar la RSE, sin importar el tamaño, la ubicación y complejidad, sean con ánimo de lucro o sin este. La guía ayuda a implementar, medir, seguir y comunicar las acciones dirigidas a la sostenibilidad.

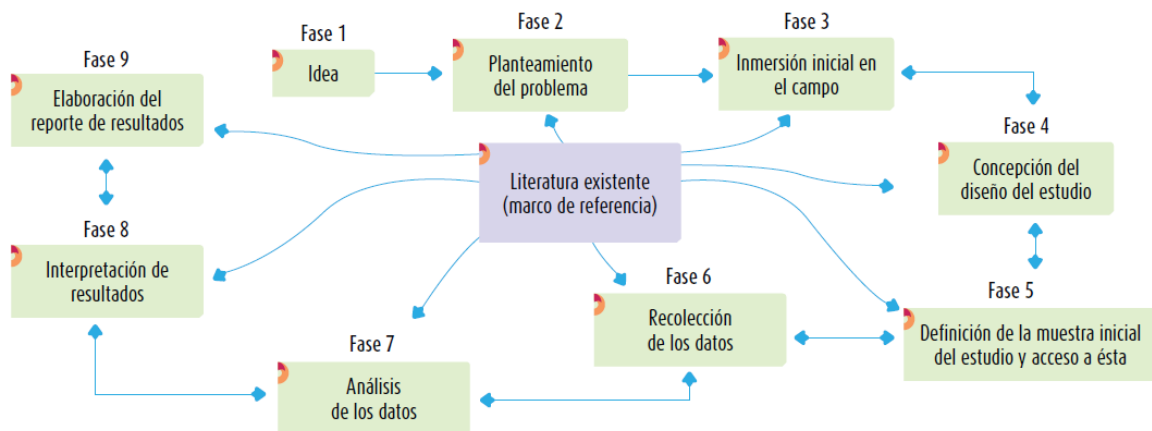
Diseño metodológico

Enfoque

El estudio presente se sirve del enfoque cualitativo para desarrollar la investigación, ya que el objeto principal es desarrollar un esquema de gestión de sostenibilidad de las pymes fundamentándose en el ciclo PHVA.

La investigación cualitativa, también conocido como naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, puede carecer de la estructura secuencial y lineal que caracteriza al enfoque cuantitativo, es más, tanto las preguntas de investigación y las hipótesis pueden aparecer antes, en el transcurso, o después de la recolección y análisis de datos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 7). El proceso cualitativo se contempla en la Figura 2.

Figura 2. Proceso cualitativo



Fuente: Tomado de Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p.7

Para entender este enfoque, hay que comprender que la revisión de literatura puede darse en cualquier etapa del estudio y que puede resultar necesario regresar a etapas preliminares de la investigación. Además, la muestra, recolección y el análisis de los datos puede darse de manera simultánea (Hernández et al., 2014, p. 8).

Línea de Investigación

La investigación se desarrolla como parte del grupo de investigación Urbanitas de la Universidad Católica Luis Amigó, sede Medellín, el cual busca estimular la investigación y consolidar la formación académica de las facultades de comunicación, publicidad y diseño (Grupo Urbanitas, 2012).

La línea de investigación es la de Publicidad-Social, debido a que el estudio se desarrolla en torno a una problemática social y promueve la investigación de publicidad social (López Medina & París Restrepo, 2014, p. 8), lo que va acorde a los objetivos planteados por la línea.

La línea de investigación se desarrolla en nueve ámbitos temáticos, que son:

- Publicidad, Sociedad y Comunicación Persuasiva
- Publicidad, Sociedad y Compromiso
- Publicidad, Sociedad y Consumo
- Publicidad, Sociedad y Contexto
- Publicidad, Sociedad y Empresa
- Publicidad, sociedad y Educación
- Publicidad, Sociedad y Experiencia
- Publicidad, Sociedad e Inclusión
- Publicidad, Sociedad y Mediaciones

El ámbito sobre el que se desarrolla el estudio es el de publicidad, sociedad y compromiso ya que indaga por la responsabilidad hacia la producción y el alcance social en cuanto al mensaje proyectado frente a la ética, la moralidad y la legalidad corporativa (López Medina & París Restrepo, 2014, p. 17).

Alcance

El alcance es definido como descriptivo, ya que se describen fenómenos y contextos, detallándolos y explicando sus manifestaciones (Hernández et al., 2014, p. 92), concretamente se describe la necesidad de la sostenibilidad empresarial a través de los modelos de RSE y se detalla la utilización del modelo del Pacto de las Naciones Unidas para las pymes. En este alcance no se hace necesario esclarecer una relación entre las categorías de análisis, ya que la meta es recoger y procesar información de los conceptos analizados (Hernández et al., 2014, p. 92). Asimismo, se utiliza una encuesta con la finalidad de realizarse a expertos para ayudar a la descripción de percepciones sobre la industria de textil y confección en materia de sostenibilidad.

Tipo de investigación

El estudio parte de la experiencia personal, lo que hace necesario utilizar un diseño fenomenológico, que tiene como principal propósito explorar, describir y comprender

experiencias con respecto a un fenómeno (Hernández et al., 2014, p. 493). Aunque este tipo de diseño no se rige por reglas específicas, considera una serie de actividades indagatorias (Hernández et al., 2014, p. 494):

- Definir el problema: Gestión de la sostenibilidad en las pymes del sector textil.
- Estudiar y reflexionar sobre el problema. Búsqueda de antecedentes y contextualización sobre sostenibilidad, el sector textil y confecciones y las pymes.
- Categorizar el fenómeno: La categorización de los modelos de sostenibilidad se dan según los contempla Garriga y Melé (2004).
- Describir el fenómeno: Detallar el modelo de sostenibilidad del Pacto de las Naciones Unidas. Además, realizar una encuesta a expertos del sector para comprender las percepciones que tienen de la industria en materia de sostenibilidad.
- Interpretar el fenómeno: Desarrollar un esquema de gestión sostenible para las pymes del sector textil y confección de Medellín, según el modelo del Pacto de las Naciones Unidas basado en el ciclo PHVA de mejora continua.

Unidad de análisis

Se estudia la construcción de un esquema de gestión de sostenibilidad empresarial en las pymes del sector textil y de confecciones, la cual se basa en el modelo de RSE del Pacto de las Naciones Unidas y se formula según el ciclo PHVA de mejoramiento continuo. Lo realmente importante radica en los procesos. También, se analizarán las respuestas de voluntarios expertos a una encuesta concerniente a temas sostenibles, para comprender la percepción que estos tienen en cuanto al sector de textil y confección. La encuesta se diseñó teniendo en cuenta el modelo de RSE del Pacto de las Naciones Unidas.

Población y muestra

La población del estudio se delimita a directivos y docentes que hayan tenido experiencia laboral en una de las empresas del sector textil-confección de la ciudad de Medellín que

corresponden a 10.140 empresas para el 31 de diciembre de 2016 (Cluster textil/confección, 2017, pp. 3–5).

La muestra en la investigación cualitativa se da sin necesidad de una representatividad estadística de la población, en este tipo de investigación se pregunta por qué casos interesan y donde se pueden encontrar (Hernández et al., 2014, p. 384). Así, se contemplan la muestra de participantes voluntarios o autoseleccionada, en donde los individuos acceden de manera voluntaria a participar en el estudio partiendo de una invitación (Hernández et al., 2014, pp. 386–387).

Los participantes del estudio son docentes del Centro Textil y de Gestión Industrial del Sena Regional Antioquia. La totalidad de la muestra corresponde a 12 voluntarios, quienes tienen una amplia experiencia docente y dentro del campo laboral textil, por lo que se puede categorizar como una muestra de expertos.

Categorías de análisis

Los conceptos primordiales son:

- Las pymes y el sector textil-confección

Contextualización sobre la influencia de las pymes y del sector textil-confección en la economía del país, además, de la marca ambiental que contemplan ambas.

- Teorías de responsabilidad social empresarial

Las teorías de RSE se categorizan según Garriga & Melé (2004) en cuatro grupos, que corresponden a teorías instrumentales, integradoras, éticas y de carácter político. Las teorías éticas se basan en principios fundamentales, son multidimensionales e incorporan la sostenibilidad en su estrategia, lo que las hace compatibles con lo buscado en la investigación.

- Clúster

La clusterización es un fenómeno mundial en el que incurren muchas marcas reconocidas por brindar productividad, acceso a proveedores, empleados especializados, entre otros (Porter, 1999). Se hace fundamental explorar las iniciativas de clúster del sector en el área para no quedar rezagados en el tema de competitividad. No hay que olvidar que la viabilidad económica es parte fundamental de la sostenibilidad.

- Ciclo PHVA de mejora continua

El ciclo PHVA (Planificar, hacer, verificar y actuar) de mejora continua, también conocido como ciclo Deming, es una estrategia de gestión que se referencia en cuatro pasos. Es un círculo virtuoso, y es a través del bucle que se logra la mejora continua.

- Modelo de responsabilidad social empresarial del Pacto de las Naciones Unidas

El modelo de RSE del Pacto de las Naciones Unidas, se caracteriza por su multi-enfoque y su capacidad de convocatoria (Prado et al., 2004), lo que la hace idónea para tomar de referencia en el esquema y en la encuesta. El modelo busca que se cumplan con 10 principios – que abarcan derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción – y se fomente las acciones dirigidas hacia el cumplimiento de los objetivos de las Naciones Unidas – como lo son los objetivos de desarrollo sostenible –.

- Iniciativas de certificación

Definir algunas de las iniciativas de certificación a las que pueden acceder las pymes de Medellín del sector textil-confección, teniendo en cuenta las limitaciones de recursos que puedan presentar.

Instrumentos y recolección de datos

En la investigación cualitativa el instrumento de recolección de datos es el propio investigador, es él quien con diferentes técnicas recoge los datos. La obtención de datos se canaliza por medios documentales, estos sirven para conocer antecedentes, situación y funcionamiento de un ambiente; y se caracterizan por ser una fuente primaria (Hernández et al.,

2014, p. 397). Los medios documentales utilizados son documentos, registros, libros, informes, archivos, etc. en general, revisión de diversas bases de datos y fuentes de información. Además, se utilizan las fuentes secundarias referentes a datos, información y estudios realizados por otros investigadores. Finalmente, se diseña una encuesta, la cual se realiza a la muestra de expertos con el fin de generar hipótesis más precisas sobre los temas investigados.

Procesamiento de datos

Para el desarrollo del esquema de gestión se precisa del análisis documental, que tiene una conexión directa con el marco teórico (Bernal, 2010, p. 194). Los datos obtenidos de la encuesta a la muestra de expertos fueron procesados con el software Microsoft Excel según lo requirieron los datos y el análisis planteado.

Resultados esperados

La finalidad principal es desarrollar un esquema de gestión de sostenibilidad empresarial para las pymes del sector textil y confección ubicadas en Medellín. Asimismo, resaltar los esfuerzos de algunas de las iniciativas de seguimiento en este sector aplicables a estas empresas. Con las encuestas se pretende esbozar las percepciones que tienen expertos en el sector sobre los temas de sostenibilidad. Para poder así, de la información obtenida, desarrollar un artículo que contenga de manera resumida lo más relevante del esquema propuesto.

Recursos

Es indispensable contar con los espacios temporales que requiere la investigación para desarrollar la búsqueda bibliográfica que precisa y desarrollar de manera concienzuda cada uno de los temas a los que hace alusión, así, el recurso humano, que es el investigador encargado desempeña un rol fundamental. En la Tabla 3 aparece el personal requerido, el tiempo estipulado y el costo por hora de cada individuo.

Tabla 3. Gastos de personal

Gastos		Horas Semanales	Tiempo requerido (meses)	Costo hora
Personal	Honorarios del investigador	10	16	25.000
	Asesor de investigación	2	16	32.924

El cálculo del costo de la hora del asesor investigativo se realiza según el requerimiento de dos horas semanales y el costo por crédito de la asignatura (\$526.783 - primer semestre de 2018).

Se hace necesaria la utilización de un computador con acceso a internet, para acceder a las fuentes de información y bases de datos. Para el costeo se toma como referencia el portátil ASUS X441UV intel core I7 4gb 1 Tera 14 Pulgadas. El gasto mensual de internet es de \$78.900 (plan con el comercializador Claro para una señal de 10 Megas). También se requiere software especializado, como lo es el Office 360 personal con un costo mensual de \$17.999. Asimismo, se requiere financiación para diversas impresiones y tramites de diferente índole, por ejemplo, envíos de derechos de petición para requerir información de entes gubernamentales. Finalmente, los costes de transporte del investigador se estipulan con un costo unitario de 6.000 y con una frecuencia semanal de 2 veces. Los gastos totales del proyecto por semestre se contemplan en la Tabla 4. Para cada semestre se contempla un incremento de precios del 2%.

Tabla 4. Gastos totales

	Gastos	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4	Total subpartida
Personal	Honorarios del Investigador	\$ 3.920.000,0	\$ 4.000.000,0	\$ 4.080.000,0	\$ 4.161.600,0	\$ 16.161.600,0
	Asesor de investigación	\$ 1.032.494,7	\$ 1.053.566,0	\$ 1.074.637,3	\$ 2.192.260,1	\$ 5.352.958,1
Equipos	Computador	\$ 1.867.292,0				\$ 1.867.292,0
	Internet	\$ 309.288,0	\$ 315.600,0	\$ 321.912,0	\$ 328.350,2	\$ 1.275.150,2
Software	Office	\$ 70.556,1	\$ 71.996,0	\$ 73.435,9	\$ 74.904,6	\$ 290.892,6
Viajes	Transporte	\$ 188.160,0	\$ 192.000,0	\$ 195.840,0	\$ 199.756,8	\$ 775.756,8
Material	Impresión	\$ 98.000,0	\$ 100.000,0	\$ 102.000,0	\$ 104.040,0	\$ 404.040,0
	Tramites	\$ 78.400,0	\$ 80.000,0	\$ 81.600,0	\$ 83.232,0	\$ 323.232,0
Imprevistos	10% del total	\$ 756.419,08	\$ 581.316,20	\$ 592.942,52	\$ 714.414,38	\$ 2.645.092,2
Total						\$ 29.096.014,0

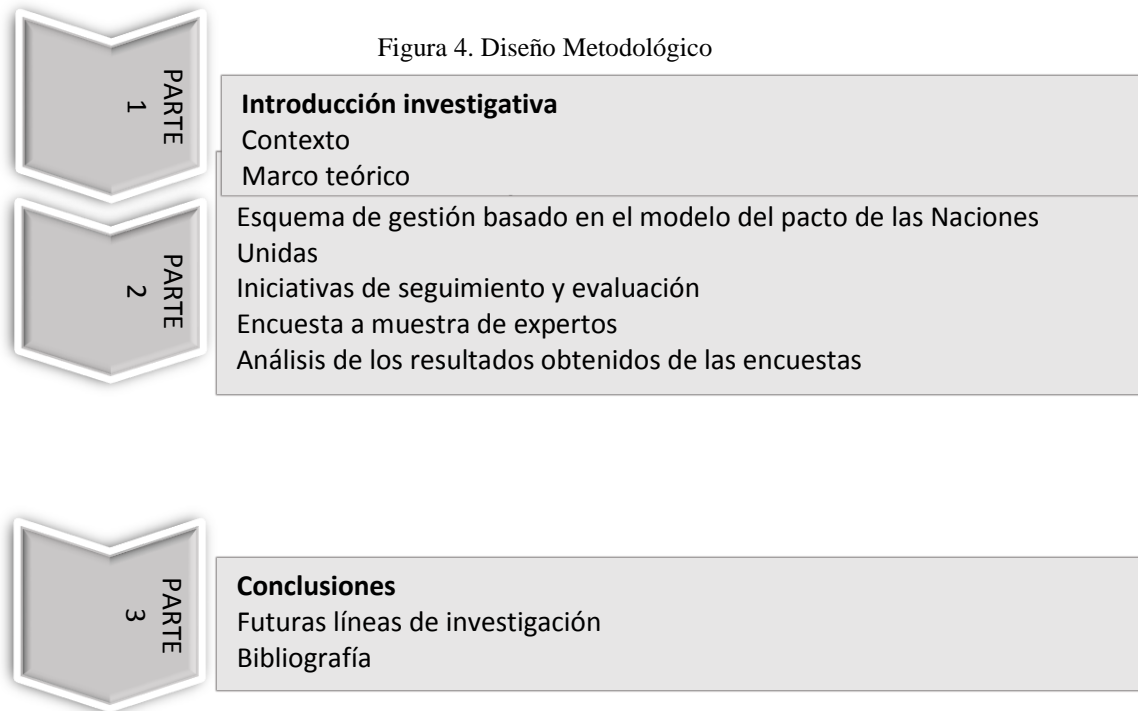
Fuente: Elaboración propia

El costo total del proyecto investigativo para la duración total de cuatro semestres es de veintinueve millones noventa y seis mil catorce pesos (\$29.096.014).

Fases

El diseño metodológico de la investigación consta de tres partes, como se evidencia en la Figura 4.

¡Error! No se encuentra Figura 3. Fases del diseño metodológico



Fuente: Elaboración propia

La primera parte de la investigación, la introducción investigativa, pretende dar un contexto sobre la relevancia de la sostenibilidad y la importancia de las pymes en la economía colombiana. Luego se trabajará el marco teórico que indaga por los modelos más relevantes de sostenibilidad empresarial, teniendo como referencia la clasificación dada por Garriga y Melé (2004) y posteriormente, se presentará la iniciativa de RSE y sostenibilidad del pacto de las Naciones Unidas.

La segunda parte tiene como finalidad proponer un esquema para la gestión sostenible en las pymes dedicadas a la confección textil según el ciclo PHVA de mejora continua (Planear, Hacer, Verificar, Actuar) y fundamentado en el modelo de responsabilidad social del pacto de las Naciones Unidas. Así, las pymes pueden adoptar y desarrollar con sus respectivos stakeholders un conjunto de principios concernientes a los derechos humanos, medio ambiente, normativa laboral y anticorrupción (“Los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas,” 2015),

teniendo en cuenta las limitaciones de recursos que pueden presentar. Además, la propuesta tendrá en cuenta la normativa colombiana, tan importante para contextualizar los 10 principios de las naciones unidas en este país. Dada la importancia de realizar una evaluación al esquema de gestión, se indagará por las principales iniciativas de seguimiento que sean accesibles a las pymes del sector. Asimismo, se realizará una encuesta a la muestra de expertos con el fin de generar hipótesis más precisas sobre los temas investigados. Finalmente, se elaborará el respectivo análisis de datos de las encuestas ejecutadas.

La tercera parte de la investigación culmina con las conclusiones y aportes de la investigación, además de sugerir las futuras líneas de investigación que se puedan desprender de esta. Finalmente, se cierra el trabajo con la bibliografía que ayudo como referencia a la realización del proyecto investigativo.

Esquema de gestión sostenible

El esquema se desarrolló teniendo en cuenta el modelo de RSE del pacto de las Naciones Unidas y al ciclo Deming o el ciclo PHVA de mejora continua (Planear, Hacer, Verificar, Actuar). El ciclo PHVA se muestra en la Figura 5.

Figura 5. Ciclo PHVA de mejora continua



Planear

En esta etapa del ciclo PHVA de mejoramiento continuo es necesario realizar un diagnóstico inicial, que contemple el alcance de la empresa en las áreas económica, social y ambiental; luego, es fundamental establecer objetivos y recursos disponibles para lograr las metas, requisitos legales y hay que contemplar los riesgos en las tres áreas que se puedan presentar.

Diagnóstico inicial

La empresa debe realizar un diagnóstico inicial que comprenda el alcance ambiental y social al que ha llegado la empresa, teniendo en cuenta los principios del modelo de RSE del pacto de las Naciones Unidas

Revisión social

Según los principios de RSE de las Naciones Unidas la empresa debe apoyar y respetar los derechos humanos; además de no ser cómplices de violación de estos derechos. Para lo cual se empieza con una revisión de cumplimiento de la Declaración Universal de derechos humanos que comprende 30 artículos resumidos en la Tabla 5.

Tabla 5. Resumen de la Declaración Universal de derechos humanos

Artículo 1 Derecho a la igualdad	Artículo 16 Derecho al matrimonio y a la familia
Artículo 2 Prohibición de la discriminación	Artículo 17 Derecho a la propiedad privada
Artículo 3 Derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad personal	Artículo 18 Libertad de culto y religión
Artículo 4 Prohibición de la esclavitud	Artículo 19 Libertad de opinión e información
Artículo 5	Artículo 20

Prohibición de la tortura y del trato degradante	Derecho de reunión pacífica y de asociación
Artículo 6 Derecho al reconocimiento como persona ante la ley	Artículo 21 Derecho a participar en el gobierno y en elecciones libres
Artículo 7 Derecho a la Seguridad Social	Artículo 22 Derecho a la igualdad ante la ley
Artículo 8 Derecho al recurso ante un tribunal competente	Artículo 23 Derecho al trabajo y a la afiliación sindical
Artículo 9 Derecho al descanso y al ocio	Artículo 24 Prohibición del arresto arbitrario y del exilio
Artículo 10 Derecho a una audiencia pública y justa	Artículo 25 Derecho a un nivel de vida adecuado
Artículo 11 Derecho a ser considerado inocente antes de que se demuestre lo contrario	Artículo 26 Derecho a la educación
Artículo 12 Prohibición de intromisión en la privacidad, en la familia, en el hogar y en la correspondencia	Artículo 27 Derecho a participar en la vida cultural de la comunidad
Artículo 13 Derecho a la libertad de movimiento dentro y fuera del país	Artículo 28 Derecho al orden social que regula este documento
Artículo 14 Derecho al asilo en otros países	Artículo 29 La Comunidad ofrece lo esencial para el libre y pleno desarrollo
Artículo 15 Derecho a la nacionalidad y a su cambio	Artículo 30 Prohibición de intromisión estatal o personal en los mencionados derechos

Fuente: Tomado de <https://goo.gl/SXRdCM>

Las acciones que se pueden tomar en torno a la protección de los derechos humanos son (diferente al cumplimiento legal): la concientización en base a estos derechos, promulgarlos e incentivarlos; realizar una identificación de los cargos vulnerables a la violación de derechos; condenar los abusos tanto interna como externamente (Pacto Mundial Red Española, n.d.-a).

En cuanto a los principios laborales contemplados por el pacto mundial de las Naciones Unidas, se han de verificar el cumplimiento de cuatro elementos:

- Respetar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción: como lo es un trabajo forzado para realizar una devolución de deudas, el trabajo involuntario de presos y la explotación, como trabajar horas extras para conservar el empleo (Pacto Mundial Red Española, n.d.-b).
- Apoyar la abolición efectiva del trabajo infantil.
- Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Claramente se observa la relación de los principios laborales con algunos de los principios abordados por la Declaración Universal de los derechos humanos. Tanto los principios referentes a derechos universales, como a los derechos laborales deben evaluar con cada uno de los participantes en los grupos de interés, y no caer de esta manera, por ejemplo, en el apoyo a la discriminación al estar relacionado con un proveedor que favorece estas prácticas.

Revisión ambiental

Los principios 7 al 9 nos hablan de las buenas prácticas ambientales:

- Apoyar un enfoque de precaución respecto a los desafíos del medio ambiente: No hacer mal uso de los recursos, conservar ecosistemas vitales, no dañar el medio ambiente y en caso de hacerlo pagar la respectiva deuda ecológica (Pacto Mundial Red España, n.d.).
- Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental
- Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Se sabe que las medidas preventivas que se tomen ocasionan gastos adicionales, en contrapartida las instalaciones sostenibles son más económicas a largo plazo y no incurren en gastos por reparación de daños (Pacto Mundial Red España, n.d.). Además, hay que tener en cuenta el impacto positivo a la empresa en su reputación al fomentar una gestión ambiental limpia y no se debe olvidar que las personas están generando una conciencia medioambiental, lo

que los vuelve clientes preocupados por productos limpios. El nivel de compromiso ambiental dependerá del tamaño, motivación y naturaleza de la empresa.

Revisión anticorrupción

El último principio del pacto global de las Naciones Unidas comprende la abolición del apoyo a la corrupción, extorsión y soborno. Para controlar la corrupción en todas sus formas se ha desarrollado políticas que aborden el tema. En esta fase inicial, se indagará por las políticas y programas establecidos que ayuden a derogar la corrupción. Así, se debe dejar claro el estado con el que se comienza, delimitar el área de influencia y el impacto generado.

Requisitos legales

Para cumplir con los requerimientos legales se precisa de una consultoría de abogados que precise las normas que ha cumplir y evaluar en qué estado se encuentran las mismas, para cerciorarse que cada una de las leyes se esté llevando a cabalidad.

Riesgos

Con el fin de identificar y minimizar riesgos de tipo económico, social y ambiental, la empresa deberá listar cuales son los posibles riesgos que afronta el desempeño operativo de esta.

- **Riesgo económico:** Incertidumbre de la rentabilidad de la inversión debido a cambios en el sector económico de la empresa (Mascareñas, n.d.).
- **Riesgo social:** Posibilidad de producir un perjuicio en la sociedad por acciones derivadas de la operación de la empresa, específicamente relacionado con los derechos humanos y las normas laborales.
- **Riesgo ambiental:** Posibilidad de causar daño al entorno medio ambiental por la operación de la empresa.

Luego de tener identificados los riesgos es primordial categorizarlos y cuantificarlos, para entender cuáles tienen mayor impacto y son necesarios de abordar en primera instancia; además, es necesario plantear cual será el tratamiento o los posibles tratamientos a este riesgo.

Objetivos y recursos

Luego de realizar el diagnóstico inicial, identificar los riesgos y de conocer los requisitos legales, los objetivos se plantearán en torno a esta información. Los objetivos que se planten deben ser medibles y es necesario comunicar a los grupos de interés las ideas que se quieren lograr. Cada objetivo debe tener unas metas y acciones a seguir concretas, con indicadores que las midan y evalúen, plazos de tiempo definidos y concretar a que se quiere llevar cada meta.

Se debe detallar los recursos destinados para cumplir cada uno de los objetivos, sea recurso humano, financiero, tecnológico, de infraestructura. En cuanto al recurso humano se debe definir quienes se verán implicados en la implementación de los programas de gestión ambiental y quienes han de medir y evaluar estos esfuerzos, asimismo definir si el equipo necesitara de capacitación o de la colaboración de consultoría y asesoría externa. El recurso financiero se debe dejar estipulado desde el inicio, hay que determinar cuánto dinero se destinara a la consecución de los objetivos perseguidos, evaluar el costo en relación con las ventas y estimar el costo de mantenimiento anual. La empresa puede que necesite de la adecuación de instalaciones, de contenedores para la separación adecuada residuos sólidos o de modernizar o modificar los equipos utilizados en pro de que consuman menores recursos naturales y generen menores desperdicios.

Se hace necesario crear programas de gestión ambiental y social según los requerimientos de cada empresa, en general las empresas del sector textil y de confecciones, podrían necesitar programas de gestión de agua, de residuos y de energía. El cumplimiento de derechos humanos y de normas laborales es una tarea asignada generalmente al área de gestión humana, dependerá de cada empresa crear programas de gestión social que, a manera de ejemplo, promuevan la igualdad, la inclusión social o desarrollar incentivos no salariales.

Después de definir objetivos y estipular recursos, se han de trazar las metas y las acciones específicas a seguir; además de los indicadores que evaluaran el desempeño; definir a que

programa de gestión están orientados; quien o que área es la responsable de implementar y medir las acciones; y la establecer la frecuencia de evaluación de desempeño de los indicadores.

Es un paso importante y necesario impregnar a la cultura organizacional de la conciencia ambiental y social que se está promoviendo, se debe comunicar a todos los stakeholders las ambiciones en tema de sostenibilidad y hacer que estas sean partes de sus propios intereses. Realizar esfuerzos para que esta nueva concepción de la empresa sea parte de la cultura. Para este fin la educación y las comunicaciones internas y externas de la empresa se hacen indispensables, por lo que hay que definir quiénes serán los encargados del tema.

Hacer

El diagnóstico inicial es el primer paso fundamental, allí se conoce como inicia la empresa en temas ambientales y sociales; y se delimita el área de influencia. Luego, se pasa por una revisión concienzuda de las leyes, resoluciones, decretos y normativas que ha de cumplir la empresa por estar ubicada en el territorio antioqueño. Así, es posible esquematizar un plan de acción, con objetivos claros, metas y tácticas a utilizar, definir los recursos a utilizar, definir indicadores de medición y frecuencia de evaluación e impregnar la cultura organizacional de la nueva conciencia sostenible.

El paso por seguir es implementar cada una de las acciones planteadas. En el camino se deben realizar controles a la operación con el fin de determinar cualquier desvío, revisar el seguimiento oportuno de las tácticas, las metas y el cumplimiento de los objetivos. Es importante llevar un registro con una frecuencia predeterminada para realizar un oportuno seguimiento de las acciones. Asimismo, no se debe descuidar la comunicación interna como externa en donde se informe sobre los adelantos en el tema a los grupos de interés, además de responder a inquietudes generales que se puedan presentar.

Es requisito contar con un plan de contingencia, ya que puede haber acciones que no se puedan desarrollar tal como se plantearon y necesiten una reformulación. También, se pueden presentar accidentes, así que contar con planes de prevención de estos es indiscutible, al igual

que con planes de acción como respuesta al accidente cuando se esté presentando. Para esto hay que evaluar los riesgos ambientales que se puedan presentar en la operación de la empresa o debido a esta.

Verificación

El seguimiento documental de los progresos servirá para la posterior evaluación, ya se ha determinado que se evaluará, los métodos o indicadores que se utilizarán, así que corresponde en esta etapa medir cada una de las metas, para realizar un análisis y concluir hasta qué punto se han logrado las metas. El seguimiento documental es continuo, mientras la medición, análisis y evaluación se han de realizar de forma periódica según se haya dispuesto en el plan de acción inicial o según surjan acontecimientos no contemplados.

Cada uno de los elementos a medir debe tener específicamente que se medirá, donde, como y quien lo hará. A la hora de evaluar es requisito que desde el inicio se tengan parámetros de comparación fundamentados (ej. según normativa ambiental) para entender si cada ítem cumple o no según lo estipulado.

Los criterios que no hayan cumplido con lo estipulado deben de ser evaluados a fondo para entender cuál o cuáles fueron los motivos que llevaron al no cumplimiento y con esta información poder establecer acciones correctivas y de prevención destinadas a la mejora del ítem de gestión que no se ha cumplido.

Si se cuenta con los recursos, es una adición positiva contar con la evaluación independiente que brinda una auditoría, así, se podrá evaluar todo el proceso de gestión desde un punto de vista neutral, sin caer en las falencias humanas que puede traer estar comprometido de fondo con el proyecto de sostenibilidad.

Actuar

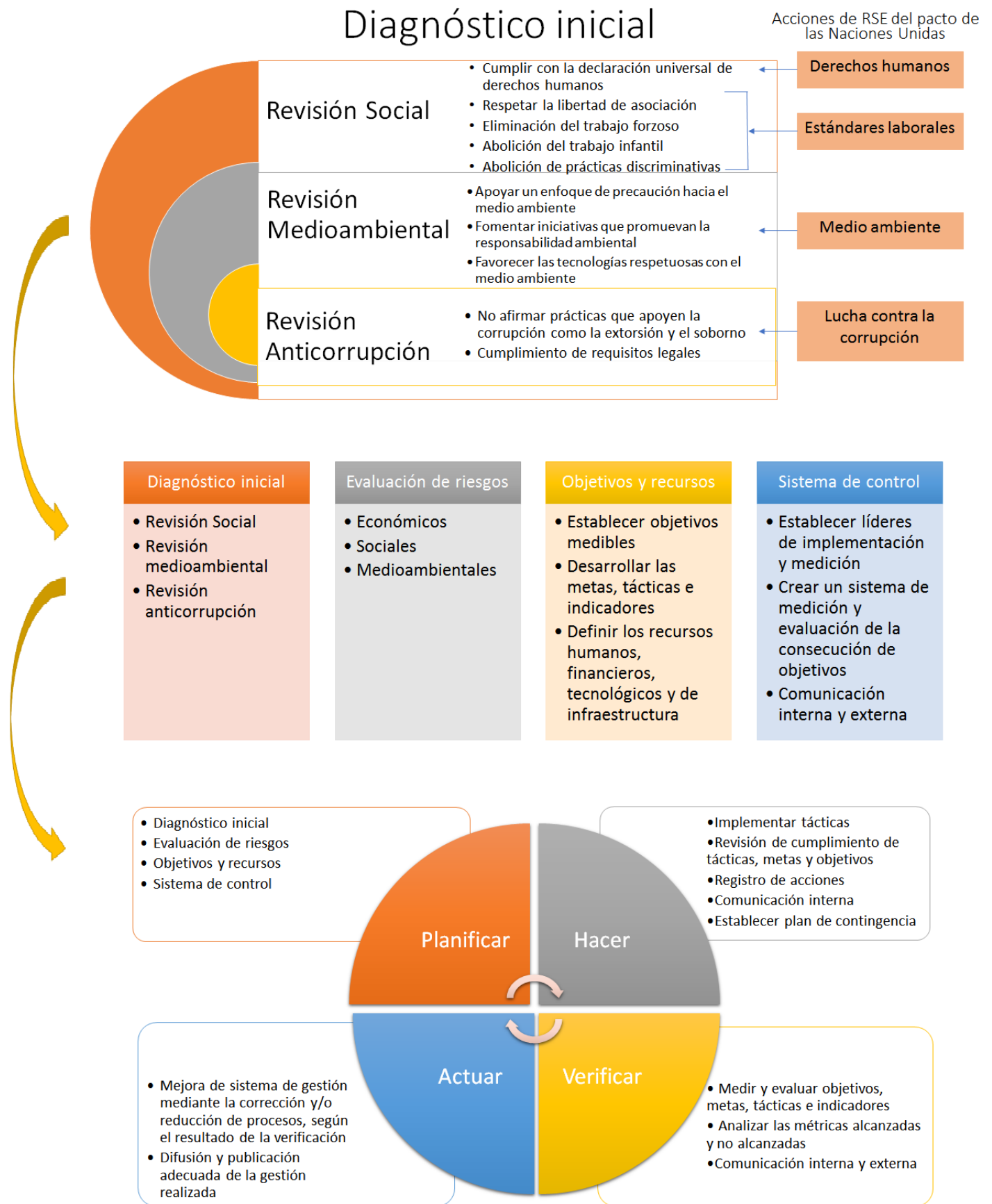
En esta fase se mejora el esquema de gestión social y ambiental con la corrección o reducción de procesos. Esta tarea la desarrollarán los directivos teniendo en cuenta el camino recorrido hasta el momento, para lo que debe tener en cuenta:

- Diagnóstico inicial
- Resultados evaluados
- Acciones preventivas y correctivas
- Comunicación interna y externa
- Objetivos alcanzados

Con este marco de referencia se podrá evaluar el desempeño del modelo de gestión y a partir de este se podrá tomar decisiones sobre su rumbo, cuales mejoras se hacen necesarias y cuales acciones no aportan valor al sistema.

Finalmente, después de entender el ciclo PHVA y sus requisitos, se muestra el esquema de gestión propuesto en la Figura 6.

Figura 6. Esquema de gestión sostenible



Fuente: Elaboración propia basada en los principios del pacto de las Naciones Unidas y en el ciclo PHVA

Certificaciones y sellos

Debido a la concientización mundial hacia los temas de sostenibilidad ambiental y social se han desarrollado diversos programas de certificación que apoyan temas específicos, los cuales vale la pena revisar para que la empresa incurra en las certificaciones y obtención de sellos, a continuación, se expondrán algunos de ellos.

Business social compliance initiative code of conduct – BSCI

Es una asociación empresarial para el comercio y transparente sostenible que está en más de 40 países y reúne a más de 2000 minoristas, marcas, asociaciones e importadores. A través de este los miembros pueden acceder a un marco práctico y a herramientas para administrar el desempeño social y ambiental en sus cadenas de suministro (Amfori, n.d.-d). Los miembros pueden escoger entre cuatro tipos de subcripciones: ambori BSCI, ambori BEPI, combinar ambori BSCI y ambori BEPI, y ambori advocacy (Amfori, n.d.-a). Los beneficios obtenibles de participar en el ambori BSCI son (Amfori, n.d.-a):

- Reducir costos y aumentar la eficiencia
- Destacar las mejores practicas
- Mejorar la resistencia a los cambios de mercado
- Mejorar la reputación al cumplir con las expectativas de los grupos de interés

Ejemplos de empresas subscritas al amfori BSCI son America textile Co (Figura 7) e IBENA interior textil (Figura 8) (Amfori, n.d.-b).

Figura 7. American Textil suscrita al amfori BSCI

amfori 
Trade with purpose

About ▾ What we offer ▾ Tools and Resources ▾ Our members ▾ Our partners

American Textile Co

Country:
United States

Logo:



Link:
<http://americantextile.com>

Member domains:
ITP
BSCI
BEPI

Member type:
Brand

Services:
amfori Advocacy
amfori BSCI
amfori BEPI

Fuente: Tomado de <http://www.amfori.org/content/american-textile-co>

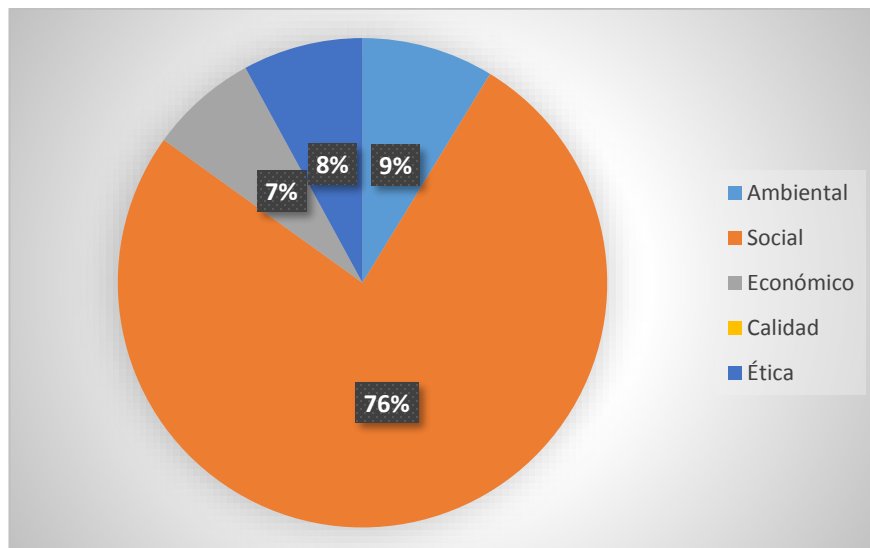
Figura 8. IBENA suscrita al amfori BSCI



Fuente: Tomado de <http://www.amfori.org/content/ibena-interior-textil>

La membresía BSCI consta de una cuota según el volumen de negocios (turnover), quienes tengan un volumen menor a 500.000€ no pueden unirse y la menor cuota es para quienes tienen un volumen menor o igual a 20 millones € que corresponde a una cuota de 3.000 € anuales (Amfori, n.d.-c). El panorama general de esta iniciativa según la proporción de indicadores por área de sostenibilidad se muestra en la Figura 9.

Figura 9. Proporción de indicadores por área de sostenibilidad de la BSCI



Fuente: Elaboración propia basada en <https://sustainabilitymap.org>, proporción de indicadores por área de sostenibilidad según se referencia en la base de datos T4SD, 2017

Ecovadis

Esta iniciativa evalúa la RSE y su integración en el sistema comercial y de gestión de la empresa basándose en evidencia, documentación transparente y trazable y mejora continua, según el sector industrial, el tamaño de la empresa y el país en el que se sitúa (EcoVadis, n.d.-a). Esta metodología se aplica incluyendo la incorporación de proveedores, formación, consultoría, integración de servicios personalizados y socios. La metodología fue construida envolviendo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI), el pacto de las Naciones Unidas y la ISO 26000. Cubre 21 criterios categorizados en ambiente, ética, social y cadena de suministro (EcoVadis, n.d.-c). Al final de la evaluación se obtendrá una puntuación según cada categoría, las fortalezas y debilidades, e incluye sugerencias.

Algunos de los miembros de esta iniciativa son Coca-cola enterprises, Johnson & Johnson (Figura 10), y Subway (EcoVadis, n.d.-b).

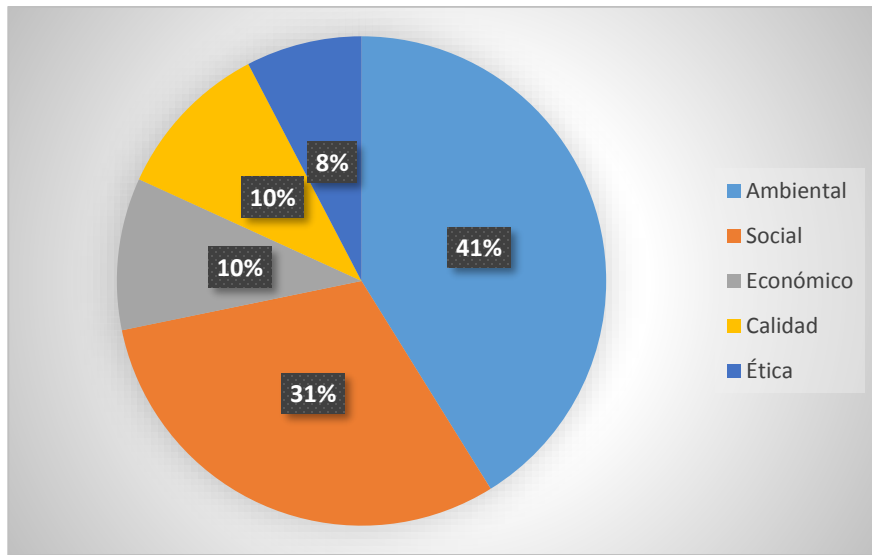
Figura 10. Johnson & Johnson miembro de la iniciativa Ecovadis



Fuente: Tomado de <https://goo.gl/MLQxNT>

La cuota anual de la membresía depende de la cantidad de empleados, una empresa considerada extrapequeña (menos de 25 empleados) tiene una cuota en la membresía Premium de 792€ y una empresa pequeña (menos de 99 empleados) para esta misma membresía tiene una cuota de 952€ anualmente. El panorama general de esta iniciativa según la proporción de indicadores por área de sostenibilidad se muestra en la Figura 11.

Figura 11. Proporción de indicadores por área de sostenibilidad de Ecovadis



Fuente: Elaboración propia basada en <https://sustainabilitymap.org>, proporción de indicadores por área de sostenibilidad según se referencia en la base de datos T4SD, 2014

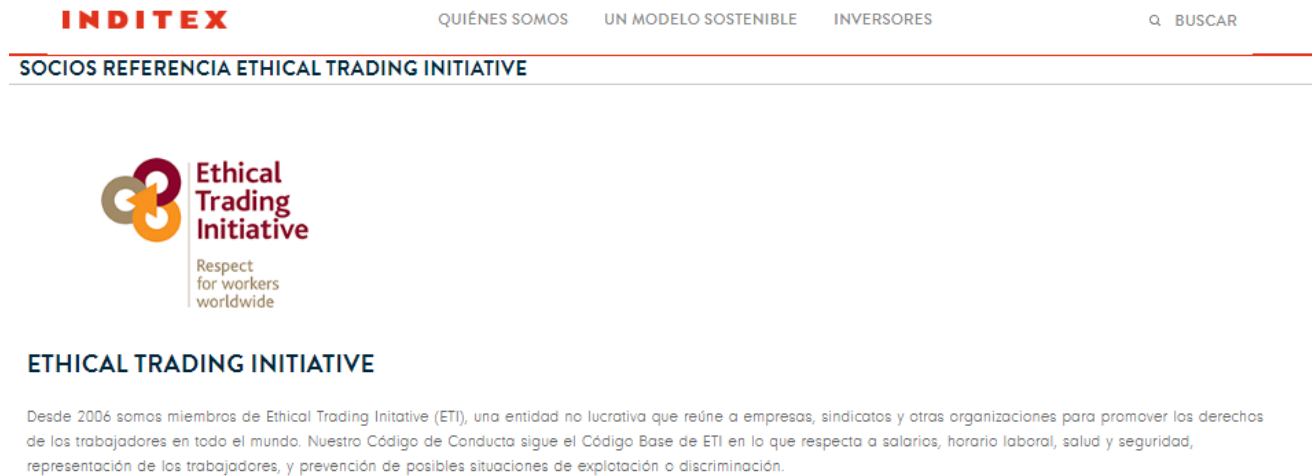
Ethical trading initiative (ETI)

Esta iniciativa se enfoca en la protección de los derechos de los trabajadores a lo largo de la cadena de suministro, teniendo como principal objetivo la creación de un código de prácticas laborales que tenga un máximo impacto. Son miembros más de 90 compañías alrededor del mundo (Ethical Trading Initiative, n.d.-a). Con la membresía se puede:

- Obtener soporte y consejo de expertos
- Unirse a una red de más de 90 miembros
- Demostrar que la empresa y la cadena de suministros operan en virtud de los principios de las Naciones Unidas.
- Mejorar la reputación de la marca
- Obtener descuentos en cursos de capacitación

Empresas que hacen parte de esta red son Inditex (Figura 12), John Lewis/Waitrose y Marshalls (Ethical Trading Initiative, n.d.-c).

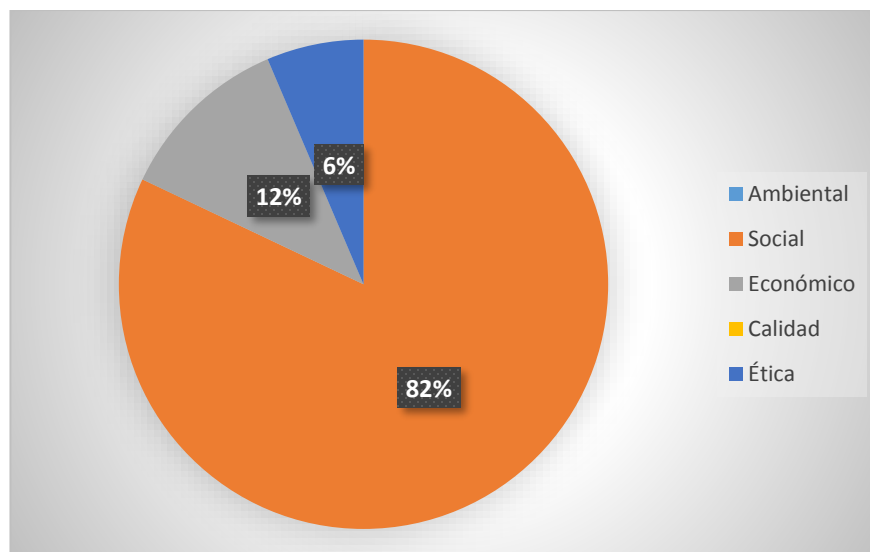
Figura 12. Inditex como miembro del ETI



Fuente: Tomado de <https://goo.gl/TiJyqf>

La cuota de la membresía depende del volumen de negocios (turnover), las compañías con un volumen inferior a £25 millones tienen una cuota anual de £3189 (Ethical Trading Initiative, n.d.-b). El panorama general de esta iniciativa según la proporción de indicadores por área de sostenibilidad se muestra en la Figura 13.

Figura 13. Indicadores por área de sostenibilidad de ETI



Fuente: Elaboración propia basada en <https://sustainabilitymap.org>, proporción de indicadores por área de sostenibilidad según se referencia en la base de datos T4SD, 2016

Fair for life y For life

Comprende dos programas de certificación multisectoriales y aplican en el mundo entero, que comparten el respeto por los derechos humanos y las condiciones laborales justas, el respeto por el medio ambiente y la biodiversidad apoyado con la agricultura sostenible y el mejoramiento del impacto social (Fair for life, n.d.). Las dos certificaciones son:

- Fair for life, que certifica el comercio justo y la responsabilidad con la cadena de suministros. Este programa está basado en estándares como Fair Trade, ISO 26000, convenios de la OIT y criterios sociales de la IFOAM (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica). En Colombia esta certificación la tiene Arrocería la Esmeralda SA (Figura 14) (Fair for Life, n.d.-a).

Figura 14. Arrocería la Esmeralda SA con certificación Fair for life (certificado de comercio justo)



Certificaciones

"Arroz Blanquilla Orgánico busca la armonía con el medio ambiente."

CERTIFICACIONES

Nuestra línea de arroz orgánico cuenta con certificación nacional bajo la Res. 0187 de 2006 del MADR e internacional para Estados Unidos bajo NOP y la Comunidad Europea bajo el EOS, todas otorgadas y controladas por Ecocert Colombia Ltda. filial de Ecocert S. A.

Arroz Blanquilla Orgánico surge como el primero en Colombia, procurando trabajar con agricultores comprometidos con el medio ambiente y comunidades en busca de conservar sus tradiciones ancestrales; y cultivar en tierra limpia e incontaminada.

Nuestros procesos cuentan con los más estrictos parámetros de control para garantizar a sus consumidores la trazabilidad del producto a lo largo de toda la cadena: producción, transformación, embalaje, almacenamiento y distribución.

Además, sembramos en tierras que no han sido expuestas a agroquímicos sintéticos, usando abonos verdes con técnicas de cultivo totalmente artesanales, que protegen la tierra y la nutren sin dañar los ecosistemas que la rodean y cuidando la salud de quienes se alimentan de nuestro arroz.

- CERTIFICADO DE CONFORMIDAD DE COMERCIO JUSTO
- CERTIFICADO DE CONFORMIDAD RESPONSABLE
- Certificado ISO 9001
- Certificado ISO 14001
- Producto Orgánico (EOS)
- Producto Orgánico (NNAI)
- Producto Orgánico (NOP)
- Resolución ministerial 148-2004
- Resolución 5109 de 2005 (Etiquetado)



Fuente: Tomado de <http://www.blanquita.com.co/blanquita/certificaciones.html>

- For life, que certifica la responsabilidad social empresarial. Que entre otras cosas permite gestionar el riesgo social y ambiental, remarca el compromiso con los grupos de interés y se puede hacer uso del logotipo For Life en los productos. En Colombia esta certificación la tiene Arrocera la Esmeralda SA y CI Frutas Comerciales SA (Figura 15) (Fair for Life, n.d.-b).

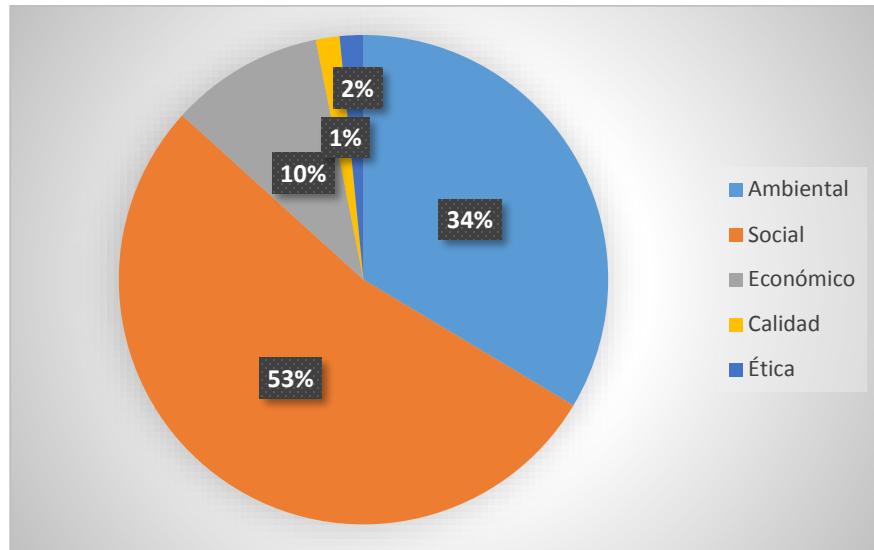
Figura 15. CI Frutas Comerciales SA con certificación For life



Fuente: Tomado de http://www.frutascomerciales.com/2015/02/certificaciones_2.html

El costo de las certificaciones varía según el país y el tiempo necesario para realizar la auditoria. El panorama general de esta iniciativa según la proporción de indicadores por área de sostenibilidad se muestra en la Figura 16.

Figura 16. Indicadores por área de sostenibilidad de Fair For Trade



Fuente: Elaboración propia basada en <https://sustainabilitymap.org>, proporción de indicadores por área de sostenibilidad según se referencia en la base de datos T4SD, 2017

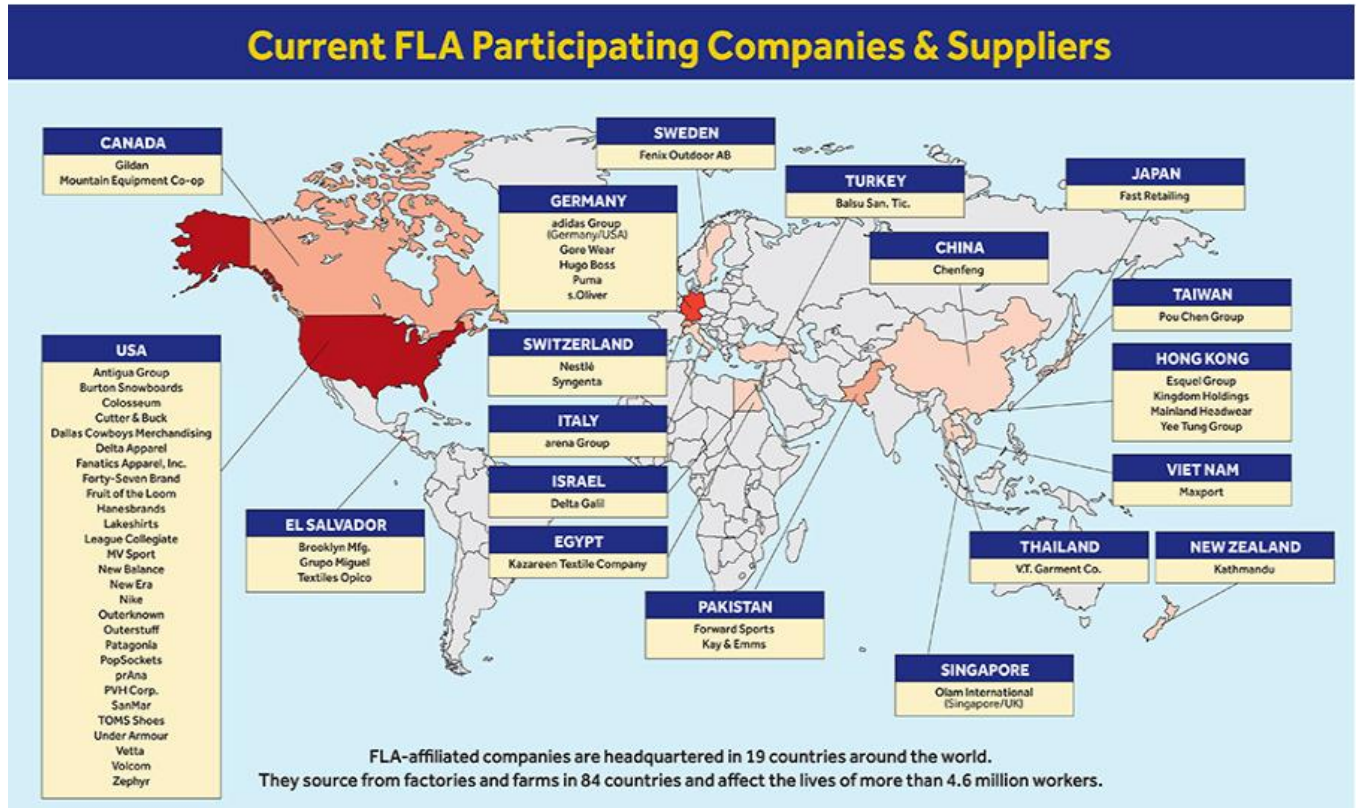
Fair labor association

Es un esfuerzo colaborativo entre compañías, colegios y universidades con la finalidad de mejorar las prácticas laborales y erradicar las prácticas abusivas, lo que logra través de diferentes herramientas, recursos y capacitación a empleados y empleadores. El objetivo principal es que se cree una rendición de cuentas transparente de toda la cadena de suministro y la empresa (Fair Labor Association, n.d.-c). Así, se protege tanto la marca como los derechos de los empleados.

Esta iniciativa presenta una imagen de las condiciones laborales, señala riesgos, resalta inconsistencias y ofrece estrategias para abordarlas (Fair Labor Association, n.d.-a). Quienes se unan deben cumplir un código de conducta que abarca 10 principios de trabajo justo, abastecimiento y/o producción responsable; estos principios están basados en los estándares de la organización del trabajo (OIT) y busca proteger a los trabajadores sin importar el sector de desempeño de la labor (Fair Labor Association, n.d.-b).

Empresas que hacen parte de esta iniciativa son Adidas, Arena, Barnes&Noble, New Balance y Nike (Fair Labor Association, n.d.-e). Otras compañías que participan de esta iniciativa se muestran en la Figura 17.

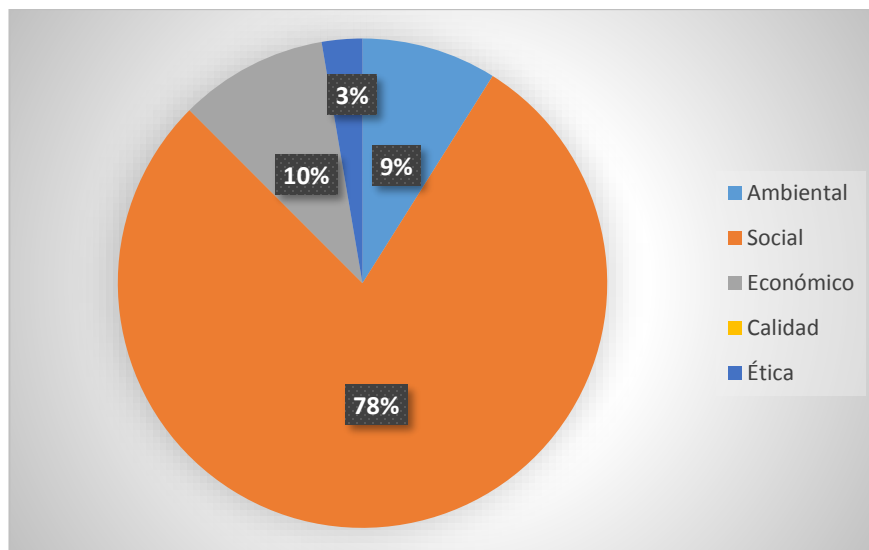
Figura 17. Compañías que participan en la FLA



Fuente: Tomado de <http://www.fairlabor.org/affiliates/participating-companies>

La auditoría tiene un costo inicial que es dependiente al tipo de compañía y a las visitas requeridas, asimismo, la cuota de mantenimiento anual depende de los ingresos brutos anuales (Fair Labor Association, n.d.-d). El panorama general de esta iniciativa según la proporción de indicadores por área de sostenibilidad se muestra en la Figura 18.

Figura 18. Indicadores por área de sostenibilidad del Fair Labor Association



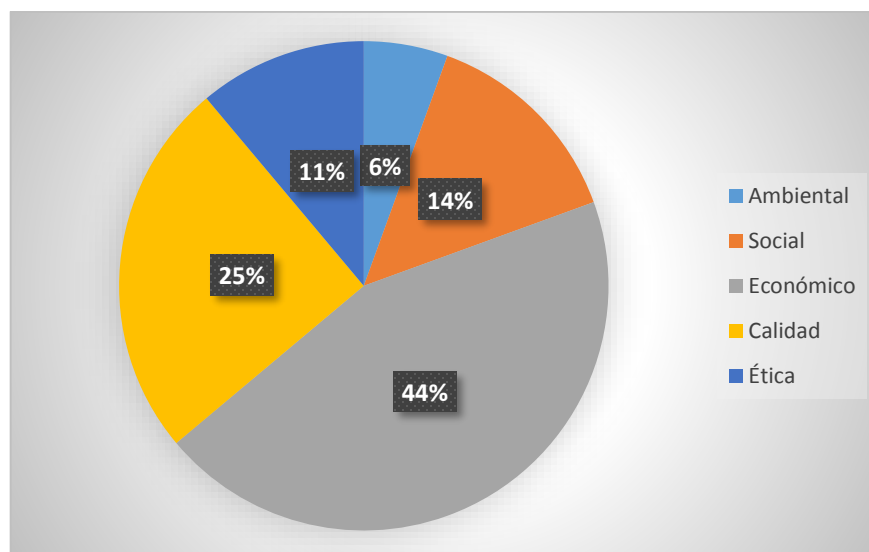
Fuente: Elaboración propia basada en <https://sustainabilitymap.org>, proporción de indicadores por área de sostenibilidad según se referencia en la base de datos T4SD, 2017

Fairtrade International

Este enfoque se basa en la asociación de productores, comerciantes, empresas y consumidores. El objetivo principal es fomentar el comercio justo en toda la cadena de suministro hasta llegar al agricultor, lo que a su vez tiene un impacto social, al mejorar la calidad de vida de este y reducir la pobreza.

Los productos pueden ser certificables y llevar la marca Fairtrade, lo que significa que ha cumplido con los estándares de comercio justo (Fairtrade International (FLO), n.d.-c). Las certificaciones de comercio justo la realiza FLOCERT un organismo independiente asociado a Fairtrade, su tarea es auditar productores, comerciantes y empresas y evaluar el grado de cumplimiento de los estándares internacionales de Fairtrade que incluyen criterios económicos, sociales y ambientales (Fairtrade International (FLO), n.d.-a). Entre los diferentes estándares que registran cuentan con uno exclusivo para el sector textil (Fairtrade International (FLO), n.d.-b). El costo de la auditoría, al igual que la cuota anual depende del tamaño de la compañía, el número de plantas, el número de trabajadores, el número de productos a certificar, entre otras (FLOCERT, n.d.). El panorama general de esta iniciativa según la proporción de indicadores por área de sostenibilidad se muestra en la Figura 19.

Figura 19. Indicadores por área de sostenibilidad de Fairtrade International



Fuente: Elaboración propia basada en <https://sustainabilitymap.org>, proporción de indicadores por área de sostenibilidad según se referencia en la base de datos T4SD, 2016

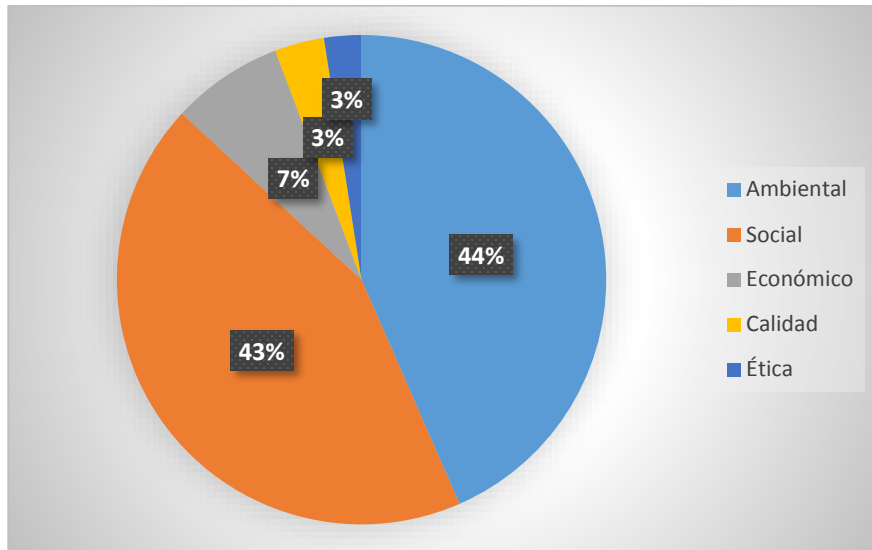
Global Organic Textile Standard (GOTS)

La visión de esta organización es lograr que los textiles orgánicos sean una parte importante de la vida cotidiana. La forma de lograrlo es a través del Global Organic Textile Standard. La orientación del estándar es hacia la cadena de suministros, condiciones laborales y medio ambiente procurando que las materias primas sean producidas orgánicamente. Entendiendo como producción orgánica aquella que mantiene un suelo fértil sin uso de pesticidas, fertilizantes tóxicos, modificación genética y, además, una adecuada crianza de los animales (Global Organic Textile Standard, n.d.-a).

Las entidades de fabricación, procesamiento y comercialización pueden aplicar para ser certificadas. Para acceder a la certificación los productos deben contener como mínimo 70% de fibras orgánicas, las compañías deben utilizar insumos químicos que cumplan con criterios ambientales y de toxicidad, los accesorios deben cumplir con aspectos ambientales y debe haber una planta de tratamiento de aguas para la unidades de procesamiento húmedo (Global Organic Textile Standard, n.d.-b).

La entidad certificada adquiere una licencia que le permite hacer uso de la norma y etiquetar los productos, los derechos de uso de la licencia son de 120€ anuales por cada establecimiento auditado, a su vez los proveedores y productores que desean que sus productos (insumos químicos) estén aprobados, deben pagar un derecho de inscripción por cada nombre comercial, este costo será de 25€ cada tres años (cada nueva versión de GOTS), si los proveedores de aditivos quieren utilizar el logo en sus productos el costo varía según la cantidad de productos que lo requieran (Global Organic Textile Standard, 2016). El panorama general de esta iniciativa según la proporción de indicadores por área de sostenibilidad se muestra en la Figura 20.

Figura 20. Indicadores por área de sostenibilidad de GOTS



Fuente: Elaboración propia basada en <https://sustainabilitymap.org>, proporción de indicadores por área de sostenibilidad según se referencia en la base de datos T4SD, 2017

Global Reporting Initiative (GRI)

El 93% de las 250 compañías más grandes según sus ingresos realizan reportes de sostenibilidad y el marco más popular para informar sobre responsabilidad corporativa son las guías GRI, siendo la más utilizada la G4 (KPMG, 2017).

GRI es una organización internacional que promueve el uso de reportes de sostenibilidad que han sido ampliamente adoptados a nivel mundial. Cada empresa que comunique su enfoque sostenible está gestionando los riesgos ambientales y sociales que tienen cabida, educa a la sostenibilidad y protege al medio ambiente, al mismo tiempo ayuda a la comunidad, sin dejar de ser económicamente viable, inspirar y mejorar su reputación. El producto estrella de la compañía son los estándares de informe de sostenibilidad GRI que son gratuitos, y también trabajan en el apoyo e implementación de estos estándares. Para las empresas se ofrece ser parte de la comunidad GRI GOLD para ayudar a alcanzar el objetivo común de una economía sostenible; y ofrece el GRI Support Suite que es un kit de herramientas y servicios para guiar en cada etapa del desarrollo del informe según el estándar GRI (Global Reporting Initiative, n.d.).

Ser parte de GRI GOLD Community aporta:

- Oportunidades para la visibilidad, perfilamiento y uso del sello GRI GOLD personalizado para material propio.
- Conocimiento de vanguardia y estudios de caso.
- Trabajo en red y colaboración.
- Servicios personalizados, soporte y descuentos en cursos.

El coste anual depende de los ingresos brutos por año, para aquellas compañías con ingresos brutos menores a un millón de euros, la contribución anual para ser parte de la GRI GOLD Community es de 500€ y tiene derecho a un descuento del 20% en los servicios (Global Reporting Initiative, n.d.-b).

El GRI Support Suite brinda (Global Reporting Initiative, n.d.-c):

- Herramientas para la preparación del informe
- Servicios de alineación del informe con los estándares, haciendo la información transparente y trazable. Para quienes completen los servicios pueden hacer uso del logotipo de GRI en sus informes.
- Herramientas de análisis
- Servicios de comunicación.

El reporte de sostenibilidad se hace sin importar el sector, el tamaño, el tipo de compañía e incluso sin importar su ubicación. Para aquellas compañías que quieran que su informe aparezca en la base de datos de divulgación de sostenibilidad deben hacer contacto con el GRI Data Partner de Colombia Deloitte (Global Reporting Initiative, n.d.-a). En Colombia para el año 2017 reportaron 169 organizaciones, entre los que se encuentran Alpina, Alquería, la Alcaldía de Medellín, Asobancaria, Banco de Occidente, Banco de Bogotá, Banco Davivienda, Bolsa de Valores de Colombia, Caracol Televisión, Cementos Argos, Comfama, Colombina, Ecopetrol, Fasecolda, Finagro, Fundación Cardioinfantil, Grupo Aval, Grupo Bancolombia, Grupo Coomeva, Grupo Éxito, Grupo Familia, Grupo Sura, Hospital Pablo Tobón Uribe, Industrias

21.

Figura 21. Portadas de diversos informes de sostenibilidad según estándares GRI



a) Alcaldía de Medellín

b) Asobancaria

c) Banco Davivienda



d) Alquería

e) Grupo Familia



f) Grupo Sura

g) Universidad EAFIT

Fuente: Tomado de <http://database.globalreporting.org/search/>

Para el sector de textiles and apparel (textiles y ropa) aparece una empresa que reporta bajo estándares GRI para el año 2016, la compañía Venus catalogada como una Pyme (Global

Reporting Initiative, n.d.-d), la Figura 22 muestra la portada del informe de sostenibilidad presentado para ese año.

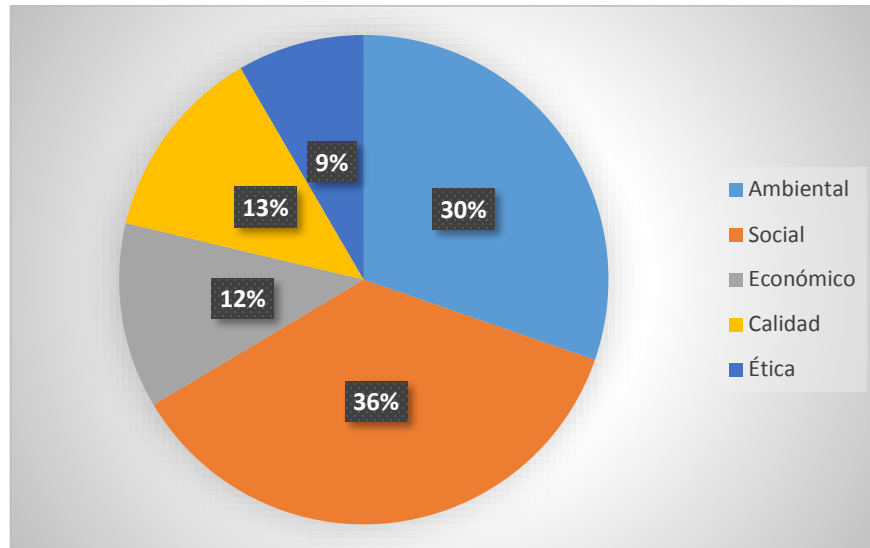
Figura 22. Portada del informe de sostenibilidad de Venus según estándares GRI



Fuente: Tomado de <http://database.globalreporting.org/search/>

Cabe recalcar que es necesario realizar un reporte anual de sostenibilidad para seguir con las expectativas del modelo de RSE del pacto de las Naciones Unidas. El panorama general de esta iniciativa según la proporción de indicadores por área de sostenibilidad se muestra en la Figura 23.

Figura 23. Indicadores por área de sostenibilidad de GRI



Fuente: Elaboración propia basada en <https://sustainabilitymap.org>, proporción de indicadores por área de sostenibilidad según se referencia en la base de datos T4SD, 2016

Clusterización

Fue Michael E. Porter quien hizo popular el término clúster para referirse a un conglomerado de empresas relacionadas que confluyen en un área determinada, incluyendo proveedores y servicios de logística e infraestructura especializados (M. E. Porter, 1999). El fenómeno de clusterización es explicado a través de diferentes teorías, todas ellas convergen en la importancia de las relaciones entre los agentes, sea por ubicación, interacción repetitiva o toma de decisiones en conjunto (Espinoza Benedetti, n.d.). Entre estas sinergias es común encontrar también instituciones financieras, instituciones educativas y al gobierno.

La cadena productiva y los clústeres son similares en cuanto a la necesidad de interconectividad entre las empresas y la concentración geográfica, sin embargo, difieren en que la primera no tiene una relación clara con el estado y con las instituciones de apoyo (entidades financieras, de normalización, asociaciones comerciales, instituciones públicas, etc.) (McCormick & Morales, 2006).

La clusterización es un fenómeno mundial en el que incurren muchas marcas reconocidas por brindar productividad, acceso a proveedores y empleados especializados, acceso a la

información, innovación, competitividad, acceso a instituciones y bienes públicos, reducción de costos de transacción y la posibilidad de formar nuevos negocios (M. E. Porter, 1999). Ejemplos de clústeres en el mundo son:

“En Nespresso, Nestlé también trabajó para construir clusters, con lo que sus nuevas prácticas de abastecimiento se hicieron mucho más eficaces. Se propuso desarrollar firmas y capacidades agrícolas, técnicas, financieras y logísticas en cada región cafetera, para apoyar así aún más la eficiencia y la alta calidad de la producción local. Nestlé lideró iniciativas para aumentar el acceso a los insumos agrícolas esenciales como plantas, fertilizantes y equipos de irrigación; fortalecer las cooperativas regionales de agricultores al ayudarles a financiar instalaciones compartidas para la molienda húmeda que permitiera producir granos de mejor calidad y apoyar un programa de extensión para asesorar a todos los granjeros acerca de técnicas de cultivo. También se asoció con Rainforest Alliance, una importante ONG internacional, para enseñar a los granjeros prácticas más sustentables que aseguren una mayor confiabilidad de los volúmenes de producción. En el proceso, la productividad de Nestlé mejoró.” (M. Porter & Kramer, 2011)

“Un buen ejemplo de una empresa que trabaja para mejorar las condiciones estructurales de su cluster es Yara, la empresa de fertilizantes minerales más grande del mundo. Yara se dio cuenta de que la falta de infraestructura logística en muchas partes de África impedía que los agricultores tuvieran un acceso eficiente a los fertilizantes y a otros insumos agrícolas esenciales y que transportaran eficientemente sus productos al mercado. Yara está abordando este problema mediante una inversión de US\$ 60 millones en un programa para mejorar los puertos y caminos, el que está diseñado para crear franjas de crecimiento agrícola en Mozambique y Tanzania. La empresa está trabajando en esta iniciativa con los gobiernos locales y el apoyo del gobierno noruego. Sólo en Mozambique, se espera que la franja beneficie a más de 200.000 pequeños agricultores y

cree 350.000 empleos nuevos. Estas mejoras ayudarán a Yara a aumentar su negocio pero también apoyará a todo el cluster agrícola, creando enormes efectos multiplicadores.” (M. Porter & Kramer, 2011)

Esto por mencionar solo algunos ejemplos de clúster, ya que esta es una sinergia de amplia utilización a nivel mundial. Para el caso colombiano, el primer intento formal en el tema es la iniciativa Red Cluster Colombia para el año 2013, naciendo como un convenio entre el Concejo Privado de Competitividad (CPC) y el Banco de Comercio Exterior (Bancoldex), con el apoyo de la unidad de Desarrollo e Innovación (INNpuls). El objetivo primordial es impulsar la productividad de Colombia a través de clústeres locales (Red Cluster Colombia, n.d.-e). Esta plataforma ofrece:

- Mapa y listado de clústeres en Colombia
- Oferta institucional, donde se encuentra una lista de procedimientos, convocatorias y servicios importantes para el desarrollo de clústeres
- Noticias y biblioteca
- Servicio de discusión, aprendizaje e interacción, a través de foros, clasificados, videos, etc. y un sistema de seguimiento, medición y evaluación de las iniciativas.

Para que la iniciativa sea considerada un clúster la Red de Clúster Colombia considera que debe cumplir como mínimo parcialmente con cada uno de los requisitos (Red Cluster Colombia, n.d.-b):

- Se realiza un esfuerzo del sector público, privado o alianzas entre ambos sobre un sector
- Tiene una visión compartida del clúster
- Hay una planeación para alcanzar la visión (agendas, proyectos o programas)
- Cuenta con una estructura administrativa

- Hay esfuerzos tangibles

Red Clúster Colombia cuenta con más de 10.000 empresas, más de 850 miembros registrados y con más de 20 cámaras de comercio articuladas (Red Cluster Colombia, n.d.-c). El apoyo recibido es del sector privado, sector público, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, algunas comisiones regionales de competitividad y ciertas cámaras de comercio. Se cuenta con 87 iniciativas de clúster de las cuales 9 son del departamento antioqueño (Red Cluster Colombia, n.d.-d) y se muestran en la Tabla 6.

Tabla 6. Clústeres de Antioquia

DEPARTAMENTOS	AÑO DE CREACIÓN
Clúster Medellín Health City	2008
Clúster de Negocios Digitales	2011
Clúster Turismo de Negocios	2009
Clúster Energía Sostenible Medellín	2006
Clúster Hábitat Sostenible, Medellín y Antioquia	2007
Clúster de Café de Antioquia	2013
CEASCOL - Clúster Aeroespacial Colombiano	2011
Clúster Cacao de Antioquia	2014
Clúster Moda y Fabricación Avanzada	2008

Fuente: <https://goo.gl/jSstbe>

El Clúster Moda y Fabricación Avanzada es promovido por la Alcaldía de Medellín y la Cámara de Comercio de Medellín, el concejo asesor está conformado por Alltex, Artexil, Estampamos, Codelín, Ellipse, Expofaro, Hermeco, Línea Directa, MIC, Pelco, Termimoda, Texmaquila, Tincol y la dirección la lleva Rubén Augusto Valencia Sánchez. Así, la estrategia está enfocada en (Cámara de Comercio de Medellín, n.d.):

- La productividad, mejorando la red de cadena de abastecimiento y sostenibilidad y la red de procesos
- Tecnologías de la información y la comunicación,
- Red de acceso a mercados y red de acceso a financiación

- Competitividad del talento humano
- Tertulias Clúster en la que se realizan conferencias sobre las buenas prácticas del sector

El panorama general de los avances del clúster se evidencia en la Tabla 7.

Tabla 7. Panorama general del clúster Moda y Fabricación Avanzada

Período	2011-2012	2012-2013
Ingresos operacionales (miles de millones)	4119,84	4072,34
Producción (miles de millones)	5115,29	4965,67
Producción / PIB Departamental	6,31%	5,36%
Ingresos operacionales / PIB Departamental	5,08%	4,39%
Empleos del clúster	30578	43831
Número de empresas reportadas	Grande	49
	Mediano	109
	Pequeño	420
	Total	578
Productividad*	Media	Media
Producto por trabajador (millones de pesos)	167,29	113,29
Sofisticación**		Baja
Exportaciones / Producción	20,11%	16,79%
Exportaciones / Ingresos Operacionales	24,97%	20,74%

Fuente: Elaboración propia basada en <https://goo.gl/wMPXtW>

*La productividad es entendida como los ingresos operacionales dividido por los gastos laborales, comparada con las empresas que reportan a la Superintendencia de Sociedades.

**La sofisticación es el PRODY definido por Hausmann et al. (2006) comparado con todos los productos de la base de datos de COMTRADE (Red Cluster Colombia, n.d.-a).

Los resultados entre 2015 y 2017 logrados en este clúster fueron (Cámara de Comercio de Medellín, n.d.):

- Creación de confianza y networking
- Fortalecimiento y mayor cobertura del programa Desarrollo de Proveedores
- Encadenamientos productivos
- Elaboración de Manuales de buenas prácticas de Gestión Humana, Textiles funcionales e inteligentes y Corte teñido y acabado

- Apuesta por la formación de alto liderazgo para garantizar el encadenamiento productivo del sector a través de la “Escuela de Liderazgo”
- Creer para Ver: Evento especializado del sector
- Creación del Laboratorio Textil de la UPB (en proceso de acreditación)
- Fortalecimiento exportador mediante el acceso a nuevos mercados
- Estructuración Misión Japón con la participación de empresarios para la acreditación de metodologías de productividad
- Aumento en los recursos gestionados por el clúster anualmente, al igual que el impacto empresarial generado

A manera de compendio se debe resaltar que las iniciativas de clúster aportan competitividad, productividad e innovación, sin contar con beneficios sociales. Los clústeres son utilizados a nivel mundial, en el caso colombiano estas iniciativas son recientes y están formalizadas desde la creación de Red Cluster Colombia. Para ser parte de este fenómeno global solo se necesita ser una empresa relacionada o de apoyo con una ubicación cercana al área donde está gestándose el clúster.

Encuesta

Se diseñó una encuesta con el objetivo de ser completada por participantes voluntarios con pericia en el sector textil y de confecciones. La encuesta se aprecia en el anexo 1, contempla conceptos relativos a lo social, medioambiental, anticorrupción, cambio climático, sostenibilidad, necesidad de un esquema de gestión sostenible, conocimiento sobre iniciativas sostenibles y sobre el clúster regional. El diseño se realizó tomando como base la iniciativa de RSE de las Naciones Unidas. Para el momento en que se diseñó la encuesta el Clúster Moda y Fabricación Avanzada tenía el nombre de Clúster de Textil, Confección y Diseño de Antioquia, por lo que las preguntas de numeral 41 y 42 hacen alusión al antiguo nombre del clúster.

Trabajo de campo

Con la finalidad de realizar las encuestas diseñadas para expertos en el sector textil y de confección, el asesor de proyecto Juan Diego López, facilito el contacto con el Director Ejecutivo Nacional de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines, el señor Robinson Gómez Giraldo. La comunicación con el director fue, en sus inicios, a través del correo electrónico empresarial, con el envío de un email en el cual se requería a manera de favor el contacto de empresarios interesados en participar en una encuesta sobre sostenibilidad. Se recibió respuesta casi inmediata informando sobre la posibilidad de ayudar con el proyecto.

Con el ánimo de llevar a cabo la encuesta diseñada para los expertos en el tema textil y de confección, la comunicación con el señor Robinson continuo de manera telefónica. Se llamo en repetidas ocasiones y durante varios días al señor Robinson, pero a pesar de la insistencia no fue posible la comunicación. No obstante, se intentó nuevamente la comunicación a través del correo electrónico. Asimismo, continuaron las llamadas al número celular, pero no fue posible obtener repuesta del correo electrónico o de las llamadas extendidas.

Debido a la necesidad de realizar las encuestas, se intentó un acercamiento a las oficinas de la Cámara Colombiana de Confección y Afines en Medellín. La atención fue prestada por del señor Robinson Gómez, y en una pequeña charla se explicó el contenido de las encuestas y el motivo, con lo que se llegó al acuerdo de llamar nuevamente por medio del celular a Robinson G. Se llama al señor Robinson G, quien informa que la comunicación continuará siendo con Laura, directora administrativa de la Cámara Colombia de Confección y Afines. En la conversación con Laura no hay una información concreta sobre cómo realizar las encuestas. Así, las últimas llamadas hacen percibir que no habrá tal ayuda, esto lo hace entender su forma de expresión y las evasivas.

El siguiente contacto se realiza con el Clúster de Moda y Fabricación Avanzada de Medellín y Antioquia, con la directora Alejandra López. El primer acercamiento es a través de correo electrónico con el envío de un email en el cual se requería a manera de favor el contacto

de empresarios interesados en participar en una encuesta sobre sostenibilidad. La respuesta llegó pronto, informando que no era posible suministrar ningún tipo de información de los empresarios que pertenecían al clúster, sin embargo, se podría buscar un espacio para realizar la encuesta de forma presencial. La solución propuesta por la directora es óptima, por lo que se envía otro correo electrónico con la intención de concretar la visita.

Después de este correo electrónico no se vuelve a obtener respuesta por parte de Alejandra L. Así, se intenta un contacto por vía telefónica al número celular y al fijo; sin embargo, y a pesar de la insistencia, no fue posible contactarse nuevamente con aquella.

A inicios de octubre y nuevamente a finales de noviembre de 2018, el asesor del proyecto, Juan Diego López Medina compartió el cuestionario con docentes de la Pascual Bravo, expertos en el sector textil y de confección. De esta experiencia no fue posible obtener respuestas.

A fin de realizar las entrevistas y en vista de las negativas anteriores, me comuniqué con Emerson Varela (empleado del Sena), a quien enteré del alcance y propósito de las entrevistas. Emerson V. me informa que ha hablado con la directora académica de la división del Centro Textil y de Gestión Industrial del Sena Regional Antioquia, con quien se acuerda realizar las encuestas el día 3 de diciembre. La participación total asciende a 12 voluntarios docentes y expertos del sector.

La versión extendida del trabajo de campo, que contiene información detallada y el contenido de los correos electrónicos, se encuentra en el anexo 2.

Resultados

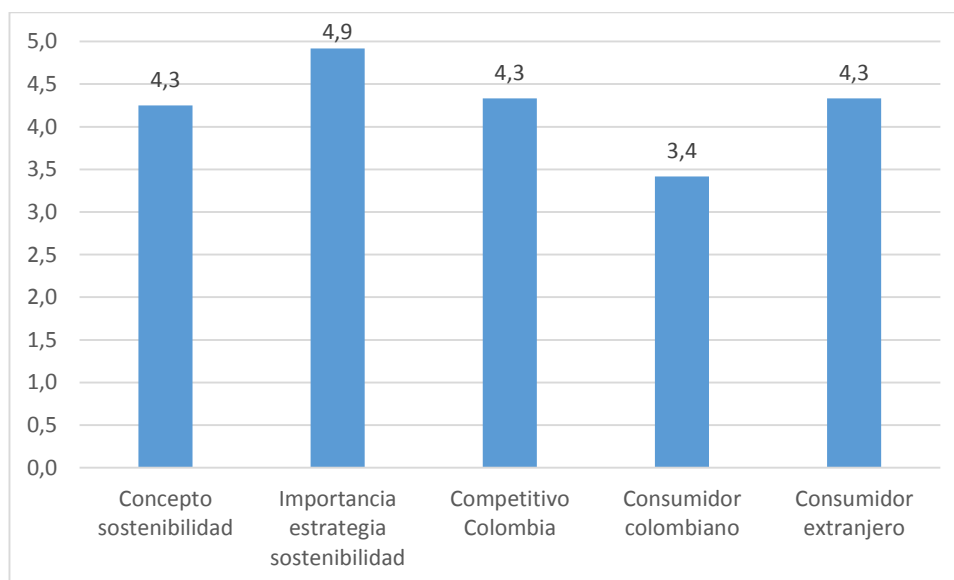
Se encuestó a 12 expertos del Centro Textil y de Gestión Industrial del Sena, Regional Antioquia, de los cuales, 91,6% tienen experiencia en el sector textil y de producción y la totalidad tiene experiencia académica, desarrollándose como docentes en el centro textil y de gestión industrial.

Caracterización inicial

Los resultados de la encuesta hacen notar que el área de mayor experticia de los voluntarios es el de producción textil, donde 66,6% de estos han participado, seguido de confecciones (33,3%), comercialización (25%) y suministro de insumos (25%). Asimismo, el tamaño de las empresas en que más se han desempeñado es la catalogada como grande (75%), seguido por mediana (50%), pequeña (25%) y micro (16.6%).

Los resultados grupales indican que los encuestados conocen el concepto de sostenibilidad, valorando este concepto en 4,25 sobre 5, y les parece importante que una compañía del sector cuente con una estrategia de sostenibilidad, para este último ítem la valoración conjunta fue de 4,9 sobre 5. Además, les parece que es necesaria una estrategia de sostenibilidad par ser competitivo en Colombia (4,3%), quienes evalúan este concepto bajo son 3 expertos que han tenido experiencia en comercialización y venta, dando una calificación conjunta de 3,33. Es interesante que la muestra piensa que el consumidor nacional no está tan dispuesto a pagar un precio superior cuando sabe que se trata de un producto sostenible (3,4/5), sin embargo, se cree que un consumidor extranjero si está dispuesto a pagar el excedente (4,3/5). Los resultados globales de estas preguntas se muestran en la Figura 24.

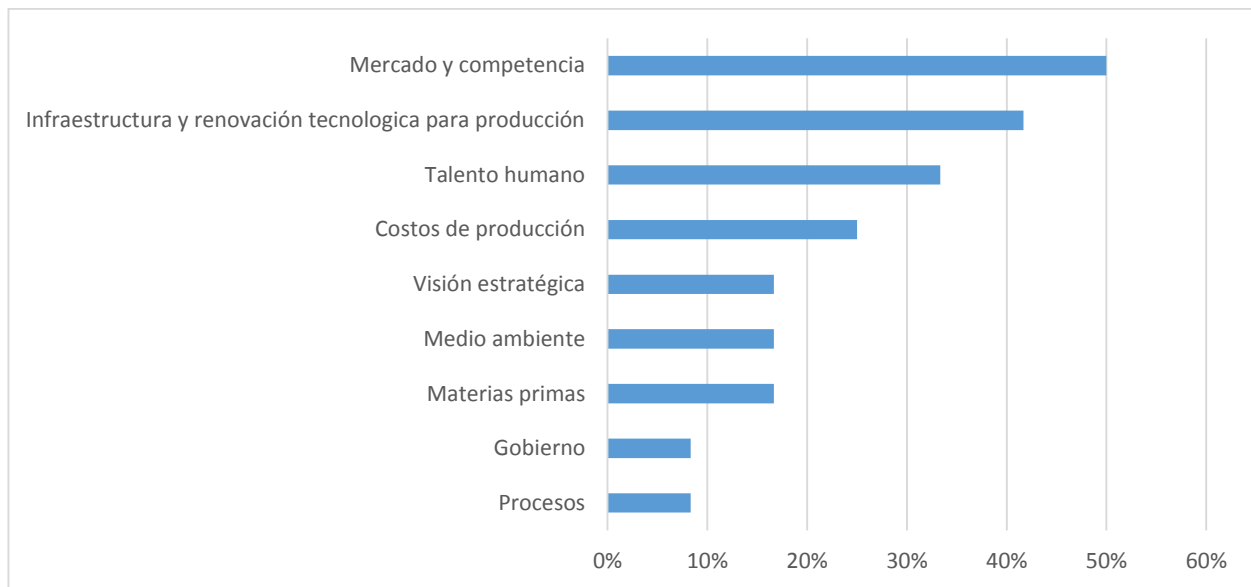
Figura 24. Resultado promedio a las preguntas del numeral 6 al 10



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Las dificultades que evidencia en el sector textil-confección para implementar acciones que encaminen a la sostenibilidad se relacionan en su mayoría con el mercado y la competencia, la infraestructura y la renovación tecnología para la producción y los costos de producción. En la Figura 25 se muestran la categorización de las respuestas de los expertos y su nivel de relevancia.

Figura 25. Dificultades para implementar acciones sostenibles



Fuente: Elaboración propia, 2019.

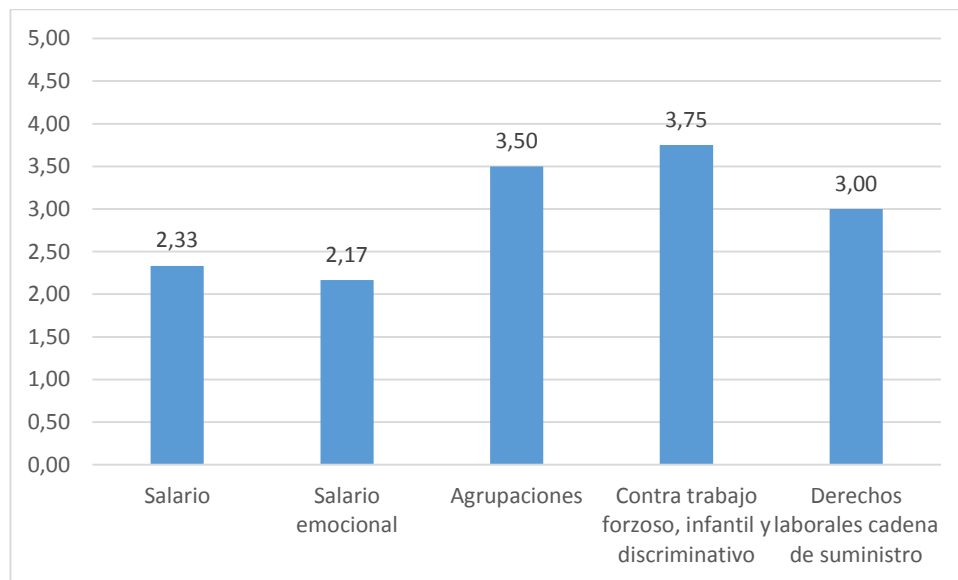
Una de las categorías que recibió más atención como la mayor dificultad para realizar actividades sostenibles por parte de las empresas fue el mercado y la competencia, refiriéndose a la competencia desleal, competencia con la entrada de productos de otros países, contrabando, costos de importación, economía y aranceles. Le sigue como dificultad la infraestructura y la falta de renovación tecnológica para los procesos productivos. Luego, se encuentra a la categoría de talento humano, refiriéndose a la falta de intervención por parte de los gerentes para los temas sostenibles, a la capacitación del personal y a la cultura organizacional. Le sigue la preocupación por los costos de producción. Después la visión estratégica, refiriéndose a la visión cortoplacista de los directivos. Posteriormente se encuentra la categoría de medio ambiente, refiriéndose a la contaminación generada, a la falta de trazabilidad inversa de los desechos y al costo de tratamiento de los recursos contaminados. La categoría de materias primas se refiere al costo de estas mismas, la dificultad en su obtención y la calidad a la que se obtiene. En el gobierno, se

hace referencia a la falta de apoyo gubernamental y a la normativa colombiana. Finalmente, la categoría de procesos hace referencia a la falta de inversión en I+D.

Balanza Social

Se tiene la percepción de un salario que tiende a no ser justo para los empleados del sector (2,33/5), al igual que se piensa que se recibe salario emocional bajo (2,17/5). El derecho a conformar asociaciones colectivas de representación se cree que tiene una aceptación media en la industria textil y de confección (3,5/5). Asimismo, en cuanto a políticas contra el trabajo forzoso, infantil y discriminatorio, se evalúa una responsabilidad en los procesos internos (3,75/5), que decae al considerar la cadena de suministros (3/5), quienes mejor calificaron este ítem fueron 3 encuestados que han tenido experiencia en suministro de insumos, calificando este concepto en 4. Los resultados conjuntos a las preguntas 12 a 16 se muestran en la Figura 26.

Figura 26. Resultado promedio a las preguntas de numeral 12 al 16

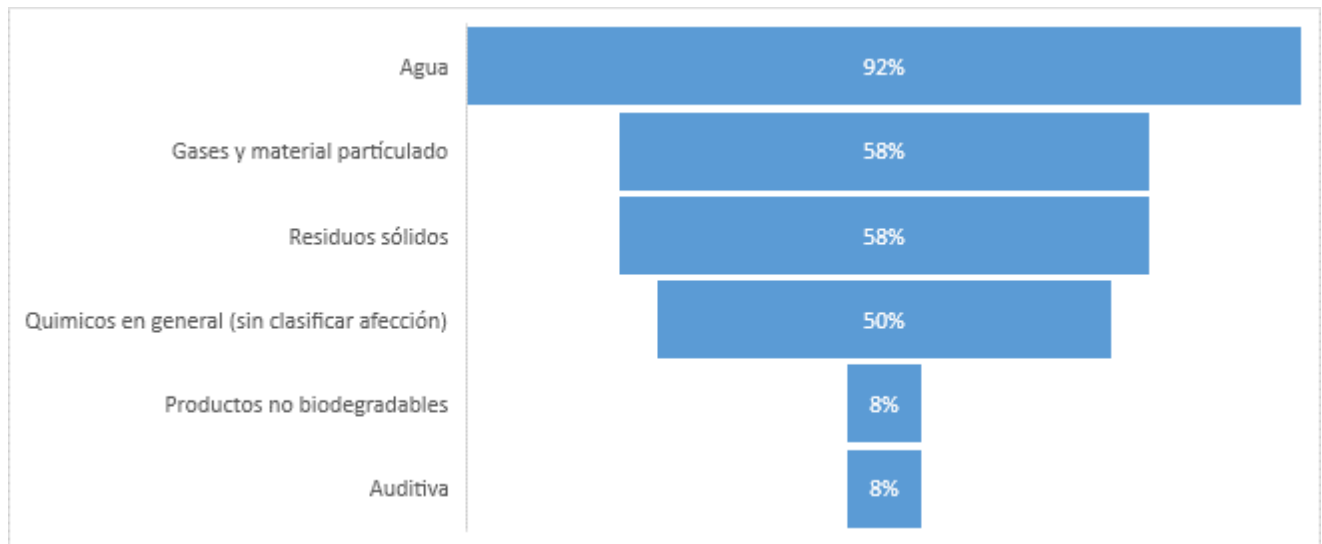


Fuente: Elaboración propia, 2019.

Balanza medioambiental

La muestra de voluntarios evalúa al agua como el recurso más contaminado por el sector textil-confección; seguido por el aire, debido a la expulsión de gases y material particulado; continúa con el manejo interno de residuos sólidos; y los químicos en general (sin clasificar a cuál recurso afectan). Los ítems afectados se muestran en la Figura 27.

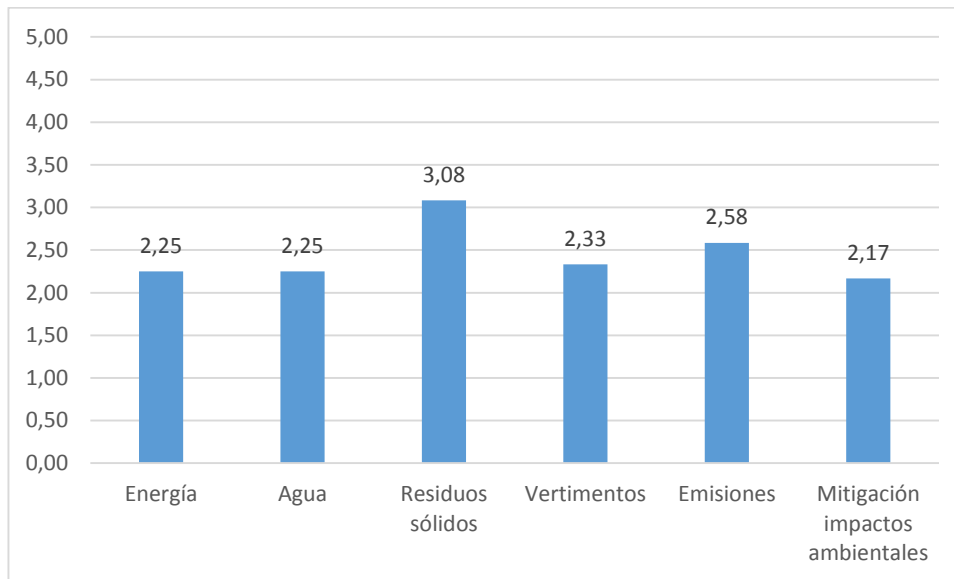
Figura 27. Contaminantes del sector



Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en las encuestas.

Continuando con la balanza medioambiental del sector, los encuestados sugieren que la preocupación de prevención ambiental en el sector es baja, ya que no tienen planes considerables que velen por el uso racional de la energía (2,25/5) y el agua (2,25/5). No hay un plan fuerte en disposición de residuos sólidos (3,08/5), vertimientos (2,33/5) y control de emisiones particuladas a la atmosfera (2,58/5). La menor calificación se la lleva el plan de mitigación de impactos ambientales (2,17/5). Las respuestas a estas preguntas se observan en la Figura 28. Quienes mejor califican los conceptos del uso racional de energía, agua, disposición de residuos, disposición de vertimientos y el plan de mitigación de efectos ambientales son las personas que han tenido experiencia en empresas de tamaño grande.

Figura 28. Respuesta a las preguntas del numeral 18 al 23



Fuente: Elaboración propia, 2019.

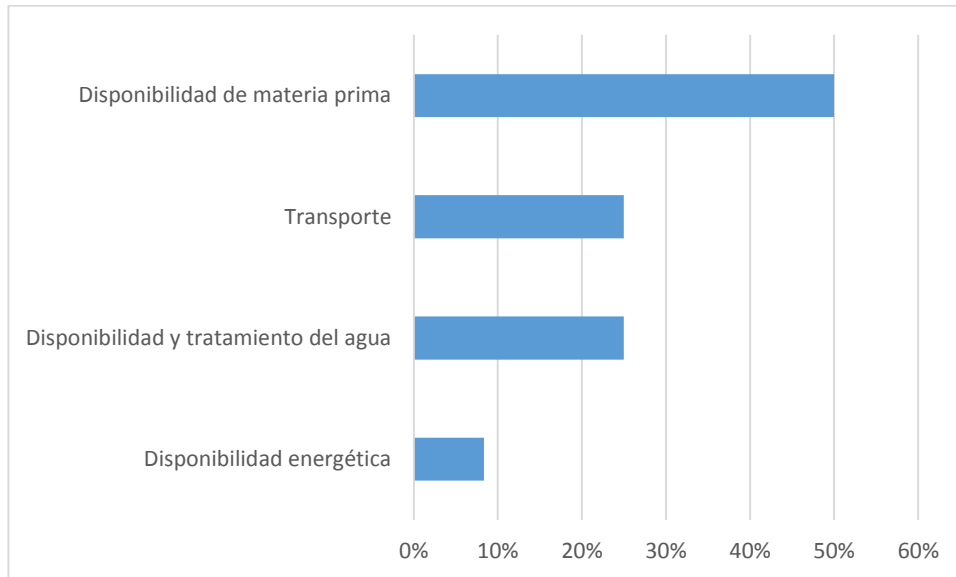
Anticorrupción

Las políticas de anticorrupción en el sector según las encuestas no son fuertes, obteniendo un promedio entre los expertos de 2,42 sobre 5.

Cambio climático

La mayoría de los encuestados piensa que el sector textil-confección o su cadena de suministro se ve afectada por el cambio climático (91,6%), solo uno de los encuestados no sabe si hay una afección de este tipo. Quienes consideran que el cambio climático ha afectado el sector consideran que los mayores daños se han percibido en las categorías de afección al transporte, a la disponibilidad y tratamiento del agua y sobre todo a la disponibilidad de la materia prima para el proceso de producción. Estas percepciones se muestran en la Figura 29.

Figura 29. Categorías afectadas por el cambio climático en el sector

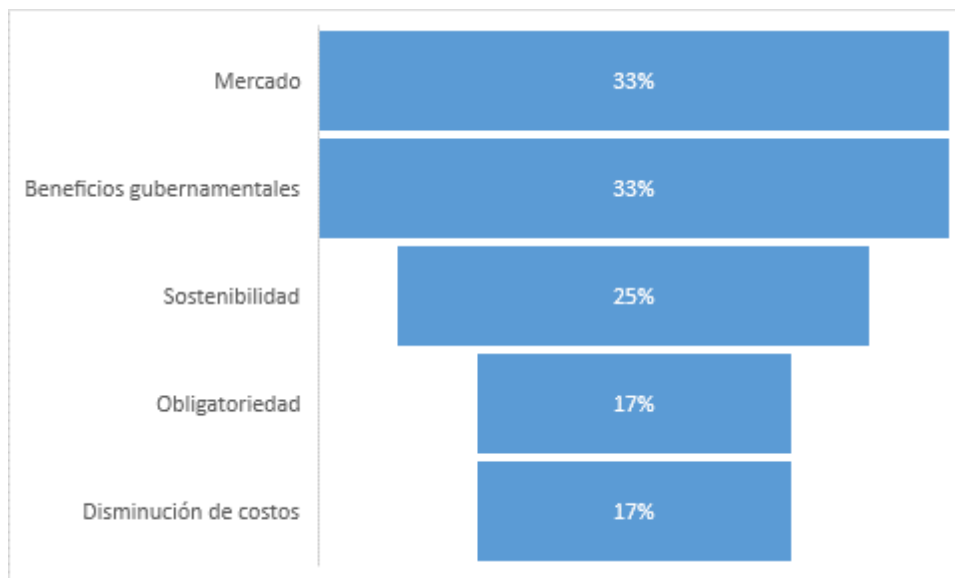


Fuente: Elaboración propia, 2019.

Sostenibilidad

Entre los encuestados, 66,6% consideran que en el sector se encuentran empresas que realizan acciones encaminadas a la sostenibilidad, 16,6% creen que no hay este tipo de empresas y el 16,6% restantes no saben. Los incentivos hacia la sostenibilidad, según los 66,6% expertos previamente mencionados, se pueden categorizar en beneficios gubernamentales, preocupación ambiental y social, obligatoriedad, disminución de costos y exigencia del mercado, como se muestra en la Figura 30.

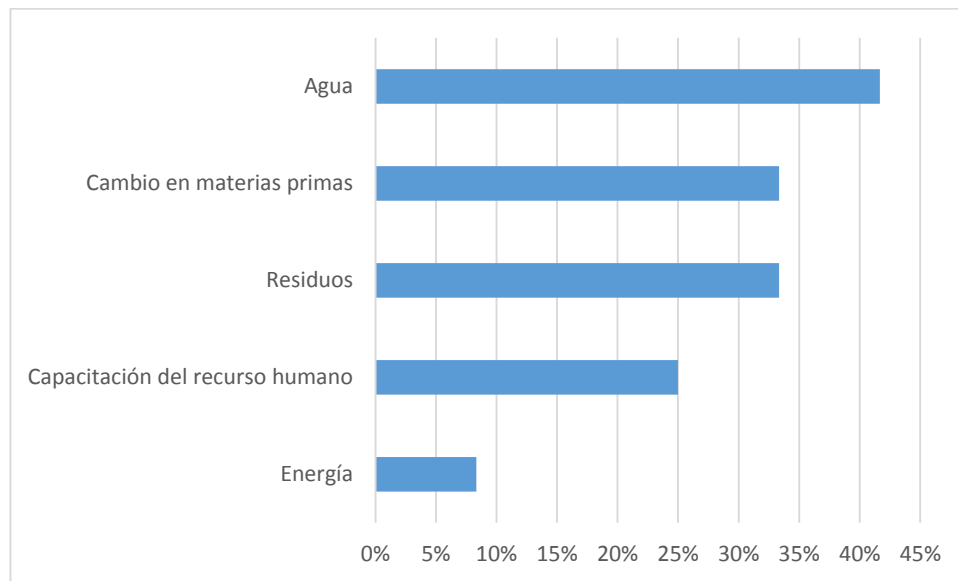
Figura 30. Incentivos para ser sostenibles



La categoría de mercado agrupa las consideraciones de la necesidad de permanencia en el mercado, competitividad y tendencia del cliente. En cuanto a beneficios gubernamentales, se hace referencia a la disminución de impuestos, participación en licitaciones y otorgación de contratos. En la categoría de sostenibilidad, la preocupación es por la contaminación del medio ambiente. En obligatoriedad, se encuentra el cumplimiento de normas y no pagar multas. Finalmente, la categoría de disminución de costos, hacer referencia a la reducción de costos y al ahorro de insumos.

Las acciones sostenibles que realizan este tipo de empresas se pueden categorizar en manejo del agua, manejo de residuos, cambio en las materias primas, capacitación del recurso humano y manejo de la energía, como lo muestra la Figura 31.

Figura 31. Acciones sostenibles que realizan las empresas

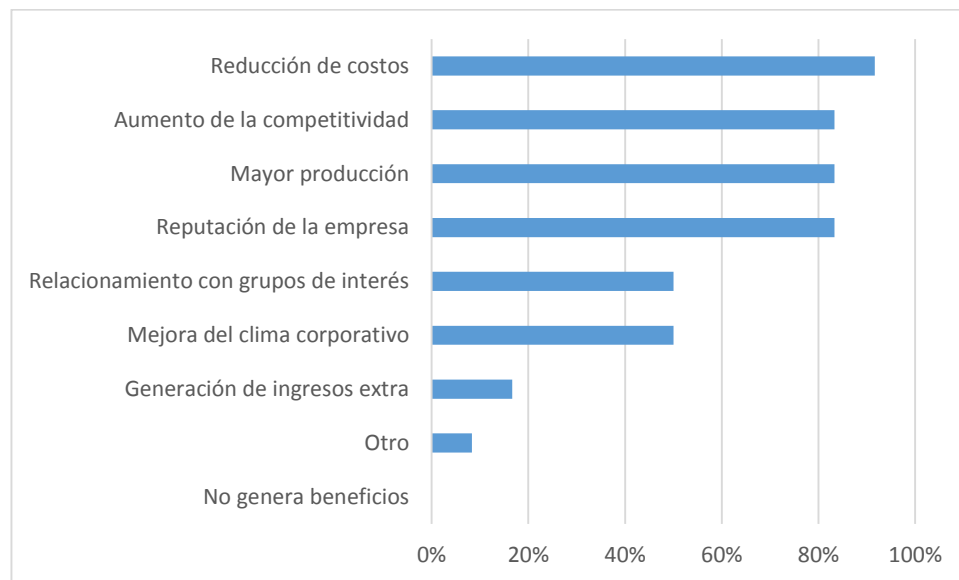


La categoría de agua hace referencia a las acciones sostenibles de implementación de plantas de tratamiento de agua, la disminución de la contaminación por colorantes y químicos y al control de los efluentes. En el cambio de materias primas se habla del uso de materias primas diferentes, el apoyo y compra a los textiles colombianos y el uso de colorantes naturales. El grupo de residuos se refiere al buen uso de los residuos y subproductos, al control de residuos y al reciclaje. La categoría de capacitación del recurso humano hace referencia a la educación del

recurso humano y a mejorar la calidad y el diseño. Finalmente, la categoría de energía se refiere al control de gastos de este insumo.

La totalidad de los encuestados perciben que los principales beneficios que obtiene una empresa al realizar acciones sostenibles tienen que ver con la reducción de costos, mayor producción, aumento en la competitividad y la reputación de la empresa, como se muestra en la Figura 32. Asimismo, de los encuestados 91.6% piensan que las acciones sostenibles generan rentabilidad, la otra persona restante considera que no sabe. Para la pregunta ¿Es una práctica común realizar informes de sostenibilidad anuales? 66.6% responden que no es una práctica común, 8,33% consideran que si es una práctica común y 25% creen no saber.

Figura 32. Principales beneficios al realizar acciones sostenibles



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Esquema de gestión

En cuanto a la sección del esquema de gestión, la mayoría de los expertos consideran necesario realizar un diagnóstico inicial a la empresa que considere realizar un sistema de gestión sostenible para revisar el estado actual en materia de sostenibilidad, solo una de las personas lo considera innecesario. La totalidad de los encuestados considera pertinente desarrollar objetivos y estrategias para el esquema de sostenibilidad; definir quiénes serán los líderes o encargados de la gestión de sostenibilidad; y definir los recursos tecnológicos, financieros, humanos, entre

otros. Entre los expertos, 83.3% consideran necesario definir límites temporales para la ejecución de las tareas planteadas encaminadas hacia la sostenibilidad, mientras que 16.6% de los expertos lo consideran innecesario. Frente a la pregunta ¿Cree necesario establecer un sistema de control, donde se estipule que se mide, como se mide y la periodicidad de la medición? La totalidad de las respuestas confirman la necesidad de tal sistema.

Iniciativas de sostenibilidad y clúster

Cuando se les pregunta a los expertos si las empresas del sector pertenecen o pertenecerían a iniciativas de sostenibilidad, 75% respondieron afirmativamente, mientras 25% de ellos no saben. En cuanto a las preguntas relacionadas con el Clúster de Textil Confección y Diseño de Antioquia, 58.3% de los encuestados afirma conocer el clúster. Cuando se pregunta si es una práctica común ser parte del clúster, las opiniones se encuentran divididas en 33.3% afirmaciones, 33.3% negaciones y 33.3% quienes consideran no saber. Finalmente, a 83.3% de los encuestados les parece que sería beneficioso ser parte del clúster, y 16.6% no saben.

Discusión

Caracterización inicial

El área de mayor experticia de los voluntarios es el de producción textil, en empresas de tamaño grande, e indican tener conocimiento del concepto de sostenibilidad. A quienes se encuestó, consideran importante que una compañía del sector textil y de confección cuente con una estrategia de sostenibilidad, la cual es necesaria para ser competitivo en Colombia. Sin embargo, se percibe que el consumidor nacional no está dispuesto a pagar un precio superior cuando sabe que se trata de un producto sostenible, lo que el consumidor extranjero si está dispuesto a hacer. En este tema, vale la pena ahondar, si este es realmente la forma en que se comporta el consumidor, la empresa colombiana debe reevaluar quien quiere que sea su cliente, si optan por cambiar su enfoque de producción hacia la sostenibilidad, pueden considerar que gran parte de la producción se destine a países diferentes al colombiano, ya que la percepción es

que en los países desarrollados hay una capacidad de compra que valora el tipo de producción sostenible.

Una de las categorías que recibió más atención como la mayor dificultad para realizar actividades sostenibles por parte de las empresas fue el mercado y la competencia, refiriéndose a la competencia desleal, competencia con la entrada de productos de otros países, contrabando, costos de importación, economía y aranceles.

A grandes rasgos se ratifica la posición del Banco Interamericano al situar como mayor dificultad la falta de recursos financieros para la pymes a la hora de realizar acciones sostenibles (Banco interamericano de desarrollo, 2005), ya que la competencia entrante, la competencia desleal, los costos de la materia prima y los costos de producción merman los ingresos de las empresas textiles y de confección, lo que hace más difícil la inversión. Asimismo, la renovación de infraestructura y la tecnológica, además del I+D requieren de unas inversiones adicionales, lo que de nuevo presenta a la falta de recursos financieros como una gran dificultad. Las otras dificultades señaladas por el Banco Interamericano son el desconocimiento del tema y pensar que no se genera impacto ambiental (Banco interamericano de desarrollo, 2005), sobre lo que la industria textilera, o al menos los expertos encuestados, sí tiene conocimiento. Se reconoce la contaminación de la industria al medio ambiente, la falta de voluntad de los directivos en tomar acciones sostenibles, la falta de capacitación al personal y la falta de visión estratégica.

Balanza social

La muestra considerada percibe que la remuneración salarial tiende a no ser justa para los empleados, al igual que se piensa que se recibe salario emocional bajo. Además, el derecho a conformar asociaciones colectivas de representación tiene una aceptación media en la industria textil y confección; y en cuanto a políticas contra el trabajo forzoso, infantil y discriminatorio, se evalúa una responsabilidad en los procesos internos, que decae al considerar la cadena de suministros. Esto demuestra la necesidad de las empresas de gestionar la sostenibilidad social, para que el sentir de quienes participan de estas sea hacia una compensación justa, en donde se

les respete el derecho a la asociación y negociación colectiva; no haya trabajo forzoso o realizado bajo coacción; la abolición del trabajo infantil y la eliminación de las practicas discriminativas; además, de apoyar y respetar los derechos humanos, como el derecho a la seguridad social, derecho al descanso y al ocio, derecho a un nivel de vida adecuado, derecho a la educación, entre otros. No solo se debe velar por proteger estos derechos al interior de la empresa, también se deben gestionar estos derechos con los grupos de interés, en especial con la cadena de suministro, porque al no evaluar a estos, se pueden estar apoyando indirectamente prácticas inadecuadas.

Balanza medioambiental

La muestra de voluntarios evalúa al agua como el recurso más contaminado por el sector. Los encuestados sugieren que la preocupación de prevención ambiental en el sector es baja, ya que no tienen planes considerables que velen por el uso racional de la energía y el agua, no hay un plan fuerte en disposición de residuos sólidos, vertimientos y control de emisiones particuladas a la atmosfera. Por tanto, se evidencia la necesidad de la gestión medioambiental. Aquí se sigue notando la tendencia de la industria a la contaminación de recursos, y no se debe olvidar que dentro de los principios de RSE de las Naciones Unidas se habla de un apoyo al enfoque de precaución hacia el medio ambiente. Evidentemente uno de los puntos de mayor preocupación de los expertos es hacia la infraestructura y la renovación tecnológica para la producción, calificándola como la segunda mayor dificultad para implementar acciones sostenibles, y este punto es precisamente otro principio apoyado por la RSE de las Naciones Unidas, donde se habla de favorecer la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción

Las políticas de anticorrupción en el sector según las encuestas no son fuertes. Y es debido gestionar la anticorrupción para evitar las practicas que la apoyen en cualquiera de sus formas; esto último es otro principio de RSE de las Naciones Unidas y especifica evitar el apoyo

a la extorsión y el soborno. Con este ítem se debe tener especial precaución, ya que según el índice de percepción de corrupción de 2018 desarrollado por Transparency Internacional Colombia se encuentra en el puesto 99 de 180 países (posición relativa a otros países según nivel de corrupción, el primero es el menos corrupto, el 180 es el país percibido como más corrupto), con una calificación de 36 de 100 puntos (siendo 0 muy corrupto y 100 muy limpio) (Transparency International, 2018), y sabiendo que la media del continente americano es de 44 puntos, Colombia se encuentra entre el 50% de países de la región que se considera más corrupto.

Cambio climático

La mayoría de los encuestados piensa que el sector textil-confección o su cadena de suministro se ve afectada por el cambio climático, siendo los mayores daños percibidos en la disponibilidad de la materia prima para el proceso de producción. Lo que vuelve tan importante la gestión medioambiental, no solo por imposición hacia las leyes medioambientales de obligatorio cumplimiento, si no como un deber ser hacia la sociedad y hacia la propia industria, esta es una práctica que deberían adoptar masivamente las empresas de toda clase, porque el efecto al daño medioambiental está afectando al propio sector, como se evidencia en la dificultad de la consecución de las materias primas por parte de la industria textilera.

Sostenibilidad

Considerando las acciones sostenibles realizadas por empresas del sector, 2/3 de la muestra consideran que en el sector hay de este tipo de empresas, teniendo como principales incentivos los beneficios gubernamentales. Las acciones sostenibles que realizan estas empresas se pueden categorizar en manejo del agua, manejo de residuos, cambio en las materias primas, capacitación del recurso humano y manejo de la energía. La totalidad de los encuestados perciben que los principales beneficios que obtiene una empresa al realizar acciones sostenibles tienen que ver con la reducción de costos, mayor producción, aumento en la competitividad y la reputación de la empresa. Asimismo, la realización de informes anuales que comuniquen sobre

sostenibilidad no son una práctica común en el sector. Este último punto se puede resaltar, ya que es necesario realizar un informe anual de sostenibilidad para apoyar las expectativas de RSE de las Naciones Unidas, así, se hace posible rastrear la evolución en materia de sostenibilidad de la empresa y más importante aún, informar a los grupos de interés internos y externos a la empresa del avance que se realiza en el tema.

Esquema de gestión

En cuanto a la sección del esquema de gestión, la mayoría de los expertos consideran necesario realizar un diagnóstico inicial a la empresa que considere realizar un sistema de gestión sostenible para revisar el estado actual en materia de sostenibilidad. La totalidad de los encuestados considera pertinente desarrollar objetivos y estrategias para el esquema de sostenibilidad; definir quiénes serán los líderes o encargados de la gestión de sostenibilidad; definir los recursos tecnológicos, financieros, humanos, entre otros; y establecer un sistema de control. Entre los expertos, la mayoría consideran necesario definir límites temporales para la ejecución de las tareas planteadas encaminadas hacia la sostenibilidad. Con estas respuestas se confirma la necesidad de las categorías propuestas para el esquema de gestión.

Iniciativas de sostenibilidad y clúster

Cuando se les pregunta a los expertos si las empresas del sector pertenecen o pertenecerían a iniciativas de sostenibilidad, 75% respondieron afirmativamente, mientras 25% de ellos no saben. Otro principio de RSE de las Naciones Unidas es fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad social, lo que demuestra el compromiso, además de ayudar a la empresa a la hora de evaluar y medir objetivamente el desempeño medioambiental.

En cuanto a las preguntas relacionadas con el Clúster de Textil Confección y Diseño de Antioquia, 58.3% de los encuestados afirma conocer el clúster. Cuando se pregunta si es una práctica común ser parte del clúster, las opiniones se encuentran divididas en 33.3% afirmaciones, 33.3% negaciones y 33.3% quienes consideran no saber. Finalmente, a 83.3% de los encuestados les parece que sería beneficioso ser parte del clúster, y 16.6% no saben. Es de

resaltar que el número de empresas del sector textil-confección hacia finales del año 2016 era de 10.140, de las cuales participan 230 en el clúster. Teóricamente, ser parte de un clúster ayuda a la competitividad de la empresa, a la productividad y a la innovación, además de brindar beneficios sociales, por lo que es importante considerar ser parte de esta tendencia global, para lo cual se requiere ser una empresa que desarrolle una actividad relacionada y tener una ubicación geográfica cercana al área donde este el clúster.

Conclusiones

La clasificación de modelos de RSE por parte de Garriga y Melé es bastante explicativa, clara y rigurosa. Esta clasifica las teorías en cuatro grupos diferentes concernientes a teorías instrumentales, integradoras, éticas y de carácter político (Garriga & Melé, 2004). Las teorías éticas actúan en base a principios fundamentales, son multidimensionales y, sobre todo, incorporan la sostenibilidad en su estrategia, lo que hace de este grupo de modelos una categoría que se adecua a lo pretendido en esta investigación. De este grupo de categorías se escoge el modelo del pacto de las naciones unidas por su multi-enfoque y su gran capacidad de convocatoria (Prado et al., 2004).

Con base en el modelo de RSE de las Naciones Unidas se desarrolla el esquema de gestión para las pymes fundamentado en el ciclo PHVA y se halló en la encuesta un consenso general en la necesidad las ciertas categorías que debe abarcar un sistema de gestión de sostenibilidad, las cuales incluye el esquema de gestión propuesto.

Los expertos encuestados ven la necesidad de contar con una estrategia de sostenibilidad para ser competitivo en el país. Sin embargo, se perciben falencias a lo largo del sector textil y de confección en temas sociales y ambientales, con lo cual se evidencia la pertinencia de un sistema de gestión sostenible.

Las respuestas a la encuesta dejan claro que se percibe a las empresas del sector perteneciendo o con el ánimo de pertenecer a iniciativas de sostenibilidad. Para las empresas que deseen dar este paso, pueden encontrar ayuda en la revisión documental de las iniciativas de

sostenibilidad identificadas: Business social compliance initiative code of conduct – BSCI, Ecovadis, Ethical trading initiative (ETI), Fair for life y For life, Fair labor association, Fairtrade International, Global Organic Textile Standard (GOTS) y Global Reporting Initiative (GRI). Hay muchas otras iniciativas, las presentadas son unas cuantas entre las iniciativas enfocadas al sector textil. Es de destacar la iniciativa GRI, con la cual se ayuda a completar el requerimiento de la presentación de informes de sostenibilidad anuales por parte del modelo de RSE de las Naciones Unidas.

Con la encuesta se obtuvo las apreciaciones generales a los temas de sociedad, medioambiente, anticorrupción, sistema de gestión sostenible, iniciativas de sostenibilidad y del clúster de Antioquia de 12 expertos en el sector. Sin embargo, las respuestas podrían reflejar una percepción más sólida de los temas al considerar una muestra mayor a personas de nivel ocupacional directivo, lo que se podría lograr en una alianza universidad-empresa.

Anexos

Anexo 1

Encuesta Sostenibilidad

Esta investigación pretende proponer un esquema de gestión de sostenibilidad empresarial a las pymes del sector textil y de confección oriundas de Antioquía, lo que apoyará a este tipo de empresas interesadas en implementar principios que direccionen la estrategia empresarial hacia la sostenibilidad.

La investigación es parte del trabajo de grado "Pertinencia de la gestión de la sostenibilidad en las pymes del sector textil y de confección" para optar por el título de Maestría en Administración, desarrollado por Sara María Arenas Villegas, dentro del Grupo Urbanitas de la Universidad Católica Luis Amigó.

Tiempo estimado para realizar la encuesta: 10 minutos

***Required**

- 1. La información brindada será confidencial y permanecerá en el anonimato. Los resultados que deriven de la investigación serán utilizados en publicaciones científicas, sin embargo, nunca se publicaran resultados individuales, solo los obtenidos de la totalidad de la muestra. La participación es voluntaria, y no se pedirá información personal o confidencial, sea suya o de la empresa de la cual es parte. Teniendo en cuenta lo anterior, ¿está de acuerdo en brindar la información que se le solicita? ***

Mark only one oval.

- Si
- No

Las siguientes preguntas son únicamente para control interno, sin embargo, son confidenciales y por lo tanto anónimas.

- 2. Nombre ***

- 3. Cargo(s) en los que ha tenido experiencia en el sector textil y de confección ***

4. Actividad(es) que desarrolla la(s) empresa(s) en la(s) que ha tenido experiencia *

Tick all that apply.

- Suministro de insumos
- Producción textil
- Confecciones
- Comercialización y venta
- Other: _____

5. Tamaño de la(s) empresa(s) en la(s) que ha tenido experiencia *

Mark only one oval.

- Micro (Hasta 10 personas)
- Pequeña (11-50 personas)
- Mediana (51-200 personas)
- Grande (más de 200 personas)

Cuestionario

A continuación, encontrará una lista de afirmaciones, indique en ellas de 1 a 5, siendo 1 desconocimiento sobre la afirmación o nula aplicación; 5, óptima aplicación.

6. Conoce el significado del concepto sostenibilidad *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

7. Es necesario que una compañía del sector cuente con una estrategia de sostenibilidad *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

8. Una estrategia de sostenibilidad es requisito para ser competitivo en Colombia *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

9. El consumidor COLOMBIANO está dispuesto a pagar un precio superior cuando sabe que se trata de un producto sostenible *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

10. El consumidor EXTRANJERO está dispuesto a pagar un precio superior cuando sabe que se trata de un producto sostenible *

Mark only one oval

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

11. ¿Qué dificultades encuentra la empresa del sector textil-confección para implementar acciones que encaminen a la sostenibilidad? *

Empresa

A continuación, encontrará una lista de afirmaciones, indique en ellas de 1 a 5, siendo 1 desconocimiento sobre la afirmación o nula aplicación; 5, óptima aplicación. Las afirmaciones se refieren al general del sector textil y confección.

Balanza Social

12. En el general del sector textil y confección, los empleados reciben salario justo y están amparados con todos los requisitos de protección social *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

13. En el general del sector textil y confección, los empleados reciben salario emocional *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

14. En el general del sector textil y confección, los empleados tienen derecho a conformar asociaciones que les representen y a realizar negociaciones colectivas *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

15. En el general del sector textil y confección, hay políticas en contra del trabajo forzoso, infantil y discriminatorio para sus procesos internos. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

16. En el general del sector textil y confección, se vela por que otros integrantes de la cadena de suministro tengan políticas en contra del trabajo forzoso, infantil y discriminatorio. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

Balanza Medioambiental

17. ¿Qué tipo de contaminantes genera el sector? *

18. En el general del sector textil y confección, se cuenta con un plan de uso racional de energías *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

19. En el general del sector textil y confección, se cuenta con un plan de uso racional de agua *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

20. En el general del sector textil y confección, se cuenta con un plan de disposición de residuos sólidos *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

21. En el general del sector textil y confección, se cuenta con un plan de disposición de vertimientos *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

22. En el general del sector textil y confección, se cuenta con un plan de control de emisiones de partículas sólidas a la atmósfera *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

23. En el general del sector textil y confección, se cuenta con un plan de mitigación de impactos ambientales *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

Anticorrupción

24. En el general del sector textil y confección, se cuenta con política anticorrupción *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Desconocimiento o inaplicabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aplicación óptima

Cambio climático

25. ¿El sector textil-confección o su cadena de suministro se ve afectada por el cambio climático?

Ej: Sequía, inundación. *

Mark only one oval.

- Sí
- No
- No sabe

26. Si la respuesta a la última pregunta es afirmativa, ¿de qué manera se ve afectada el sector o su cadena de suministro por el cambio climático?

27. ¿En el sector se encuentran empresas que realicen acciones encaminadas hacia la sostenibilidad? *

Mark only one oval.

- Sí
- No
- No sabe

Sostenibilidad

Las siguientes preguntas se refieren a aquellas empresas que realizan acciones encaminadas hacia la sostenibilidad

28. ¿Qué incentivo a las empresas del sector a realizar acciones sostenibles? *

29. ¿Cuáles acciones sostenibles realizan las empresas del sector? *

30. ¿Cuáles son los principales beneficios de realizar acciones sostenibles (marque todas las opciones que correspondan)? *

Tick all that apply.

- Reputación de la empresa
- Mejora del clima corporativo
- Mejora en el relacionamiento con los grupos de interés
- Reducción de costos
- Generación de ingresos extra
- Mayor producción debido a innovación, nuevos procesos, etc.
- Aumento de la competitividad, sea local, nacional o internacional
- No genera beneficios
- Other: _____

31. ¿Las acciones sostenibles generan rentabilidad? *

Mark only one oval.

- Sí
- No
- No sabe

32. ¿Es una práctica común realizar informes anuales de sostenibilidad? *

Mark only one oval.

- Sí
- No
- No sabe

Esquema de gestión

Las preguntas a continuación tienen como finalidad verificar la pertinencia de algunos de los ítems propuestos para proponer un esquema de gestión sostenible para pymes del sector textil y confección.

33. ¿Cree necesario realizar un diagnóstico inicial a la empresa, donde se revise el estado actual en materia de sostenibilidad? *

Mark only one oval.

- Sí
- No
- No sabe

34. ¿Considera pertinente desarrollar objetivos y estrategias para el esquema de sostenibilidad? *

Mark only one oval.

- Sí
 No
 No sabe

35. ¿Considera necesario definir quiénes serán los líderes o encargados de la gestión de sostenibilidad? *

Mark only one oval.

- Sí
 No
 No sabe

36. ¿Considera necesario definir los recursos (tecnológicos, financieros, humanos, entre otros)? *

Mark only one oval.

- Sí
 No
 No sabe

37. ¿Considera necesario definir límites temporales para la ejecución de las tareas planteadas encaminadas hacia la sostenibilidad? *

Mark only one oval.

- Sí
 No
 No sabe

38. ¿Cree necesario establecer un sistema de control, donde se estipule que se mide, como se mide y la periodicidad de la medición? *

Mark only one oval.

- Sí
 No
 No sabe

39. ¿Cree que las empresas del sector pertenecen o pertenecerían a iniciativas de sostenibilidad como la BSCI (en español, Iniciativa de Cumplimiento Social Empresarial), ETI (en español, Iniciativa de Comercio Ético), el pacto mundial de las naciones unidas, ¿entre otras? Estas iniciativas contribuyen con un marco práctico y con herramientas para administrar el desempeño social y/o ambiental. *

Mark only one oval.

- Sí
 No
 No sabe

40. ¿Conoce la iniciativa Red Clúster Colombia? *

Mark only one oval.

- Sí
 No

41. ¿Es una práctica común para las empresas del sector ser parte de la red Cluster de textil, confección y diseño de Antioquia (promovido por la alcaldía de Medellín y la cámara de comercio de Medellín)? *

Mark only one oval.

- Sí
 No
 No sabe

42. ¿Cree que sería beneficioso ser parte del Clúster de textil, confección y diseño? *

Mark only one oval.

- Sí
 No
 No sabe

¡Muchas gracias por su colaboración!

El siguiente recuadro está destinado para realizar las retroalimentaciones que considere necesarias.

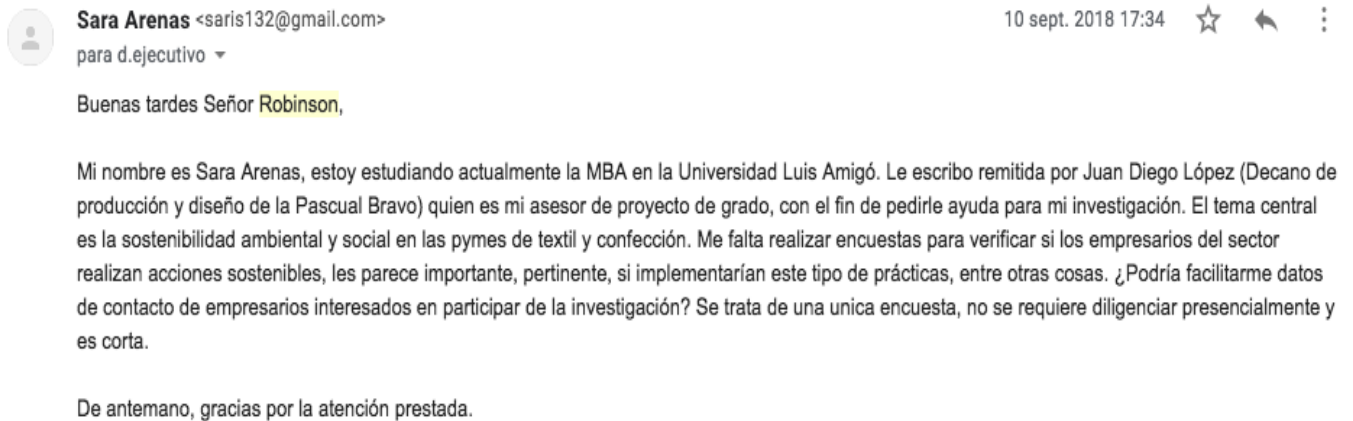
43. Observaciones

Powered by

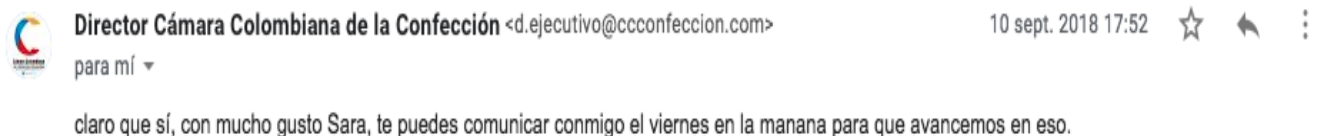


Anexo 2

Con la finalidad de realizar las encuestas diseñadas para expertos en el sector textil y de confección, el día 6 de septiembre de 2018 el asesor de proyecto Juan Diego López, facilito el contacto con el Director Ejecutivo Nacional de la Cámara Colombiana de la Confección y Afines, el señor Robinson Gómez Giraldo. La comunicación con el director fue, en sus inicios, a través del correo electrónico empresarial, el cual corresponde a d.ejecutivo@ccconfeccion.com. El día 10 de septiembre de 2018 a las 17:34 comienzo la comunicación vía email, como lo muestra el texto que sigue:



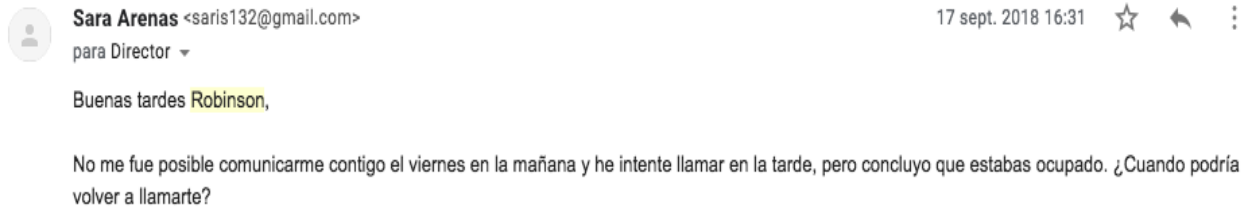
La respuesta por parte de Robinson Gómez fue casi inmediata (a las 17:52), en la que decía:



Con el ánimo de llevar a cabo la encuesta diseñada para los expertos en el tema textil y de confección, la comunicación con el señor Robinson continuo de manera

telefónica, al celular 3147522208. Se llamo a este número en repetidas ocasiones y durante varios días, pero a pesar de la insistencia no fue posible la comunicación.

No obstante, se intentó nuevamente la comunicación a través del correo electrónico el día 17 de septiembre de 2018 a las 16:31. El mensaje enviado es el que sigue:

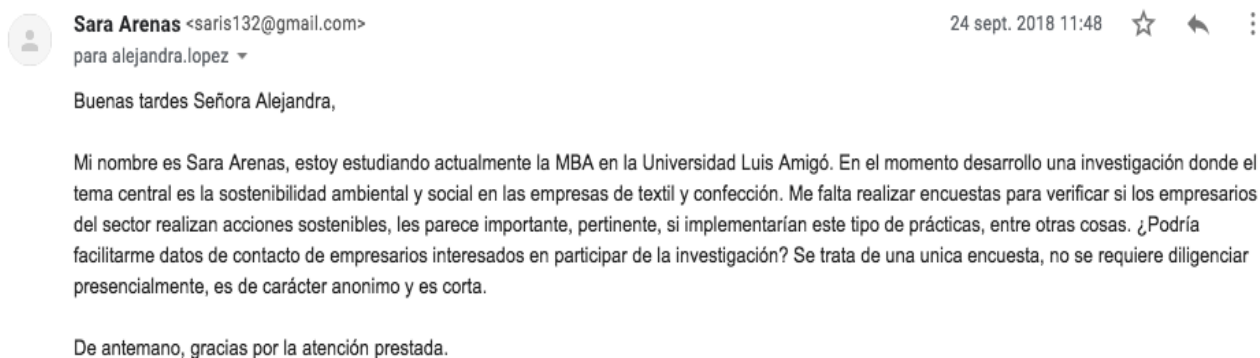


Asimismo, continuaron las llamadas al número celular, pero no fue posible obtener respuesta del correo electrónico o de las llamadas extendidas. Entonces, debido a la necesidad de realizar las encuestas, se intentó un acercamiento a las oficinas de la Cámara Colombiana de Confección y Afines en Medellín, situada en la Calle 48 #57-87 oficina 701; de este modo, al llegar al edificio se pudo corroborar que la oficina era la 701, además de la 801; en esta oficina la atención fue prestada por del señor Robinson Gómez, y en una pequeña charla se explicó el contenido de las encuestas y el motivo, con lo que se llegó al acuerdo de llamar nuevamente por medio del celular a Robinson G.

Al llamar al Robinson G., informa que la comunicación continuará siendo con Laura, directora administrativa de la Cámara Colombia de Confección y Afines, cuyo número celular corresponde al 3108359986. Al llamar a Laura, esta requiere ser vuelta a llamar para informarse debidamente con Robinson y coordinar como proceder. Las siguientes llamadas al número de Laura tienen el mismo contenido, y no hay una información concreta sobre cómo realizar las encuestas. Las últimas llamadas a Laura

hacen percibir que no habrá tal ayuda, esto lo hace entender su forma de expresión y las constantes evasivas.

El siguiente contacto se realiza con el Clúster de Moda y Fabricación Avanzada de Medellín y Antioquia, con la directora Alejandra López. El primer acercamiento es a través de correo electrónico, cuya dirección es alejandra.lopez@camaramedellin.com.co; y así, se envió la siguiente información el día 24 de septiembre de 2018 a las 11:48 (anexo 3):



Se recibe respuesta de Alejandra L. a las 16:43 del mismo día:



En la Cámara estamos comprometidos con la protección del medio ambiente.
Antes de imprimir este mensaje asegúrese de que sea necesario.

Se procede a responder rápidamente para aprovechar el interés en la encuesta y se envía a las 17:22 del mismo día:



Sara Arenas <saris132@gmail.com>
para Alejandra.Lopez ▾

24 sept. 2018 17:22



Buenas tardes Alejandra,

Sería de mucha lo que propones, ¿como podríamos buscar ese espacio, para realizar la encuesta?

Después de este correo electrónico no se vuelve a obtener respuesta por parte de Alejandra L. Así, se intenta un contacto por vía telefónica al número celular 3155021372 y al fijo +574 576 6382; sin embargo, y a pesar de la insistencia, no fue posible contactarse nuevamente con aquella.

A inicios de octubre y nuevamente a finales de noviembre de 2018, el asesor del proyecto, Juan Diego López Medina compartió el cuestionario con docentes de la Pascual Bravo, expertos en el sector textil y de confección. De esta experiencia no fue posible obtener respuestas.

A fin de realizar las entrevistas y en vista de las negativas anteriores, me comuniqué con Emerson Varela (empleado del Sena), a quien enteré del alcance y propósito de las entrevistas. Emerson V. me informa que ha hablado con la directora académica de la división del Centro Textil y de Gestión Industrial del Sena Regional Antioquia, con quien se acuerda realizar las encuestas el día 3 de diciembre. La participación total asciende a 12 voluntarios docentes y expertos del sector.

Referencias

Amfori. (n.d.-a). amfori BSCI. Retrieved April 2, 2018, from <http://www.amfori.org/content/amfori-bsci>

Amfori. (n.d.-b). Members. Retrieved April 2, 2018, from <http://www.amfori.org/members>

Amfori. (n.d.-c). Membership fees for ordinary members.

Amfori. (n.d.-d). Vision, mission and values. Retrieved April 2, 2018, from <http://www.amfori.org/content/vision-mission-and-values>

Banco interamericano de desarrollo. (2005). *Situación de la responsabilidad social de la empresa en las PyMEs de latinoamérica y el caribe*. Retrieved from <http://iberpyme.sela.org/Documentos/RSE-PYMES-ALC.pdf>

BBC Mundo. (2017). ¿Sabes cuál es la industria más contaminante después de la del petróleo? Retrieved October 5, 2017, from <http://www.bbc.com/mundo/noticias-39194215>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Retrieved from <http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=EARTH.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=022575>

Bybee, R. W. (1991). Planet Earth in Crisis: How Should Science Educators Respond? *The American Biology Teacher*, 53(3), 146–153. <https://doi.org/10.2307/4449248>

Canino, C., & Morales, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial. Semilla Dice*. Chile. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020140102>

Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.
<https://doi.org/10.5465/AMR.1979.4498296>

Cluster textil/confección, diseño y moda. (2017). Tejiendo juntos la estrategia. Medellín. Retrieved from
[http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2017/CLUSTER/05042017 Cluster Textil Confección.pdf](http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2017/CLUSTER/05042017Cluster%20Textil%20Confecci3n.pdf)

Comisión Europea. (n.d.). La responsabilidad social de las empresas (RSE) en la UE. Retrieved March 6, 2018, from
<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=es&catId=331&>

DANE. (2017). *Encuesta Ambiental Industrial 2015*. Bogotá. Retrieved from
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/EAI/2015/bol_EAI_2015provisional.pdf

Delegatura de Asuntos Económicos y Contables Grupo de Estudios Económicos y Financieros. (2013). *Desempeños del sector textil confección 2008-2012 informe*. Bogotá. Retrieved from <https://www.supersociedades.gov.co/Documents/Informe-Sector-Textil-Oct152013.pdf>

Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente - DAMA. (2004). *Guía Ambiental para el Sector Textil*. Bogotá.

EcoVadis. (n.d.-a). CSR ASSESSMENT METHODOLOGY. Retrieved April 2, 2018, from <http://www.ecovadis.com/methodology/>

EcoVadis. (n.d.-b). Customer Stories. Retrieved April 2, 2018, from <http://www.ecovadis.com/customer-stories/>

EcoVadis. (n.d.-c). What we do. Retrieved April 2, 2018, from <http://www.ecovadis.com/what-we-do/>

Ethical Trading Initiative. (n.d.-a). ETI's origins. Retrieved April 3, 2018, from <https://www.ethicaltrade.org/about-eti/why-we-exist/etis-origins>

Ethical Trading Initiative. (n.d.-b). How to apply. Retrieved April 3, 2018, from <https://www.ethicaltrade.org/join-eti/how-apply>

Ethical Trading Initiative. (n.d.-c). Join ETI. Retrieved April 3, 2018, from <https://www.ethicaltrade.org/join-eti>

Fair for life. (n.d.). About For Life and Fair for Life. Retrieved April 3, 2018, from http://www.fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=about&lang_iso639=en

Fair for Life. (n.d.-a). Fair for Life programme. Retrieved April 3, 2018, from http://www.fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=ffl&lang_iso639=en

Fair for Life. (n.d.-b). For Life programme. Retrieved April 3, 2018, from http://www.fairforlife.org/pmws/indexDOM.php?client_id=fairforlife&page_id=fl&lang_iso639=en

Fair Labor Association. (n.d.-a). Benefits of Joining FLA. Retrieved April 3, 2018, from <http://www.fairlabor.org/benefits-joining-fla>

Fair Labor Association. (n.d.-b). Code of Conduct. Retrieved April 3, 2018, from <http://www.fairlabor.org/our-work/labor-standards>

Fair Labor Association. (n.d.-c). Fair Labor Association. Retrieved April 3, 2018, from <http://www.fairlabor.org/>

Fair Labor Association. (n.d.-d). FLA company affiliate categories. Retrieved from http://www.fairlabor.org/sites/default/files/fla_categories_12-16-13.pdf

Fair Labor Association. (n.d.-e). Participating Companies. Retrieved April 3, 2018, from <http://www.fairlabor.org/affiliates/participating-companies>

Fairtrade International (FLO). (n.d.-a). Certifying Fairtrade. Retrieved April 4, 2018, from <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/certifying-fairtrade.html>

Fairtrade International (FLO). (n.d.-b). Our standards. Retrieved April 4, 2018, from <https://www.fairtrade.net/standards/our-standards.html>

Fairtrade International (FLO). (n.d.-c). What is Fairtrade? Retrieved April 4, 2018, from <https://www.fairtrade.net/about-fairtrade/what-is-fairtrade.html>

FLOCERT. (n.d.). Estimate your certification cost with FLOCERT's fee calculator. Retrieved April 4, 2018, from <https://www.flocert.net/solutions/fairtrade-resources/cost-calculator/>

Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories : Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 51–71.

<https://doi.org/10.1787/9789264122352-de>

Global Organic Textile Standard. (n.d.-a). About Us. Retrieved April 4, 2018, from <http://www.global-standard.org/about-us.html>

Global Organic Textile Standard. (n.d.-b). The Standard. Retrieved April 4, 2018, from <http://www.global-standard.org/the-standard.html>

Global Organic Textile Standard. (2016). Guía de Licencias y Etiquetado, 1–12.

Global Reporting Initiative. (n.d.-a). Data Partners in Latin America. Retrieved April 5, 2018, from https://www.globalreporting.org/services/Communication/Sustainability_Disclosure_Database/GRI-Data-Partners/Pages/Latin-America.aspx

Global Reporting Initiative. (n.d.-b). GRI GOLD Community. Retrieved from https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI_GOLD_Community_Overview.pdf

Global Reporting Initiative. (n.d.-c). GRI Support Suite. Retrieved from <https://www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/2015/GRI-Support-Suite-Flyer.pdf>

Global Reporting Initiative. (n.d.-d). Sustainability Disclosure Database - GRI Database. Retrieved April 5, 2018, from <http://database.globalreporting.org/search/>

Global Reporting Initiative. (n.d.). About GRI. Retrieved April 5, 2018, from <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>

Grupo Urbanitas. (2012). *Centro de Investigaciones*. Retrieved from <http://www.funlam.edu.co/modules/centroinvestigaciones/item.php?itemid=178>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Hindle, T. (2009). Triple bottom line. Retrieved October 4, 2017, from <http://www.economist.com/node/14301663>

inexmoda. (2010). *Manual de acceso a mercados del sector textil-confección diseño y moda colombiano*. Retrieved from <http://www.inexmoda.org.co/Portals/0/doc/PDF/MAM.pdf>

Jiménez Morales, G. (2017). ¿Qué hay detrás del SOS de textileros? Retrieved October 9, 2017, from <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/que-hay-detras-del-sos-de-textileros-XX7110642>

KPMG. (2017). *El camino por recorrer*. Retrieved from <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/es/pdf/2017/10/el-camino-por-recorrer-informe-responsabilidad-corporativa.pdf>

Lantos, G. P. (2001). The boundaries of strategic corporate social responsibility. *Journal of Consumer Marketing*, 18(7), 595–632. <https://doi.org/10.1108/07363760110410281>

López Medina, J. D., & París Restrepo, R. (2014). *Línea de investigación Publicidad-Social*.

Los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. (2015). Retrieved March 5, 2018, from <http://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>

Manfred Max-Neef. (2013). *Ecología Política*, 97–101. Retrieved from https://www.ecologiapolitica.info/novaweb2/wp-content/uploads/2015/12/044_Max-Neef_2012.pdf

Mascareñas, J. (n.d.). Monografías de Juan Mascareñas sobre Finanzas Corporativas. Retrieved from <http://www.gacetafinanciera.com/REF.pdf>

Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens III, W. W. (1972). *The limits to growth*. New York: Universe Books. Retrieved from <http://www.donellameadows.org/wp-content/userfiles/Limits-to-Growth-digital-scan-version.pdf>

Medina C, M. A. (2017). ¿Se ha preguntado de dónde viene su ropa? Retrieved October 5, 2017, from <https://www.elespectador.com/economia/se-ha-preguntado-de-donde-viene-su-ropa-articulo-689367>

Naciones Unidas. (n.d.). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. Retrieved October 4, 2017, from <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la C. y la C. (n.d.). Desarrollo sostenible. Retrieved October 4, 2017, from <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/>

Organización internacional del trabajo. (n.d.). Helpdesk de la OIT. Retrieved from http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf

Pacto Global Red Colombia. (n.d.-a). ¿Cómo adherir? | Pacto Global Colombia. Retrieved March 15, 2018, from <http://www.pactoglobal-colombia.org/pacto-global-colombia/como-adherir.html>

Pacto Global Red Colombia. (n.d.-b). Membresías | Pacto Global Colombia. Retrieved March 15, 2018, from <http://www.pactoglobal-colombia.org/pacto-global-colombia/membresias.html>

Pacto Mundial Red España. (n.d.). Principio 7. Retrieved March 22, 2018, from <http://www.pactomundial.org/2015/04/principio-7/>

Pacto Mundial Red Española. (n.d.-a). Principio 2. Retrieved March 22, 2018, from <http://www.pactomundial.org/2017/11/principio-2/>

Pacto Mundial Red Española. (n.d.-b). Principio 4. Retrieved March 22, 2018, from <http://www.pactomundial.org/2015/04/principio-4/>

Pacto Mundial Red Española. (n.d.-c). Quiénes Somos – RSE – Sostenibilidad Empresarial – Derechos Humanos y Empresa – ODS, Objetivos de Desarrollo Sostenible. Retrieved March 15, 2018, from <http://www.pactomundial.org/global-compact/>

Porter, M. E. (1999). Los " clusters " y la nueva economía de competencia. *Palmas*, 20(4), 51–65.

Prado, A., Flores, J., Pratt, L., & Ogliastri, E. (2004). Marco lógico y conceptual del modelo de responsabilidad social empresarial para Costa Rica, 1–57.

Procolombia. (n.d.). Inversión en el sector Sistema Moda. Retrieved October 4, 2017, from <http://inviertaencolombia.com.co/sectores/manufacturas/textil-y-confeccion.html>

Radio de la ONU. (2015). Cambio climático y desarrollo sostenible, dos caras de una misma moneda. Retrieved November 21, 2017, from <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/cambio-climatico-y-desarrollo-sostenible-dos-caras-de-una-misma-moneda/>

Revista dinero. (2016). Pymes contribuyen con más del 80% del empleo en Colombia. Retrieved October 5, 2017, from <http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/porcentaje-y-contribucion-de-las-pymes-en-colombia/231854>

Semana. (2017a). El 25% de los ecosistemas del país se encuentra en estado crítico. Retrieved November 21, 2017, from <http://sostenibilidad.semana.com/medio-ambiente/articulo/informe-colombia-viva-el-25-por-ciento-de-los-ecosistemas-esta-en-situacion-critica/38976>

Semana. (2017b). El cambio climático empuja al planeta hacia un punto de no retorno. Retrieved November 21, 2017, from <http://sostenibilidad.semana.com/actualidad/articulo/el-cambio-climatico-empuja-al-planeta-hacia-un-punto-de-no-retorno/38964>

Transparency International. (2018). Colombia. Retrieved April 28, 2019, from <https://www.transparency.org/country/COL>

UN Global Compact. (n.d.). Our Participants. Retrieved March 8, 2018, from <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants>

WWF. (n.d.). Clima y energía. Retrieved November 21, 2017, from [http://www.wwf.org.co/que_hacemos/wwf_al_clima/?ads_cmpid=393639422&ads_adid=19282433702&ads_matchtype=b&ads_network=g&ads_creative=89874952742&utm_term=que es el cambio climatico&ads_targetid=kwd-4077908370&utm_campaign=&utm_source=adwords&utm_me](http://www.wwf.org.co/que_hacemos/wwf_al_clima/?ads_cmpid=393639422&ads_adid=19282433702&ads_matchtype=b&ads_network=g&ads_creative=89874952742&utm_term=que%20es%20el%20cambio%20climatico&ads_targetid=kwd-4077908370&utm_campaign=&utm_source=adwords&utm_me)