

1-1-2016

La importancia de implementar la responsabilidad social empresarial en las Pymes de Colombia

Magda Bibiana Poveda Hernández
Universidad de La Salle, Bogotá

Luz Janet Ramírez Sánchez
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Poveda Hernández, M. B., & Ramírez Sánchez, L. J. (2016). La importancia de implementar la responsabilidad social empresarial en las Pymes de Colombia. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1635

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

La Importancia de Implementar La Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes de Colombia.

*Magda Bibiana Poveda Hernández **

*Luz Janet Ramírez Sánchez ***

“Salvaguardar el medio ambiente... es un principio rector de todo nuestro trabajo en el apoyo del desarrollo sostenible; es un componente esencial en la erradicación de la pobreza y uno de los cimientos de la paz.”

Kofi Annan

Resumen

El artículo aborda como tema central la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las PYMES colombianas. Primero hace un breve recorrido histórico del surgimiento de esta nueva perspectiva empresarial; este recorrido permite vislumbrar un concepto de RSE fuertemente ligado a una nueva concepción del desarrollo y de la relación entre empresa y sociedad. Luego se muestran las ventajas de la implementación de la RSE, particularmente para las PYMES colombianas y finalmente se propone un ciclo de gestión que orienta de forma estratégica la implementación práctica de la RSE en las PYMES.

Palabras Clave

Responsabilidad Social Empresarial, Pyme, desarrollo sostenible, desarrollo económico y social, grupos de interés.

Abstract

The central theme article discusses the implementation of Corporate Social Responsibility (RSE) in Colombian PYMES. First it makes a brief historical overview of the emergence of this new business perspective. This tour offers a glimpse of a concept of RSE strongly linked to a new conception of development and the relationship between business and society. The benefits of implementing RSE is then shown, particularly for PYMES Colombian. Finally, a management cycle strategically guiding the practical implementation of RSE in PYMES is proposed.

Keywords

Corporate Social Responsibility, Pyme, Sustainable Development, Economic and Social Development, interest groups.

* Estudiante de administración de empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas y contables de la Universidad De La Salle, Bogotá, Colombia.

** Estudiante de administración de empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas y contables de la Universidad De La Salle, Bogotá, Colombia

Introducción

Con el paso del tiempo las compañías presentan constantes cambios: a nivel económico, social y ambiental. Esta dinámica cambiante cobra mayor importancia en un contexto de alta competitividad en el que se encuentran las organizaciones, lo que las estimula y obliga a ser más innovadoras y productivas. Esta exigencia contextual, a su vez, permite a las organizaciones su fortalecimiento como entes de desarrollo que contribuyen al progreso sostenible del país con sus diferentes grupos de interés. Ahora bien, entre las exigencias formuladas a la Empresa hoy, ha surgido la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como uno de las fuentes integradoras entre sociedad y empresa.

Por esta razón se puede comprender por qué, en la actualidad, la RSE es de gran importancia para los clientes, que la consideran un gran potencial de diferenciación empresarial en el desarrollo competitivo, y la tienen muy presente a la hora de adquirir un servicio o producto, sin importar el valor económico del mismo. Esta afirmación deja ver ya un problema real: que no todas las empresas desarrollan una política y planes estratégicos de implementación de la RSE, lo que les acarrea muchas dificultades, entre otras, el ingreso en el mercado internacional (Fernández, 2005).

Justamente esa carencia de políticas reales de ejecución de la RSE ha sido puesta en evidencia en Colombia a través de la Gran Encuesta Pyme, realizada en el segundo semestre del año 2015 (ANIF, 2015). Los resultados de esta encuesta revelan que únicamente el 48% de las pymes colombianas tienen una política o práctica de RSE. Interpretando esos datos, se puede entonces decir que el desarrollo de la RSE en la Pequeña y Mediana Empresa (PYME) en el país no se ha tenido en cuenta como parte fundamental de su misión y visión empresarial. Por ello se hace necesario empezar a ejercer estrategias que exijan la aplicación de acciones estratégico-administrativas con la finalidad de tener un reconocimiento en el mercado encaminada hacia los tres pilares del desarrollo sostenible: económico, social y medioambiental (Moreno, Uriarte y Topa, 2010).

La necesidad de fortalecer la RSE en las pymes colombianas aparece de forma más urgente y relevante si se tienen en cuenta dos factores decisivos en el análisis de su situación: el primero que en Colombia las PYMES representan el 99.9% del total de las empresas y que ellas aportan cerca del 38% del PIB total del país (Revista Dinero, 2015); el segundo que, según los analistas, el éxito de una empresa no depende solo de su actividad económica, sino del equilibrio que esta genere con la sociedad, participando efectivamente en la construcción de la comunidad, en la democratización de la educación, en la promoción del bienestar y la igualdad de oportunidades entre todos los ciudadanos y permitiendo a la

misma empresa ser más productiva, fortalecer su imagen interna y externa, desarrollar su credibilidad, lealtad y reconocimiento ante sus grupos de interés y, en definitiva, incrementar su competitividad en el mercado (Moreno et al., 2010).

Este segundo factor constituye precisamente una las razones fundamentales del alto crecimiento e interés de la RSE en la actualidad. En efecto, como ya se puede percibir de lo dicho, con esta exigencia social empresarial no se indica solamente un beneficio económico para la organización, sino también una labor social frente a sus stakeholders. Hay pues una visión amplia de la RSE que permite discutir una postura y promover otra. La postura cuestionada es aquella que identifica –y reduce– la RSE a acciones empresariales de filantropía, movidas solo por el interés de mejorar la imagen y el posicionamiento institucional en el mercado. La postura promovida se presenta, por el contrario, como una acción integral que atiende no solo a los intereses económicos de la empresa sino también a las preocupaciones sociales expresadas por los diferentes grupos de interés beneficiados por la actividad productiva de la empresa. (Raufflet, Lozano, Barrera, y García, 2012).

En síntesis, se puede afirmar que la implementación de la RSE aporta muchas más ventajas a la Empresa que dificultades: promueve su visión a largo plazo para prevenir riesgos, fortalece sus relaciones con los stakeholders, regula el cumplimiento de la normatividad exigida a la empresa, estimula las actividades voluntarias y permite tener en cuenta las exigencias del entorno. (Moreno et al., 2010). Pero cabe resaltar, según García, Palacios, Espasandín, que este compromiso social permitirá a las empresas obtener también beneficios cuantitativos y cualitativos, que a la larga hacen de esta política social una inversión que representa un activo intangible para la misma (2014). En definitiva, cuando las organizaciones promueven la generación de capital social y brindan confianza con herramientas que integren relaciones entre empresa, sociedad y país, los diferentes estamentos sociales se desarrollan y todos los actores sociales se benefician.

Dada la realidad rápidamente esbozada en los párrafos anteriores, en este artículo se quiere dar a conocer la importancia de implementar RSE en las PYME, de cara a la disminución de los graves y acuciantes problemas sociales, económicos y medioambientales que enfrenta la civilización occidental. Tanto más que este entorno y sus múltiples dimensiones es simplemente el espacio donde la empresa desarrolla su actividad económica. El artículo reposa sobre un supuesto que se espera dilucidar en su desarrollo: que las pequeñas y medianas empresas pueden adaptarse rápidamente a las expectativas o situaciones que se presentan en el contexto social contemporáneo, y que esta evolución puede ayudarles a

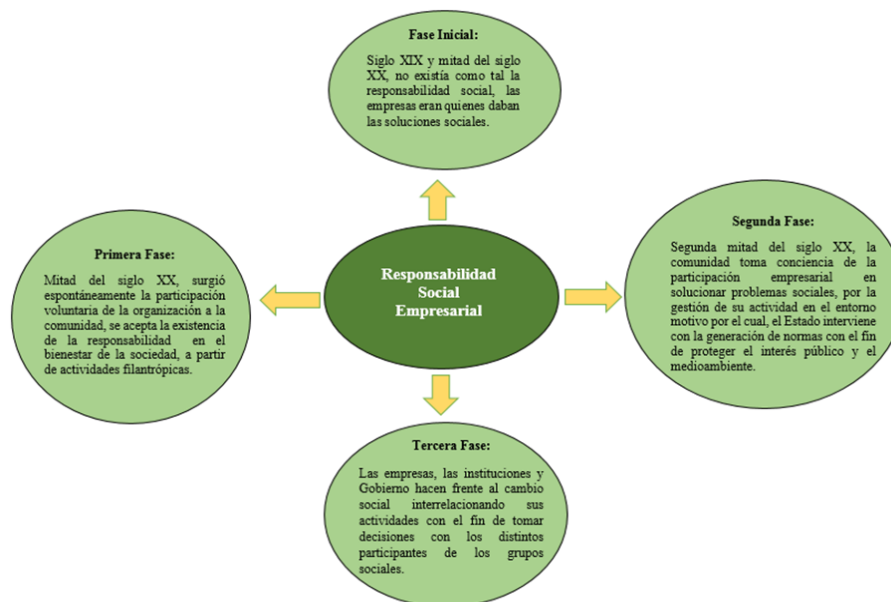
responder profesionalmente a las demandas de los stakeholders y a los desafíos de un desarrollo sostenible provechoso para todos (Rivero, 2006).

El artículo desarrollará entonces en la primera parte una aproximación histórica de la RSE. Esta panorámica histórica conducirá a establecer una definición de la RSE indicando los tres pilares que la estructuran y le dan integralidad. Luego se dará una mirada a la situación de las Pymes colombianas y, particularmente, a los procesos de implementación o no de la RSE en el país, mostrando las consecuencias positivas o negativas según el caso. Finalmente se presentará una vía posible de implementación estratégica de la RSE para las empresas, con la cual se intenta ilustrar la viabilidad de este compromiso, que implica ciertamente consideraciones de tipo estratégico y normativo.

1. Breve análisis de la evolución histórica de la RSE

De cara a una visión más clara de lo que es la RSE y lo que ella representa hoy para las PYMES, a continuación se identifican las fases por las que este concepto ha pasado a través de los años a nivel mundial:

Figura n° 1: Evolución histórica de la RSE.



Fuente: Elaboración propia basado en Román, Sánchez, Correa y Olarte (2008)

A partir de esta evolución histórica se pueden detectar algunos elementos que, desde un punto de vista genealógico, permiten identificar los componentes esenciales de lo que es la "RSE" y que conducirá en el

apartado siguiente hacia una definición de la misma. Estos componentes del vínculo entre empresa y sociedad son:

- Fase inicial: la RSE era inexistente, porque las decisiones de los empresarios eran tomadas sin considerar el contexto social y sus problemas. Se creía ingenuamente en el progreso como una ley inexorable, fruto automático de la industrialización. No había, entonces, un planteamiento claro de la RSE.
- Primera fase: la RSE se entendió y vivió como una acción filantrópica, basada en prácticas de caridad –casi de limosna–. Por esta vía, la empresa no alcanza a convertirse en gestor social.
- Segunda fase: la sociedad reclama a la empresa compromiso con su entorno social. También interviene el gobierno para proteger el medio ambiente, exigiendo a las empresas acciones protectoras del mismo.
- Tercera fase: en el horizonte de una visión más dinámica entre empresa y sociedad, se consolida un vínculo de cooperación estrecha en el que intervienen ahora muchos más actores sociales, especialmente los que tienen que ver con la empresa: proveedores, trabajadores, gobierno y sociedad. Ahora esta red de cooperación piensa en la necesidad del cambio social.

De acuerdo con lo anterior, los adelantos con los que ha ido evolucionando el mundo se han articulado con un nuevo concepto de progreso humano que ahora se denomina Desarrollo Humano Integral y Sustentable (DHIS)³. En esa nueva perspectiva de comprensión del avance de la civilización en general –y del desarrollo empresarial en particular– la sostenibilidad y la integralidad se convierten en criterios e indicadores centrales para evaluar el desarrollo. En consecuencia, las empresas, son llevadas a implementar en su planeación estratégica estas nuevas dimensiones del desarrollo (su sostenibilidad y su integralidad) y promover una mayor interacción colaborativa a través de prácticas responsables entre estado, empresa y sociedad.

En una tentativa por indicar el punto central de esta evolución histórica de la RSE, se puede decir que la transformación más importante reside en la forma de comprender la relación entre empresa y sociedad: se pasó de una visión inarticulada a una comprensión interactiva. La primera redujo la RSE, en sus inicios, a una pura acción filantrópica, la segunda estimuló a la empresa a redefinirse, replanteando su

³. Este modelo también ha sido asumido por la misma Universidad De La Salle y ha sido ratificado en el nuevo Plan Institucional de Desarrollo 2015-2020 (PID) , en el eje, con un programa específico (programa n° 2: Definición y apropiación por la comunidad universitaria de un corpus diferenciador del DHIS", (PID, p. 80)

visión, misión y gestión en conexión con una nueva visión de desarrollo. El cuadro siguiente lo muestra de forma esquemática:

Tabla n° 1: De la filantropía a la responsabilidad social integral

| FILANTROPIA | RESPONSABILIDAD SOCIAL INTEGRAL |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Decisión realizada para proporcionar recursos financieros a un grupo de personas de manera frecuente. • Esta decisión tiene efectos limitados sobre el resto de la empresa. • Proporciona ayuda puntual a un grupo sin involucrarse. • Elige grupos vulnerables para apoyar, sin que esto tenga nada con las actividades de la empresa. • Donaciones en general. | <ul style="list-style-type: none"> • Integración de las preocupaciones sociales y del desarrollo sustentable en la creación del: <ul style="list-style-type: none"> - Valor estratégico - Modelo de negocios - Practicas - Cadena de valor: clientes y proveedores - Valor económico y social • Se generan sinergias con diferentes actores sociales en pro del bien común, no de la imagen de la empresa • Las acciones de RSE están alineadas con el modelo de negocios de la empresa. |

Fuente: Adoptado de Jackson y Nelson (2004)

2. Historia de la RSE en Colombia

Las reformas liberales de 1936, durante el gobierno del presidente Alfonso López Pumarejo, pueden ser señaladas como el inicio de un legal compromiso de la nación con los trabajadores y la comunidad. Muchos factores influyeron en la promoción de estas reformas constitucionales, pero hay dos que vale la pena destacar aquí: los efectos de la crisis financiera mundial de 1929 y los conflictos obreros y campesinos de la década del 20 –incluida la grave crisis de las bananeras en diciembre de 1928– cuyo fatal desenlace había menoscabado radicalmente la imagen del país a nivel internacional (Vergara y Vicaría, 2009).

Además de reconocer el derecho de las mujeres a ocupar empleos en la administración, de establecer el sufragio universal sin limitaciones de cultura o riqueza y de promover la libertad de conciencia, lo más significativo para este trabajo es el reconocimiento del derecho a la huelga, la afirmación de políticas para restablecer lo social⁴, como las prestaciones sociales o las jornadas laborales que pretendían mejorar las condiciones del trabajador (Vergara y Vicaría, 2009).

Así, si se toma esta fecha de 1936 como un hito que marca la historia de la RSE en Colombia, se puede entonces visualizar esquemáticamente cierta trayectoria, según lo muestra la tabla n° 2 aquí enseguida. No se trata de un recorrido exhaustivo, porque de hecho se inicia en los años 60, prácticamente

⁴. Por ejemplo lo que en esa reforma constitucional se dice sobre el “derecho a la propiedad” y el papel del Estado como regulador de la economía.

24 años después de las reformas constitucionales mencionadas. La tabla 2 se focaliza en el problema específico de este trabajo, pero lo señalado en los párrafos anteriores indica que la RSE es fruto, también en Colombia, de un cambio de mentalidad sobre el papel de la empresa, el Estado y la civilización misma como proyecto social y cultural.

Tabla n° 2: Evolución de la RSE en Colombia

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

Fuente: Elaboración propia basado en Román et al., (2008)

Se puede percibir que la visión del desarrollo en el país fue conociendo revisiones y transformaciones, muchas de ellas fruto de dinámicas internas y otras consecuencia de los avances internacionales en materia de teoría política y administrativa. En ese sentido, en esta trayectoria histórica, se capta una creciente exigencia a las empresas para contribuir en la construcción de un país con mayor igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos, una progresiva toma de conciencia del papel de la empresa sobre el medio ambiente y un fuerte reclamo para poner a la empresa al servicio de un nuevo desarrollo, que ahora no se mide sólo por los ingresos económicos sino también por la capacidad de un trabajo mancomunado con el estado y otros sectores.

3. Hacia alguna definición de la RSE; Organismos Internacionales y Nacionales

La evolución histórica de la definición de RSE y los factores que contribuyeron a dicha evolución permiten comprender la complejidad de este concepto. En consecuencia, ser socialmente responsable no es un asunto meramente legal de cumplimiento formal de obligaciones jurídicas; la interacción de la empresa con los grupos internos y externos afectados por su proceso productivo, la necesaria implicación entre producción empresarial y medio ambiente y la ineludible articulación entre empresa y desarrollo social obligan a pensar en una concepción amplia y densa de la RSE. La tabla siguiente muestra algunas de las perspectivas diversas desde las cuales se ha intentado dar una definición de RSE, los matices de cada definición muestran diferencias, en algunas ocasiones significativas, que resultan muy interesantes a la hora de asumir la RSE como un eje transversal que compromete a toda la gestión empresarial: a la toma de decisiones, a la inversión, a la producción, a la comercialización, etc.

Tabla n° 3: Definiciones de RSE según Organismos Internacionales y Nacionales

| Definición | Aspecto destacado |
|--|---|
| El Libro Verde de la Comunidad Europea, define la RSE como “La integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” | Una opción empresarial voluntaria. El aspecto social y ambiental se pone en el centro. |
| El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), indica que la RSE es “La toma de decisiones de las empresas vinculadas a los valores éticos, el cumplimiento de los requisitos legales, y el respeto de las personas, las comunidades y el medio ambiente”. | Se mira desde la toma de decisiones. Se incluye la dimensión ética y sus valores. |
| La World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) la define así: “Compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida.” | Se ubica en el marco del desarrollo sostenible. Se enfatiza el trabajo con los empleados de la empresa sus familias. Se introduce el concepto de calidad de vida. |

| | |
|---|--|
| La ANDI define “Es el compromiso que tiene la empresa en contribuir con el desarrollo, el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida, con los empleados, sus familias y de la comunidad en general”. | El concepto de calidad de vida y de bienestar organiza la definición. Se centra en el trabajo con los empleados y sus familias. |
| El Centro Colombiano de Responsabilidad Social (CCRE) la define “Como la capacidad de respuesta que tiene una empresa, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos de interés, de esta manera son socialmente responsables, cuando las actividades que realiza se orienta a la satisfacción de las necesidades y expectativas de la sociedad como también al cuidado y preservación del entorno”. | Se subraya el impacto de la empresa sobre sus grupos de interés. Se insiste en la categoría de “necesidades sociales” y “expectativas sociales”. Se tiene en cuenta al ambiente. |
| Para la guía Técnica Colombiana Comité 180 (Icontec Internacional, 2008) define la RSE “Compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas y acciones concertadas que se generan con las partes interesadas (stakeholders), en materia de desarrollo humano integral; ésta permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales.” | Se introduce el concepto de desarrollo humano integral. Se subraya la dimensión jurídica. |
| La Organización de Naciones Unidas: Global Compact (GC) o Pacto Mundial y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (CDE): “GC es un instrumento posicionado de forma única para promover los objetivos de la ciudadanía corporativa global y la responsabilidad social”. | Se piensa en la promoción de objetivos de una ciudadanía global. |
| La Corporate Social Responsibility Europe: Business in the Community (CSR Europe) “... el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad.” | Se ubica a la empresa en relación con la sociedad y el posible impacto negativo de la primera sin acciones conformes a la ley. |

Fuente: Elaboración propia basada en Navarro (2008); Aguillón, Berrón, Peña, y Treviño (2015); Pontificia Universidad Javeriana (2007) e Icontec Internacional (2008)

De estas definiciones se desprende una conciencia cada vez más clara sobre la articulación entre empresa y sociedad, esta interrelación genera una nueva mirada sobre la empresa en sí misma, como motor de desarrollo económico-social que tienen una incidencia directa sobre la calidad de vida de los ciudadanos y sobre el medio ambiente. Esta articulación ha conocido un desarrollo jurídico que hoy impulsa a las empresas a asumir una visión y unas decisiones concretas en torno a la RSE. Sin embargo, a pesar de esta obligatoriedad legal, la cuestión decisiva es la configuración de nuevos estándares de gestión empresarial que ahora permiten medir el desempeño de una empresa en función de otros parámetros diferentes a los puros fines lucrativos. Entre esos nuevos criterios con los que la empresa puede medir su calidad y su real impacto sobre el entorno están el medio ambiente, el bienestar integral de los empleados y sus familias, la promoción de una sociedad más justa y equitativa, todos esos criterios introducen

entonces una variable fundamental que ahora la empresa no puede esquivar: la dimensión ética de la gestión.

3.1 Definiciones de algunos autores sobre RSE

Dando continuidad a las diferentes posturas de la RSE, en la tabla n° 4 se presentarán los autores más relevantes frente a este concepto:

Tabla n° 4: Diferentes significados de RSE

| <i>AUTOR</i> | <i>PERSPECTIVA DE RSE</i> |
|-----------------------------------|--|
| Smith, Adam (1937) | "La empresa debe buscar su propio interés y el mercado se encarga de regular y distribuir de la mejor manera los beneficios". |
| Friedman, Milton (1962) | "Pocas tendencias podían socavar tan profundamente los cimientos de nuestra sociedad como la asunción por parte de los representantes de las empresas de una responsabilidad social que no fuese la de hacer tanto dinero como fuese posible para los accionistas". |
| Caroll, Archie (1979) | "La responsabilidad social de las empresas comprende atender las expectativas en los campos económico, legal, ético y filantrópico que la sociedad tiene de las organizaciones en un determinado tiempo". |
| Freeman, Edward (1984) | "La empresa debe atender no solo a los accionistas, sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad conducente al logro de los objetivos de la compañía". |
| Drucker, Peter (1996) | "La habilidad que ha de tener la empresa para convertir los problemas sociales en oportunidades para la organización, siempre que tal responsabilidad sea consistente con su competencia". |
| Sen, Amartya (1999) | "La ética en los negocios desempeña un papel importante en el avance de la economía porque fomenta la protección del medio ambiente, refuerza los derechos humanos o la lucha contra la pobreza". |
| Annan, Kofi (1999) | Considera que la adopción de principios compartidos por parte de las empresas darán un rostro humano al mercado mundial, promoviendo a la vez la construcción de la RSE con fundamento en las áreas social, económica y medioambiental, con el fin de consolidar una economía globalizada responsable. |
| Neto, Olivera (2002) | "La capacidad de una empresa de escuchar, atender, comprender y satisfacer las expectativas legítimas de los diferentes autores que contribuyen a su desarrollo" |
| Sethi, (1979); Boatright , (2003) | El concepto de RSE predominante en la actualidad hace referencia a la asunción de la obligación de llevar el comportamiento corporativo a un nivel superior que sea congruente con las normas, valores y expectativas sociales existentes y no sólo con los criterios económicos y legales. |
| Porter, Michael (2006) | "No es solo ser eficiente o socialmente responsable, hay que crear valor agregado siendo consciente de que se es parte integral de una sociedad sin la cual no podría crecer mi negocio". |

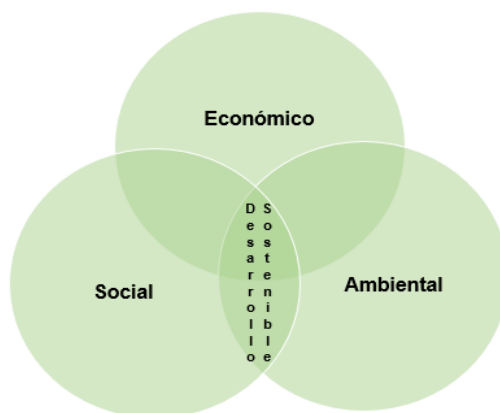
Fuente: Elaboración propia basado en Fernández (2005); Moreno et al (2010); Jaramillo (2013); Ospina, A., Cárdenas, C. y Beltrán, M. (2008); Acuña, L., Araque, J., Rosero, O., Rubio, G. y Uribe, M. (2014).

El recorrido histórico de la evolución del concepto de RSE y los aportes de autores más representativos muestra varios aspectos significativos en esta trayectoria: el primero es la mutación de una visión filantrópica a una perspectiva enfocada en acciones voluntarias de la empresa en el ámbito social como creación de valor competitivo. El segundo es la consolidación de una normatividad que se fue configurando gradualmente, y que hoy las empresas deben tener en cuenta en la toma de decisiones y en los otros procesos relacionados con la gestión. El tercero es una visión más estructural, que articula a la empresa con la dinámica socio-económica, cultural y ambiental, y que hace compleja la noción de RSE, en la medida en que pone en relación interactiva a la empresa con el entorno. Éste, en efecto, ya no se limita al bienestar de los empleados ni a los intereses de los grupos de interés implicados por el proceso productivo empresarial, sino que se liga a una visión más amplia que se ha condensado en la categoría de desarrollo sustentable. De ahí que hoy la RSE no se mire desde un solo ángulo, sino desde tres dimensiones que la constituyen, y que los expertos llaman los pilares de la RSE.

3.2 Los tres pilares de la RSE

Como se ha indicado anteriormente, las empresas no solo deben crear valor económico, sino que están llamadas a comprometerse en la creación de bienestar social y cuidado ambiental. Un punto álgido, sobre todo a la luz del pensamiento neoliberal que gobierna a la economía global, aparece aquí como un desafío empresarial: considerar que la maximización de utilidades no es su objetivo principal, sino la participación comprometida y eficaz en la promoción del desarrollo sostenible. Esto implica para la empresa busca alcanzar un equilibrio entre sus necesidades financieras legítimas y la atención al impacto que sus actividades generen en su entorno. Es ahí, en esa tensión, donde se ubica quizás el desafío más grande que lanza la RSE a las organizaciones: asumir la responsabilidad sobre los efectos o problemas que afecten a la comunidad.

Figura n° 2: Desarrollo sostenible



Fuente: Elaboración propia basada en García et al., (2014)

La figura dos muestra los tres elementos denominados “Pilares de la RSE”: lo social, lo ambiental y lo económico. Se trata de tres factores, cada uno con su complejidad propia, que no sólo aparecen aquí como elementos aislados, sino que están articulados en una relación de difícil equilibrio. Se puede decir entonces que esta figura tres representa la forma en que las empresas deben integrar en su estrategia de gestión u operación comercial la preocupación, el respeto y la interconexión con el entorno socio-económico y ambiental. La consideración seria y rigurosa de estos tres pilares tiene como resultado el desarrollo de organizaciones responsables y sostenibles, capaces de implementar planes de acción que contribuyan a la generación de valor social o económico, sin dejar de lado a sus stakeholders y al entorno donde ejercen su actividad como lo indicaron Porter y Kramer (2009) (citado por Rojas, Ramírez y Vélez, 2013), esta generación de valor algunos autores la denominan *creación de valor compartido*, concepto que va más allá del valor económico percibido por la empresa, pues se extiende hasta el valor social que la empresa transmite a través de sus *buenas acciones* frente al entorno y la sociedad.

Según Jaramillo (2013), entender esta nueva filosofía del desarrollo sostenible implica tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Determinar los objetivos sociales, económicos y medioambientales de la organización mediante dos políticas de gestión: priorizando las necesidades en un marco de eficiencia y racionalidad y teniendo en cuenta mecanismos rigurosos que aseguren los propios sistemas de calidad.
- Crear una mayor conciencia de la preservación de los recursos naturales.
- Definir con claridad hasta donde se puede crecer sin afectar las generaciones presentes ni las futuras.

Ahora bien, aunque se hable aquí de pilares, que dan la idea de estabilidad, es importante, sin embargo, tener en cuenta que la empresa vive en un entorno caracterizado por su dinamismo. Así, si la organización está interesada en producir valor compartido, y si percibe que este interés es fruto de su compromiso decidido con el entorno social, económico y ambiental, ella tendrá que tomar en cuenta justamente que su estrecha relación con el contexto la obliga a gestionar los impactos negativos que este pueda ocasionarle. Por ello, como parte también de su política de RSE, la empresa tendrá que diseñar una administración capaz de afrontar los retos del ambiente con agilidad, destreza, eficiencia, proactividad y productividad. Dicho de otro modo, fruto de una visión compartida traducida en prácticas responsables, la organización sabrá responder, desde su especificidad empresarial, a las problemáticas sociales,

económicas y ambientales que la puedan impactar, se comprometerá con el desarrollo sostenible y logrará integrar los tres pilares de la RSE:

- A nivel social: ofreciendo estabilidad laboral, promoviendo igualdad de oportunidades y generando cohesión social.
- A nivel económico: basándose en un sólido y constante conocimiento de las dinámicas económicas, que favorecerá el fomento de la innovación y la consecución de sus objetivos.
- A nivel ambiental: reduciendo los impactos negativos sobre el sistema ecológico y atacando en la raíz la crisis medioambiental que soporta los sistemas vivos.

3.3 La importancia de los involucrados en la RSE

El desarrollo de la concepción de RSE muestra un cambio de filosofía con respecto a la identidad de la empresa misma y con respecto a la noción de desarrollo. Este proceso transformador ha implicado para la empresa el manejo de muchas tensiones que estas mutaciones incrementaron. Una de las tensiones más cruciales ha sido la que se concentra entre estos dos polos: los derechos individuales y el bien común. Desde el punto de vista empresarial, esta polaridad se ha manifestado como un conflicto que se expresa bajo dos aspectos: por un lado, el conflicto que se da entre los objetivos de los accionistas y los objetivos de los 'grupos de interés' o 'stakeholders'; por otro lado el conflicto que se da entre los intereses de los 'grupos de interés' y el bien común".

Ahora bien, según Freeman (1984) (citado por Moreno, et al., 2010), “se considera grupo de interés a cualquier grupo o individuo que pueda afectar o verse afectado por las actividades de la empresa”. Inicialmente, la teoría clásica indicó que la participación de los accionistas se favorecía antes que la participación de los demás grupos de interés, lo que significaba que los derechos o privilegios no llegarían a ser unánimes (Román et al., 2008). El recorrido histórico de la noción de RSE muestra que esta tensión empresarial ha tendido a resolverse teniendo en cuenta los intereses de los 'grupos de interés'. En ese sentido se han expresado Goospastes y Atkinson (1992) (citados en Fernández, 2005), quienes afirman: “El análisis de los stakeholders en las decisiones empresariales ofrece esperanza para una fructífera resolución de la dura tensión existente entre los derechos individuales y el bien común”.

Ciertamente esta tendencia impulsa una nueva visión de la empresa y de sus metas: la organización dejaría de tener una finalidad exclusivamente lucrativa para ser vocera de principios sociales y democráticos gracias a los cuales busca la armonía entre los objetivos de quienes conforman los grupos de interés. De este modo, el dinamismo con el que hoy en día se mueven las compañías acrecienta la

necesidad de tener un compromiso con los grupos de interés o stakeholders, afectados de una u otra manera con el desarrollo empresarial. En ese sentido, uno de los principios básicos de la RSE es la gestión con estos grupos, ya que una empresa es socialmente responsable cuando reconoce que su actividad satisface las necesidades de los stakeholders y cuando integra los compromisos con ellos en la estrategia administrativa y en las operaciones de la organización. Lo que ha mostrado la experiencia histórica es que si la empresa considera a los grupos de interés como parte fundamental en el desarrollo de su actividad, alcanza entonces mayor sostenibilidad y acrecienta la capacidad para mantenerse a largo plazo, sin que esta consideración implique dejar de lado el cumplimiento de metas u objetivos que satisfagan a las necesidades mismas de la empresa. La figura n° 3 evidencia justamente como la intersección entre los intereses de la organización –los de sus accionistas en particular– con los objetivos de los grupos de interés permite a la empresa generar valor y competitividad (Ospina, Cárdenas y Beltrán, 2008).

Cabe señalar, finalmente, que entre los grupos de interés tenidos en cuenta por la empresa está la sociedad, esta nueva perspectiva representa un avance que hoy desafía a la responsabilidad social empresarial, la figura n° 3 muestra justamente que la sociedad y sus necesidades están en la base de una pirámide en la que aparecen indicados todos aquellos que son afectados o que afectan la gestión empresarial. De los diferentes aspectos que se pudieran destacar de esa figura, conviene insistir en este: que las necesidades sociales de los diferentes involucrados tienen relación directa con el desarrollo económico de la empresa.

Figura n° 3: Actores principales de la RSE.



Fuente: Elaboración propia basada en Yepes, Peña y Sánchez (2007)

Para concluir este tercer apartado, es preciso señalar una evidencia: si no hay un concepto único de la RSE, sí queda claro que la relación entre empresa y sociedad constituye un factor determinante en el desarrollo sostenible. En un entorno de constante movimiento y con grandes y no fáciles desafíos económicos y sociales, la empresa debe entonces asumir la RSE como una política administrativa que responde a dicho contexto cambiante, sin importar su tamaño, la empresa ha de integrar esta nueva perspectiva y responder, a nivel interno (accionistas, gestores, trabajadores y sus representantes) y a nivel externo (sociedad local, proveedores, clientes, consumidores, etc.) (Jaramillo, 2013), al reto de satisfacer las necesidades de cada uno de estos niveles.

4. PYME en Colombia

Si la RSE ha conocido el proceso histórico aquí arriba bosquejado, cabe entonces preguntarse cuál es la situación en Colombia sobre este tema, en particular en lo que respecta a las PYMES: ¿Es posible implementar esa perspectiva en este tipo de empresas colombianas? ¿Por qué conviene hacerlo? ¿Cómo hacerlo? Las siguientes líneas ofrecerán algunos elementos de respuesta a estos interrogantes importantes. Sin embargo, conviene comenzar señalando qué es una PYME y cuál es su gran rol –que parece contrastar con el nombre– en la economía del país.

En efecto, varios expertos en la temática señalan este gran papel de las PYME: Pinto afirma que ellas son la célula básica del desarrollo económico local y que constituyen el eslabón económico más tangible para el país (2006, p.44). Por su parte Howald (2000) asevera en ese mismo sentido: “Cuando se habla del segmento de la PYME, a menudo se habla de la columna vertebral de la economía, del motor del crecimiento económico o de la base para el desarrollo sostenible” (p.7). Así mismo, Pérez, Franco y León (2004) señalan que en la actualidad la PYME es considerada un sector dinámico de desarrollo empresarial y de crecimiento económico, estimulando la generación de riqueza, las exportaciones, el empleo y la participación en variables de producción y de valor agregado (p.7).

Con el fin de establecer qué es una PYME, en la siguiente tabla, inspirada en la Ley 905 de 2004, se puede identificar el tejido organizacional de las PYMES, caracterizado a partir de tres variables: número de empleados, patrimonio y activos (Gómez, 2010).

Tabla No. 5 Clasificación de las Empresas Mipyme.

| Tamaño de la Empresa | Empleados | Activos |
|----------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Microempresa | Máximo 10 trabajadores | Menos de 501 SMMLV |
| Pequeña empresa | Entre 11 y 50 trabajadores | Entre 501 y 5.000 SMMLV |
| Mediana empresa | Entre 51 y 200 trabajadores | Entre 5.001 y 30.000 SMMLV |

Fuente: Ley 905 de 2004, Ley Mipyme

Nótese, además, que este segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas y medianas. Esta clasificación está reglamentada igualmente por la Ley 590 de 2000, conocida como la Ley Mipymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004) (Bancóldex, 2016).

Desde una perspectiva más teórica, propia de las ciencias administrativas, algunos autores han establecido algunas características que permiten identificar a las pequeñas y medianas empresas. La tabla n° 6, basada en los trabajos de Caballero y Freijeiro (2005), muestra los rasgos distintivos de este tipo de organización:

Tabla No. 6 Características de las PYME.

| La pequeña empresa | La mediana empresa. |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Los intereses de los propietarios se identifican con los de la empresa. • No tienen mucha mano de obra fija • No suelen utilizar técnicas de gestión y no existe organigrama de la empresa. • La utilización de publicidad o promoción de ventas es escasa. • No suelen tener una red propia de comercialización y distribución. • La inversión en activos fijos es escasa. • Trabajan con un número reducido de proveedores y entidades financieras. • No suelen utilizar tecnologías desarrolladas. • Generalmente se localizan junto a grandes empresas o en núcleos de población importantes. | <ul style="list-style-type: none"> • Las funciones dentro de la empresa están claramente distribuidas. • Los propietarios son pocos y suelen depender parcialmente de la retribución de la empresa. • Se necesita, de modo permanente, del asesoramiento de consultores externos. • Sus principales armas competitivas suelen ser la calidad, la flexibilidad y la rapidez de respuesta. • Al mercado al que dirigen sus productos tiene carácter local y nacional, e incluso internacional. • Utilizan tecnología creada para otras empresas adaptándola a la suya, aunque también desarrollan departamentos de I+D. |

Fuente: Elaboración propia basada en Caballero, G. y Freijeiro, A., (2005)

Se puede percibir claramente que las PYMES tienen características específicas directamente ligadas a las razones de su nacimiento: resolver los problemas económicos de sus propietarios y del país, dada su intervención en la generación de empleo, la creación de valor agregado y la posibilidad de convertirse en una gran empresa. A estos elementos característicos hay que agregar los siguientes: que las PYMES

poseen ventajas competitivas gracias a su flexibilidad administrativa que les permite cubrir nuevos mercados, crear nuevos productos e innovar así dentro de la empresa.

4.1 La importancia de implementar la RSE en las Pymes colombianas: beneficios, ventajas y limitaciones

En lo que respecta directamente al problema de este artículo, es preciso señalar que en Colombia el desarrollo de la RSE en las pequeñas y medianas empresas no ha sido muy notable. Aunque ellas representan el 99.9% de las compañías en el país, con un aporte al PIB del 38%, tan solo el 48% de ellas tiene una política definida en materia de RSE. Por consiguiente, involucrar a las PYMES colombianas en temas de RSE es una necesidad que no puede esperar, pues de su incorporación en la planeación estratégica o en la gestión de las PYMES dependerá en gran porcentaje la disminución de muchos problemas socioeconómicos o ambientales del país (Rebeil, 2012). Esta urgencia aparece aún más apremiante si se tiene en cuenta el siguiente dato ya mencionado: que las pymes contribuyen poderosamente en la economía y en el desarrollo social del país, lo que hace que sean diferenciadoras de competitividad frente a las demás organizaciones productivas.

Ahora bien, con el fin de promover la definición, incorporación y ejecución de una política de RSE en las PYMES en Colombia, parece útil recurrir a los trabajos investigativos que han mostrado, sobre todo, las ventajas o beneficios que han obtenido las empresas con esta gestión. La figura n° 4 muestra gráficamente estos beneficios:

Figura n° 4: Beneficios de la RSE para las empresas.



Fuente: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA), 2013

De la figura anterior cabe destacar los dos tipos de beneficios producidos por la implementación de la RSE en la empresa: unos que se dan a nivel interno, en la gestión, en el clima laboral y la

comunicación, en el fortalecimiento del sentido de pertenencia corporativo y en la reducción de costos, la atracción y vinculación de nuevos talentos. A nivel externo la fidelización de los clientes, el posicionamiento social de la empresa y el fortalecimiento de su imagen, etc. Como se puede ver, se trata de una política que favorece el bienestar de todos los estamentos con los que se relaciona la empresa. Así, cualquier organización, sin importar el sector económico en el que se desempeñe, debe tomar la RSE como una estrategia cuya implementación fortalece los diferentes aspectos de la gestión empresarial. Otra tabla ratifica lo mencionado arriba, esta vez directamente sobre las PYMES.

Tabla n° 7: Ventajas que aporta la RSE a las PYMES.

| VENTAJAS QUE LA RSE | APORTA A LAS PYMES. |
|---|---|
| Internas | Externas |
| Mejor clima laboral | Preferencia en la adjudicación de controles públicos. |
| Mayor productividad | Mayor fidelización de clientes |
| Mejora de la calidad | Mejores relaciones comerciales con grandes empresas y multinacionales concienciadas |
| Mayor rentabilidad | Premios y etiquetas definitivas |
| Mayor cohesión interna | Posicionamiento de marca, mejora de la imagen y reputación/notoriedad empresarial |
| Mejores profesionales | Diferenciación frente a la competencia |
| Mayor control y gestión del riesgo | Reconocimiento público / prestigio social y mejores relaciones con la comunidad local |
| Mayor atracción y retención del talento | Preferencia en la obtención de créditos y microcréditos en entidades financieras |

Fuente: De Miguel (2011)

Sin embargo, otros estudios no muestran sólo los beneficios, sino que agregan dificultades y límites. Eso es lo que muestra la siguiente tabla n° 8:

Tabla n° 8: Análisis de algunas encuestas y estudios a Pyme sobre RSE

| Entidad | Características | Ventajas | Beneficios | Limitaciones |
|--|---|--|---|---|
| Andi (2011) | <ul style="list-style-type: none"> * Encuesta realizada a 277 Pymes * Tema: Que tanto las compañías tienen o realizan practicas responsables y si existe areas especializadas. * Resultados: 73% implementan politicas de RSE y el 68% cuenta con una area para el desarrollo de RSE | <ul style="list-style-type: none"> * Implementacion de Politicas de RSE * Area encargada para el desarrollo de practicas RSE | <ul style="list-style-type: none"> * Posicionamiento de la marca * Atraccion de nuevos empleados * Generacion de valor agregado * Sencibilizacion en la aplicacion de RSE | <ul style="list-style-type: none"> * Costos elevados para la implementacion * Falta de aliados * Falta de Cooperacion * Dificultad en la comprension del concepto |
| Universidad Externado de Colombia y Superintendencia de Sociedades (2012) | <ul style="list-style-type: none"> * Estudio realizado: a 7233 empresas con antigüedad entre 1-19 años, * Tema: conocer el comportamiento de aquellas empresas que aplican RSE en el país. * Resultados: según su tamaño las medianas tienen el 43% y las pequeñas el 30% de participación. | <ul style="list-style-type: none"> * Su principal motivacion se encuentra en el aporte social voluntario | <ul style="list-style-type: none"> * Mejoramiento de relaciones con los empleados | <ul style="list-style-type: none"> * Desembolsos de Recursos |
| Centro Internacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad (2013) | <ul style="list-style-type: none"> * Encuesta realizada a 360 organizaciones del sector privado y expertos en RSE. * Tema: Percepción sobre responsabilidad social en Colombia. * Resultados: el 48% considera que es regular seguida del 36% como buena frente al 4% deficiente y excelente 2%. desinterés social con un porcentaje del 52%, al mismo tiempo, indica que las PYMES con un porcentaje del 71% no conoce ni aplica estrategias de RSE, mientras que el 23% respondió que sí la ejerce y el 6% no sabe / no responde | <ul style="list-style-type: none"> * La encuesta no reflejo ventajas | <ul style="list-style-type: none"> * La encuesta no reflejo beneficios | <ul style="list-style-type: none"> * No aplican de forma constante practicas responsables * Desinterés Social * No conoce y no aplica estrategias de RSE * Desconocimiento en concepto e implementacion de practicas responsables |
| Análisis del estudio y las encuestas | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> * Se identifica que no hay claridad en el concepto de RSE, su implementación y el valor agregado que esta genera a la PYME. * Las Pymes tienen un gran porcentaje en cuanto limitaciones, lo que significa que no establecen dentro de su planeacion estrategica practicas de responsabilidad social empresarial impotantes para promover el desarrollo de la innovacion y generacion de ventajas competitivas. * La falta de dinero dificulta de alguna manera el proceso para aplicar RSE pero estas acciones impulsan el crecimiento financiero, la seguridad de los accionistas y la rentabilidad. * Existen Pymes que muestran desinterés social frente al entorno, no toman conciencia del daño que su actividad economica genera en diferentes ambitos pero incluir acciones responsables reduce los riesgos de operacion promoviendo una produccion mas eficiente y limpia. Ademas, fortalece la reputacion, el reconocimiento y el liderazgo en la solucion de problemas sociales. * Entre los beneficios de tener practicas de gestion socialmente responsables fortalece la relacion con los empleados porque mejora el clima organizacional, logra mayor satisfaccion y calidad de vida. | | | | |

Fuente: Elaboración propia basado en Andi (2011), Universidad Externado de Colombia y Superintendencia de Sociedades (2012) y Centro Internacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad (2013).

Una posible lectura de esta tabla permite destacar que numerosas empresas comprometidas con la responsabilidad han obtenido beneficios tanto cuantitativos como cualitativos. Desde ese punto de vista, la RSE es, finalmente, una inversión, empresarial o en palabras de García y otros, es un activo intangible (García, et al, 2014). Es decir, insertar la RSE en la estrategia empresarial tiene un efecto multiplicador en los beneficios que obtiene la compañía como lo indica Porter y Kramer (citado en Moreno, et al. 2010):

- La RSE puede ser un valor añadido a la estrategia de la empresa, preparándola y dotándola de herramientas innovadoras para hacer frente a distintas situaciones. Por lo tanto, la estrategia empresarial que haya interiorizado la RSE en sus fundamentos conduce hacia la obtención de una ventaja competitiva para la compañía.
- La RSE tiene una gran capacidad de creación de valor, que no debe quedarse únicamente en la mera visión comercial o de marketing perceptible en muchas ocasiones. La RSE, alineada con la estrategia, puede ser un fuerte motor de crecimiento sostenible para las empresas

Gracias a la RSE, según Christian Brodhag (1999) (citado en Filion, Cisneros y Mejía, 2011), “la empresa es un medio de canalizar una visión colectiva entre los hombres y mujeres que forman parte de ella” (p.31). En ese orden de ideas, Roser, (citado en García, et al., 2014), subraya que ser socialmente responsable es llevar a la práctica, en la cotidianidad de la vida empresarial, un desarrollo más igualitario, justo, solidario y equitativo, integrando en sus decisiones y operaciones comerciales preocupaciones medioambientales y sociales.

Sin embargo, existen dificultades reales para las PYMES, ante el reto de ser generadoras de desarrollo sostenible. Entre las que conviene mencionar están las siguientes: la interpretación o percepción errada del concepto; la falta de personal visionario o de líderes con voluntad política y estratégica para implementar acciones responsables; las limitaciones financieras; la falta de experiencia empresarial de los propietarios; la baja proyección estratégica y el no contar con un gran poder adquisitivo. Todos estos factores, en diversa medida, causan incertidumbre al efectuar actividades propias de la RSE. Estas dudas sobre todo giran en torno a las posibles incidencias negativas sobre la rentabilidad. De ahí la importancia que tiene subrayar, tal como se ha hecho arriba, los beneficios, incluidos los financieros, que produce la RSE.

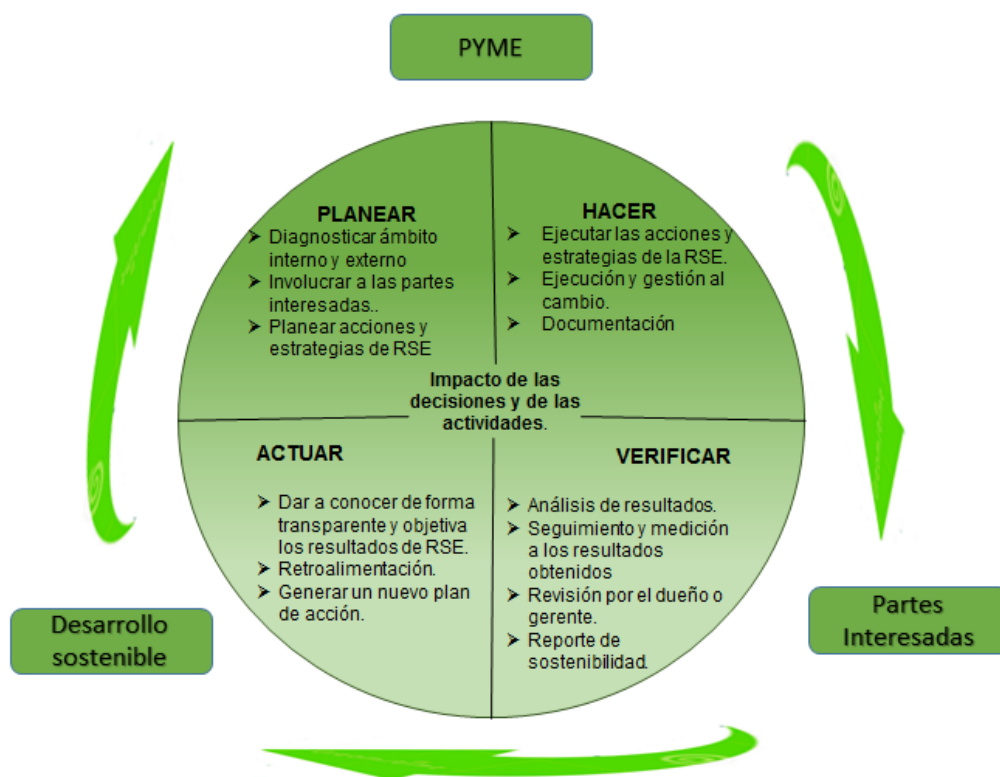
5. Una Perspectiva posible de incorporación de la RSE en las PYMES Colombianas.

Durante el desarrollo de este artículo se han abordado aspectos relacionados con el por qué y el para qué de la implementación de la RSE en las PYME colombianas. En este apartado se sugiere un ciclo de gestión que permitirá a las pequeñas y medianas empresas incorporar prácticas responsables en su planeación, lo que tendrá como consecuencia un impacto positivo en su negocio.

En efecto, desde un punto de vista más estratégico, la RSE puede ser definida como un instrumento para ser direccionado con la intención de generar resultados a mediano y largo plazo para la organización (Fernández, 2005) o como una ventaja administrativa y competitiva (Yepes, et al., 2007). De

este modo, la creciente importancia de la responsabilidad social va acompañada de la necesidad de hacer viable y factible su aplicación en la empresa. Esta postura ejecutiva o aplicativa es la única que permitirá establecer relaciones con beneficios mutuos, orientadas al desarrollo económico, social y ambiental de todos los involucrados. El proceso de ejecución comenzará entonces con un trabajo de sensibilización a las PYMES. Pero luego habrá que ofrecer una trayectoria o ciclo de gestión que muestre cuál es el proceso por seguir para su implementación. Es lo que muestra la figura n° 5.

Figura n° 5: Ciclo PHVA para implementar RSE en la PYME



Fuente: Elaboración propia basado en Ramírez, J, y Franco, E. (2011)

A continuación, se describirá el planteamiento del ciclo PHVA. Este busca sensibilizar a las PYMES sobre la importancia de implementar e incluir un sistema de gestión en sus operaciones diarias para el desarrollo sostenible entre empresa y sociedad. Las partes de este ciclo tienen una interrelación lógica que busca cumplir los objetivos de la empresa y permite a las PYMES integrar RSE en sus estrategias de negocio, con resultados a corto y largo plazo.

La primera parte del ciclo, Planear, debe contener aspectos que permitan diagnosticar la manera de llevar la RSE en las PYME, entre los que se encuentran:

- Caracterización de fortalezas y debilidades de la PYME en temas relacionados con RSE.
- Reconocimiento de oportunidades y amenazas existentes en el entorno, enfocadas hacia la PYME y sus grupos de interés.
- Identificación de intereses o expectativas que existen por parte de los stakeholders con quien tiene relación la PYME.
- Establecer cuáles son los impactos negativos que la actividad de la PYME está generando al entorno y a sus grupos.
- Planteamiento de objetivos e indicadores que determinaran el resultado de la gestión en relación con las actividades que se realizarán de RSE en la PYME y de los cuales se arrojará un informe o balance social al final del proceso.

Una vez identificados y diagnosticados estos aspectos, se decidirán las acciones o estrategias que se llevarán a cabo en el futuro para el desarrollo de políticas de RSE. Aquí el objetivo es saber cómo actuará la empresa, en función de las demandas sociales, económicas y ambientales, lo que a su vez tendrá repercusiones sobre la misma sostenibilidad empresarial.

La segunda parte del ciclo, Hacer, permitirá dar inicio a la ejecución del plan o las estrategias establecidas. Estas deberán ser desarrolladas de forma ordenada y controlada, y para ello debe existir dentro de las PYME un área o una persona encargada de realizar, promover y cumplir el proceso de las actividades propuestas.

En la tercera parte, la Verificación, el proceso está marcado por el análisis de los resultados obtenidos o de los impactos de las prácticas implementadas a nivel socio-económico y ambiental. Estas prácticas son medidas o comparadas con las actividades u objetivos establecidos previamente, lo que dará como consecuencia la visualización del nivel de cumplimiento alcanzado, y que se reflejará en un reporte de sostenibilidad comunicado a los Stakeholders.

Por último, la cuarta parte, el Actuar, corresponde a un nuevo ciclo de acciones transparentes y coherentes con la información obtenida. Así, fundamentalmente, se reconocerán aquellos procesos de RSE que deben mejorar. Aquí es importante establecer un dialogo conjunto en el que los grupos de interés realicen la retroalimentación correspondiente, con el aporte de acciones correctivas, acuerdos sobre nuevas prácticas o nuevos objetivos sobre los cuales se estructurarán planes de gestión futuros.

Este ciclo es apenas un itinerario que debe tender a algo más decisivo en la organización: la creación de una cultura empresarial. Tal idea la expresan ACOPI, KAS y CINSET (citado en Pinto 2006) en estos términos: “la responsabilidad social en la PYME es una cultura que, en todas las áreas claves de la gestión y de los resultados empresariales, procura impactar positivamente a todos los públicos afectados por la acción de la empresa” (p.56). Y no habrá cultura empresarial al respecto si las implicaciones de esta nueva perspectiva empresarial no son comprendidas por su propietario y por aquellas personas que se encuentran alrededor de esta. Por consiguiente, la importancia de implementar la RSE en las PYME de Colombia implica un proceso de gestión voluntaria ajustado a sus características o necesidades, a sus realidades económicas y de operación.

Conclusiones

La RSE actualmente es uno de los temas que más auge tiene en cualquier empresa, sin importar su actividad o su tamaño. Es por ello que se convierte en una oportunidad para transformar el desarrollo empresarial en pro de los grupos de interés, con la gran capacidad de llegar a contribuir al bienestar y beneficio para cada uno de ellos. De esta manera, el enfoque de este artículo es crear conciencia en las PYMES para que, de forma voluntaria, implementen la RSE asumiendo compromisos o acciones responsables que permitan satisfacer las necesidades o exigencias de los stakeholders y que vayan en pro de la comunidad y del medio ambiente. Está claro que la PYME recibirá como beneficio crecimiento empresarial, competitividad en el mercado, reconocimiento de marca o imagen, entre otros.

Implementar la RSE en las PYMES apunta a la construcción y a la capacidad social que se puede generar desde la empresa para beneficio de la humanidad. Sobre todo si se hace de forma estratégica, manejando los recursos financieros, tecnológicos, físicos, organizacionales y humanos para fortalecer la relación entre empresa y entorno a largo plazo, la voluntad y el liderazgo del gerente o dueño de la PYME en generar actividades de responsabilidad social empresarial permite la integridad y transparencia de su ejercicio económico ante la sociedad y el país. En efecto, este liderazgo apoya la generación de estándares que ofrezcan resultados sociales, económicos y ambientales tales como los siguientes: no afectar el ecosistema, ofrecer mejores condiciones laborales y contribuir a la rentabilidad del negocio en corto y largo plazo.

Adoptar estrategias de RSE en la PYME apunta a un desarrollo de mercado y socio-económico que, como consecuencia, evolucionará a nivel local, nacional e internacional. La razón, tal como lo muestran los

estudios citados, es que muchos de los clientes actuales demuestran más interés en adquirir productos o servicios de empresas que están comprometidas con responsabilidad social, es así como la implementación de la RSE la PYME favorece su desempeño organizacional porque mejora la calidad de vida del entorno, ofrece oportunidades laborales y es confiable para la comunidad y todo esto incide en la construcción de un desarrollo sostenible.

Algunas PYMES consideran que el cumplimiento de obligaciones legales es RSE. En este artículo se ha mostrado como implementar más ampliamente la RSE mediante un ciclo que comporta planeación, ejecución, resultados y retroalimentación.

Este artículo ha puesto de manifiesto los beneficios o ventajas que tendrá incluirla en su planeación estratégica, sin desconocer las dificultades y retos que la ejecución de tal proceso implica. Pero el énfasis puesto sobre los beneficios no busca otra cosa sino ampliar una visión empresarial que apueste decisivamente por un desarrollo sostenible, fuente de una sociedad más equitativa y humanizada.

Bibliografía

Acuña, L., Araque, J., Rosero, O., Rubio, G. y Uribe, M. (2014). *Responsabilidad Social Empresarial: una mirada desde la teoría y la praxis empresarial*, Colombia: Colors editores.

Aguillón, Á., Berrún, Luz., Peña, J. y Treviño, F. (2015). *El Comportamiento Humano en las organizaciones*. Recuperado de:

https://books.google.com.co/books?id=TNPwCgAAQBAJ&pg=PT245&dq=definici%C3%B3n+de+RSE+segun+el+BID&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwig-aWM_vDKAhUJJx4KHVnnA30Q6AEIHjAB#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20RSE%20segun%20el%20BID&f=false

ANDI. (2011). *Informe encuesta de Responsabilidad Social Empresarial*. Recuperado de Pactodeproductividad:http://www.pactodeproductividad.com/pdf/resultadosdeencuestasobrerse2010_2011.pdf

Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF). (2015). Gran Encuesta Pyme. Recuperado de: <http://anif.co/encuesta-pyme>

Bancóldex. (06 de 02 de 2016). *Banco de Comercio Exterior de Colombia*. Recuperado de: <https://www.bancoldex.com/Sobre-microempresas/Clasificacion-de-empresas-en-Colombia315.aspx>

Caballero, G. y Freijeiro, A., (2005). *Dirección estratégica de la pyme. Fundamentos y teoría para el éxito empresarial*, España: Netbiblo.

Centro Internacional de Responsabilidad y Sostenibilidad. . (11 de 2013). *rsonoticias.com*. Recuperado de http://www.rsonoticias.com/Presentaci%C3%B3n_encuesta_definitiva.pdf

De Miguel Corrales , M. L. (Abril de 2011). *La Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y mediana empresa*. Recuperado de <file:///C:/Users/11101460/Downloads/Gu%C3%ADa%20RSE%20PYME%20DEFINITIVA.pdf>

Fernández, R. (2005). *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*, España: Thomson.

Filion, L., Cisneros, L. y Mejía, J., 2011. *Administración de PYMES: emprender, dirigir y desarrollar empresas*, México: Pearson.

Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (CRANA). (2013). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PYMES*. Recuperado de <http://www.mas-business.com/docs/La%20Social%20en%20pymes.pdf>

García, J., Palacios, B. y Espasandín F. (2014). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa*, Madrid: Ediciones Pirámide.

González, J. (1991). Las reformas liberales de 1936 y 1968. *Credencial Historia, edición (13)*.

Gómez, M. (2010). La gestión y la información sobre la responsabilidad social empresarial de las Pymes: la necesidad de la diferenciación. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (56), 15-40.

Howald, F. (2000). *Obstáculos al desarrollo de la PYME causados por el Estado de Colombia*, México D.F.: McGraw-Hill.

Icontec Internacional. (25 de 06 de 2008). *Tienda.icontec.org*. Recuperado de <http://tienda.icontec.org/brief/GTC180.pdf>

Jaramillo, I. (2013). *La Responsabilidad Social Empresarial como base fundamental para el cumplimiento y fortalecimiento de los derechos laborales*, Colombia: Editorial Dike.

Moreno, A., Uriarte, L. y Topa, G. (2010). *La responsabilidad social empresarial*, Madrid: Ediciones Pirámide.

Navarro, F. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Recuperado de: [https://books.google.com.co/books?id=CLnHKcDFNhMC&pg=PA139&dq=el+Libro+verde+de+la+comunidad+europea+\(definicion+RSE\)&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjnj-u4-PDKAhUS42MKHaE7BLoQ6AEIGzAA#v=onepage&q=el%20Libro%20verde%20de%20la%20comunidad%20europea%20\(definicion%20RSE\)&f=false](https://books.google.com.co/books?id=CLnHKcDFNhMC&pg=PA139&dq=el+Libro+verde+de+la+comunidad+europea+(definicion+RSE)&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjnj-u4-PDKAhUS42MKHaE7BLoQ6AEIGzAA#v=onepage&q=el%20Libro%20verde%20de%20la%20comunidad%20europea%20(definicion%20RSE)&f=false)

Pérez, L., Franco, G. y León, L. (2004). *Estrategias Gerenciales y Sociales de la Pequeña y Mediana Empresa Cartagenera*, Colombia: Editorial Gente Nueva Ltda.

Pinto, J., (Ed). (2006). *Los Objetivos del Milenio y la Responsabilidad Social de las Pyme: una metodología de evaluación*, Colombia: Legis S.A.

- Pontificia Universidad Javeriana. (2007). *Situación de la responsabilidad social y ambiental de la empresa en las PYMES de Latinoamérica*. Bogotá.
- Ramirez, J, y Franco, E. (2011). *Responsabilidad social empresarial: estudio de caso para la empresa publinter ltda. con base en la norma técnica colombiana gtc 180* (tesis de pregrado). Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia.
- Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E. y García, C. (2012). *Responsabilidad social empresarial*, México: Pearson Educación.
- Rebeil, M. (2012). *Responsabilidad Social Organizacional*. México, D.F.: Editorial Trillas.
- REVISTA DINERO. (2015, 09 de febrero). *¿Por qué fracasan las pymes en Colombia?* Revista Dinero. Recuperado de <http://www.dinero.com/economia/articulo/pymes-colombia/212958>
- Rivero, P. (2006). La Responsabilidad Social Corporativa en las Pymes. *Lan Harremanak*, (1), 77-91.
- Rojas, G., Ramírez, C. y Vélez, J. (2013). *Gerencia de la responsabilidad social en las organizaciones de hoy*, Ibagué, Colombia: León Gráficas S.A.
- Román, Y., Sánchez, Y., Correa, J. y Olarte, O. (2008). *Responsabilidad Social y Balance Social en Organizaciones Colombianas*, Colombia: Logofomas impresión digital.
- Ospina, A., Cárdenas, C. y Beltrán, M. (2008). *¿Cómo la Responsabilidad Social Empresarial aporta a los objetivos del milenio?*, Colombia: Cambio estratégico.
- Universidad de La Salle. (11 de 2015). Plan Institucional de Desarrollo (PID) 2015-2020. Recuperado de http://www.lasalle.edu.co/wps/wcm/connect/82e9437f-c7fa-465e-b4da-6ee8306fc380/Librillo_61.pdf?MOD=AJPERE
- Universidad Externado de Colombia y Superintendencia de Sociedades. (21 de 10 de 2015). *Administracion.uexternado*. Recuperado de <http://administracion.uexternado.edu.co/PRME/memorias/Estado%20de%20la%20RSE%20en%20Colombia%20Superintendencia%20de%20Sociedades.pdf>
- Vergara, M., y Vicaría, L. (2009). *Ser o aparentar la Responsabilidad Social Empresarial: analisis organizacional basado en los lineamientos de la Responsabilidad Social Empresarial* (tesis de pregrado). Recuperada de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis250.pdf>
- Yepes, G., Peña, W. y Sánchez, L. (2007). *Responsabilidad social empresarial Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*, Colombia: Digiprint Editores E.U.