

La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas

Corporate social responsibility (CSR) as a strategic element in colombian MSMEs

Anny Astrid Espitia Cubillos

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, estrategia, mipymes.

Key Words: Corporate Social Responsibility, Strategy, MSMEs.

RESUMEN

El presente documento es un estado del arte que busca hacer una compilación teórica de contenidos útiles para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como elemento estratégico a nivel de las mipymes colombianas. El documento parte de la presentación del significado de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), de la planeación estratégica y de las mipymes, lo que permite hacer un análisis de la teoría existente a partir de la consulta de artículos científicos. Finalmente, se concluye que aunque la RSE es un tema que surgió hace mucho tiempo, en los últimos años ha tenido mayor difusión y acogida en Colombia, donde aún se implementa de manera voluntaria, sin embargo se pronostica que en el futuro su aplicación será mandatoria, por lo mismo existen muchos estudios al respecto, pero ninguno de ellos enfocado en las mipymes.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha recobrado vital importancia desde su aparición ya que su realización permite que las organizaciones cumplan su papel en la sociedad, como entes constructores, transformadores y desarrolladores de la misma, con ética empresarial, mejorando la calidad de vida de los miembros de cada organización, sus familias y su entorno. Sin embargo, la RSE ha experimentado un desarrollo desigual en los diferentes ámbitos (Herrera, Larrán y Martínez, 2013). Esto hace referencia particularmente al hecho de que las grandes empresas están muy avanzadas en este tema mientras que las mipymes, por su parte, tienen un grado de desarrollo mucho menor.

ABSTRACT

This document is a state of art that seeks to make a theoretical compilation of useful content for the study of Social Responsibility (CSR) as a strategic element at Colombian SMEs. The document begins with the presentation of the meaning of Corporate Social Responsibility (CSR), strategic planning and MSMEs, allowing an analysis of existing theory from the consultation of scientific articles. It is concluded that although CSR is a theme that emerged long ago, in recent years has been more widespread and welcomed in Colombia, where yet is being implemented voluntarily; however, in the future it will be a mandatory application, therefore there are many studies on this, but none of them focused on MSMEs.

Del mismo modo, desde los años 1990 se reconoce la importancia de las mipymes dado el elevado número de las mismas en Colombia y su contribución en la producción nacional y la generación de empleo. Hoy en día la gran importancia de la pequeña y mediana empresa es una realidad plenamente aceptada en Colombia y en los demás países (Cala, 2005).

Es importante reconocer que la RSE no es un tema de moda, y que por el contrario se ha constituido es una tendencia que cada vez adquiere mayor relevancia. Como lo señalan Porter y Kramer (2006), mediante iniciativas privadas, públicas y mixtas, tanto en el ámbito nacional como internacional, la RSE se ha posicionado como un "discurso" además de aceptable, necesario y estratégico, en la actividad empresarial. Es importante tener en mente que la estrategia es una herramienta gerencial vital para

determinar la orientación de cualquier tipo de organización, y facilita su transformación y

adecuación a las realidades del entorno.

ESTADO DEL ARTE

Evolución histórica de la RSE

Aunque la participación privada en iniciativas de carácter filantrópico inician desde el siglo XIX, estas fueron vistas como obras de caridad efectuadas por la iglesia financiada con donaciones privadas individuales, la RSE como tal surgió en los 20's, su difusión y fortalecimiento se inició en los 50's y 60's partiendo de la idea de que si las empresas usan recursos de una sociedad y estos le generan beneficios, el deber ético de las empresas es devolver a la sociedad parte de dichos beneficios.

Ya desde mediados del siglo XX Bowen (1953) señala se consideraba que las empresas debían tomar en cuenta las consecuencias sociales de sus decisiones internas.

Un hito de la RSE fue la iniciativa del "Pacto Global" (Global Compact) entre las Naciones Unidas y el mundo del libre mercado que propuso el Secretario General de Naciones Unidas, Kofi Annan, en el Foro Económico Mundial de 1999, cuya perspectiva teleológica, como se señaló en el discurso plenario, "es promover el diálogo social para la constitución de una ciudadanía corporativa global, que posibilite conciliar intereses de empresas, con demandas y valores de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs)". Los principios del pacto global se agrupan en cuatro categorías (Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Anticorrupción), y se derivan, básicamente, de: la Declaración Universal de Derechos Humanos; la Declaración de Principios de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los derechos fundamentales en el trabajo, y la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.

RSE en Latinoamérica y Colombia

Latinoamérica parte de una tradición filantrópica corporativa que ha ido poco a poco evolucionando hacia una responsabilidad social más activa, tanto hacia dentro como hacia fuera de la empresa (Vives y Peinado-Vara, 2011).

Los factores que conducen al avance latinoamericano en RSE son, en primer lugar, la globalización

(materializada entre otros en aperturas económicas, tratados de libre comercio, convenios de colaboración entre países), la influencia sobre la región de las prácticas avanzadas en RSE llevadas a cabo en Brasil, las iniciativas globales de organismos internacionales (ONU, BID, Banco Mundial, ISO) y la mayor conciencia social de los stakeholders.

La realidad de Latinoamérica está marcada por la inequidad, por ello la cultura de los consumidores latinoamericanos ha venido evolucionando y ahora prefieren los productos (bienes y servicios) ofrecidos por empresas "socialmente responsables". Como lo mencionan Vives y Peinado-Vara (2011) a nivel de RSE hay elementos prioritarios globales comunes como el medioambiente, los derechos humanos, el trabajo infantil y forzado y condiciones laborales mínimas, una vez abordados estos temas, las prioridades latinoamericanas son los asuntos laborales y la inclusión para responder a la gran desigualdad en el ingreso, y en Colombia el conflicto social y la necesidad de afrontarlo con la ayuda del sector privado.

Aunque la RSE es nueva, según Gómez (2011) en Colombia este concepto tiene más de cien años de desarrollo, por ello el país se adhirió al Pacto Global en el año 2004 (para participar los representantes legales de las organizaciones emiten una carta expresando su apoyo dirigida al Secretario General de las Naciones Unidas), una vez se participa la organización debe llevar a cabo los cambios requeridos en su funcionamiento para que el pacto y sus principios sean parte de la planeación estratégica y su materialización, publicar en el informe anual o reporte corporativo una descripción de las acciones relacionadas y, apoyar públicamente el pacto.

Definición RSE

Para entender el significado de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se debe partir de la comprensión de que cada ciudadano y organización tiene un rol al interior de la sociedad. La sociedad está conformada por individuos con objetivos, conductas y cultura compartida, que se relacionan cooperativamente interactuando entre sí, con lazos

económicos, ideológicos y políticos; su supervivencia y sostenibilidad depende en gran medida del buen ejercicio de los roles ciudadanos. Según la alianza Colombiaincluyente.org es en este marco donde la RSE aparece como la responsabilidad que tienen las empresas frente al funcionamiento de la sociedad. Y esta es, en principio, desarrollar la actividad empresarial siempre desde una perspectiva ética que reconozca la dignidad del ser humano, pues una buena ética empresarial juega un papel sustancial en el éxito económico y social. Como bien lo menciona Amartya Senn, se trata de un desarrollo de, para y por la gente. (2010).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en un tema que está en construcción y evolución permanente, tanto a nivel nacional como global, esto sumado a la variedad de los temas que trata y los distintos enfoques que se pueden tener hacia ellos hace que no exista una definición única, amplia y suficiente que abarque todo lo que pueda ser RSE.

Sin embargo se destacan las construidas por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD, 1998) (compromiso permanente de los negocios de comportarse éticamente y de contribuir al desarrollo económico al tiempo que se mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local y de la familia en general), la Unión Europea (Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo "más" en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la dirección y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad. Abre una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad, (2001)), las normas ISO 26000, la organización para la cooperación y el desarrollo económico (OECD), el Business in the community-UK y el World Economic Forum (WEF) a nivel global y las de la GTC 180 (compromiso voluntario que las organizaciones

asumen frente a las expectativas concertadas que en materia de desarrollo humano integral se generan con las partes interesadas (stakeholders o grupos de interés), y que, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales, le permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ecológico (2008)), la ANDI, la Red del Pacto Global en Colombia y el centro colombiano de responsabilidad social a nivel nacional.

Al respecto, Moguel et al (2012) señalan que una definición de RSE puede considerarse completa si comprende el rango de obligaciones que la empresa tiene con la sociedad, representando las categorías económica, legal, ético y discrecional del desempeño del negocio. También se sabe que la empresa es una organización humana que busca simultáneamente varios fines: económicos (como la ganancia, la autosostenibilidad en el mediano y largo plazo) y antropológicos (como la atención de las necesidades de las personas y contribuir al desarrollo de los miembros de la organización -dueños, directivos, empleados- y la comunidad -clientes, proveedores, gobierno,...).

La RSE contempla varios componentes: ética empresarial (Mercado y García, 2007), transparencia y rendición de cuentas (Calderón et al, 2011), preservación del medio ambiente (Mercado y García, 2007; Rodríguez, 2013; Calderón et al, 2011), calidad de vida en el trabajo y prácticas responsables de gestión humana (Mercado y García, 2007; Rodríguez, 2013; Calderón et al, 2011), vinculación empresa-sociedad (Mercado y García, 2007), comunidad (Rodríguez, 2013), clientes (Rodríguez, 2013), políticas de responsabilidad social y gobernabilidad (Calderón et al, 2011).

Dado que la RSE no es una práctica de carácter individual ni privado, genera un efecto multiplicador que requiere mayor participación de las distintas organizaciones, por ello al no ser un elemento aislado se propone tener un mente un principio de colaboración al momento de diseñar acciones que permitan materializar la RSE.

Benito y Esteban (2012) estudian cómo las redes de cooperación pueden ser un elemento para incentivar a las microempresas a poner en marcha políticas de RSE, fortaleciendo el grado de desarrollo de su capital relacional y estructural.

Partiendo del hecho de que cada organización está inmersa dentro de la sociedad y establece vínculos con ella, no se pueden considerar como elementos completamente independientes, de eso se deriva la relevancia de contemplar todos los grupos que tienen un interés por la empresa sin importar si están al interior o al exterior de la misma. Las partes interesadas (stakeholders) son las personas que pueden afectar o verse afectadas por las actividades que desarrolla una organización, otra forma de verlos es como los intermediarios requeridos para lograr el cumplimiento de los planes organizacionales. En cualquier caso, es importante construir relaciones duraderas de tipo gana-gana, que favorezca la colaboración entre las partes.

Las organizaciones en general están permanentemente en la búsqueda de estrategias que les permitan mejorar, y dar respuesta a aquello que esperan y exigen los stakeholders, de los que habla explícitamente la ISO 26000 al igual que la GTC 180, en la definición de RSE. Seguí (2012) contempla como grupos de interés en la RSE (accionistas, empleados, clientes, proveedores, comunidad y administración pública). A este mismo nivel, Moguel et al (2012), considera a los miembros de la organización -dueños, directivos, empleados- y a la comunidad -clientes, proveedores, gobierno,...).

Gestión humana y RSE

Las decisiones asociadas con la fuerza laboral afectan la RSE, la administración de empleados, su capacitación, el diseño de puestos de trabajo, las normas laborales, el adecuado ambiente laboral y los temas relacionados con seguridad industrial son pilares de la RSE.

La gestión humana está trascendiendo su papel instrumental para convertirse en apoyo para la competitividad de las organizaciones y uno de los aspectos en que tiene que apoyar a la empresa es en el cumplimiento de su responsabilidad social (Calderón, Álvarez y Naranjo, 2011). Por ello en su investigación buscan la relación entre la gestión humana como apoyo para la competitividad de las organizaciones y en el cumplimiento de su RSE desde la teoría, para contrastarla con empresas colombianas, presentando un análisis con técnicas de clúster y técnicas descriptivas y cualitativas considerando dimensiones internas y externas.

Aunque desde la óptica empresarial los miembros de la organización son recursos humanos, no dejan de

ser personas. Ya que el recurso más importante para una empresa son las personas al ser responsables de los procesos, es clave tratarlo adecuadamente porque su comportamiento puede llevar al éxito o al fracaso. El impacto de la RSE en las estrategias de capital humano en las mipymes colombianas es muy alto, ya que por definición unos de los elementos principales de la RSE es precisamente mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias.

De nada sirve tener las mejores y más modernas máquinas, equipos, herramientas, software, instalaciones, procesos, sistemas de control si las personas a cargo de los mismos no las usan correctamente y si no toman decisiones favorables, es así que el desarrollo y crecimiento de las empresas depende de sus miembros.

En un entorno cambiante, la adaptabilidad y el aprovechamiento de las mejores oportunidades por parte de las organizaciones, la racionalización de sus actividades y el incremento de su productividad, derivan de la capacidad de sus empleados y de su actuación cooperativa (Arnoletto, 2009).

La dirección de talento humano debe conciliar las necesidades de los empleados como seres humanos y las de la empresa que son básicamente la productividad, competitividad y alta eficiencia, por ellos debe constituirse en un facilitador de la integración, buenas relaciones interpersonales y trabajo en equipo, lo que finalmente se traduce en su buen funcionamiento, una empresa con personal desmotivado, inconforme, insatisfecho está condenada al fracaso.

Por lo anterior, el uso de estrategias adecuadas en temas de capital humano puede convertirse en una ventaja competitiva en las organizaciones y en el soporte del progreso de toda empresa.

Aunque los estudios de RSE se concentran en las relaciones entre la empresa y los actores externos, igualmente existen las relaciones internas enfocadas al bienestar de los empleados. Una organización que pretenda ser socialmente responsable con la sociedad debe hacerlo también en su interior, por ello debe considerar el bienestar personal de cada uno de sus miembros, incluyendo su desarrollo físico, intelectual, emocional y espiritual, también su integridad, el trabajo en equipo, el buen trato y el cumplimiento de la normatividad laboral como parte de una estrategia de RSE.

Publicaciones sobre RSE

Según lo consultado en la base de datos Scencedirect.com se observa que las publicaciones en español en el tema de "Responsabilidad social empresarial" son relativamente recientes y se ha publicado desde el 2007.

Alvarado, Bigné y Curras Pérez (2011), hacen una exploración profunda de la literatura relevante para identificar, revisar y sintetizar las teorías empleadas para el estudio de la RSE, mostrando sus principios fundamentales y las principales críticas y para clasificarlas según en dos criterios: (i) la racionalidad predominante que subyace a cada una de ellas y (ii) la concepción del rol de la institución empresarial en la sociedad que defienden.

Seguí (2012) en su investigación analiza la importancia que las entidades de crédito españolas asignan a sus grupos de interés (accionistas, empleados, clientes, proveedores, comunidad y administración pública) consultando 57 de ellas. Concluye que las entidades de crédito centran su interés básicamente en dos grupos de interés: empleados y clientes.

Dada la importancia del concepto de responsabilidad social en el mundo de los negocios, la poca claridad y relación con las prácticas; es primordial tratar de entenderlo para definirlo y de esta forma saber cuáles son las acciones a implementar para ser socialmente responsable (Crespo, 2010); por lo mismo en su artículo Crespo (2010) presenta las cuestiones teóricas y algunos estudios en Latinoamérica, especialmente en Colombia concluyendo con datos empíricos que permiten generar una discusión entre las prácticas de las empresas socialmente responsables con las nociones de distintos autores, para ver cuál sería el concepto más apropiado y de aplicabilidad a la academia y a la empresa.

La RSE es un tema con auge en la administración, que suele ser analizado desde una mirada casi utópica o desde una perspectiva crítica. El trabajo de Mollo y Maroscia (2012) estudia la RSE desde la sustentabilidad que busca lograr un proceso de simbiosis entre empresa y sociedad en el que ambas se beneficien. Del caso bajo estudio en Argentina identifican cuatro factores determinantes de éxito: 1) el estudio previo del destino de las acciones de RSE. 2) la importancia del área de responsabilidad social en la empresa, 3) la falta de trabas burocráticas para la

realización de las distintas acciones y 4) la resolución de conflictos.

Planeación estratégica y la RSE

A nivel de gestión empresarial, el concepto de estrategia logró protagonismo a partir de los 80's, sin embargo sus orígenes provienen del término griego *stratego* que significa "general" (entendido como grado militar). También fueron grandes estrategias militares los chinos, principalmente encabezados por el gran Sun Tzu, que marca los importantes pilares sobre los que se asienta gran parte de la estrategia empresarial actual. (Muñiz, 2010).

La estrategia se elabora con el fin de determinar la orientación de cada organización y ayuda a fortalecerla no sólo en el corto, sino en el mediano y largo plazo. La planeación estratégica busca definir objetivos (medibles y alcanzables), identificar los recursos requeridos para su logro; esta planeación es aplicable a cualquier organización independientemente de su tamaño y pretende cubrir todas sus áreas, para buscar el éxito global y no sólo el de un área particular. Chiavenato (1981), señala como componentes de planeación: 1) La identificación de los responsables de definir los objetivos organizacionales y la forma en que se construyen, 2) la elaboración de planes y proyectos para alcanzarlos, 3) la programación de actividades, 4) el establecimiento de indicadores de gestión y 5) el seguimiento y control.

La planeación estratégica parte de la definición de la misión, los objetivos y la visión organizacional, decisiones tomadas por los directivos. Muñiz (2010) expresa que la misión es la que define la razón de ser de la empresa, que condicionará sus actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas; su formalización es necesaria para hacer explícito el qué, cómo y para qué de la organización, por su parte Senge (2004) considera que las organizaciones exitosas cuentan con un sentido más amplio de fin que va más allá de la mera satisfacción de las necesidades de sus propietarios y empleados, que busca contribuir de manera única y distintiva agregando de valor. La visión expresa la orientación que se quiere dar a la empresa en el largo plazo, esta se propone y se ajusta según el mercado, para ello se debe conocer la idea principal que motiva el desarrollo futuro de la empresa, identificar los aspectos estratégicos que requieren mayor esfuerzo

para alcanzar la idea principal y el cómo identificar si se va por buen camino. Los objetivos en una organización constituyen la forma específica en que se elimina la brecha entre la misión y la visión. Estos son metas que la empresa debe cumplir, es importante que sean conocidos por todos los miembros de la organización, para que sirvan como elementos orientadores de sus labores. Los objetivos de la empresa permiten medir su desarrollo, estos pueden ser financieros y estratégicos. Los primeros se refieren típicamente al incremento de utilidades, el adecuado flujo de caja, la obtención de rentabilidad de la inversión, el aumento de ingresos e incremento de valor de las acciones. Los segundos se relacionan básicamente con la competitividad de la empresa, análisis del mercado, mejor reputación, liderazgo y mayor participación en el mercado, en esta categoría podrían incluirse los temas relacionados con RSE. El control estratégico consiste en hacer seguimiento y evaluar la gestión empresarial a distintos niveles para asegurar su funcionamiento correcto, de modo tal que se logren los objetivos planeados a través de las estrategias establecidas. Para su ejecución es posible usar evaluación cualitativa de manera complementaria al cálculo e interpretación de indicadores. El control permite verificar lo sucedido para identificar las variaciones y sus causas, de forma que sea posible diseñar a futuro acciones correctivas. El modelo del Cuadro de Mando Integral (Kaplan y Norton, 2002), creado para medir el desempeño organizacional desde cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos y, aprendizaje y crecimiento, a través del uso de indicadores, se puede aplicar a cualquier empresa independientemente de su tamaño y objeto social. Su aplicación inicia con la planeación estratégica para desarrollar elementos que se pueden plasmar en un mapa estratégico que muestra y relaciona los objetivos, iniciativas y medidas de desempeño. También, es necesario identificar “la propuesta de valor al cliente”, es decir, aquello que diferencia la empresa de las demás desde la óptica del cliente; a este nivel, según Treacy y Wiersema (referenciados en Kaplan y Norton, 2002) existen tres estrategias no excluyentes: 1) Liderazgo de productos, que se centra en ofrecer la máxima calidad y funcionalidad, 2) Relación con el cliente, que se ocupa de la generación de vínculos con los compradores, para conocerlos y ofrecerles productos que satisfagan a sus necesidades; y 3) Excelencia

operativa, que se enfoca en ofrecer productos a un precio competitivo.

El uso de los indicadores como los de innovación tecnológica en América Latina y el Caribe contenidos en el Manual de Bogotá (2001) –inspirado en el Manual de Oslo– permite medir de manera objetiva la madurez alcanzada y proponer mejoras, considerando el papel estratégico de la innovación en el desarrollo económico y social, que es bastante similar a la óptica de RSE que se propone tener en mente. Pese a que los sistemas de información facilitan el análisis y gestión de datos para la toma de decisiones, la verdad es que las mipymes colombianas no tienen acceso a estas por distintos factores, y toman decisiones más respondiendo a las necesidades del momento y a partir de las “corazonadas” de sus líderes.

La RSE ha evolucionado desde agrupar una serie de actividades filantrópicas hasta lo que Porter y Kramer (2002) llaman “inversión social estratégica” que permite realzar el contexto competitivo, alinear metas sociales y económicas y mejorar las expectativas de un negocio a largo plazo; esta planeación permite visualizar los programas de RSE desde un punto de vista estratégico, administrable que evidencie un compromiso auténtico de la empresa con los stakeholders. En definitiva la RSE se entiende como un compromiso que es parte de la estrategia de negocio.

En un mundo globalizado, el sector empresarial no puede seguir negando la necesidad de adoptar la responsabilidad social como estrategia para alcanzar beneficios externos e internos (Mercado y García, 2007). El fin de esa investigación exploratoria fue describir la responsabilidad social en 31 empresas del Valle de Toluca (México) en cuatro componentes: ética empresarial, preservación del medio ambiente, calidad de vida en el trabajo y vinculación empresa-sociedad. Los resultados muestran que las empresas estaban en el nivel inicial de filantropía, con voluntad de la alta dirección y accionistas lo que podría favorecer la adopción de la responsabilidad social.

También, es necesario identificar “la propuesta de valor al cliente”, es decir, aquello que diferencia la empresa de las demás desde la óptica del cliente; a este nivel, según Treacy y Wiersema (referenciados en Kaplan y Norton, 2002) existen tres estrategias no excluyentes: 1) Liderazgo de productos, que se centra en ofrecer la máxima calidad y funcionalidad, 2)

Relación con el cliente, que se ocupa de la generación de vínculos con los compradores, para conocerlos y ofrecerles productos que satisfagan a sus necesidades; y 3) Excelencia operativa, que se enfoca en ofrecer productos a un precio competitivo, que pueden ser sumadas a las actividades de RSE para el desarrollo de ventajas competitivas.

Según Alvarado y Schlesinger (2008) el marketing indica que las acciones y programas de RSE podrían mejorar la imagen y la reputación de las empresas ante los ojos de sus consumidores y constituirse en una importante fuente de ventaja competitiva, pero se desconoce las percepciones de los consumidores. La investigación partió de una revisión de la literatura para plantear un modelo de relaciones estructurales que se contrastó a través del análisis de covarianzas de una muestra de consumidores jóvenes de telefonía celular de Valencia, España. Los resultados muestran que las expectativas económicas, ético-legales y discrecionales de la responsabilidad social influyen significativa y directamente sobre la imagen de la marca, e indirectamente sobre la reputación.

Es importante considerar que la RSE representa una innovación en sí, que por su amplio espectro puede ser de productos, procesos, gestión organizacional, y hasta de comercialización.

La gerencia de producción se encarga de los procesos productivos, es decir las entradas, las transformaciones y las salidas de los productos (bienes y servicios) y según David (2013) comprende cinco áreas de decisión: proceso, capacidad, inventario, fuerza laboral y calidad.

En lo relacionado con el proceso la RSE debe considerarse en el momento en que se diseña el producto para que este sea amigable con el medio ambiente se adecue y cuando se selecciona la tecnología para producir cierto artículo de modo tal que esta no afecte de manera negativa el medio ambiente, también al momento de estructurar los procesos bajo la figura de producción limpia considerando también aspectos ergonómicos para los futuros empleados inmersos en el proceso productivo.

En lo que tiene que ver con la capacidad de las operaciones se debe ser racional al momento de elaborar planes agregados de producción al ver los empleados como algo más que un simple recurso, ya que es uno de los principales stakeholders de la compañía y al despedir y contratar personal con un

criterio meramente económico, se desconoce o, al menos, se desprecia el efecto que esto puede traer sobre el clima organizacional, así que los colaboradores de la organización pueden sentirse desmotivados y esto hace que su nivel de compromiso se vea disminuido. Teniendo en mente estas mismas ideas se debe llevar a cabo el diseño o rediseño de plantas, la distribución de las instalaciones, de modo tal que además de favorecer el flujo de material permita contar con puestos ergonómicos y un ambiente de trabajo que propenda por el bienestar de los trabajadores, por su parte la ubicación de las instalaciones debe considerar el entorno social y su posible afectación. Finalmente, la calidad total de las operaciones debe enfocarse en mejorar la calidad de vida de quienes intervienen en la elaboración del producto y en los consumidores finales del mismo, quienes son respectivamente stakeholders internos y externos de la organización.

RSE en mipymes en Colombia

Vives, Corral e Isusi (2005) resaltan que en la Unión Europea existe una definición única de PyME, sin embargo esto no sucede a nivel de Latinoamérica, lo que da lugar a que cada país construya la suya, en Colombia la Ley 905 de 2004 del Congreso, en su artículo 2, define la clasificación de empresas según su tamaño considerando el número de empleados y los activos totales de la unidad de explotación económica, así: una microempresa es aquella con hasta 10 empleados y unos activos inferiores a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes, una empresa pequeña cuenta con entre 11 y 50 trabajadores y activos entre 501 y 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes, y una empresa mediana tiene entre 51 y 200 trabajadores y activos inferiores entre 5.001 y 30.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Para el análisis del sector, se considera que según Vives, Corral e Isusi (2005) en los países latinoamericanos existen cerca de 10,64 millones de empresas, de las cuales el 98,3% son mipymes. Este comportamiento es similar en Colombia donde las mipymes representan un sector importante ya que, según elespectador.com, "el 96% de las empresas son mipymes y Bogotá concentra el mayor número de éstas con el 96,4% de las 23.000 existentes", el "76% del empleo lo generan las micro, pequeñas y medianas empresas, el 70% de los empleos en Bogotá son originados por pymes, el 45% de la producción de

estas compañías está dedicada a la manufactura y el 40% de los salarios registrados por el país son originados por las mipymes”.

Según Benito y Esteban, las microempresas presentan algunos atributos que las distinguen de las grandes empresas y de los que se derivan algunos inconvenientes a la hora de adoptar principios y políticas de responsabilidad social. Sin embargo, los principios de responsabilidad social pueden y deben integrarse en cualquier tipo de organización, incluida la microempresa. En este trabajo, se estudia cómo las redes de cooperación pueden ser un elemento apropiado para incentivar que las microempresas pongan en marcha políticas de responsabilidad social, potenciando algunas ventajas y mitigando algunas desventajas que las microempresas presentan a la hora de abordar este tipo de políticas y fortaleciendo, en última instancia, el grado de desarrollo de su capital relacional y estructural. Para elaborar el estudio se ha propuesto un modelo teórico en el que se analizan los componentes de estos tipos de capitales en la empresa, adaptándolo a la microempresas y estudiando las influencias que las políticas de responsabilidad social y la pertenencia a redes de cooperación pueden tener en estos componentes. (2012).

Como lo señala Ecología y Desarrollo (2012) ya que las mipymes son actores importantes en la promoción de una economía más responsable entre otras por las crecientes demandas en relación a la RSE de las grandes empresas hacia su red de proveedores,

tendrán que asumir estas obligaciones con pocos recursos, información y herramientas y dentro de un entorno muy complejo y dinámico.

Según George Kell, director ejecutivo del Pacto Mundial de Naciones Unidas, “la ayuda a las pequeñas empresas para estimular la acción colectiva en todos los frentes y aumentar su compromiso con los derechos humanos y la lucha contra la corrupción será crucial si queremos equilibrar la Responsabilidad Social Empresarial”. Este entorno muestra la necesidad de aunar fuerzas (a través de un programa colaborativo) que permita el establecimiento y/o fortalecimiento de acciones relacionadas con la RSE en las mipymes de distintos sectores, que está formado por organizaciones que a su vez están inmersas dentro de una cadena de suministros.

Existen numerosas metodologías y sistemas para abordar el tema de la RSE en la cadena de suministro. Es así como se manifiestan ciertas guías prácticas que detallan los pasos a seguir para incorporar la RSE en la gestión de la cadena de suministro. Ecología y Desarrollo (2012) señala que a pesar de estas diferencias, generalmente el primer paso consiste en llevar a cabo una evaluación sistemática de los riesgos ambientales, sociales y económicos en la cadena de suministro. Dado que los riesgos RSE en la cadena de suministro de una empresa no son iguales para todos los proveedores que la integran, es imprescindible categorizar todos los proveedores, asignado a cada empresa dentro de la cadena de suministro un nivel de riesgo.

CONCLUSIONES

La RSE es un tema que surgió desde hace mucho tiempo pero en los últimos años ha tenido mayor difusión y acogida en Latinoamérica y Colombia, donde aún se implementa de manera voluntaria, por lo mismo existen varios estudios al respecto, pero ninguno de ellos se concentra en la mipymes, por lo que resulta interesante el estudio de la temática propuesta.

La RSE no es sólo es un tema de moda sino que se constituye en una tendencia que cada vez adquiere mayor relevancia, ya que su cumplimiento permite que el papel de las mipymes en la sociedad (como entes constructores, transformadores y desarrolladores de la misma) se cumpla con ética

empresarial, mejorando la calidad de vida de los miembros de cada organización, sus familias y su entorno.

La planeación estratégica define el norte de la organización, permite orientar el comportamiento de cada miembro, fundamenta la toma de decisiones lo que permite la coherencia en todas sus actividades. Esta debe considerarse como un proceso dinámico y flexible que permita la adaptación de la organización al comportamiento cambiante del mercado, propendiendo por el mejoramiento continuo de la empresa como un todo. Las estrategias dirigen la compañía al cumplimiento de los objetivos a la luz de su misión.

En definitiva la RSE se entiende como un compromiso que es parte de la estrategia de negocio.

Las posibles investigaciones que se pueden derivar son por un lado, el estudio de la RSE en mipymes (tema de poco estudio comparado con los avances a nivel de las grandes compañías) en un país latinoamericano (que tienen menor nivel de desarrollo en el uso de practica integrales de RSE) que tenga en cuenta las especificidades de la economía colombiana que afronta grandes amenazas derivadas

de la firma de tratados de libre comercio y, de otro lado, la estructuración de un modelo de RSE que use una estrategia colaborativa con empresas del mismo sector, que podría contemplar alianzas con el gobierno, la academia, empresas más grandes, agremiaciones, entre otros actores, fundamentadas en relaciones del tipo gana-gana que constituya una innovación en procesos (al ver la RSE desde un óptica estratégica) y que permita a las mipymes alcanzar, o al menos buscar, innovación en sus productos.

REFERENCIAS

- Alvarado, A., Bigné, E. y Curras, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad, *Estudios Gerenciales*, 27(118), 115-137.
- Alvarado, A. y Schlesinger, M. (2008). Dimensionalidad de la Responsabilidad Social Empresarial percibida y sus efectos sobre la imagen y la reputación: una aproximación desde el modelo de Carroll, *Estudios Gerenciales*, 24(108), 37-59.
- Arnoletto, J. (2009). Cultura, clima organizacional y comportamiento humano en las organizaciones. *Folletos Gerenciales*, Dirección de Capacitación de Cuadros y Estudios de Dirección (DCCED), 13(1), 70-86.
- Benito, S. y Esteban, P. (2012). La influencia de las políticas de responsabilidad social y la pertenencia a redes de cooperación en el capital relacional y estructural de las microempresas, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(2), 166-176.
- Calderón, G., Álvarez, C. y Naranjo, J. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial, *Estudios Gerenciales*, 27(118), 163-188.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Séptima Edición. Editorial McGraw-Hill.
- Colombia Incluyente. (2010, Junio 24). RSE Empresarial. Recuperado de <http://www.colombiaincluyente.org>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001, Julio 18). Libro Verde. Bruselas. Recuperado de http://ec.europa.eu/green-papers/index_es.htm
- Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial, *Estudios Gerenciales*, 26(117), 119-130.
- David, F. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. Edición 14. México. Editorial Pearson.
- De los Ríos, A., Ruiz, M., Tirado, P. y Carbonero, M. (2012). Una aproximación a la relación entre información sobre la responsabilidad social orientada al cliente y la reputación corporativa de las entidades financieras españolas, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15(3), 130-140.
- De Zuani, Rafael Elio. (2003). *Introducción a la Administración de Organizaciones*, Segunda Edición, Editorial Maktub.
- Ecología y Desarrollo. (2012). La RSE en la cadena de suministro de las grandes empresas españolas. Estado actual, tendencias y su impacto en las PYMES españolas. Colección la empresa de mañana: La transición hacia una economía sostenible. Recuperado de http://ecodes.org/documentos/Informe_RSE_Cadena_de_suministro.pdf
- ICONTEC. (2008). *Guía técnica Colombiana 180*. Recuperado de <http://www.icontec.org.co/index.php?section=367>
- Kaplan, R. y Norton, D. (2002). *Cuadro de Mando Integral*. Barcelona, Editorial Gestión 2000.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. México, Editorial Prentice Hall.
- Ley 905 de 2004 del Congreso de Colombia, por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana.
- Mercado, P. y García, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del valle de Toluca (México). Un

- estudio exploratorio, *Estudios Gerenciales*, 23(102), 119-135.
- Moguel, M., Laguna, H., Camacho, J., Trejo, J. y Gordillo, R. (2012). La responsabilidad social de las empresas.
- Mollo, G. y Maroscia, C. (2012). Simbiosis entre empresa y sociedad. El caso del Banco Galicia y el Museo de Ciencias Naturales de La Plata, *Estudios Gerenciales*, 28, (122), 169-180.
- Muñiz González, R. (2010). Marketing en el siglo XXI. Centro de Estudios Financieros. 3ª Edición. Recuperado de <http://www.marketing-xxi.com/ladireccion-estrategica-16.htm>
- Porter, M. Kramer, M. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*. Recuperado de <http://www.salesforcefoundation.org/files/HBR-CompetitiveAdvAndCSR.pdf>
- Porter, M. y Kramer, M. (2002). The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*
- Rodríguez, P., Fuentes, F. y Sánchez, S. (2013). Revelación de información sobre clientes, comunidad, empleados y medio ambiente en las entidades financieras españolas a través de las memorias de responsabilidad social corporativa (2007-2010), *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(3), 180-187.
- Seguí, A. (2012). Los grupos de interés en las entidades de crédito españolas, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(1), 33-51.
- Senge, P. (2005). *La quinta disciplina en la práctica*. 6ª edición. Argentina, Editorial Granica.
- Somarriba, M. (2008). Aproximación a la medición de la Calidad de Vida Social e Individual en la Europa Comunitaria. Universidad de Valladolid. Departamento de Economía Aplicada (Estadística y Econometría). Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/mnsa/>
- Vélez, I. (2012). Planeación estratégica para organizaciones sociales en Colombia. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 7(2), 1129-1137.
- Vives, A. y Peinado-Vara, E. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones (Banco Interamericano de Desarrollo).
- Vives, A., Corral, A. e Isusi, I. (2005). Responsabilidad social de la empresa en las pymes de Latinoamérica. Banco interamericano de desarrollo. Nueva York.
- Zhu, J. (2001): "Multidimensional quality of life measure with an application to Fortune's best cities", *Socio-Economic Planning Sciences*, nº 35, pp. 263-28. Referenciado en Somarriba, M. (2008)

Autor

Anny Astrid Espitia Cubillos. Profesor asociado de tiempo completo del programa de ingeniería Industrial, Universidad Militar Nueva Granada y Líder del grupo de investigación GINTECPRO del programa de ingeniería Industrial, Universidad El Bosque, Bogotá, Colombia.

E-mail: anny.espitia@unimilitar.edu.co

Recibido: 20-02-2015

Aceptado: 20-04-2015