

EN TORNO AL IMPACTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE EN LAS PYME COLOMBIANAS: UN ACERCAMIENTO INICIAL

Daniel Restrepo Marín¹

Resumen

La responsabilidad social empresarial ha tomado mucho interés en las últimas décadas, y ha sido tratada desde diferentes perspectivas y disciplinas, gracias a la diversidad de problemáticas con que ésta se relaciona. Este artículo tiene como objetivo estudiar el impacto que puede tener la integración de prácticas socialmente responsables en las pequeñas y medianas empresas (PyME) en Colombia, e igualmente busca identificar el enfoque que sea el más adecuado a su contexto. En los conceptos de responsabilidad social empresarial propuestos por las principales organizaciones que la fomentan, y las diferentes concepciones de los autores de la RSE, se pueden identificar varios enfoques que pueden ser o no adecuados para una empresa dependiendo de su tipo. Para el caso de las PyME colombianas el más adecuado, según la opinión del autor, podría ser el enfoque de la “actuación social de la empresa” pues da un balance en la satisfacción de los objetivos de la empresa y los de los demás stakeholders.

Palabras clave: Responsabilidad Social, PyME, Enfoque, Stakeholders, Actuación Social

Abstract: Corporate social responsibility has been a subject of much interest in recent decades, and has been treated from different perspectives and disciplines, thanks to the

¹ Estudiante de Contaduría Pública del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Correo: daniels.rpo@gmail.com

diversity of issues it deals. This article aims to study the potential impact of the integration of CSR practices at the micro, small and medium enterprises (PyME) in Colombia, and also seeks to propose an approach that is most appropriate to their context. In the concepts of corporate social responsibility given by the main organizations that encourage, and different conceptions of the authors of RSE can be identified several approaches that may or may not be appropriate for a company depending on its type, which in the case PyME in Colombia the right, in the opinion of the author, is the focus of "social performance of the company" because it gives a balance in meeting the objectives of the company and other stakeholders.

Keywords: Social Responsibility, PyME, Focus, Stakeholders, Social Performance

Introducción

La mayoría de empresas en Colombia, y en general en toda América Latina, son micro, pequeñas y medianas empresas, que tienen una gran importancia debido a su significativa contribución al empleo y la producción, y más importante aún, su cercanía a los grupos de interés, a las comunidades, y a los problemas sociales y ambientales de las mismas; sin embargo, el desconocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) por parte de las PyME hace que avancen más lentamente y quizás por el sendero equivocado.

Desde la aparición del concepto de RSE, éste ha ejercido una mayor presión sobre las grandes empresas que sobre las PyME, lo que explica el hecho de que los modelos de RSE hayan sido estructurados generalmente para aquellas. Aunque las prácticas responsables de las PyME tengan elementos en común con las de las grandes empresas, las primeras responden a otros elementos diferentes que hacen necesaria la estructuración de un modelo adecuado a sus características y más específicamente al contexto en el que se desarrollen (Cristina, Cristina, & Lorea, 2011).

Una definición inicial de RSE, planteada por la Comisión de las Comunidades Europeas en el "Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las Empresas" la identifica como:

La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con el entorno. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir a plenitud 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. (2001)

En este concepto puede verse que existen unas problemáticas que son comunes en todo el mundo y que la RSE busca solucionar, tales como la crítica situación actual del ambiente, los derechos humanos, las condiciones laborales, entre otros. Sin embargo, las condiciones de América Latina son diferentes a las de Europa, y mucho más diferentes por supuesto son las de Colombia, y cada una de estas problemáticas tiene diferentes prioridades de atención de acuerdo con su contexto.

Este documento intenta identificar las condiciones más favorables para la implementación de prácticas de RSE en las PyME de Colombia, con el fin de evitar que la buena intención de estas empresas se pierda ante el desbordamiento de exigencias, requisitos y demanda de recursos que los modelos actuales exigen a las grandes empresas. Para ello resulta necesario caracterizar no solo las PyME, sino en general el sector de las MIPyME colombianas, el entorno en el que se desarrollan y la población que han de favorecer con la implementación de la RSE.

Igualmente resulta importante analizar, desde el concepto más amplio de Responsabilidad Social Empresarial, todos los elementos que la componen, así como las ideas y planteamientos de los principales autores de la RSE, lo que permitiría identificar los obstáculos y oportunidades que en este aspecto tienen las PyME en el contexto colombiano.

Panorama Empresarial: Las MIPyME en Colombia

A pesar de la notable importancia de este reglón del sector empresarial en Colombia, de las MIPyME Colombianas se sabe muy poco en realidad, consecuencia de la poca información que hay sobre éste y lo desactualizado de los censos y estadísticas que hay referentes al respecto. Sin embargo, hay varias cosas que saber sobre ellas.

Según la Ley 590 de 2000, expedida para promover su desarrollo,² se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, “toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana” que además, cumplan con los criterios de clasificación según activos y número de empleados para esa categoría organizacional.

Para efectos legales, una microempresa es aquella que tiene hasta 10 empleados y activos totales de menos de 501 SMLV; la pequeña empresa tiene entre 11 y 50 empleados, y activos totales entre 501 y 5.001 SMLV; y las empresas medianas tienen entre 51 y 200 empleados, y activos totales desde 5.001 hasta 15.000 SMLV, aunque para casos en que estos datos sean contradictorios, prevalece el factor activos.

Tomando como fuente el reporte de MIPyME N° 3 de diciembre de 2008, proporcionado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo,³ se estima que hay registradas 628.797 empresas en Colombia y en ellas hay una participación del 99,6% de las MIPyME, de las cuales el 91,9% corresponde a las microempresas, el 6,2% a las pequeñas empresas, y el 1,5 a las medianas empresas.

El censo de 2005 del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas -DANE- reportó 1.442.117 establecimientos, de los cuales 1.389.698 son MIPyME o sea el 94,6%. De éstos, 1.336.051 corresponden a microempresas que representan el 92,6% del total; 46.200 a pequeñas empresas, 3,2% del total; y 7.447 a medianas empresas, 0,5% del total. En cuanto a la participación en el empleo de los establecimientos, las MIPyME consagran el 80,8% del personal ocupado. De este total, el 50,3% corresponden al personal en las microempresas; el 17,6% a las pequeñas; y el 12,9% a las medianas empresas.

² Esta ley que tiene por objetivo promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

³ La información estadística del reporte ha sido tomada principalmente del DANE, tanto del censo económico de 2005 como de la encuesta anual manufacturera, y de la encuesta de servicios y de comercio del mismo año. De otra parte, también se ha acudido a información del RUE de Confecámaras y de las encuestas de opinión empresarial de ANIF y CINSET.

DISTRIBUCION SECTORIAL Y GEOGRAFICA DE LA MIPYME

En términos generales la distribución geográfica de las MIPyME se concentra en los cuatro principales centros productivos: Cundinamarca-Bogotá, Antioquia, Valle, y Atlántico. Bogotá reúne el 50% de las MIPyME en Colombia, Medellín el 13%, Cali el 11%, barranquilla el 5%, y Bucaramanga el 4%, en este tipo de empresas de los sectores comercial, industrial y servicios.

Las MIPyME se desempeñan principalmente en tres sectores económicos, servicios, industrial y comercio, y cada uno de estos sectores es más relevante dependiendo del tipo de empresa acorde a su tamaño.

Las microempresas se destacan principalmente en el sector comercial, desarrollando actividades de comercialización al por menor en establecimientos no especializados con surtido especialmente en alimentos, alcohol y tabaco; y a la comercialización al por menor en establecimientos especializados de prendas de vestir y sus accesorios. Otro importante porcentaje de estas están en el sector de servicios desarrollando actividades como el expendio a la mesa de comidas preparadas en restaurantes y cafeterías. Y un tercer sector de relevancia para las microempresas es el industrial en el que realizan actividades como la fabricación de prendas de vestir, la elaboración de productos de panadería, y la fabricación de muebles para el hogar.

Por su parte, las Pyme encuentran un principal desarrollo en el sector de servicios, efectuando actividades en la práctica médica, educación básica secundaria y actividades de las IPS con internación. Siguiendo en orden de importancia están, el sector comercial con actividades como la comercialización al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto de alimentos, bebidas y tabaco; comercio al por mayor de productos diversos, y mantenimiento y reparación de maquinaria y equipo. Y el sector industrial relacionado con actividades de confección de prendas de vestir, fabricación de panela y otras industrias manufactureras.

IMPORTANCIA DE LA MIPYME EN COLOMBIA

Los puntos anteriormente presentados nos muestran cómo las MIPyME representan el reglón más amplio de las estadísticas en materia de contribución a la generación de riquezas, empleo, crecimiento económico, bienestar y mejora en la distribución del ingreso.

Todos estos indicadores nos demuestran cómo la economía de un país como Colombia no depende exclusivamente de las grandes empresas y que contrario a esto, siempre ha sido un país de micro, pequeñas y medianas empresas que apenas hace poco da cuenta del potencial de estas unidades empresariales y pone especial atención e interés en ellas.

Sabiendo de la importancia de este sector empresarial en nuestro país, es primordial la contribución a la búsqueda y construcción de modelos que aporten al desarrollo de esta figura empresarial y sean aprovechadas todas las oportunidades que esta figura brinda tanto a la sociedad como a la economía nacional. Esto a razón de que existen todavía muchas debilidades y falencias en el sector empresarial de las MIPyME relacionadas tanto con su contexto como con los agentes que intervienen en ella.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La responsabilidad social empresarial o también llamada responsabilidad social corporativa no cuenta con una definición universal precisa, sin embargo, muchas organizaciones que se han encargado de promover estas prácticas le han dado diferentes significados e interpretaciones. Es así como diversas construcciones teóricas especifican que:

“la responsabilidad social empresarial es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad, con el objetivo de mejorar la calidad de vida” (World Business Council For Sustainable Development, 2006).

Es así como la RSE se pregunta por la manifestación de unas problemáticas que atañen una solución en el mundo y sobre todo el país, de cara a unas lógicas empresariales propias que

logren contribuir con éstas, en definitiva la RSE se entiende como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con el entorno.” (Comisión De Las Comunidades Europeas, 2001). Y es que va más allá de la norma o la legislación, según la teoría y en tanto, “supone un planteamiento de tipo estratégico que afecta a la toma de decisiones y a las operaciones de toda la organización, creando valor a largo plazo y contribuyendo a la obtención de ventajas competitivas duraderas” (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2005)

Ahora bien, podemos identificar varios elementos o aspectos importantes de que trata la RSE, como son:

La voluntariedad de adoptar esa responsabilidad. Es claro que la responsabilidad social empresarial se asume como un compromiso voluntario por parte de cada empresa u organización y que no se impone como una obligación legal para éstas, pero si puede generar una obligación tacita por el hecho de que actualmente la sociedad consiente de sus necesidades y de las problemáticas actuales tiene preferencia sobre las organizaciones que se integran a este tipo de prácticas, lo que obliga a las demás empresas a adoptarlas para poder ser competentes en el medio.

Las relaciones con los agentes tanto internos como externos a la empresa y que intervienen o se ven afectados por las decisiones de ésta (stakeholders). Al respecto, el Profesor Jack Araujo trata este punto citando a Domenach, como el doble carácter de la responsabilidad social de la empresa: interna y externa.

"La primera concierne a sus trabajadores, los cuales tienen sus propias expectativas y objetivos complementarios a los de la empresa, aunque no idénticos, y en cuya satisfacción la empresa debe participar. La segunda tiene que ver con los demás sectores con los cuales la empresa tiene relación, como: clientes, consumidores, accionistas, proveedores, acreedores, comunidad local, sociedad, Estado, medios de información, gremios, etc." (Domenach, Citado por Araujo, 2010; 5).

ENFOQUES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

En el transcurso de los años, la Responsabilidad Social Empresarial ha sido analizada desde diferentes perspectivas y bajo el pensamiento de diferentes autores, gracias a esto han surgido a través del tiempo algunos enfoques que han permanecido vigentes hasta el sol de hoy. Y es que Adolfo Carbal especifica que hay tres estadios principales:

“Un primer estadio, está definido por los planteamientos del premio nobel Milton Friedman, (...) “entendiéndose desde este punto de vista la responsabilidad social de la empresa como el cumplimiento de las responsabilidades jurídicas y económicas del ente, concepción que encontró ahínco en la ideología neoliberal, dada su marcada visión economicista y utilitarista. Esta propuesta se establece a partir de una responsabilidad social en una economía de libre mercado, donde se privilegia la propiedad privada, entre otros aspectos” (Jiménez, 2008 citado por Carbal, 2009: 12). Un segundo estadio fue denominado como “la sensibilidad social de la empresa”. “en esta visión es posible diferenciar las obligaciones sociales, de las responsabilidades sociales y la sensibilidad social. Esta es la etapa que se podría clasificar como el surgimiento y posicionamiento de la “filantropía empresarial” de carácter estratégico y rentístico. El contexto de surgimiento y consolidación de esta etapa, estuvo signado por el reconocimiento de la crisis ambiental que afrontaría el planeta, por la expansión de los mercados financieros mundiales, el fortalecimiento de las empresas multinacionales y el desmembramiento creciente de la gran línea de producción industrial que implico el traslado de la producción a los países periféricos y el consecuente aumento del desempleo en los países centrales (...).” (Ariza et all, 2008, citado por Carbal, 2009: 13). Un tercer y último momento fue definido como “la actuación social de la empresa”, modelo que proporciona un marco de referencia que incluye unos principios éticos de reflexión orientados a fundamentar las responsabilidades sociales, unas pautas para estructurar el proceso de respuesta de la empresa ante demandas o expectativas sociales, y la implementación de respuestas efectivas en cada empresa teniendo en cuenta su actividad específica y su entorno social (Melé, 1997, citado por Carbal,2009; 13). La actuación social de la empresa o corporate social performance es definida como

la configuración en la organización empresarial de principios de responsabilidad social, procesos de respuestas ante los requerimientos sociales y políticos, programas y resultados tangibles que manifiestan las relaciones de la empresa en la sociedad (...). (Jiménez, 2008, citado por Carbal, 2009; 13)” (Carbal Herrera, 2009).

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ENFOCADA A LAS MIPYMES

Las prácticas de responsabilidad social empresarial son compatibles con cualquier tipo de empresa, aunque dependiendo de su tamaño deben ser aplicadas de diferentes formas, pues todas atienden a necesidades distintas e igualmente las razones y metas para adoptar este tipo de prácticas no son iguales. Ya Antonio Vives había hablado sobre la posibilidad de adoptar prácticas responsables por parte de las PyMEs, y con respecto a esto se pregunta: “¿Son posibles las prácticas responsables en las Pymes? (...) no solamente son posibles, sino deseables, no sólo por la contribución que hacen al mejoramiento de la sociedad y del medio ambiente, sino porque además pueden aportar beneficios para la empresa” (2011).

En el caso de Colombia, que encuentra su actividad empresarial esencialmente concentrada en las micro, pequeñas y medianas empresas, tiene una gran oportunidad en el desarrollo de una responsabilidad social enfocada a la “actuación social de la empresa” gracias a la cercanía que tiene a todos los grupos de interés, a las comunidades y a las problemáticas sociales y ambientales del contexto en el que se desarrollan. Aunque este tipo de prácticas pueda tener beneficios económicos para la empresa, estos no son el principal interés de las PyMEs, pues:

“Aun cuando las pymes quieran tener los mayores beneficios posibles, en muchos casos este no es el componente principal de su estrategia (...). Lo que quiere decir, es que pueden estar dispuestas a sacrificar algunos de estos beneficios, consciente o inconscientemente, en el logro de otros objetivos como contribuir al desarrollo de la comunidad, ayudar a los menos afortunados, etc. (...) Para las Pymes puede bastar con que los beneficios vayan en la dirección correcta y no que sean lo más grandes posibles. Esto tiene implicancias sobre las estrategias a usar en la promoción de las

prácticas responsables, donde el argumento empresarial (que estas prácticas contribuyen a los beneficios de manera tangible o intangible) es importante, sobre todo en el largo plazo, pero no crítico ya que pueden reaccionar a otras consideraciones del tipo altruista, éticas o de satisfacción personal.” (Vives Antonio, 2011).

Igualmente es importante para el éxito de la empresa en la aplicación de prácticas socialmente responsables, el apoyo por parte de la comunidad y los demás stakeholders que en ella intervienen “lo que implica que el trabajo no solo debe ir direccionado a la PyMEs, también a la comunidad, para que entienda que una empresa socialmente responsable debe contar con su aprobación y apoyo, buscando consagrar un esfuerzo con un doble efecto” (Carbal Herrera, 2009).

CONCLUSIONES

Colombia no depende exclusivamente de las grandes empresas, contrario a esto, siempre ha sido un país de micro, pequeñas y medianas empresas. Estas unidades empresariales tienen una gran importancia debido a su significativa contribución al empleo y la producción, y más importante aún su cercanía a los grupos de interés, a las comunidades, y a los problemas sociales y ambientales de su contexto.

La Responsabilidad Social Empresarial no cuenta con una definición precisa y global, sin embargo, en los conceptos propuestos por las principales organizaciones que la fomentan, y las diferentes concepciones de los autores de la RSE, se pueden identificar varios enfoques que pueden ser o no adecuados para una empresa dependiendo de su tipo.

Las PyME como cualquier tipo de empresa es susceptible de prácticas de responsabilidad social empresarial, bajo las condiciones y el enfoque adecuado a cada una de éstas; en el contexto de Colombia, teniendo en cuenta sus características y las de las PyME, es recomendable aplicarlas enfocada hacia la “actuación social de la empresa” porque es importante que tengan en cuenta en sus estrategias tanto el beneficio económico y productivo, como también el logro de los objetivos en beneficio de los demás stakeholders.

BIBLIOGRAFIA

Araujo Ensuncho, J. A. (2010). JackAraujo.net. Recuperado el 30 de 11 de 2013, de http://www.jackaraujo.net/remington_2010_04/doc1.pdf

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (Julio de 2005). AECA. Recuperado el 25 de 11 de 2013, de http://www.aeca.es/comisiones/rsc/articulosexclusivos/articuloexclusivo1_joseluis.htm

Carbal Herrera, A. (2009). Responsabilidad Social: Desafíos y Complejidades Para la Pequeña y Mediana Empresa. Responsabilidad Social Empresarial y Contabilidad: Apuntes Críticos, 9-30.

Castromán Diz, J. L., & Porto Serantes, N. (1999). La Responsabilidad Social de la Empresa: Impacto Social, Comportamiento Empresarial e Información Pública. Recuperado el 29 de 11 de 2013, de Dialnet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=565243>

Comisión De Las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Bruselas.

Cristina, I. L., Cristina, A. A., & Lorea, C. N. (2011). Un análisis multidimensional de la heterogeneidad de la responsabilidad social en la pequeña y mediana empresa. Revista europea de dirección y economía de la empresa, 117-138.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Diciembre de 2008). MIPyMEs.gov.co. Recuperado el 22 de 11 de 2013, de Mincit: www.MIPyMEs.gov.co/descargar.php?id=41096

World Business Council For Sustainable Development. (2006). Generation Lost: Young Financial Analysts and Environmental Social and Governance Issues. Génova.

ONU (1987), Report of the World Commission on Environment and Development. Consultado el día 29/11/2013, en <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>

Vives Antonio (2011). Practicas Responsables en Pequeñas y Medianas Empresas. La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina. 343-366.