

Coyuntura de las MiPymes en Colombia durante la pandemia de Covid-19. Una reflexión desde la responsabilidad social empresarial

The situation of MSME in Colombia during the Covid-19 pandemic. A reflection from the perspective of Corporate Social Responsibility

Recibido: 12-12-2021 • Aprobado: 05-06-2022 • Página inicial: 107 • Página final: 122

Doi: 10.53995/23463279.1168

Oscar Eduardo Torres Fernández*

Juan Manuel Bucheli Calvache**

Resumen: La investigación presenta una reflexión sobre los desafíos de las MiPymes colombianas durante la pandemia del Covid-19. Para el análisis se adoptó el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial como una cuestión de negocio, *business case*, y la racionalidad *estratégica* implícita. De tipo cualitativo, descriptivo, se empleó en el estudio una metodología basada en la revisión bibliográfica con el uso de categorías teóricas a las cuales se adaptó el análisis empírico inductivo. Los resultados mostraron prácticas innovadoras avanzadas en parte de las MiPymes colombianas que se correlacionan con buenos resultados en el desempeño para la satisfacción de los *stakeholders*.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial (RSE), MiPymes, Grupos de Interés, Covid-19.

Abstract: The study represents a reflection about the challenges that Colombian MSME faced during Covid-19 pandemic crisis. The analysis follows the business case approach for the Corporate Social Responsibility and also the strategic rationality implied. A qualitative and descriptive investigation was carried out based on a scoping review and the use of theoretical categories to whom the empirical inductive analysis was adapted. The results show the advance innovative practices employed by Colombian MSME which are correlated with a great organizational performance and the stakeholder's satisfaction.

Keywords: Corporate Social Responsibility (RSC), MSME, Stakeholders, Covid-19.

JEL: I18, L20, L25, M14

* Magíster en Administración de Organizaciones, Administrador de Empresas. Investigador del Grupo IDEESE. Fundación Universitaria de Popayán. Popayán, Colombia. otorres.fernandez@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/00000002-0210-0385>

** Magíster en Ciencias Administrativas, Profesional en Administración de Empresas. Investigador del Grupo IDEESE. Fundación Universitaria de Popayán. Popayán, Colombia. jbucheli79@hotmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3889-6394>

A situação das MPME na Colômbia durante a pandemia da Covid-19. Uma reflexão a partir da perspectiva da Responsabilidade Social Corporativa

Resumo: A pesquisa apresenta uma reflexão sobre os desafios das MPME colombianas durante a pandemia do Covid-19. Para a análise adotou-se a abordagem de Responsabilidade Social Empresarial como uma questão de negócio, bussiness case, e a racionalidade estratégica implícita. De tipo qualitativo, descritivo, empregou-se no estudo uma metodologia baseada na revisão bibliográfica com o uso de categorias teóricas às quais se adaptou a análise empírica indutiva. Os resultados mostraram práticas inovadoras avançadas em parte das MPME colombianas que se correlacionam com bons resultados no desempenho para a satisfação dos stakeholders.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa (RSE), MPME, Grupos de Interesse, Covid-19.

Introducción

A partir de una aproximación funcional y selectiva, sin obviar aquellos aspectos que tienen un carácter más universal, en el presente estudio se examina la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el contexto de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) de Colombia durante la pandemia de Covid-19. En este sentido, se acepta que la RSE es un concepto gerencial que ha venido imponiéndose desde el final del siglo pasado junto a su evolución epistémica y práctica. También, desde los primeros estudios hasta la actualidad se han dado una gran variedad de conceptos y aplicaciones sobre la RSE desde muy diversos campos.

En general, se plantea una correlación entre las teorías desde las que se define la RSE, el tipo de racionalidad implícita en cada una de ellas y el rol o papel que se le otorga a la empresa en la sociedad (Alvarado et al., 2011). De acuerdo con el propio autor antes citado, puede hablarse de un *continuum* que va, por ejemplo, desde la *teoría de la agencia*, que es propia a una *racionalidad económica* con una visión unívoca de la empresa en cuanto a maximización de utilidades, hasta la *teoría del desarrollo sostenible*, adscrita a una *racionalidad ética* y que ve a la empresa en un rol de servicio a la comunidad. Entre ambos extremos hay diversos conjuntos de posibilidades que fundamentan las definiciones y aplicaciones de la RSE.

En Colombia y, en general, para América Latina, la RSE se asume desde una perspectiva *voluntarista*, esto es, dada principalmente por la cualidad de los vínculos con los grupos de interés o *stakeholders*, aunque no completamente ajena a la responsabilidad jurídica u otros marcos normativos (Crespo, 2010; Villasmil, 2016). En cuanto a los criterios teóricos predominantes, éstos varían según el ámbito desde el cual se aborde la RSE. En este sentido, no es la misma noción de RSE la que se tiene en la administración pública, en las organizaciones no gubernamentales, en las agencias internacionales, entre otros espacios, y la que muestran en la práctica las empresas.

Debido a que el interés principal son las MiPymes, en la investigación se acoge a la RSE como una *cuestión de negocio* (*bussiness case*). De esta forma se entiende la RSE como la estructuración de la empresa mediante políticas y acciones orientadas tanto a las operaciones como a la comunidad para así lograr un desempeño observable de rentabilidad con arreglo a la conducta ética esperada por la sociedad (Kamakura et al., 2005). Se reconoce, además, que la representación de la RSE como *cuestión de negocio* lleva implícita una racionalidad *estratégica* que asume a la empresa en un rol social de maximización de utilidades condicionada moralmente (Alvarado et al., 2011).

El concepto antes expuesto implica instrumentalmente una integración de la RSE en la gestión estratégica. De acuerdo con Chandler (2014) la perspectiva de las *capacidades* o *competencias organizacionales*, como combinación de recursos en rutinas o procesos de la empresa, es uno de los modelos más utilizados para este fin. En este sentido, si los recursos son el origen de las capacidades, éstas se consideran la fuente principal de las ventajas competitivas (Nonaka, 1991): mientras de forma genérica se habla, por ejemplo, de ventas superiores, las capacidades serían los fundamentos de esa ventaja en la forma de una imagen de marca idónea, una red óptima de comercialización, entre otras.

Diferentes estudios han dado cuenta de la validez de los fundamentos de una representación de la RSE como *cuestión de negocio*. En este sentido, se han señalado los siguientes dos aspectos que son difíciles de imitar y, por ello, altamente valorados (Gallardo y Sánchez, 2013): 1) la reputación externa; y 2) la cultura interna. El retorno de las prácticas de RSE es relativo a los intangibles, principalmente en la forma de capital social, relacional y de competencias organizacionales. La gestión a largo plazo de las relaciones con los *stakeholders* en el marco de la RSE se ha correlacionado con la atracción y lealtad de clientes, inversores, proveedores, talento, entre otros factores (Backhaus et al., 2002; Maignan et al., 1999).

El retorno de la RSE en cuanto a competencias organizacionales se ha correlacionado con la cultura de la empresa, estructura y recursos humanos; por tanto, con la mejora de la eficiencia y de los resultados financieros (McWilliams y Siegel, 2000; Simpson y Kohers, 2002). Relacionado con las MiPymes, se reconoce que la perspectiva de las capacidades es algo que se observa de manera informal e intuitiva, y los resultados son, por tanto, de menos consistencia empírica (Gallardo y Sánchez, 2013). No obstante, las grandes empresas expanden cada vez más las prácticas avanzadas de RSE a toda la cadena de valor, por lo que las MiPymes se verán unidas a estos estándares como ha ocurrido con los de calidad.

Por otra parte, la pandemia de Covid-19 trajo consigo para las empresas, incluidas las MiPymes, un impacto de magnitud y alcance nunca antes enfrentado por los gerentes y otros especialistas que ejercen actualmente la práctica de la gestión empresarial. Se conoce que los problemas económicos, a partir de la necesidad de redirigir recursos financieros para las medidas de seguridad y atención en salud exigidas, el confinamiento, la paralización de actividades y, en general, el menoscabo de la rentabilidad, llevaron al deterioro de prácticas de RSE, sobre todo aquellas relacionadas al empleo, salario, impulso familiar, proyectos comunitarios y filantrópicos.

También se dieron casos a escala universal de faltas éticas, así como de conductas altruistas. Se reportaron con frecuencia comportamientos irresponsables de búsqueda de ganancias en el corto plazo, asociadas al fraude, sobreprecio de productos de necesidad, así como en conductas delictivas diversas. En varios países hubo la necesidad de establecer comisiones que siguieran las malas prácticas vinculadas a la corrupción en las empresas (Mendieta y Rojas, 2021). Por otro lado, también se vieron prácticas altruistas y responsables en muchas empresas en el mundo. Se conoció de donaciones de salud, comunicaciones de libre acceso, reducción de intereses o cuotas de servicios, entre otras (Lora et al., 2020).

Los objetivos a los que se orientó el estudio del impacto del Covid-19 en el desempeño de las MiPymes en Colombia fueron, primero, conocer los factores que afectaron las prácticas de RSE, y, segundo, identificar prácticas innovadoras en estas empresas que coadyuvaron a unos buenos resultados. Se optó por una metodología cualitativa, a partir de la revisión bibliográfica, con dos fases que corresponden al cumplimiento de los objetivos planteados. Los resultados permitieron establecer de forma sencilla, aunque efectiva, una panorámica del desempeño de las MiPymes en Colombia durante el Covid-19, así como un conocimiento general, funcional, que permitiría establecer estrategias adecuadas de anticipación.

Metodología

Para el estudio se empleó el enfoque cualitativo, que, según Corbin y Strauss (2008), resulta ineludible para entender e interpretar las situaciones sociales al abordar el vínculo entre las personas, las instituciones y la cultura, o sea, las cualidades en las relaciones dadas. La investigación es, además, de tipo descriptivo, que constituye una de las modalidades de indagación más habituales y a través de la cual se compara e interpreta los resultados sobre opiniones, comportamientos, u otras características de las situaciones, organizaciones o grupos (Baena, 2017).

Los métodos de conocimiento empleados fueron el omnipresente análisis-síntesis y el inductivo-deductivo. En cuanto al segundo, se plantea que facilita determinar la naturaleza de los fenómenos mediante la identificación de lo que es esencial en situaciones particulares (Baena, 2017). En la investigación, el razonamiento deductivo aparece desde la inducción implícita en los enunciados observacionales, incluidas las categorías de análisis, y abarca las generalizaciones e inferencias que, a partir de dichos enunciados, definen una estructura o disposición para el objeto de estudio. Como medio de recopilación de la información se utilizó solo la *revisión bibliográfica* como tipo generalizado.

Por su parte, el procesamiento de la información se estableció en dos momentos, según los objetivos planteados. Se siguió, además, el procedimiento propio a la técnica del análisis de contenido o del discurso. En un primer nivel de análisis los datos puros se redujeron a enunciados observacionales manteniendo la forma de texto narrativo, siendo necesario un segundo nivel, interpretativo, para presentar la información de manera comprimida, facilitando las correspondientes deducciones. Este procedimiento se siguió para las 15 fuentes bibliográficas seleccionadas y las 120 observaciones realizadas.

El trabajo interpretativo en el segundo nivel estuvo dirigido a la revisión de la estructuración empírica obtenida, adecuándola a las categorías teóricas dada en las dimensiones y alcance de la RSE y de las Prácticas Innovadoras establecidas en la tabla 1. Con ello, las deducciones se hicieron en cuanto al contenido y según la categorización resultante. No se consideró la relevancia de la frecuencia de aparición de ciertos elementos debido a las características del estudio, o sea, describir el impacto de la pandemia en las prácticas de RSE y establecer cuales prácticas de innovación eran tenidas en cuenta de una forma panorámica, sin entrar a ver los particulares de magnitud en cada caso que sería algo para un estudio cuantitativo.

Tabla 1.

Categorías teóricas de dimensión y alcance de la RSE y de las Prácticas Innovadoras

	Dim. Económica	Dim. Social	Dim. Medioambiental
RSE	Productos de calidad; precios competitivos; comunicación cabal con los clientes; colaboración con proveedores; alianzas con empresas de la región; Gestión meritatoria de apoyo público.	Salud y seguridad proactivas; creación de empleo; salarios relevantes; desarrollo profesional; flexibilidad laboral; igualdad de oportunidades.	Ahorro de energía; uso de fuentes alternativas; envases y embalajes reciclables; compras responsables; reducción de emisiones; reciclaje de materiales.
PIN*	Investigación y desarrollo; nuevos productos; uso de las TIC; normas de certificación; gestión de marketing.		

Nota. Adaptado de Gallardo y Sánchez (2013).

*PIN: Prácticas Innovadoras.

El anexo 1, por su parte, muestra la bibliografía analizada en el siguiente resumen: 1) cita; 2) objeto de estudio; 3) sector de la producción o servicios; y 4) lugar del trabajo de campo.

Resultados

La pandemia de Covid-19 acaecida a inicios del año 2020 implicó una caída abrupta de la operación empresarial en todos los sectores y ámbitos de actividad, excepto en la salud. Con la emergencia sanitaria fue declarada, así mismo, la emergencia económica, social y ambiental. Aunque obviamente se acepta la importancia de la salud sobre la actividad económica, ello implicaba una sucesión de eventos que hacían del riesgo económico una realidad generalizada. En este sentido, sin fuentes de ingresos no se puede responder de las obligaciones y para el ámbito empresarial serían las MiPymes las más afectadas.

Una consecuencia evidente generada por la pandemia fue el menoscabo de la liquidez en las empresas. En este sentido el indicador contable de la razón corriente, que relaciona a los activos corrientes, también llamados circulantes o de corto plazo, con los pasivos u obligaciones también corrientes o de corto plazo, pasó a ser la referencia directa de la sostenibilidad financiera de las MiPymes (Serna et al., 2020). La forma en que esta situación impactó las dimensiones económica y social de la RSE se muestran en la tabla 2 sobre los resultados del análisis realizado.

Tabla 2.

Impacto de la sostenibilidad en las prácticas de RSE de las MiPymes colombianas

Alcance	Deterioro o pérdida
Gestión meritoria de apoyo público	Endeudamiento; cierre
Colaboración con proveedores	Caída operacional; endeudamiento; cierre
Alianzas con empresas de la región	Caída operacional; cierre
Comunicación cabal con los clientes	Endeudamiento; canal deficiente; cierre
Salud y seguridad proactivas	Endeudamiento; cierre
Salarios relevantes	Caída operacional; despido; cierre
Desarrollo profesional	Endeudamiento; cierre
Flexibilidad laboral	Despido; cierre
Creación de empleo	Caída operacional; endeudamiento; cierre

Nota. Elaboración propia.

La aparición con mayor o menor fuerza de alguna forma de deterioro o pérdida de las prácticas de RSE, estuvo dada también por el sector y la actividad a la cual se pertenecía. En la representación de los resultados se reflejan todas las posibilidades que presentaron las empresas que fueron objeto del análisis. El riesgo fundamental para la empresa ante la crisis provocada por el Covid-19 es, sin dudas, de tipo económico, referido a la sostenibilidad de la misma. A su vez, el riesgo más importante que deriva de la vulnerabilidad económica se asocia al empleo como concepto central de la RSE. No hubo observaciones de impacto para la variable medioambiental.

Es un hecho que el empleo es uno de los temas centrales en el debate sobre el desarrollo. También es parte del discurso de los derechos humanos como condición para el disfrute de otros derechos y realización de la dignidad humana. Ello tiene su reflejo en el marco de la empresa, donde el empleo es tanto un principio de calidad de vida para el trabajador como un elemento esencial en el desarrollo de las competencias organizacionales, que son fuente, a su vez, de las ventajas competitivas de las empresas. De ahí la relevancia de la promoción del empleo en las prácticas de RSE, ya que su degradación implicaría un perjuicio en la disposición hacia el trabajo, mientras la pérdida coadyuvaría a la inestabilidad social.

Por otro lado, es conocido que el vínculo entre oferta y demanda responde a una lógica sistémica. De acuerdo con Serna et al. (2020), si por el lado de la oferta hay una interrupción en las actividades empresariales, que se extienda a la cadena de valor, y por el de la demanda hay un freno en el consumo de bienes y servicios, incluida la avocación al ahorro, se afectaría significativamente la dinámica de los mercados con efectos como la inflación en bienes de necesidad, deflación en bienes suntuarios, desempleo, contracción del PIB, entre otros. En este sentido, se necesita de un ajuste por las empresas cuyo éxito, entre otras razones, estará dado por la capacidad para la innovación y el cambio.

Para las MiPymes, el tema de la innovación es algo cada vez más vital para su propia sostenibilidad. Las limitaciones en cuanto a recursos y fuentes de financiación hacen a las MiPymes más susceptibles al endeudamiento e, incluso, a la quiebra, ante una caída de las operaciones como sucedió con la pandemia de Covid-19. Si la RSE, que será tan efectiva como las prácticas que adopte, se correlaciona con la competitividad, varias evidencias indican que la innovación actúa como mediadora impulsando de esa relación (Gallardo y Sánchez, 2013). En este sentido, la tabla 3 muestra las formas en que los conjuntos de MiPymes colombianas estudiadas asumieron la innovación.

En general se acepta que la innovación es la secuencia de actividades por las cuales un nuevo elemento, como cambio discernible, es introducido en alguna organización para lograr un beneficio adicional (González y Martínez, 2014). En el caso de las empresas dicho elemento novedoso puede darse en la forma de una

estrategia, un bien, un servicio, un proceso, una tecnología, un modelo o método de gestión, entre otras posibilidades. Para las MiPymes que abarcó el estudio, la innovación se centró en las categorías de nuevos productos, uso de las TIC y la gestión de marketing. Pudo observarse también que las acciones de innovación se distribuyeron en 5 niveles de complejidad.

Tabla 3.

Formas que adoptó la innovación en las MiPymes colombianas

Nuevos productos	Uso de las TIC	Gestión de marketing
	Email; redes	
	Email; redes; Web	
	Email; redes; Web; tiendas virtuales	4P's*
Bienes; servicios	Email; redes; Web; ecommerce	
	Email; redes; Web; ecommerce	5C's**

Nota: Elaboración propia.

*4P's: canal tradicional de Producto, Precio, Plaza y Promoción. **5C's: omnicanal que incluye Cliente, Conexión, Comunidad, Conversación y Contenido.

Las MiPymes con prácticas más básicas, esto es, los dos primeros niveles constatados, no optaron por un desarrollo en cuanto a productos ni gestión de marketing. La práctica en este caso fue la de disponer de algún medio de comunicación multiformato. Por otra parte, las MiPymes que introdujeron nuevos productos o servicios contaban con una página Web, además del email y las redes, participando además en tiendas virtuales (Mercadolibre, Shopify, etc.), como vía para mover la funcionalidad del local físico al espacio de Internet. Entre éstas, las más avanzadas ya desarrollaron la actividad de *ecommerce* desde su página Web y otros entornos virtuales incluyendo el uso de medios digitales de pago.

En cuanto a la gestión del marketing, se constataron dos niveles de complejidad, significados por la gestión y canal tradicional de Producto, Precio, Plaza y Promoción (4P's), como por la gestión y omnicanal de Cliente, Conexión, Comunidad, Conversación y Contenido (5C's). El primero de estos modelos responde a una estructura espacial y social que se basa en una producción industrial dimensionada territorialmente. Sin embargo, aunque varían los efectos de ciudad en ciudad y de país en país, se reconoce que la lógica social implícita en ello va en declive. La pandemia del Covid-19 acentuó aún más el problema con el confinamiento, obligando al uso extensivo de los medios propios a la Web 2.0.

El fenómeno de la reconfiguración de las sociedades bajo el modelo informacional ha tenido consecuencias sobre las formas de socialización y de comunicación. En este sentido, se ha señalado una paradoja en las ciudades contemporáneas (Castells, 2009): por un lado, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha favorecido un aumento significativo en las formas de comunicación; pero, por otro lado, la lógica informacional ha contribuido a una desvalorización de los espacios públicos. De acuerdo con Castells (2009) el resultado ha sido un entorno comunicativo que invita más al consumo de experiencias individualizadas que a la convivencia social.

El modelo de las 5C's para el marketing estratégico capta esta realidad expuesta; al centrarse en los clientes y sus necesidades, logra responder mejor a los cambios en las preferencias. También, el modelo de las 5C's busca afianzar lazos emocionales aumentando así la conexión con los clientes. La forma de lograr lo anterior es a través de una comunidad que respalde la imagen de marca estableciendo con la misma una comunicación dialógica o conversacional, superando así la idea tradicional de audiencia. Un aspecto no menos importante es la de creación de contenidos que logre interés en el entorno de cada plataforma y entre los usuarios de las mismas.

Conclusiones

Según datos disponibles del Ministerio de Comercio de Colombia, el 99,6% de las empresas del país son MiPymes, que a su vez proporcionan el 80,8% de los empleos. Se ha difundido de igual forma que más del 70% de las MiPymes en Colombia son microempresas, o sea, son empresas con menos de 10 empleados y con activos inferiores a los 500 salarios mínimos mensuales. Ello es muestra de la relevancia que tienen las MiPymes en Colombia y, también, de la utilidad de estudios como el que se presenta, los cuales sirven de guía para la percepción de los riesgos en momentos de crisis y de las posibilidades de mitigarlos con la adopción de estrategias basadas en prácticas innovadoras de adaptación al contexto.

El impacto de la pandemia de Covid-19 en las MiPymes colombianas fue, ante todo, en la sostenibilidad de las mismas, por la vulnerabilidad económica que generó. Al contraerse el consumo de bienes y servicios por el confinamiento a raíz de la emergencia sanitaria, muchas MiPymes se vieron obligadas a cerrar o a acogerse a regímenes de compensación, dada la baja capacidad de endeudamiento que presentaban. Como consecuencia, las MiPymes se vieron afectadas en las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, específicamente en cuanto a la promoción del empleo. Se constató un deterioro en la calidad de vida de los trabajadores e, incluso, la pérdida del empleo, viéndose efectivamente momentos de inestabilidad social.

Las empresas, específicamente MiPymes, que mejor se desempeñaron durante la pandemia, fueron aquellas que adoptaron prácticas innovadoras con énfasis en las TIC, lo que les permitió la adaptación al contexto de inseguridad que existía. Pudo constatarse, así mismo, que hubo MiPymes que adoptaron estrategias avanzadas con la creación de páginas Web, uso de entornos virtuales y ejercicio del *ecommerce*, lo que, sin dudas, les permitió acceder a sus clientes de manera adecuada y captar nuevos mercados. En este sentido, se vio incluso la utilización de estrategias de marketing que responden a un nuevo modelo comunicativo basado en la interactividad y conexión con los clientes.

La sociedad actual que emerge, bajo el apelativo de nueva normalidad, responde a un proceso de cambio social de más envergadura y que supera a las formas tradicionales de comunicación interpersonal y social. En este sentido, se trata de un modelo informacional, que busca mantener conectada a la sociedad en la forma de una red autónoma. Sin dudas, las MiPymes deberán adaptarse a ello de forma ineludible. Tal vez el paso del esquema tradicional al nuevo modelo de comunicación se perciba mejor con la idea de la revista *Time* sobre el personaje del año 2006: una pantalla de ordenador y un teclado sobre la palabra “*you*”.

Referencias

- Alvarado, A., Bigné, E., y Currás, 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. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v27n118/v27n118a07.pdf>
- Acosta, F., Vilorio, D., Arteta, A., y Ospino, C. (2021). Determinantes del desempeño gerencial: Instituciones de Educación Superior del departamento Atlántico-Colombia frente al Covid-19. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 27(2), 296-308.
- Backhaus, K., Stone, B. & Heiner, K. (2002). Exploring the relationship between corporate social performance and employer attractiveness. *Business and Society*, 41(3), 292-318. https://www.researchgate.net/profile/Kristin-Backhaus/publication/258126402_Exploringthe_Relationship_Between_Corporate_Social_Performance_and_Employer_Attractiveness/links/55144b5b0cf2eda0df30b04f/Exploringthe-Relationship-Between-Corporate-Social-Performance-and-Employer-Attractiveness.pdf

- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria. http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf
- Bello, A., y Gómez Rodríguez, J. (2022). *Análisis de la influencia del Covid-19 en la sostenibilidad de las empresas del sector servicios en la ciudad de Bogotá [Tesis de maestría]*. Universidad Ean.
- Castells, M. (2010). The information age. *Media Studies: a reader*, 2(7), 152.
- Chandler, D. & Werther Jr., W. (2014). *Corporate Social Responsibility Stakeholders, Globalization, and Sustainable Value Creation*. Business Expert Press.
- Corbin, J., y Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage.
- Crespo, F. (2010). Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial. *Estudios gerenciales*, 26(117), 119-130. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a07.pdf>
- Duque, B., Gaviria, D., Ángel, J., y Jiménez, J. (2021). Crecimiento económico de las Mipymes de la ciudad de Medellín para el año 2020 con respecto a los impactos generados por el Covid 19. *Revista CIES Escolme*, 12(2), 133-149. <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/356/373#>
- Estrada, E. (2022). Estudio de los efectos de la pandemia del Covid-19 en la situación financiera de las MIPYMES del departamento del Atlántico-Colombia con el fin de identificar estrategias de marketing digital que ayuden a potenciar su reactivación. *Industria 4.0 y sociedad del conocimiento*, 46.
- Fandiño, J., Dalmutt, S., Zanin, A., Baquero, V., Dávila, L., Zanella, C. y Conte, A. (2022). Caracterización en la gestión de innovación de pymes por efecto del Coronavirus: estudio comparativo Colombia y Brasil. *Revista Estrategia Organizacional*, 11(1), 87-109. <https://doi.org/10.22490/25392786.5660>
- Gallardo Vázquez, D., y Sánchez Hernández, M. (2013). Análisis de la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business and Society Review*, (38). 14-31. <https://www.redalyc.org/pdf/433/43328033001.pdf>
- González, C. y Martínez, J. (2014). Gerencia estratégica e innovación empresarial: referentes conceptuales. *Dimensión empresarial*, 12(1), 107-116. <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n2/v12n2a09.pdf>

- Kamakura, W., Mela, C. F., Ansari, A., Bodapati, A., Fader, P., Iyengar, R., Naik, P., Neslin, C., Sun, B., Verhoef, P., Wedel, M. y Wilcox, R. (2005). Choice models and customer relationship management. *Marketing letters*, 16(3), 279-291. <https://doi.org/10.1007/s11002-005-5892-2>
- Lora, C., Anaya, A. y Pinedo, J. (2020). Economía social y Covid-19: aportes y perspectivas en Colombia. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (8), 303-320. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/34185/36029>
- Maignan, I., Ferrell, O. & Hult, G. (1999). Corporate Citizenship: cultural antecedents and business benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 455-469.
- McWilliams, A. y Siegel, D. (2000): Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification. *Strategic Management Journal*, 21, 603-609.
- Mendieta, D. y Rojas, G. (2021). Corrupción: La mayor epidemia que sufre Colombia. *Revista Opinião Jurídica*, 19(32), 296-315. <https://periodicos.unichristus.edu.br/opiniaojuridica/article/view/3979/1421>
- Melgarejo, Z., Vera-Colina, M., y Osorio, M. (2021). *Covid-19, endeudamiento y liquidez en Mipymes: Análisis sectorial para Bogotá (Colombia)*. Accounting and actuarial science improving economic and social development. Conferencia llevada a cabo en el 21° USP International Conference in Accounting. São Paulo, Brasil. <https://congressousp.fipecafi.org/anais/21UspInternational/ArtigosDownload/3552.pdf>
- Mojica, E., Espinel, G. y Grimaldo, J. (2021). Estrategias de marketing digital de las MiPYMES de una ciudad fronteriza en tiempos de Covid-19. *Mundo FESC*, 11(S1), 88-103. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view/887/683>
- Mosquera, A., Vergel, D. y Bayona, R. (2021). Herramientas tecnológicas en micro, pequeñas y medianas empresas colombianas: una necesidad estratégica frente al Covid-19. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII (S4), 61-75. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/36994/40117>
- Murillo, J. (2021). *Estrategias a nivel de compensación y organización aplicadas por las pymes en Colombia frente a la pandemia* [Tesis de maestría]. Universidad Militar de Nueva Granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/38683/MurilloCruzJeisonAntonio2021.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

- Navarro, D. y Vargas, J., (2021). *Diseño de una propuesta de innovación social y valor compartido en micronegocios de Villavicencio (Tesis de maestría)*. Universidad Cooperativa de Colombia. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/44525/1/2021_Innovacion_%20Social_%20Valor.pdf
- Nonaka, I. (1991). Managing the firm as an information creation process. *Advances in information processing in organizations*, 4, 239-275.
- Ochoa, C., Suárez, L., Suárez, H., Ramírez, E., Valderrama A., Castillo-Reina, M., Castro, H. y Matallana O. (2020). *Efectos y expectativas de recuperación económica frente a la pandemia COVID-19 en el departamento de Boyacá*. <https://ssrn.com/abstract=3664379>
- Quintero, C., Rodríguez, G. y Espinosa, A. (2022). *Los efectos del Covid-19 en actividades económicas y la fuerza de trabajo en Cartagena*. (pp. 333-362). BancodelaRepública de Colombia. <https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/10326/17.Los%20efectos%20del%20Covid-19%20en%20actividades%20econ%20micas%20y%20la%20fuerza%20de%20trabajo%20en%20Cartagena.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serna, H., Barrera, A. y Castro, E. (2020). *Efectos en el empleo en las micro y pequeñas empresas generados por la emergencia del Covid-19: caso Colombia*. ORMET, Observatorio del Mercado de Trabajo de Caldas, Universidad de Manizales. <https://ssrn.com/abstract=3609574>
- Simpson, W. y Kohers, T. (2002). The link between corporate social and financial performance: evidence from the banking industry. *Journal of Business Ethics*, 35(2), 97-109.
- Useche, M., Salazar, F., Barragán, Ch. y Sánchez, P. (2020). Horizontes estratégicos empresariales en América Latina ante la pandemia generada por la Covid-19. *SUMMA, Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 2(Especial), 59-86. Doi: www.doi.org/10.47666/summa.2.esp.07
- Villa, L. y Perdomo, J. (2022). Covid-19 y microempresas: un estudio exploratorio en Bogotá-Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 27(98), 781-800. Doi: <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.25>
- Villasmil, M. (2016). Visión estratégica de la responsabilidad social empresarial. *Dictamen Libre*, (18), 95-107. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dictamenlibre/article/view/3096>

Anexo 1.

Registro de la bibliografía analizada en la investigación

Cita	Título	T. de campo
Bello-González y Gómez- Rodríguez (2022)	Análisis de la influencia del Covid-19 en la sostenibilidad de las empresas del sector servicios en la ciudad de Bogotá	Bogotá, Colombia
Estrada (2022)	Estudio de los efectos de la pandemia del Covid-19 en la situación financiera de las MiPYMES del departamento del Atlántico-Colombia con el fin de identificar estrategias de marketing digital que ayuden a potenciar su reactivación.	Atlántico, Colombia
Fandiño et al. (2022)	Caracterización en la gestión de innovación de pymes por efecto del Coronavirus: estudio comparativo Colombia y Brasil.	Brasil y Colombia
García et al. (2021)	Crecimiento económico de las MiPYMES de la ciudad de Medellín para el año 2020 con respecto a los impactos generados por el Covid 19	Medellín, Colombia
Acosta et al. (2021)	Determinantes del desempeño gerencial: Instituciones de Educación Superior del departamento Atlántico-Colombia frente al Covid-19	Atlántico, Colombia
Melgarejo et al. (2021)	Covid-19, endeudamiento y liquidez en MiPYMES: Análisis sectorial para Bogotá (Colombia)	Bogotá, Colombia
Mojica et al. (2021)	Estrategias de marketing digital de las MiPYMES de una ciudad fronteriza en tiempos de Covid-19	Cúcuta, Colombia
Mosquera et al. (2021)	Herramientas tecnológicas en micro, pequeñas y medianas empresas colombianas: una necesidad estratégica frente al Covid-19	Ocaña, Colombia
Murillo (2021)	Estrategias a nivel de compensación y organización aplicadas por las pymes en Colombia frente a la pandemia	Bogotá, Colombia
Ochoa et al. (2020)	Efectos y expectativas de recuperación económica frente a la pandemia COVID-19 en el departamento de Boyacá	Boyacá, Colombia
Quintero et al. (2021)	Diseño de una propuesta de innovación social y valor compartido en micronegocios de Villavicencio	Villavicencio, Colombia
Quintero et al. (2020)	Los efectos del Covid-19 en actividades económicas y la fuerza de trabajo en Cartagena	Cartagena; Colombia
Serna et al. (2020)	Efectos en el empleo en las micro y pequeñas empresas generados por la emergencia del Covid-19: caso Colombia.	Colombia
Useche et al. (2020)	Horizontes estratégicos empresariales en América Latina ante la pandemia generada por la Covid-19	Colombia
Villa y Perdomo (2022)	Covid-19 y microempresas: un estudio exploratorio en Bogotá-Colombia	Bogotá, Colombia

Para citar este artículo:

Torres, O. y Bucheli, J. (2022). Coyuntura de las MiPymes en Colombia durante la pandemia de Covid-19. Una reflexión desde la responsabilidad social empresarial. *En-Contexto*, 10(17), 107-122. Doi: 10.53995/23463279.1168

