

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS MIPYMES DE SINCELEJO, SUCRE¹

SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE MSMEs OF SINCELEJO, SUCRE

RESPONSABILIDADE SOCIAL EM MPMES DE SINCELEJO, SUCRE

Guillén León López²
José María Castán Farrero³
Sergio Moisés Afcha Chávez⁴

FORMA DE CITACIÓN

León, G., Castán, J.M. & Afcha, S.M. (2015). Responsabilidad social en las Mipymes del municipio de Sincelejo, Sucre. *Dimensión Empresarial* 13(2), p. 185-203

JEL: L10; L25; O54

DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v13i2.533>

RESUMEN

Este trabajo analiza el nivel de conocimiento y aplicación de prácticas de responsabilidad social (RS) en las micros, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de Sincelejo, Departamento de Sucre, Colombia. A través de un sistema de ponderaciones, basado en la regularidad e implementación de programas de responsabilidad social, se examina la frecuencia y las características de dichos programas en 225 empresas de la ciudad. Para la obtención de los datos se realizaron encuestas persona a persona con los propietarios de las empresas en 2014. Los resultados muestran que las prácticas utilizadas con mayor frecuencia por las Mipymes, están relacionadas con el fomento del bienestar social de la comunidad y de los empleados, mientras que las actividades de gestión operativa y el uso de recursos ambientales se implementan con menor regularidad. Los hallazgos sugieren la necesidad de crear e incorporar programas formales de RS en las Mipymes de Sincelejo. Además, se pudo detectar que, en su mayoría, las actividades de RS están orientados internamente y con muy poca relación con la gestión de sus actividades empresariales.

1 Artículo producto de la investigación "Responsabilidad Social en las Mipymes de la Región Caribe de Colombia" financiado por la Universidad del Atlántico, Barranquilla, www.uniatlantico.edu.co. Los autores agradecen el apoyo de Edna Narváez González en la recolección de datos en la ciudad de Sincelejo. Fecha de recepción 3/05/2015. Fecha de aceptación 10/07/2015.

2 Ph.D (c) Empresa. Universidad de Barcelona. Docente Universidad del Atlántico, Barranquilla - Colombia. E-mail: guillenleon@mail.uniatlantico.edu.co

3 Ph.D en Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Barcelona. Profesor Investigador de la Universidad de Barcelona, Barcelona - España, E-mail: jmcastan@ub.edu

4 Ph.D Economía. Universidad de Barcelona. Profesor Investigador. CENTRUM Católica Graduate Business School, Pontificia Universidad Católica del Perú, Jr. Daniel Alomía Robles 125-129, los Álamos de Monterrico, Santiago de Surco, Lima 33, Perú. E-mail: safcha@puccp.pe

Palabras claves: Responsabilidad Social, Mipymes, Sincelejo, Colombia.

Contenido: 1. Introducción, 2. Revisión de literatura, 3. Metodología, 4. Resultados, 5. Conclusiones.

ABSTRACT

This paper analyzes the level of knowledge and implementation of social responsibility practices in micro, small and medium enterprises (Msmes) in the city of Sincelejo, located at the region of Sucre, Colombia. Using a system of weights, based on the regularity and the type of practices implemented, we analyze the frequency and the characteristics of social responsibility programs in 225 enterprises. Data were collected through in-person questionnaire to firm's owners in the city of Sincelejo during 2014. Results show that the practices used most often by Msmes, are related with the promotion of social welfare of the community and the employees, while activities related with the management operations and the use of environmental resources are deployed with less regularity. The findings suggest the need to create and incorporate formal SR programs in MSMES of Sincelejo. In addition, we can detect that most RS activities were internally focused and with very little bearing on the management of their business activities.

Keywords: Social Responsibility, Msmes, Sincelejo, Colombia

RESUMO

Este artigo analisa o nível de conhecimento e aplicação prática da responsabilidade social (RS) em micro, pequenas e médias empresas (Mpmes) em Sincelejo, Departamento de Sucre, Colômbia. Através de um sistema de pesos, com base na regularidade e na implementação de programas de responsabilidade social, a frequência ea natureza de tais programas em 225 empresas da cidade é examinada. Para obter dados foram inquiridas pessoa para pessoa os proprietários do negócio em 2014. Os resultados mostram que as práticas utilizadas na maioria das vezes por Mpmes, estão relacionados com a promoção do bem-estar social da comunidade ea empregados, enquanto que as atividades de gestão operacional e do uso dos recursos ambientais são implantados com menos regularidade. Os resultados sugerem a necessidade de criar e incorporar programas formais RS MPMEs em Sincelejo. Além disso, detectou-se que a maioria RS atividades são orientadas internamente e com pouca relação com a gestão das suas actividades comerciais.

Palavras-chave: Responsabilidade Sociais, Mipyme, Sincelejo, Colômbia

1. INTRODUCCIÓN

Las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) integran el grupo de firmas de mayor importancia en la estructura económica de muchos países. En las últimas décadas, las Mipymes han contribuido sustancialmente al crecimiento y desarrollo económico de los países. Según la CEPAL (2010), el 90% de las compañías en los países del mundo son Mipymes. En la Unión Europea y en los Estados Unidos estas empresas representan el 95% de las unidades económicas y proveen más del 75% de los puestos de trabajo. En América Latina, estudios empíricos estiman que estas empresas contribuyen entre 40% y

50% a la generación de empleo en la región, 33% del PIB y 25% de la inversión (Sela, 2009; Vives, 2011). Estos datos revelan, además del dinamismo y potencialidad, la capacidad que tienen estas empresas para acoplarse a las condiciones internas y externas en la economía de algunos países.

Según Cota (1998) y Lee (2010) las dinámicas productivas, tecnológicas y de inversión de estas empresas promueven el crecimiento económico de los países. Para Colombia, el DANE (2013) resalta la participación e importancia de las Mipymes y su contribución al crecimiento económico, la generación de empleo, el incremento de valor agregado y el aumento de sus

exportaciones. Sin embargo, al desarrollo económico alcanzado por las Mipymes no le han correspondido mejoras sustantivas en el ámbito social, pues cuestiones como el impacto negativo sobre el medio ambiente, precariedad laboral, déficits de gobernabilidad, pobreza y desigualdad, entre otros factores, conforman parte de los desafíos actuales que enfrentan los empresarios de las Mipymes para lograr un equilibrio en el componente social. En este sentido, y frente a las limitaciones del Estado para atender eficazmente las necesidades de la población, se afianzan más los programas e iniciativas empresariales de impacto social en empresas de menor tamaño, al incluir en sus planes de gestión, acciones o intenciones de buenas prácticas basadas en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como vía para fomentar el progreso social. No obstante, estas iniciativas son aún escasas y en su mayoría tienen la forma de acciones filantrópicas, a diferencia de las empresas más grandes, que aplican en mayor medida actividades de RS (Moneva & Hernández, 2009). Esto obedece, en general, a la falta de incentivos y capacidades gerenciales que tienen las Mipymes para incluir programas de RE en su aparato productivo. Jenkins (2004) plantea que la falta de motivación se debe a factores estratégicos, características de los empresarios que la dirigen y factores internos de la economía.

El análisis de implementación de prácticas de RS se realiza según el tipo de empresa debido a que las Mipymes y las grandes empresas difieren en la configuración de su estructura. De esta forma, no es posible analizar la aplicación de estas actividades en empresas pequeñas como si se trataran de grandes empresas analizadas a escala reducida (Dandridge, 1979; Welsh & White, 1981). Las Mipymes poseen una serie de características y configuraciones específicas que hacen que la aplicación de RS en estas firmas produzca un impacto en la economía distinto a las empresas de mayor tamaño. Algunos estudios muestran que para garantizar la aplicación de la RS en las Mipymes se debe seguir un conjunto de lineamientos básicos. Estos se basan en la relación con los clientes, la comunidad y el gobierno, la honestidad en la información suministrada a todos los agentes, la satisfacción de la demanda, un ambiente de trabajo

satisfactorio, la optimización de recursos ambientales y la disminución de las emisiones contaminantes del medio ambiente (Chrisman & Archer, 1984; Graafland, et al., 2003; Perrini, 2006; Jenkins, 2006). Dichas prácticas generan como resultado un mayor posicionamiento de la empresa en el mercado, al igual que se acentúa el compromiso interno y los valores desarrollados en la empresa (Murillo & Lozano, 2006). Sin embargo, pese a la importancia de las Mipymes en el tejido productivo y la creciente atención concedida a la RS, la literatura sobre el comportamiento e implementación de prácticas socialmente responsables para estas empresas es aún escasa. También, se evidencia en los estudios realizados para países emergentes una fase incipiente de la RE en las Mipymes, por lo que este trabajo supone una contribución a la literatura, a partir del análisis en una ciudad capital de la Región Caribe Colombiana donde la presencia de la Mipymes juega un rol muy importante. La ciudad objeto de estudio, Sincelejo, capital del Departamento de Sucre ubicado en el Suroeste de la Región Caribe Colombiana, congrega el 74% de Mipymes del departamento, de las cuales el 82% son microempresas, el 15% pequeñas y un 3% medianas empresas (Pacheco, 2013). De igual forma, estas firmas presentan una alta participación en el PIB y el empleo del municipio (Cámara de Comercio de Sincelejo, 2013). El objetivo principal de este trabajo es conocer la frecuencia de algunas prácticas de RS implementadas en las Mipymes de la ciudad e identificar el tipo de empresa que participa con mayor intensidad en el uso de prácticas socialmente responsables. Para ello, se diseña un cuestionario y se levanta la información, a fin de identificar los factores de la RS de mayor incidencia en estas empresas. Por último, se discuten algunas medidas necesarias para incentivar en las Mipymes la inclusión de los principios de la RS en su estrategia de acción

2. REVISIÓN DE LITERATURA

La aplicación de prácticas de RS en las empresas es un tema de creciente importancia en la literatura económica y empresarial (De Bakker, F., Groenewegen, P., & den Hond, F, 2005). Sin embargo, los estudios que analizan las actividades de RS y

sus implicaciones son, en su mayoría, análisis realizados para empresas grandes (del Brío & Junquera, 2003; Hillary, 2000; Observatorio de las PYME europeas, 2002; Spence, 1999; Werner & Spence, 2004, Nejati & Hazlina, 2015). Así, el análisis del uso de prácticas de RS en las Mipymes es un tema que ha recibido poca atención en la literatura. Una de sus causas reside en la ausencia de una teoría propia sobre el desarrollo de estas actividades y la dificultad para realizar un análisis conjunto de todas las empresas de este tipo que componen la industria, pues las Mipymes presentan una naturaleza heterogénea en su estructura que no permite un análisis en conjunto (Curran & Blackburn, 2001; d'Amboise & Muldowney, 1988, Lepoutre & Heene, 2006). Además, los estudios sobre este tema muestran que las Mipymes tienen ciertas restricciones que dificulta la implementación de estas prácticas con la misma frecuencia de las empresas grandes. Moneva & Hernández (2009) plantean que estas compañías presentan limitaciones en la gestión de actividades sociales y en la divulgación de información relevante de las firmas, sumado a la falta de datos y la inconsistencia de los mismos. Otro factor que impide el uso de actividades de RS en las Mipymes es la falta de experiencia sobre procesos de gestión y manejo de información (Murillo & Lozano, 2006; Lepoutre & Heene, 2006; Lawrence S., E. Collins, K. Pavlovich & M. Arunachalam (2006)). Por tanto, el análisis sobre la aplicación de actividades de RS en las Mipymes debe hacerse al tenor de sus particularidades y complejidades. Spence L.J.; R. Jeurissen & Rutherford, (2000) exponen que las Mipymes no aplican el formato de RS en su actividad porque no les generan ganancias. Como resultado, la implementación de estas prácticas no es prioridad dentro de la estrategia competitiva de las firmas. Análogamente otros estudios sostienen que en la relación costo beneficio, estas prácticas incrementan el costo de operación de las Mipymes y afecta su beneficio neto (Observatorio de las PYMES europeas, 2007). Por otra parte, la incidencia en la aplicación de acciones de RS en las Mipymes se asocia principalmente al impacto generado por los grupos de interés. A diferencia de las grandes empresas, las Mipymes usan medios más informales de comunicación con estos grupos. Este tipo de dinámicas puede llegar a consolidar las relaciones con los

empleados mejorando su ambiente de operación (Spence & Lozano, 2000; Graafland J.; B. Van de Ven & N. Stoffele N., (2003); Perrini, 2006; Murillo & Lozano, 2006). Así mismo, las Mipymes presentan ciertas características en su estructura operativa que puede facilitar el manejo de prácticas de RS (Lepoutre & Heene, 2006) y el mejoramiento de relaciones laborales e interpersonales entre los cargos directivos y algunos grupos de interés como: trabajadores, clientes, proveedores y autoridades locales (Spence, 1999; Sarbutts, 2003; Longo M., M. Mura, & A. Bonoli (2005). También la flexibilidad en la estructura organizativa de estas firmas les permite actuar y adaptarse eficazmente a las variaciones del contexto económico (Jenkins, 2006). En materia operativa, la mejora con clientes y empleados, la buena reputación, la satisfacción de las demandas de los stakeholders producen incrementos en la competitividad y conlleva a un comportamiento socialmente responsable de las firmas (Besser, 1999; BITC, 2002; EMSF, 2004; Comisión Europea, 2003b). Por otra parte, algunos trabajos muestran que el empresario que dirige el funcionamiento de las Mipymes presenta mayor probabilidad de describir características de un individuo con un comportamiento responsable en el manejo de la firma (Solymossy & Masters, 2002; Trullo & Carroll, 1999). Estos trabajos muestran que la aplicación de prácticas de RS en estas empresas podría ser beneficiosa socialmente pero, en general, se desconoce de una metodología guía para su aplicación. También, la literatura económica ha estimado las repercusiones y consecuencias que generan los grupos sociales y culturales en el funcionamiento de las Mipymes. Los estudios muestran que el impacto generado por fenómenos sociales y culturales contrasta con los resultados obtenidos en otro tipo de compañías (Observatorio de las PYME europeas, 2002; Serwinek, 1992; Smith & Oakley, 1994; Teal & Carroll, 1999; Bucar, B., M. Glas & R. D. Hisrich. (2003); Vives, A., A. Corral & I. Isusi, (2005). Esto implica que la ética, la moral y los valores tienen influencias particulares sobre el comportamiento responsable de las empresas de menor dimensión (Arbuthnot, 1997; Tilley, 2000; Brown & King, 1982). En cuanto a la participación económica, las Mipymes representan el 92.4% del total de empresas de Colombia (2.9 millones registradas en las Cámaras de Comercio,

2013), generando el 40% del PIB nacional y contribuyendo al 80.8% del empleo distribuido en: 50.3% microempresas, 17.6 pequeñas y 12.9% medianas. Respecto a la generación de valor su actividad productiva contribuye al 29.7% del valor agregado nacional total. El sector económico que presenta mayor concentración de Mipymes es comercio con el 54,6% del total de firmas, seguido por servicios con el 31,6%, el sector industrial con el 12,2% y por último, los demás sectores en conjunto representan el 1,52% de las Mipymes colombianas (Giraldo, 2007). En materia institucional, Cardona & Cano (2005) plantean que en el país, las entidades gubernamentales prestan apoyo al crecimiento de las Mipymes debido al impacto socioeconómico que generan. Respecto al municipio de Sincelejo, éste presenta el mayor número de Mipymes del departamento de Sucre, con el 74% del total de firmas del departamento (Cámara de Comercio de Sincelejo (2013). El 24% de estas empresas dedica su actividad económica al sector comercio siguiendo la tendencia mostrada por el país (Pacheco, 2013). El tipo de empresa con mayor participación en Sincelejo son las Microempresas con el 82% sobre el total de las Mipymes (Cámara de Comercio de Sincelejo, 2013). En contraste, las Medianas empresas muestran la menor participación con el 3%.

3. METODOLOGÍA

Las empresas objeto de estudio fueron las Mipymes del municipio de Sincelejo en el departamento de Sucre, Colombia. Los datos se obtuvieron mediante una encuesta estructurada a partir de la literatura disponible y perfeccionada al contexto analizado⁵. Se encuestaron personalmente a los propietarios y/o directivos de Mipymes pertenecientes a los sectores de comercio, servicios, industria y agropecuario, durante los meses de abril, mayo y junio de 2014. A partir de la base de datos de la Cámara de Comercio de Sincelejo, se seleccionó una muestra de

225 Mipymes. Las empresas se clasificaron por conglomerados y aleatoriamente⁶. Para alcanzar la representatividad estadística, se determinó el error muestral con respecto a la población de empresas en 4,7 puntos, y un margen de confianza del 95%. La tasa de respuesta fue del 90%. El cuestionario se divide en tres secciones. La primera sección, incluye interrogantes sobre la estructura, características económicas y organizativas de las firmas. La segunda sección, contiene preguntas sobre el conocimiento y aplicación de prácticas de RS en la empresa. La tercera sección analiza los principales factores (grupos de interés) de estudio de la RS y en cada uno de ellos se incorporan interrogantes sobre la regularidad en la aplicación de estas prácticas. Los factores estudiados en esta sección son los siguientes: i) Dirección corporativa; ii) Empleados; iii) Gobierno y sector público; iv) Comunidad; v) Clientes, proveedores y competencia; vi) Medio ambiente.

3.1 Análisis de la implementación de prácticas de RSE en las Mipymes

El diagnóstico sobre la aplicación de prácticas de RS en las Mipymes del municipio de Sincelejo se analizó mediante el estado de los seis factores propuestos para evaluar la RS. Cada uno de estos factores, está compuesto por diferentes ítems, que son valorados en una escala Likert de 1 a 5 según el nivel de implementación de prácticas de RS. Los resultados se promedian para cada tamaño de empresa (micro, pequeña y mediana empresa), seleccionando una media Mipymes como medida final de análisis para cada factor. El primer factor, está conformado por un grupo de ítems que describen las características de la Dirección corporativa y su rol con la RS. Los propietarios de las Mipymes son quienes dirigen la gestión de las firmas, por lo que el grado de asociación entre la divulgación de RS y el tamaño de empresa presenta una relación significativa (Dee-

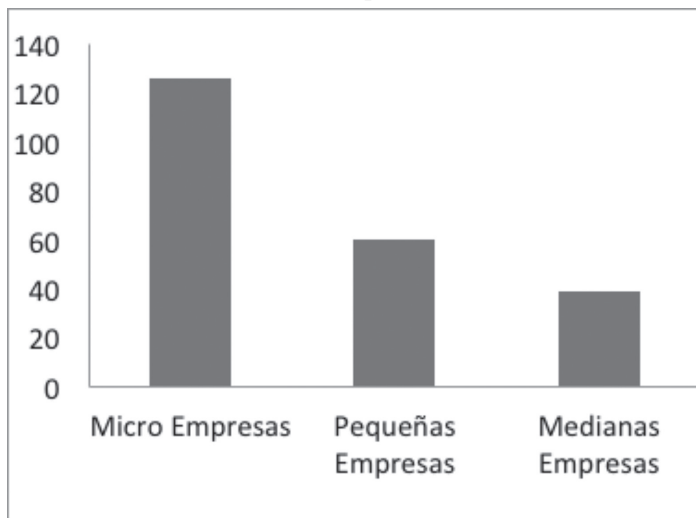
⁴Este instrumento se confeccionó siguiendo los lineamientos y parámetros estandarizados que sobre el tema han desarrollado algunas instituciones como son: Modelo del Instituto Ethos, Global Reporting Initiative, Centro Colombiano de Responsabilidad Social - CCRE

⁵La muestra de empresas se dividió por tamaño en micro, pequeñas y medianas empresas. A estos conglomerados de empresas se aplicó un muestreo aleatorio simple para seleccionar el número de empresas a encuestar por sector económico, a saber: Comercio, Servicios, Industria y Agropecuario.

gan y Gordon, 1996; Guthrie y Parker, 1989). De esta forma, se espera que las características personales en cuanto a la moral y la ética determinarán la actitud responsable de los propietarios (Lepoutre & Heene, 2006). El segundo factor, Empleados, se fundamenta en las características y beneficios sociales de los empleados respecto a la estructura social de la compañía. Un resultado, a priori, es que los propietarios que muestren mejor relación y brinden mayor protección a sus empleados tienen un mejor diagnóstico sobre conducta socialmente responsable. El tercer factor lo componen las categorías que indican la situación institucional de la empresa referida a la dinámica de sus relaciones con el Gobierno y el sector público. Este factor resulta especialmente relevante, ya que estudios sobre actividades socialmente responsables de las firmas muestran que las Mipymes tienen mayores necesidades por asistencia institucional (Ludevid Anglada, 2000; Tilley, 2000; Vitell, S. J., E. D. Dickerson & T. A. Festervand, (2000). El cuarto factor analiza la relación y accionar de la empresa con su Comunidad, específicamente las acciones orientadas a generar bienestar social. Dean, T. J., R. L. Brown & C. E. Bamford, (1998), plantean que

el análisis debe hacerse individualmente, pues cada una de estas empresas cuenta con recursos y capacidades únicas según la naturaleza de la compañía. Además, la literatura muestra que existe una relación estrecha entre el tamaño y nivel productivo de las empresas con los recursos y capacidades que disponen (Aldrich & Auster, 1986; Carson, D., S. Cromie, P. McGowan & J. Hill, (1995); Chen & Hambrick, 1995; Dean et al, 1998; Nooteboom, 1994). El quinto factor lo componen los elementos que explican las características de los grupos de presión y cadenas de valor (Clientes, proveedores y competencia). La literatura económica muestra que las Mipymes son más vulnerables al poder que puedan obtener los grupos de presión debido a que, en su mayoría, estos representan a grandes empresas (Bowen, 2000; Lepoutre y Heene, 2006). Por último, el sexto factor muestra la perspectiva sobre el cuidado y protección ambiental. La conexión entre las capacidades competitivas y la gestión óptima del cuidado del medio ambiente y desarrollo sostenible, ha sido un interés recurrente en la literatura (Lachman, 1985; Lepoutre & Heene, 2006; González-Benito, 2010).

Figura 1. Número de empresas estudiadas por tamaño



Fuente: Cálculos propios

Figura 2. Cantidad de empresas por sector de actividad

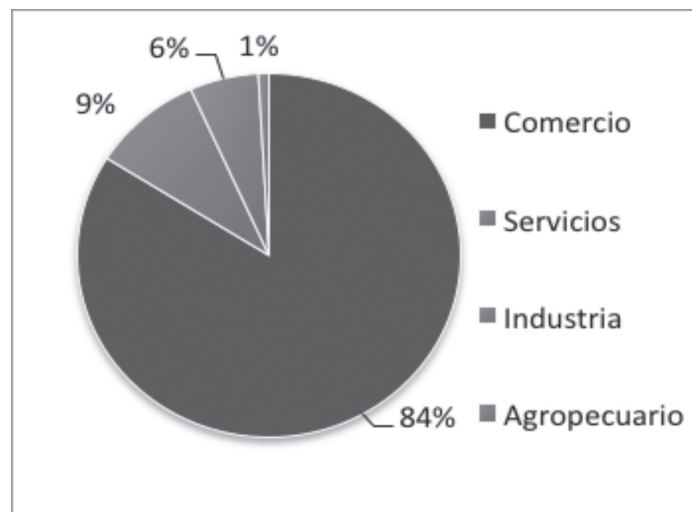
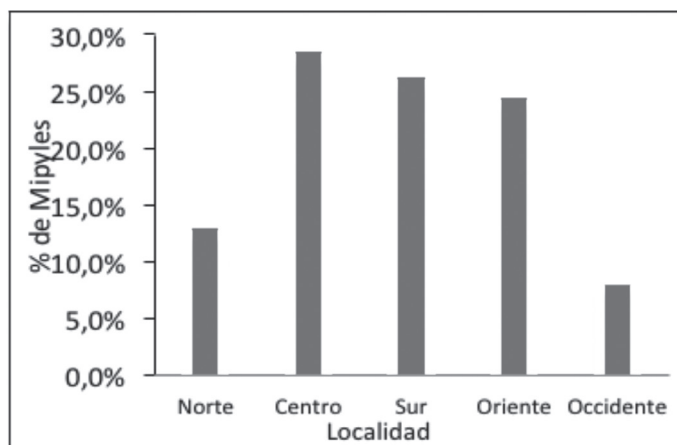
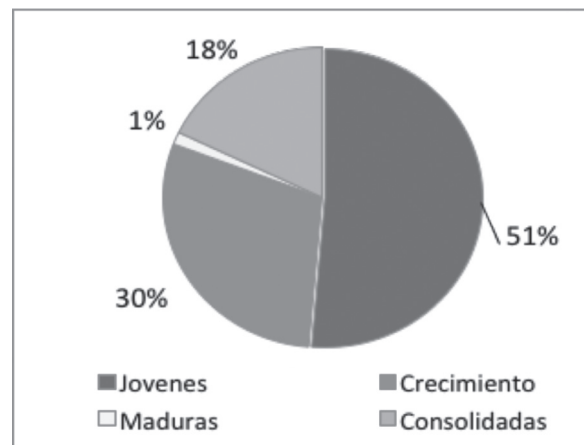


Figura 3. Localización de las Mipymes en Sincelejo



Fuente: Cálculos propios

Figura 4. Antigüedad de las Mipymes en Sincelejo



4. RESULTADOS

Siguiendo lo expuesto por Lepoutre & Heene (2006) y Moneva & Hernández (2009), se llevó a cabo un cuestionario para medir el nivel de implementación de diferentes prácticas relevantes del comportamiento socialmente responsable de las firmas. Una vez recogidos los datos, se categorizaron en función del tamaño en micro, pequeñas y medianas empresas. La figura 1 indica la existencia de un mayor número de microempresas en el municipio (126 equivalente al 56% de la muestra), seguido por las pequeñas empresas (60 equivalente al 26.7%) y, por último, las medianas empresas (39 equivalente al 17.3%) del total de firmas encuestadas.

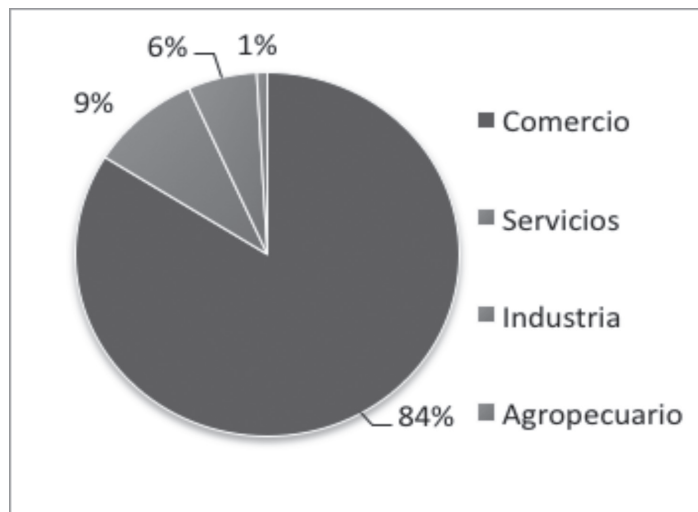
El sector económico del comercio es el más representativo con un 84% de participación, en segundo lugar el sector servicios con el 9.3%, seguidamente el sector industrial con el 5.8% de las compañías y, por último, con el 0.9% se encuentra el sector agropecuario (figura 2). Este resultado implica que la especialización en las operaciones de las Mipymes en el municipio sigue la tendencia para las firmas de este tipo en el país (Giraldo, 2007). En cuanto a la localización geográfica, del total de Mipy-

mes, el 79.1% ejecuta sus labores entre las zonas centro, sur y oriente del municipio y el otro 20.9% de firmas se encuentran en la zona norte y occidente del municipio (figura 3).

Por último, más del 50% de las Mipymes encuestadas se caracterizan por ser empresas jóvenes y con menos de 5 años de antigüedad; el 29.3% se encuentra en crecimiento de sus operaciones (Figura 4). Una consecuencia de este fenómeno en las firmas es la falta de credibilidad, experiencia, innovación y competitividad (Lepoutre & Heene, 2006). Esto obedece a que las firmas con menor experiencia en el mercado no cuentan con la información suficiente para aplicar estrategias competitivas y de innovación que le generen mayores beneficios (Bowen, 2002). Como conclusión de las dos primeras secciones, encontramos que en general las Mipymes de Sincelejo presentan un bajo reconocimiento y aplicación de prácticas de RSE. Aproximadamente el 18% de las compañías afirman conocer y adaptan este tipo de actividades socialmente responsables en su operación (figura 5). Este resultado se ajusta a lo expuesto por Spence et al, (2000) respecto a la falta de incentivos de las empresas pequeñas para realizar actividades socialmente responsables.

Por último, más del 50% de las Mipymes encuestadas se caracterizan por ser empresas jóvenes y con menos de 5 años de antigüedad; el 29.3% se encuentra en crecimiento de sus operaciones (Figura 4). Una consecuencia de este fenómeno en las firmas es la falta de credibilidad, experiencia, innovación y competitividad (Lepoutre & Heene, 2006). Esto obedece a que las firmas con menor experiencia en el mercado no cuentan con la información suficiente para aplicar estrategias competitivas y de innovación que le generen mayores beneficios (Bowen, 2002). Como conclusión de las dos primeras secciones, encontramos que en general las Mipymes de Sincelejo presentan un bajo reconocimiento y aplicación de prácticas de RSE. Aproximadamente el 18% de las compañías afirman conocer y adaptan este tipo de actividades socialmente responsables en su operación (figura 5). Este resultado se ajusta a lo expuesto por Spence et al, (2000) respecto a la falta de incentivos de las empresas pequeñas para realizar actividades socialmente responsables.

Figura 5. Conocimiento y aplicación de prácticas de RSE



Fuente: Cálculos propios.

4.1 Análisis Grupos de Interés

Factor 1. Dirección corporativa

Un aspecto relevante para el análisis de este factor lo explica la conducta socialmente responsable basada en el direccionamiento corporativo. Según el sistema de evaluación utilizado, la práctica de RS que presenta una mayor puntuación, es la relación de las firmas con sus accionistas. La entrega de información completa y transparente a los accionistas y la inclusión de estos en los procesos de definición de objetivos a medio y largo plazo constituyen el ítem con la puntuación más alta (3.15). Este hecho es consistente con estudios previos, al resaltar la honestidad y transparencia en la información con los agentes empresariales como la principal práctica de RSE (Graafland, et al., 2003; Perrini, 2006; Jenkins, 2006). En general, la puntuación promedio para este factor (2.63) refleja que son esporádicas la aplicación de estas prácticas en las Mipymes, así como las frecuencias de participación en cada una de las iniciativas que componen este factor.

Factor 2. Empleados

El segundo factor lo componen las prácticas relacionadas con empleados y el trabajo en las Mipymes. Los resultados muestran la segunda mejor puntuación de todos los factores evaluados, resaltando la frecuencia de implementación de prácticas relacionadas con la gestión de los empleados y su bienestar. En este factor, la frecuencia promedio para las Mipymes mantiene la tendencia de los factores estudiados (2.98), siendo las Medianas empresas el tipo de firma que muestra una puntuación mayor al promedio general (3.99). Este resultado indica que las firmas aplican, con cierta regularidad, programas de comportamiento responsable con los empleados. Además, este hallazgo se ajusta a los documentados por la literatura económica sobre la relación entre las características del empleador y la ética (Solymossy & Masters (2002); Morris, M. H., M. Schindehutte, J. Walton & J. Allen, (2002 Longenecker J. G., C. W. Moore, J. W. Petty, L. E. Palich & J. A. McKinney (2006). En estos estudios se indica que la actitud de los propietarios de las Mipymes presenta

Tabla 1. Ponderaciones de las Mipymes de Sincelejo sobre el uso prácticas de RSE basadas en el direccionamiento corporativo.

Concepto	Puntuación Promedio según tamaño de empresa			
	Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Promedio Mipymes
a. Su empresa cuenta con valores y principios éticos escritos en un documento o algún medio de difusión.	2.29	2.41	2.50	2.36
b. Su empresa promueve la transparencia y las buenas prácticas internas a través de actividades de sensibilización, capacitación y/o apropiación en valores y principios éticos.	2.48	2.56	2.45	2.50
c. Su empresa tiene planes o códigos que permitan detectar, controlar, impedir y sancionar prácticas corruptas en sus relaciones comerciales, en especial con las instituciones del gobierno.	2.63	2.52	2.69	2.61
d. Su empresa tiene definida la asignación y distribución de funciones y responsabilidades en todos los niveles, incluso para la alta dirección.	2.70	2.84	2.49	2.70
e. Su empresa facilita información completa a sus accionistas y los involucra en los proceso de definición de objetivos de mediano y largo plazo	3.17	3.24	3.00	3.15
f. Su empresa implementa programas internos de información y capacitación sobre programas de RSE.	2.42	2.62	2.59	2.50
g. Su empresa cuenta con un plan estratégico que contribuya al desarrollo del mercado y la competitividad sostenible.	2.65	2.62	2.46	2.61
Total Factor	2.62	2.69	2.60	2.63

Fuente: Elaboración propia

rasgos que conllevan al bienestar social. Además, muestran que este comportamiento ético puede estar estimulado por el mercado de trabajo, los avances en las innovaciones y el crecimiento económico (Audretch, 2004). Las prácticas que

se realizan con mayor reiteración en esta dimensión son las que se basan en el desarrollo personal y las sanciones ante la discriminación de sexo, raza, etc. con un promedio de implementación superior a 3.0.

Tabla 2. Ponderaciones de las Mipymes de Sincelejo sobre el uso de prácticas de RSE referidas a los empleados.

Concepto	Puntuación Promedio según tamaño de empresa			
	Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Promedio Mipymes
a. En su empresa, la contratación de empleados se realiza en el marco de la formalidad.	1.74	3.31	3.97	2.54
b. Su empresa otorga a sus empleados y/o familias beneficios adicionales a los exigidos por la ley para el mejoramiento de su calidad de vida (cooperativas, fondo educación, vivienda, recreación, cultura, etc.).	2.11	2.71	3.77	2.57
c. Su empresa promueve el desarrollo personal mediante procesos de capacitación y crecimiento dentro de la organización.	3.56	3.08	4.13	3.52
d. Su empresa tiene definida la asignación y distribución de funciones y responsabilidades en todos los niveles, incluso para la alta dirección.	3.56	3.20	4.05	3.55
e. Su empresa garantiza y cumple con sus obligaciones laborales y prestaciones requeridas con los trabajadores.	1.96	3.10	4.26	2.68
f. Su empresa permite la libertad de asociación de grupos de trabajadores organizados en su interior (creación sindicatos, fondos de empleados).	3.48	3.37	3.77	3.50
g. Su empresa cuenta con programas para medir la satisfacción de sus trabajadores y mejorar el clima laboral.	1.70	3.27	4.18	2.56
h. Su empresa vincula a trabajadores con dificultades de inserción laboral (ej. desplazados, discapacitados, reinsertados, etc.).	2.49	3.41	3.77	2.95
Total factor	2.57	3.18	3.99	2.98

Fuente: Elaboración propia

Factor 3. Gobierno y sector público

El tercer factor de RSE analizado lo componen las prácticas relacionadas con el sector público y sistema gubernamental de orden local y nacional, al igual que los programas de participa-

ción democrática. En primera instancia, los resultados revelan una relación débil con el gobierno y el sector público, con un promedio de (2.81). Las prácticas más habituales de participación en las Mipymes, son el fomento de la democracia en la compañía y la responsabilidad frente a las contribuciones fis-

cales y legales del Estado con un promedio de (3.7) aproximadamente. Este resultado muestra la relación estrecha entre las

finanzas gubernamentales y el comportamiento socialmente responsable de las Mipymes (Vives et al., 2005).

Tabla 3. Ponderaciones de las Mipymes de Sincelejo sobre el uso prácticas de RSE relacionadas con el gobierno y el sector público

Concepto	Puntuación Promedio según tamaño de empresa			
	Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Promedio Mipymes
a. Su empresa conoce e interactúa con las autoridades locales y/o nacionales	2.60	2.65	2.84	2.65
b. Su empresa participa, dentro de agrupaciones de su sector, en políticas públicas y de gobierno local/nacional (comisiones, grupos de trabajo, planes de acción etc.).	2.61	2.48	2.41	2.54
c. Su empresa fomenta la participación libre y voluntaria de sus trabajadores en los procesos electorales.	3.75	3.68	3.72	3.73
d. Su empresa cumple con sus obligaciones legales/fiscales (pago de impuestos, etc.) y respeta las leyes o convenios de su sector o gremio económico.	3.64	3.76	3.66	3.68
e. Su empresa participa de las convocatorias y contrataciones públicas.	2.27	2.55	2.58	2.40
f. Su empresa ha sido beneficiada de algún tipo de ayuda financiera, subsidios, exención económica procedente de alguna institución pública.	2.40	2.62	2.61	2.49
g. Su empresa colabora con el gobierno en la realización de acciones para promover o participar de iniciativas de paz.	2.36	2.51	2.56	2.44
h. Su empresa establece alianzas con el gobierno local para el desarrollo de programas, actividades de beneficio social, donaciones, etc.	2.70	2.55	3.20	2.74
i. Su empresa contribuye con recursos humanos, técnicos o financieros para la realización de proyectos específicos y ejecutados por el gobierno local o regional.	2.57	2.72	2.87	2.66
Total factor	2.79	2.85	2.95	2.81

Fuente: Elaboración propia

Factor 4. Comunidad

Respecto a las prácticas y actividades comunitarias de RS en las Mipymes, se destacan sus acciones al presentar la mayor ponderación general (3.1) con relación al resto de factores analizados en el estudio. Este resultado muestra el vínculo entre el bienestar social de la comunidad y el funcionamiento de las

Mipymes (Lepoutre & Heene, 2006). Para este caso, las prácticas de RS que realizan en mayor medida son la promoción del uso de factores productivos locales, del trabajo voluntario y de iniciativas empresariales de la comunidad donde opera, con una puntuación aproximada de (4.0), reflejando un uso habitual de esta práctica en las Mipymes del municipio.

Tabla 4. Ponderaciones de las Mipymes de Sincelejo en el uso de prácticas de RSE relacionadas con la comunidad.

Concepto	Puntuación Promedio según tamaño de empresa			
	Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Promedio Mipymes
a. Su empresa ha identificado los impactos que ocasiona en la comunidad por la actividad que realiza.	2.37	2.46	2.61	2.43
b. Su empresa mantiene relaciones estrechas con la comunidad en busca del mejoramiento de la misma.	2.5	2.70	2.41	2.53
c. Su empresa conoce y aporta a la solución de las necesidades de desarrollo que tiene la comunidad donde opera.	2.96	3.10	2.87	2.98
d. Su empresa promueve el uso de insumos, materias primas locales y privilegia en la contratación laboral a los habitantes de la comunidad, barrio o municipio.	3.83	3.77	3.69	3.79
e. Su empresa promueve el trabajo voluntario de sus colaboradores o empleados en acciones sociales.	3.77	3.84	3.71	3.78
f. Su empresa promueve o apoya iniciativas empresariales de la comunidad donde opera.	3.62	3.74	3.53	3.64
g. Su empresa desarrolla alianzas con otras empresas para invertir y/o trabajar en la comunidad.	2.94	2.91	2.58	2.87
h. Su empresa tiene algún programa (becas de estudio) o realiza campañas en beneficio de su comunidad en pro de la solución de problemas y necesidades sociales.	2.56	2.39	2.46	2.49
Total factor	3.07	3.11	2.98	3.06

Fuente: Elaboración propia

Factor 5. Clientes, proveedores y competencia

Esta sección evalúa la regularidad de implementación de actividades para mantener óptimas relaciones con los grupos de interés. Este grupo de prácticas presentan un promedio general de aplicabilidad de (2.8) aproximadamente. La literatura sobre este factor y el impacto del uso de prácticas de RS para las Mipymes no resulta muy concluyente. Sin embargo, este estudio demuestra que las iniciativas para administrar, de manera responsable, el poder de negociación de los grupos de interés son muy limitadas. Esto se debe a que las empresas grandes fomentan, gracias a su control sobre los distribuidores de in-

sumos, la competencia entre las empresas de menor tamaño. Esta conducta competitiva conlleva en la práctica a la pérdida de incentivos para el comportamiento socialmente responsable entre empresas, (Brammer y Millington, 2006; Greening y Gray, 1994; Henriques y Sadorsky, 1996; Oliver, 1991). Para este factor, los resultados muestran que la mejora en las relaciones con los proveedores y la satisfacción con sus clientes son las actividades empleadas con mayor frecuencia por las Mipymes (3.6). Este resultado aduce que las empresas grandes pueden ejercer control sobre la competencia mediante la presión a proveedores de insumos, afectando con ello, las prácticas que estimulen la responsabilidad social de las Mipymes.

Tabla 5. Ponderaciones de las Mipymes de Sincelejo sobre el uso prácticas de RSE basadas en la relación con grupos de interés y fortalecimiento de la cadena de valor.

Concepto	Puntuación Promedio según tamaño de empresa			
	Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Promedio Mipymes
a. Su empresa conoce a plenitud los derechos del consumidor.	2.64	2.84	2.66	2.69
b. Su empresa realiza proceso de retroalimentación y medición de la satisfacción de sus clientes.	3.54	3.74	3.41	3.57
c. Su empresa posee una política o mecanismo para atender preguntas, quejas, reclamos y sugerencias, así como resolver posibles conflictos con los clientes.	2.56	2.45	2.64	2.55
d. Su empresa ofrece información específica, correcta y justa relativa a las propiedades y uso del producto o aprovechamiento del servicio.	2.58	2.70	2.87	2.66
e. Su empresa se preocupa porque los directivos de la empresa estén involucrados directamente con los programas de atención al consumidor.	2.40	2.58	2.61	2.48
f. La publicidad de la empresa logra transmitir los valores y principios de la misma.	2.46	2.74	2.69	2.56
g. Tiene en cuenta las opiniones de los clientes a la hora de escoger la publicidad de la empresa.	2.38	2.5	2.84	2.49

Concepto	Puntuación Promedio según tamaño de empresa			
	Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Promedio Mipymes
h. La publicidad de la empresa es coherente con la realidad del producto o servicio.	2.71	2.8	2.97	2.78
i. Su empresa desarrolla campañas publicitarias para promover la RSE.	2.39	2.62	2.64	2.49
j. Su empresa ofrece información completa sobre las expectativas y requerimientos que deben cumplir sus proveedores respecto al producto o servicio suministrado.	2.41	2.53	2.78	2.50
k. Su empresa considera criterios ambientales y sociales en la selección o evaluación de los proveedores.	2.70	2.92	2.77	2.76
l. Su empresa da preferencia a proveedores que cuenten con alguna certificación ambiental.	2.75	2.76	2.94	2.78
m. Su empresa desarrolla alianzas estratégicas con proveedores para el desarrollo de ambas empresas.	2.70	2.60	2.68	2.67
n. Su empresa negocia con proveedores y/o distribuidores que también atienden a su competencia sin restricciones ni condiciones especiales.	3.57	3.70	3.75	3.63
o. Su empresa incluye dentro de sus proveedores a cooperativas de pequeños productores, iniciativas solidarias, asociaciones de barrio, grupos vulnerables (desplazados, discapacitados, indígenas).	2.50	2.84	2.69	2.62
p. Su empresa promueve entre sus proveedores y/o distribuidores las buenas prácticas del manejo de personal, condiciones de trabajo y protección del medio ambiente.	2.58	2.43	2.53	2.52
q. Su empresa dispone de alguna medida o política para favorecer la contratación o compra con proveedores locales.	2.5	2.96	2.97	2.70
r. Su empresa desarrolla estrategias comerciales y de publicidad enmarcadas en la sana competencia y la veracidad de la información.	2.71	2.81	2.87	2.76
Total Factor	2.67	2.81	2.85	2.73

Fuente: Elaboración propia

Factor 6. Medio ambiente

Respecto a las prácticas que buscan el fortalecimiento del ambiente y el desarrollo sostenible, la evaluación promedio muestra un valor estimado bajo (2.68), demostrando que las Mipymes valoran escasamente los recursos ambientales. Esto confirma que los ejes que necesitan ser regulados, con mayor prioridad en las Mipymes, son la implementación de prácticas de RSE en la estrategia competitiva de las firmas (Besser, 1999; BITC, 2002; EMSF, 2004; Comisión Europea, 2003b) y la adjudicación de planes encaminados a la preservación del medio ambiente (Vives et al., 2005). En diversos estudios, las Mipy-

mes han mostrado limitaciones para implantar prácticas de RS basadas en el mantenimiento y preservación del contexto ambiental (BITC, 2002; Tilley, 1999; Tilley, 2000; Vives et al. 2005). Los resultados obtenidos sigue la tendencia que han reflejado las Mipymes de América Latina en diversos estudios, revelando que las firmas de menor tamaño no poseen incentivos para la aplicación de prácticas en la gestión óptima del medio ambiente (Vives et al., 2005). También se observa que la práctica de mayor aplicación en la preservación del medio ambiente corresponde a la separación y reciclaje de desechos industriales, con un promedio aproximado de (3.6).

Tabla 6. Ponderaciones de las Mipymes de Sincelejo sobre el uso prácticas de RSE basadas en la conservación de los recursos naturales.

Concepto	Puntuación Promedio según tamaño de empresa			
	Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Promedio Mipymes
a. Considera que las acciones de su empresa tienen algún impacto sobre el medio ambiente.	2.64	2.84	2.66	2.69
b. Su empresa realiza acciones para el manejo adecuado de sus residuos o de reciclaje, además de proteger y respetar el medio ambiente.	3.54	3.74	3.41	3.57
c. Su empresa tiene una política ambiental y emprende acciones para la reducción y buen uso del consumo de energía, agua, productos tóxicos y materias primas.	2.56	2.45	2.64	2.55
d. Su empresa realiza periódicamente controles ambientales por la contaminación causada por procesos, equipos, maquinaria, vehículos propios o de terceros a su servicio.	2.58	2.70	2.87	2.66
e. Su empresa tiene implementados procesos de producción limpia y promueve la utilización de energía renovable.	2.40	2.58	2.61	2.48
f. Su empresa desarrolla campañas de educación ambiental a empleados, familiares de su personal y a la comunidad	2.46	2.74	2.69	2.56
g. Su empresa implementa programas internos de información y capacitación sobre los impactos ambientales causados por sus productos o servicios.	2.38	2.50	2.84	2.49

Concepto	Puntuación Promedio según tamaño de empresa			
	Micro Empresas	Pequeñas Empresas	Medianas Empresas	Promedio Mipymes
h. Su empresa participa en programas o actividades de preservación ambiental.	2.71	2.80	2.97	2.78
i. Su empresa fomenta entre sus clientes, proveedores y competidores las buenas conductas ambientales.	2.39	2.62	2.64	2.49
j. Su empresa ha sido sancionada con multas o sanciones no monetarias por violación de las normas ambientales.	2.41	2.53	2.78	2.50
k. Su empresa cuenta con una persona o departamento encargada de las cuestiones ambientales.	2.70	2.92	2.77	2.76
Total Factor	2.61	2.76	2.81	2.68

Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

Este artículo encontró para las Mipymes de Sincelejo escasa evidencia a favor de las prácticas de RS. En su mayoría las actividades de RS se exponen a través de métodos informales, orientados internamente y con muy poca relación en la gestión empresarial de sus actividades. Los principales resultados sugieren una relación directa entre el tamaño de las firmas y el cumplimiento de prácticas de RS, indicando para las micro y pequeñas (medianas) empresas del municipio los estándares más bajos (altos) de implantación de programas socialmente responsables del estudio. En líneas generales se destacan los siguientes resultados. Primero, el conjunto de prácticas socialmente responsables destinadas a fomentar el bienestar de la comunidad en materia socioeconómica y la mejora en los servicios prestados al factor trabajo, presentan el mayor promedio de implementación en las Mipymes de Sincelejo. Este es un resultado relevante en el estudio, pues demuestra la relación estrecha entre las actividades operativas de las Mipymes con el funcionamiento del sistema social en la economía. Segundo, los resultados revelan que los programas de direccionamiento de las operaciones en las firmas, así como, la conservación

y optimización en el uso de recursos del medio ambiente son aplicados con menor regularidad.

Respecto a las principales barreras que se interponen para usar prácticas socialmente responsables, se encuentra que la falta de formación y capacidades para desarrollar programas de RS al igual que la falta de aliados y cooperación, influyen significativamente.

Este resultado apoya la hipótesis de que las Mipymes no poseen información y conocimiento suficiente para adoptar medidas de responsabilidad social. Prueba de ello es la limitada asociación de prácticas de RS, a las características laborales de los empleados y beneficios otorgados a la comunidad, como el principal reconocimiento de la RS. Por último, los hallazgos del estudio evidencian la necesidad por implementar una estrategia de regulación en la aplicación de programas de RS para las Mipymes de Sincelejo. De esta forma, se propone que las empresas con menor uso de capital y de trabajadores obtengan mayor acompañamiento de las administraciones gubernamentales, además de optimizar los factores productivos sociales, económicos y ambientales en el ejercicio operativo de las Mipymes.

Para finalizar se establecen como líneas de investigación a seguir, el rediseño y análisis detallado de los grupos de interés pertinentes al contexto de las Mipymes. También el diseño de un índice social que incluya las Mipymes con mayor responsabilidad social y ambiental. Avanzar en investigaciones cross-culturales y longitudinales para distintas regiones del país.

REFERENCIAS

- Aldrich, H. & E. Auster, (1986). Even Dwarfs Started Small: Liabilities of Age and Size and Their Strategic Implications, *Research in Organizational Behavior* 8(2), 165–198.
- Arbuthnot, J. J., (1997). Identifying Ethical Problems Confronting Small Retail Buyers During the Merchandise Buying Process, *Journal of Business Ethics* 16(7), 745–755.
- Audretch, D. B., (2002). *Entrepreneurship: A survey of the Literature* Institute for Development Strategies Indiana, University & Centre for Economic Policy, London.
- Besser, T. L., (1999). Community Involvement and the Perception of Success Among Small Business Operators in Small Towns, *Journal of Small Business Management*, 37(4), 16–29.
- BITC, (2002). *Engaging SMEs in Community and Social Issues*, Business in the Community, London.
- Bowen, F. E., (2002). Organizational Slack and Corporate Greening: Broadening the Debate, *British Journal of Management* 13(4), 305–316.
- Brammer, S. & A. Millington, (2006). Firm Size, Organizational Visibility and Corporate Philanthropy: an Empirical Analysis, *Business Ethics: A European Review* 15(1), 6–18.
- Brown, D. J. & J. B. King, (1982). Small Business Ethics: Influences and Perceptions, *Journal of Small Business Management* 20(1), 11–18.
- Bucar, B., M. Glas & R. D. Hisrich. (2003) Ethics and Entrepreneurs: An International Comparative Study, *Journal of Business Venturing* 18(2), 261–281.
- Cardona, M. & C. Cano, (2005). La dinámica industrial, crecimiento económico y PyMEs: Un análisis de Datos de Panel para el caso colombiano 1980–2000. *Archivos de Economía*, Documento 292. Bogotá: Departamento Nacional de Planeación, Septiembre. 50p.
- Carson, D., S. Cromie, P. McGowan & J. Hill, (1995). *Marketing and Entrepreneurship in SMEs: An Innovative Approach*. Prentice Hall, London.
- Cota, M., (1998). La importancia de pequeñas y medianas empresas. *Gaceta Universitaria*. 13, 1.
- Curran, J. & R. A. Blackburn, (2001). *Researching the Small Enterprise*. Sage, London.
- Chen, M.-J. & D. C. Hambrick, (1995). Speed, Stealth, and Selective Attack: How Small Firms Differ From Large Firms in Competitive Behaviour, *Academy of Management Journal* 38(2), 453–482.
- Chrisman J. & R. Archer, (1984). Small Business Social Responsibility: Some Perceptions and Insights, *American Journal of Small Business*, Vol. IX n° 2, 46-58.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE (2012). Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas, Revisión 4 adaptada para Colombia, CIU Rev. 4 A.C. Recuperado de: http://camara.ccb.org.co/documentos/11510_ciiudane4.pdf
- De Bakker, F., Groenewegen, P., & den Hond, F. (2005). Abi-bliometric analysis of 30 year of research and theory on corporate social responsibility and corporate social performance. *Business & Society*, 44 (3), 283–317

Dandridge, T. C., (1979). Children Are Not “Little Grown-Ups”: Small Business Needs Its Own Organizational Theory, *Journal of Small Business Management* 17(2), 53–57.

D’Amboise, G. & M. Muldowney, (1988). Management Theory for Small Business – Attempts and Requirements, *Academy of Management Review* 13(2), 226–240.

Dean, T. J., R. L. Brown & C. E. Bamford, (1998). Differences in Large and Small Firm Responses to Environmental Context: Strategic Implications From a Comparative Analysis of Business Formations, *Strategic Management Journal* 19(8), 709–728.

Del Brío, J. A. & B. Junquera, (2003). A Review of the Literature on Environmental Innovation Management in SMEs: Implications for Public Policies, *Technovation* 23(12), 939–948.

Giraldo R., B., (2007). Estadísticas de la microempresa en Colombia: análisis comparativo 1990-2005. Recuperado de: <http://www.microempresas.com.co/newPortal/archivos/observatorio/Analisis%20Comparativo.pdf> (Enero 2013).

Global Entrepreneurship Monitor Colombia - GEM (2012). Región Caribe 2011-2012. Barranquilla: Universidad del Norte.

Graafland J.; B. Van de Ven & N. Stoffele N., (2003). Strategies and Instruments for Organising CSR by Small and Large Businesses in the Netherlands, *Journal of Business Ethics*, n° 47(1), 5–60.

Hillary, R., (2000). Small and Medium-Sized Enterprises and the Environment. Greenleaf, Sheffield, UK.

Jenkins H., (2004). A Critique of Conventional CSR Theory: An SME Perspective, *Journal of General Management*, Vol. 29 n° 4, 37–57.

Jenkins H., (2006). Small Business Champions for Corpora-

te Social Responsibility, *Journal of Business Ethics*, n° 67(3), 241–256.

Lee, C. Y., (2010). A theory of firm growth: learning capability, knowledge, threshold, and patterns of growth. *Research Policy*, 39, 278-289.

Lepoutre J. & Heene A., (2006). Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility: a Critical Review, *Journal of Business Ethics*, n°67 (3), 257-273.

Lawrence S., E. Collins, K. Pavlovich & M. Arunachalam (2006). Sustainability Practices of SMEs: the Case of NZ, *Business Strategy and the Environment*, 15 (4), 242-257.

Longo M., M. Mura, & A. Bonoli (2005). Corporate social responsibility and corporate performance: the case of Italian SMEs, *Corporate Governance*, 5 (4), 28-42

Longenecker J. G., C. W. Moore, J. W. Petty, L. E. Palich & J. A. McKinney (2006). Ethical Attitudes in Small Businesses and Large Corporations: Theory and Empirical Findings From a Tracking Study Spanning Three Decades, *Journal of Small Business Management* 44(2), 167–183.

Ludevid Anglada, M., (2000). Small and Medium-Sized Enterprises. Perceptions of the Environment: A Study from Spain_, in R. Hillary (eds.), *Small and Medium Sized Enterprises and the Environment*, Greenleaf Publishing, Sheffield, U.K., pp. 61–74.

Moneva. J. & J. C. Hernández, (2009). Responsabilidad Social Corporativa e Información de Sostenibilidad en la PYME. *Revista Internacional de la Pequeña y Mediana Empresa*. N°1 Vol. 2

Morris, M. H., M. Schindehutte, J. Walton & J. Allen, (2002). The Ethical Context of Entrepreneurship: Proposing and Testing a Developmental Framework. *Journal of Business Ethics*, n° 40 (4), 331- 361

Murillo D. & J. Lozano, (2006). SMEs and CSR: An Approach to CSR in their Own Words. *Journal of Business Ethics*, nº 67(3), 227-240.

Nooteboom, B., (1994). Innovation and Diffusion in Small Firms: Theory and Evidence, *Small Business Economics* 6(5), 327-347.

Observatorio de las PYMES Europeas, (2002). European SMEs and Social and Environmental Responsibility. Oficina para publicaciones oficiales de las Comunidades Europeas, Luxembourg.

Oliver, C., (1991). Strategic Responses to Institutional Processes, *Academy of Management Review* 16(1), 145-179.

Pacheco C., (2013). Estrategias empresariales más utilizadas por las pymes en Sincelajo. *Revista Económicas CUC*, Vol. 34, No. 1, pp. 183-202.

Perrini F., (2006). SMEs and CSR Theory: Evidence and Implications from an Italian Perspective, *Journal of Business Ethics*, nº 67(3), 305-316

Sarbutts N., (2003). Can SMEs 'do' CSR? A practitioner's view of the ways small -and medium- size are able to manage reputation through corporate social responsibility, *Journal of Communication Management*, 7 (4), 340-347.

Serwinek, P. J., (1992). Demographic and Related Differences in Ethical Views Among Small Businesses, *Journal of Business Ethics* 11(1), 555-566.

Smith, P. L. & E. F. I. Oakley, (1994). A Study of the Ethical Values of Metropolitan and Nonmetropolitan Small Business Owners, *Journal of Small Business Management* 32(4), 17-27.

Solymossy, E. & J. K. Masters, (2002). Ethics through an En-

trepreneurial Lens: Theory and Observation, *Journal of Business Ethics* 38, 227-241.

Spence, L. J., (1999). Does Size Matter? The State of the Art in Small Business Ethics, *Business Ethics: A European Review* 8(3), 163-174.

Spence L.J.; R. Jeurissen & Rutherford, (2000). Small Business and the Environment in the UK and the Netherlands: Toward Stakeholder Cooperation. *Business Ethics Quarterly*, nº 10(4), 945-965.

Spence L.J. & J. Lozano, (2000). Communicating about Ethics with Small Firms: Experiences from the U.K. and Spain, *Journal of Business Ethics*, nº 27 (1/2), 43-53.

Teal, E. J. & A. B. Carroll, (1999). Moral Reasoning Skills: Are Entrepreneurs Different?, *Journal of Business Ethics* 19(3), 229-240.

Tilley, F., (2000). Small Firm Environmental Ethics: How Deep Do They Go?, *Business Ethics: A European Review* 9(1), 31-41.

Vitell, S. J., E. D. Dickerson & T. A. Festervand, (2000). Ethical Problems, Conflicts and Beliefs of Small Business Professionals, *Journal of Business Ethics* 28(1), 15-24.

Vives, A., y Peinado, E. (2011). La Responsabilidad Social de las Empresas en América Latina. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, DC.

Welsh, J. A. & J. F. White, (1981). A Small Business Is Not a Little Big Business, *Harvard Business Review* 59(4), 18-32.

Wennekers, S. & R. Thurik, (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth, *Small Business Economics* 13(1), 27-55