

## Capítulo 8

# **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: CASO PYMES DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA**

**Kelli Johanna Jiménez Mongui**

✉ kellymongui85@hotmail.com

© <https://orcid.org/0009-0002-4327-4004>

**Karen Eliana Rodríguez Montero**

✉ karito032490@gmail.com

© <https://orcid.org/0000-0002-7142-580>

**José Fabian Ríos Obando**

✉ jfriososo@adm.usbcali.edu.co

© <https://orcid.org/0000-0003-3846-2983>

**Lina Marcela Vargas García**

✉ lina.vargas00@usc.edu.co

© <https://orcid.org/0000-0002-2367-9832>

## **Resumen**

El propósito de la presente investigación es conocer a profundidad la situación de las pequeñas y medianas empresas del Distrito

### *Cita este capítulo*

Jiménez Mongui, K. J.; Rodríguez Montero, K. E.; Ríos Obando, J. M.; Vargas García, L. M. (2024). Abordando la Memoria del Conflicto. En: *Reconstrucciones racionales sobre la organización*. Vargas-García, L. M.; Londoño-Cardozo, J. (Editores científicos) (pp. 273-306). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali; 2024.

de Buenaventura frente a las actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que realizan, para proponer un modelo de fácil implementación a las empresas interesadas en emprender acciones de Responsabilidad Social Empresarial y para contribuir al mejoramiento en aquellas que estén ejecutando algún tipo de acción de RSE. La presente investigación se realizó en tres etapas, en la primera se desarrolló un diagnóstico preliminar a través de encuestas aplicadas a un grupo de pequeñas y medianas empresas del Distrito de Buenaventura donde se pudo identificar que son pocas las empresas que desarrollan actividades de Responsabilidad Social de manera estructurada. También se pudo identificar en las entrevistas aplicadas a los empleados de aquellas empresas que ejecutan planes de Responsabilidad social enfocados en el bienestar de sus colaboradores, que estos sienten que las actividades desarrolladas por la empresa no aportan a su crecimiento económico y profesional. Con los resultados de la información obtenida a través de la aplicación de las encuestas y las entrevistas se procedió a elaborar un Modelo de RSE con el doble propósito de que cualquier empresa interesada en incursionar en el mundo de la RSE pueda hacerlo de manera sistemática y sencilla y para que aquellas que ya lo realizan, puedan mejorar sus prácticas, pudiendo evaluar el crecimiento del grupo de interés que hayan priorizado atender.

**Palabras claves:** responsabilidad social empresarial, stakeholders (grupos de interés), valor compartido, competitividad.

## **Introducción**

Por lo general en las organizaciones al momento de tomar decisiones, influye en gran medida el entorno económico, lo que expresa el interés de los empresarios en proyectar un negocio de manera sostenible enfocado en la generación de utilidades; sin embargo, la aparición del concepto de Responsabilidad Social Empresarial mostró una manera diferente de armonizar los fines de la empresa con otros, como los so-

ciales y medioambientales, logrando así una sinergia entre estos aspectos e involucrando los grupos de interés en las acciones responsables que desarrolle la empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial en Colombia inicio su desarrollo en las grandes empresas y multinacionales, principalmente por directriz de la casa matriz, con un gran costo. No obstante, la aplicabilidad de la misma se fue extendiendo a las Pymes, organizaciones que se convirtieron en grandes generadoras de empleo e importantes actores del desarrollo económico nacional, pues se han constituido como uno de los sectores más significativos para las economías emergentes por su contribución en el crecimiento económico y la generación de riqueza, como sucede en el Distrito de Buenaventura, principal puerto colombiano en el mar pacifico, donde los mayores dinamizadores de su economía son las Pymes.

En Colombia, sus regiones y localidades la implementación de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes se realiza en el mayor de los casos de manera informal, ya sea por desconocimiento de sus prácticas, por falta de interés o falta de inversión de recursos económicos, además de otros aspectos, como la falta de un marco regulatorio de la RSE, radicando aquí la necesidad de introducir un modelo de gestión que se ajuste al alcance del tamaño de la organización, buscando maximizar el desempeño empresarial y generar estrategias que permitan contribuir con la sociedad en general.

Factores como, la globalización, la mayor disponibilidad de información, las exigencias y expectativas de los consumidores, la creciente sensibilización de la sociedad sobre el rol que desempeña la empresa, los empleados, los clientes, los proveedores y el gobierno, han llevado a las organizaciones a buscar su desarrollo económico a través no solo de la generación de riqueza, sino también, modificando su actitud con el medio ambiente e influenciando de forma positiva a la sociedad, por lo que ha sido importante tener en cuenta criterios

como la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social empresarial – RSE al momento de tomar las decisiones estratégicas.

Las grandes empresas en el contexto internacional ya tienen claro la importancia de ser responsables socialmente, por eso este tema para ellas no es nuevo, por lo que para invertir y proyectarse buscan hacer negocios con empresas que aplican la RSE. Molero (2016) en su artículo, la RSE en el contexto del capital social, declara que la RSE es utilizada en las grandes empresas para lograr crecimiento económico y competitivo en un contexto social. La región Latinoamericana al avanzar lentamente en la incorporación de la RSE en la cadena de valor, posterga la oportunidad de que se hagan inversiones para incrementar el capital y crédito de las grandes compañías que ya agregaron en sus lineamientos estratégicos la RSE (p.50).

Uno de los principales objetivos que ha impulsado el negocio empresarial a través de los tiempos ha sido la satisfacción de las necesidades de la sociedad a través de la oferta de bienes y servicios. Sin embargo, en la actualidad y de manera global las empresas para sostener el negocio y minimizar las amenazas que afectan el futuro empresarial, han complementado este objetivo ocupándose por operar en entornos saludables, esto quiere decir, intervenir los problemas que padece el entorno, como son la pobreza, la marginalidad, el deterioro del medio ambiente, las relaciones laborales, estrategias administrativas para mantener motivados y comprometidos a los colaboradores de la organización, la reputación y credibilidad, la percepción de los inversionistas, propietarios y socios, relación con los proveedores, clientes, competencia y la comunidad donde la empresa opera.

Las anteriores acciones que en el pasado se observaban como acciones filantrópicas en la actualidad son denominadas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), algunas de las cuales adicionalmente generan otros beneficios a la empresa como son, exenciones tributarias y posicionamiento de la imagen corporativa.

En Colombia según cifras del Registro Único Empresarial y Social, el 94,7% de las empresas corresponde a microempresas y el 4,9% son pequeñas y medianas empresas. Las Pymes son grandes generadoras de empleo en el país y debido a la importancia que representan para el desarrollo económico del país se convierten en un área de estudio importante, donde es posible incorporar la RSE como una estrategia de gestión que permita mitigar los profundos conflictos socioeconómicos y medioambientales que se presentan en el entorno donde operan las Pymes a través de los incentivos tributarios.

En Buenaventura, según el informe de registro de la Cámara de Comercio de Buenaventura (2018), este sector está conformado por 6.917 empresas, de las cuales 12 se encuentran clasificadas como grandes empresas, 50 como medianas empresas, 446 son pequeñas empresas, 6384 son microempresas y 25 no muestran información de su clasificación, las cuales operan en un territorio que vive en medio de una inexplicable paradoja.

Se caracteriza por poseer una gran diversidad de recursos naturales biodiversos atractivos para favorecer el desarrollo de múltiples actividades económicas relacionadas con la calidad de los mismos y del sector turístico, una posición geográfica estratégica idónea para el desarrollo de la actividad portuaria y actividades conexas con el puerto pero contrasta con los altos índices de necesidades básicas insatisfechas de la población y pobreza extrema.

También se destaca por ser el principal puerto colombiano en el mar pacífico por donde circula más del 53% del comercio internacional marítimo del país. Dentro de sus principales actividades económicas además de la actividad portuaria se destacan el ecoturismo, la pesca marina y fluvial, la explotación maderera, la minería y el comercio.

Debido a la importancia de Buenaventura por su condición de puerto, el Gobierno Nacional está realizando grandes inversiones

para impulsar el desarrollo y crecimiento de la actividad portuaria en obras como la expansión de la red vial intermunicipal y la profundización del canal de acceso al puerto de Buenaventura que le permitirá recibir barcos de gran calado o post panamá con capacidad de más de 17 mil contenedores. De igual forma, la empresa privada adelanta proyectos como, la Zona Franca Permanente Centro Logístico del Pacífico (CELPA) y proyecta la construcción del puerto del delta del río Dagua.

Todas estas inversiones solo buscan mejorar las condiciones de competitividad de la actividad económica del distrito en el sector portuario, postergando las inversiones en el campo social, que solo se reflejan en los planes de desarrollo de los entes gubernamentales a nivel local y regional, más por norma constitucional que por compromiso con los sectores vulnerables de la población que padece una grave crisis de carácter humanitario cuando se revisan la cifras de los indicadores de pobreza, nivel de vida, y oportunidades de movilidad social de la población, poco desarrollo en infraestructura de la ciudad, deficiencia en la prestación de los servicios públicos básicos (agua, aseo, transporte, alcantarillado); fallas en la prestación del servicio de salud y educación, factores que colocan a Buenaventura en el primer lugar de desigualdad social entre los 42 municipios del departamento (Cámara de Comercio de Buenaventura, 2018).

Por esta razón es importante conocer las prácticas de RSE que desarrolla el sector empresarial de Buenaventura y en particular de las Pymes; además determinar cómo estas acciones están incidiendo en la solución de los problemas que afectan a la población y su entorno con el propósito de instrumentar acciones de sensibilización, formas de adopción de la RSE, como una estrategia que articulada con la gestión del estado nación pueda contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, impulsar el crecimiento de la economía de la región y disminuir los impactos desfavorables al medio ambiente y el ecosistema local por su gran riqueza biodiversidad,

abundancia e importancia estratégica para el país y la región.

Adicionalmente, concientizar a los empresarios sobre la importancia de incorporar la RSE en sus estrategias de gestión, para obtener ventajas competitivas, fortalecer la imagen corporativa, obtener beneficios tributarios, generado de un efecto imitador para todas las Pymes que no practican la RSE, en la ciudad, el departamento y la nación.

En ese sentido el presente capítulo pretende abordar un modelo de Responsabilidad Social Empresarial para la gestión de las Pymes en el Distrito de Buenaventura, a través de una investigación exploratoria descriptiva, y de un muestreo estratificado con afijación proporcional óptimo que se aplicó a un total de 153 pequeñas y medianas empresas, logrando un nivel de confianza del 92.5% y un margen de error del 5%.

### **Evolución de la Responsabilidad Social Empresarial**

La gran depresión, fue una crisis económica mundial acaecida durante la década de los años 30 del siglo pasado, anteriores a la Segunda Guerra Mundial. Fue la depresión más larga y la que afectó a mayor número de países; se originó en Estados Unidos y rápidamente se extendió a casi todos los países del mundo como Alemania, Gran Bretaña, Francia, Chile, Noruega y España, aunque también otros se escaparon de sus efectos devastadores gracias a la influencia de las políticas socioeconómicas adoptadas por dichos estados como: China, Japón y la Unión Soviética.

La devastación no solo afectó Wall Street, también incidió en la explotación agraria, los bancos y la industria, donde millones de campesinos perdieron sus propiedades; la producción de la industria automotriz cayó de 4.5 millones de automóviles a 1.9 millones en solo tres años. Muchos bancos se vieron obligados a cerrar, lo que indujo al jefe de estado a decretar vacaciones bancarias generalizadas para controlar la retirada de los fondos bancarios.

Durante estos años hubo un creciente deterioro del empleo y la calidad de este, caracterizado por salarios bajos y menos horas de trabajo; igualmente la población apelaba a cualquier forma de sobrevivencia, incluso comiendo desperdicios; provocando que la inseguridad y la miseria se transmitieran como una epidemia, de modo que cayeron todas las variables macroeconómicas que gobiernan la economía global.

Los países comenzaron a recuperarse progresivamente a comienzo de la Segunda Guerra Mundial. El inicio del final de la Gran Depresión en Estados Unidos parte del establecimiento del New Deal liderado por el entonces presidente de los Estados Unidos Franklin D. Roosevelt; a través de la aprobación de leyes en el Congreso para incentivar la reactivación de la economía americana y la creación de nuevos organismos encargados de llevar a cabo su implementación.

Como la infraestructura productiva y social de gran parte de Europa, África y Asia Oriental se deterioró a consecuencia de la segunda guerra mundial, se abrió una nueva oportunidad para favorecer las intervenciones del Estado que había comenzado a desarrollarse en 1930 con el liderazgo norteamericano que al no ver afectado su territorio por los efectos del conflicto global, lideró la recuperación económica de los países afectados a través del Plan Marshall, que les facilitó disponer de materias primas, alimentos, productos manufacturados y consecuentemente el posicionamiento de las empresas americanas en Europa.

Una de las características de la posguerra fue el surgimiento de la economía mixta, que se basa en una relación entre el Estado y la empresa privada como una estrategia para afectar los problemas generados por las crisis; donde queda explícita la necesidad de una intervención creciente del Estado por la incapacidad de la economía de mercado para su mitigación (Schiller, 1994). El papel de la empresa en este contexto es principalmente propiciar progresos tecnológicos, la implementación de economías de escala y las mejoras en la organi-



zación para aumentar la productividad que tiene un efecto directo en el mejoramiento de las condiciones del bienestar social.

En los primeros años de la década de los cincuenta del pasado siglo se pusieron de manifiesto los primeros planteamientos del concepto de Responsabilidad Social Empresarial a partir de los estudios realizados por Bowen, (1953) y publicados en su libro *Social Responsibilities of the Businessman*, “plantea que las decisiones que tomen los empresarios no solo tienen impacto en la calidad de vida del negocio, sino que también en sus empleados, clientes y demás *Stakeholders*”.

La responsabilidad social, según este economista, es un medio viable para mejorar problemas económicos y alcanzar los objetivos económicos propuestos. Además, plantea el cuestionamiento de si el empresario asume la responsabilidad social como un deber económico desde una perspectiva cristiana o si debe actuar motivado por servir a la sociedad en lugar de maximizar el beneficio económico como único fin de la empresa.

No obstante para Friedman (1970) la responsabilidad social es un comportamiento más propio de las personas que de las organizaciones, por lo que argumentó su teoría en los accionistas o *Stakeholders*, en la cual los directivos deben responder solo a los accionistas, realizando actividades que estén diseñadas para aumentar al máximo las utilidades obtenidas por la empresa, es decir, que generar utilidades o incrementar los beneficios es la única responsabilidad social de una empresa; aunque delimitó este argumento al cumplimiento de las leyes y buenas prácticas.

Aunque muchos otros autores no estuvieron de acuerdo con el enfoque de la teoría de Friedman, en esta teoría se puede encontrar una apología para que las empresas realicen prácticas de RSE, solo si éstas están encaminadas con la obtención de mayores utilidades.

Para Davis (1973) “la responsabilidad social empieza donde la ley termina” (p. 313), esto quiere decir, que una empresa no se puede definir

como socialmente responsable si simplemente cumple con lo que le exige la ley, la responsabilidad social va más allá de los requisitos de ley. También afirma que la empresa que tiene mayor sensibilidad hacia las necesidades de la comunidad tendrá la oportunidad de incursionar en una sociedad con mejor ambiente que le permite responder de manera positiva hacia el negocio de la empresa.

En la década de los ochenta, surgieron disertaciones sobre la RSE desde las prácticas empresariales y el desempeño social corporativo, donde sobresalieron planteamientos que consideraron las acciones de RSE como oportunidades económicas, es decir, como una inversión en vez de un gasto. (Drucker, 1996).

Sin embargo, autores como Freeman (1984) y (2009) argumentaron que la gestión empresarial debe estar orientada a beneficiar los grupos de interés (*Stakeholders*), pues son los que hacen parte del desarrollo de la actividad de la empresa. Los grupos de interés hacen parte de la empresa y viceversa. Además, describe y recomienda métodos a través de los cuales la empresa puede tener en cuenta los intereses de esos grupos, entre los cuales menciona: clientes, competencia, defensores de consumidores, agrupaciones profesionales, medios de comunicación, ambientalistas, proveedores, gobierno, comunidad y empresarios (Freeman, 2010).

Desde el punto de vista del desempeño social Wartick y Cochran (1985) reconfiguran los principios de la Responsabilidad Social enfatizando los procesos de sensibilización y el desarrollo de políticas para la problemática social.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), una de las organizaciones internacionales con mayor intervención en temas sobre RSE, ha presentado diversas iniciativas para el desarrollo de prácticas de RSE. La ONU (1987) elaboró el informe de la comisión mundial sobre medio ambiente y desarrollo, mejor conocido como el Informe

de Brundtland; que hace referencia principalmente al desarrollo sostenible definido como las acciones orientadas a aprovechar los recursos que satisfacen las necesidades de las actuales generaciones sin comprometer a las futuras generaciones.

Sin embargo, el propósito del desarrollo sostenible no es solo cuidar el medio ambiente, si no mejorar la calidad de vida de la población, por ende, el crecimiento económico está sujeto al establecimiento de políticas que contribuyan a sostener el medio ambiente, proporcionando por ejemplo alivio a la pobreza que existe en gran parte de los países en desarrollo.

A partir de la década de los noventa la responsabilidad social ya no se consideraba como un hecho aislado dentro de la empresa, por el contrario, debía estar inmersa en las diferentes áreas de la organización, García (2016, como se citó en Carroll, 1979) determinó por primera vez las responsabilidades de la empresa: económicas, legales, éticas y filantrópicas, resaltando que la ética y la filantropía son voluntarias, desarrolló en 1991 la teoría de la pirámide con la cual complementó las responsabilidades de la empresa así: Económica (Generadora de utilidades), legal (cumplimiento de las Leyes), ética (Ser ético) y Filantrópica (Buen Ciudadano Corporativo).

Drucker (1996) complementa lo mencionado por Freeman en la década de los 80, afirmando que “Cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque” (p.83). En coherencia con esta misma tendencia de RS dentro de la organización y sus grupos de interés, surge el termino de ciudadanía corporativa, la cual es definida por Rahman (2011, como se citó en Mcintosh, 1998) como la relación entre la empresa y la sociedad basada en el concepto de derechos, que por lo tanto implica también deberes, quienes además establecieron los cinco principios de la ciudadanía corporativa: Empresa – política internacional (empresa, gobierno y sociedad civil), Empresa – individuos, Empresa – sociedad, Empresa – perso-

nas y planeta y Empresa – comunidad.

El Pacto Global, iniciativa de RSE de la Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2015) inició con la participación de más 130 países aproximadamente, desarrollando diez principios aplicados en cuatro áreas como lo son: derechos humanos, medio ambiente, estándares laborales y anticorrupción, con el propósito de que las empresas adheridas al pacto implementen estrategias de gestión que aporten a la solución de problemas sociales, económicos y medio ambientales.

Para Porter y Kramer (2006), “la RSE dista de representar un costo para la empresa, una restricción o un acto de caridad y se traduce como una fuente de oportunidades de innovación y de ventaja competitiva”. Ellos afirman que un negocio que persiga sus fines a expensas de la sociedad en la que opera encontrará que su éxito es ilusorio y temporal. Esta concepción tiene mucho que ver que la idea expuesta sobre la importancia de que las empresas operen en un ambiente social sano, dado a que de este depende que el ciclo de vida del negocio perdure a través del tiempo.

Con el fin de facilitar la orientación y direccionamiento de las empresas hacia la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, organismos como la ONU a través del Pacto Global, la OIT, GRI, ISO 26000 y demás organizaciones internacionales han orientado sus esfuerzos por establecer lineamientos o guías de responsabilidad social que le permitan a las empresas la implementación de la RSE de modo sostenible, no solo con el propósito de generar beneficios a las organizaciones, sino también, para producir un impacto positivo en la sociedad con estas acciones.

Uno de los objetivos centrales de las organizaciones es la pervivencia y presencia en el mercado de manera competitiva, una forma de lograr este propósito para la empresa es atender de manera adecuada las expectativas de sus Stakeholders, contribuyendo en su desarrollo y la consolidación de su capital social.

En este mismo sentido, las empresas deben ser conscientes que la RSE no debe solo centrarse en enfrentar los problemas sociales del presente, sino que también es importante actuar en la intervención de los impactos y efectos del futuro. Las empresas deben focalizar sus acciones en los temas relacionados con su objeto misional debido a que no pueden resolver todos los problemas de la sociedad y asumir el costo de hacerlo. Cada empresa debe seleccionar los problemas relacionados con su negocio en particular.

La Responsabilidad Social Empresarial en la actualidad se ha convertido en la piedra angular para el desarrollo de un modelo de gestión social; es considerada un paradigma y estrategia de éxito en los negocios que proyectan estructurar dentro de los modelos estratégicos de las empresas, incluyendo técnicas de mercadeo social como filosofía de gestión en la búsqueda del crecimiento sostenible.

Para llevar a cabo toda actividad que contribuya a la implementación de la RSE en las organizaciones el talento humano juega un papel fundamental, se necesita que haya sentido de pertenencia de los empleados de la empresa y que orienten sus acciones desde la solidaridad y la confianza para alcanzar un desarrollo sustentable y sostenible a largo plazo de la empresa.

Por ello se hace necesario generar al interior de la organización una cultura basada en los valores como la confianza, la solidaridad, la reputación y el compromiso de los empleados y demás individuos participantes de la organización; de lo contrario llevar a cabo la tarea de ser empresa Socialmente Responsables será una tarea difícil (Molero, 2016).

### **Diseño Metodológico**

Para el desarrollo de esta investigación se llevó a cabo un estudio de tipo exploratorio y descriptivo, exploratorio debido a que en Buenaventura no se han desarrollado estudios de esta índole, y descriptivo, dado que permite analizar e interpretar las características fun-

damentales de la realidad empresarial, enfocada en la gestión de los procesos hacia la Responsabilidad Social, teniendo como objeto de estudio las Pymes en Buenaventura.

Esta investigación es un tipo de estudio descriptivo debido a que se identifican las características propias de una comunidad específica en un tiempo definido. (Hernández, et al., 2003). La investigación se realizó en tres fases, en la primera se desarrolló el diagnóstico preliminar, en la segunda, un análisis a la evaluación efectuada para precisar el alcance y magnitud de la investigación y en la tercera el modelo de RSE.

La población de interés en el presente proyecto corresponde a las pymes de Buenaventura clasificadas como pequeñas y medianas empresas. Según información de la cámara de comercio de Buenaventura, al respecto se tiene la información consignada en la Tabla 8.1.

**Tabla 8.1.** Número de pequeñas y medianas empresas en Buenaventura.

Tipo empresa	Número empresas
Pequeñas	446
Medianas	50
Total	496

Adaptado de “Informe de gestión 2018.” (marzo de 2019) por Jiménez Mongui et al., 2024

Para la aplicación de las encuestas se utilizó un muestreo estratificado con afijación proporcional óptimo, se utilizará la fórmula para variable cualitativa en población finita, a saber:

$$n = \frac{NZ^2 PQ}{(N - 1) \epsilon^2 + Z^2 PQ}$$

n: tamaño de muestra

N: Tamaño población

Z.: Valor tabulado tabla normal según nivel de confiabilidad (confianza 92.5%, Z= 1,78)

P: Proporción poblacional que tienen la característica de interés (en este caso, proporción de pymes interesadas en la RSE) P = 0,5 (muestreo óptimo)

(Generalmente se toma P=0,5 y Q=0,5 para calcular el tamaño de muestra optimo)

Q: 1-P Proporción poblacional que no están interesados en la RSE

Є: Margen de error (error máximo permitido en la estimación del parámetro de interés a estimar con la muestra) (E = 6% = 0.06)

$$n = \frac{496(1.78)^2 (0.5)(0.5)}{(496-1)0.06^2 + (1.78)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 153$$

Estratificando la muestra global, los tamaños de muestra serian lo que se evidencia en la Tabla 8.2.

**Tabla 8.2.** Estratificación de la muestra.

Tamaño Empresa	Total	Muestra
Pequeñas	446	138
Medianas	50	15
Total	496	153

Adaptado de “Informe de gestión 2018.” (marzo de 2019) por Jiménez Mongui et al., 2024

El instrumento se aplicó en el segundo semestre de la vigencia 2020 y muestra los resultados que se desglosan a continuación.

## Resultados

Las pequeñas y medianas empresas juegan un papel relevante en la economía del distrito de Buenaventura y en general aportan en el desempeño de los indicadores de desarrollo para el Valle del Cauca, pues son generadoras activas de empleo y de riqueza para la región, y dinamizan la economía de una ciudad que busca posicionarse con fuerza en el contexto departamental y nacional.

De un total de 153 empresas que se aplicaron, 138 empresas, correspondiente al 90.2% de las empresas encuestadas pertenecen al sector de la pequeña empresa, mientras que 15 empresas que corresponden al 9.8% pertenecen al sector de la mediana empresa. Los sectores económicos a los que pertenecen las empresas aportan información acerca de la distribución de las Pymes dependiendo del renglón económico productivo donde se ubique.

En la tabla aparecen los sectores más importantes en los cuales se ubicaron las empresas encuestadas, el sector de servicios es en el que se ubica el mayor número de empresas con un porcentaje del 47.1 %, seguido por el sector de comercio 28.8% y el sector de la construcción con un 11.1% en el siguiente grafico se muestra esta relación:

**Tabla 8.3.** Sector al que pertenece.

Sector	Frecuencia	Porcentaje
Servicios	72	47,1
Industria	4	2,6
Comercio	44	28,8
Tecnologías	1	0,7

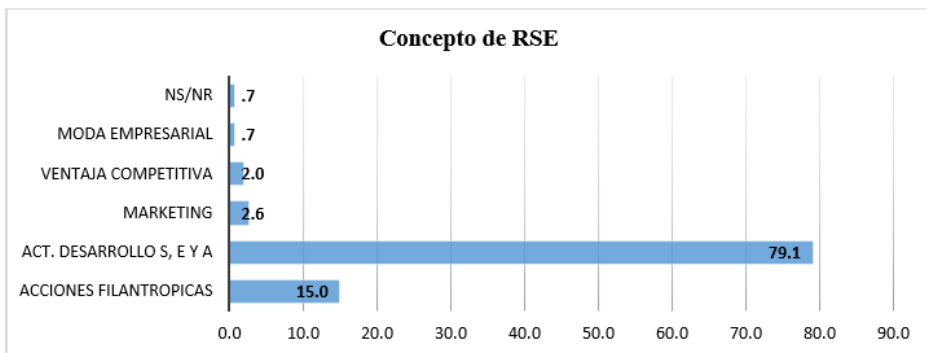


Sector	Frecuencia	Porcentaje
Transporte	8	5,2
Educación	7	4,6
Construcción	17	11,1
Total	153	100,0

### Sobre la RSE en las empresas observadas

Ante la pregunta ¿Cuál de los siguientes términos según su concepto es el que más se acerca a lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron siguientes, expresados la Figura 8.1.

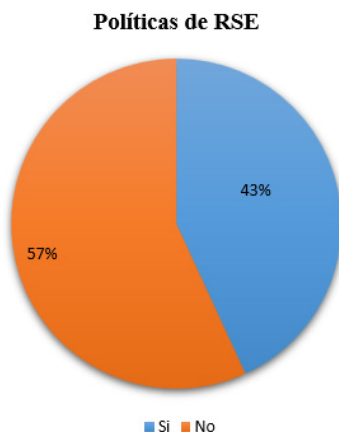
**Figura 8.1.** Conceptos más cercanos a lo que significa RSE.



Se observa una alta tendencia de las empresas encuestadas a considerar que la RSE son actividades orientadas al desarrollo social, económico y ambiental, seguido de considerar que el concepto de responsabilidad social empresarial esté ligado a actividades filantrópicas, cabe destacar otras respuestas que sitúan el concepto ligado al marketing o una moda empresarial.

Ante la pregunta ¿La empresa tiene políticas de gestión orientadas a la Responsabilidad Social Empresarial?, los resultados fueron obtenidos a partir del número de empresas que aplicaron (Figura 8.2).

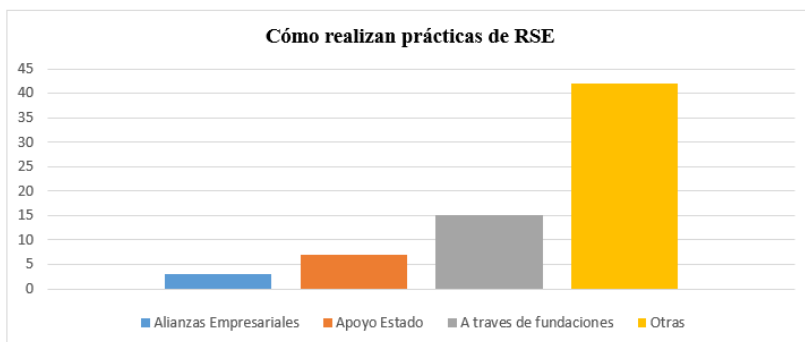
**Figura 8.2.** Políticas orientadas a la RSE.



Cabe destacar que la mayoría de las empresas no adopta políticas que vayan orientadas hacia las prácticas de RSE, sin embargo, el margen de diferencia con respecto a las empresas que si lo realizan es muy pequeño. Se podría decir que la mitad de las empresas encuestadas si aplican las políticas RSE mientras que la otra mitad no las aplica quizás por desconocimiento o por la falta de gestión e información al momento de realizar estas acciones.

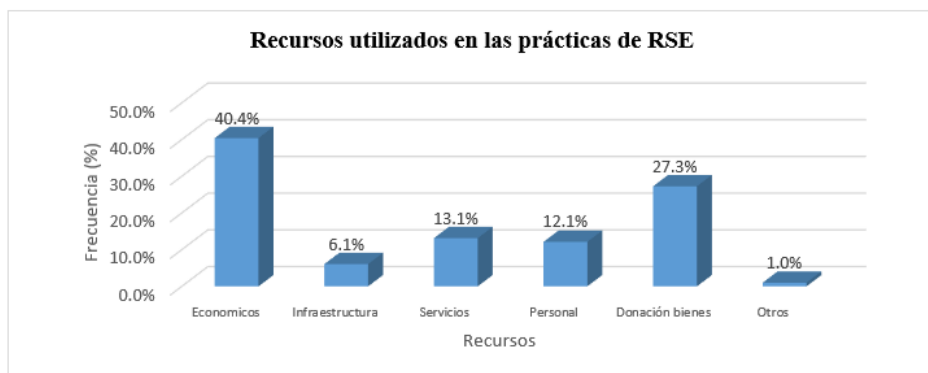
La Figura 8.3 da cuenta de las respuestas a la pregunta ¿Cómo realiza las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

**Figura 8.3.** Cómo realiza prácticas de RSE.



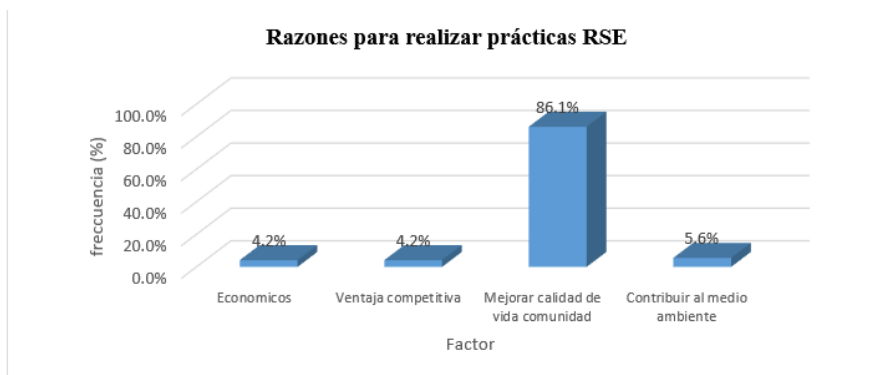
EL gráfico muestra una tendencia alta a considerar otras opciones al momento de realizar prácticas de RSE seguido de la opción a través de fundaciones. También cabe destacar la baja participación de la opción alianzas empresariales al momento de realizar las prácticas empresariales. Al indagar sobre qué recursos han invertido en la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (Figura 8.4).

**Figura 8.4.** Recursos utilizados en las prácticas de RSE



Las Pymes evaluadas en la implementación de sus prácticas de RSE, han invertido recursos en su mayoría en forma económica (40.4 %) y en donación de bienes (27.3%). La minoría ha invertido en infraestructura (6.1%). En Colombia, por lo general las empresas a la hora de cumplir con sus prácticas de RSE, realizan inversiones de recursos en ayudas económicas que benefician bien sea a sus trabajadores o a la comunidad, a través de incentivos en capacitaciones o cualificación y en obras. Este es el caso que también se presenta en las pymes de Buenaventura. Ante la pregunta ¿Cuál es la razón por la cual la empresa lleva a cabo actividades de Responsabilidad Social Empresarial?, la Figura 8.5 presenta los resultados.

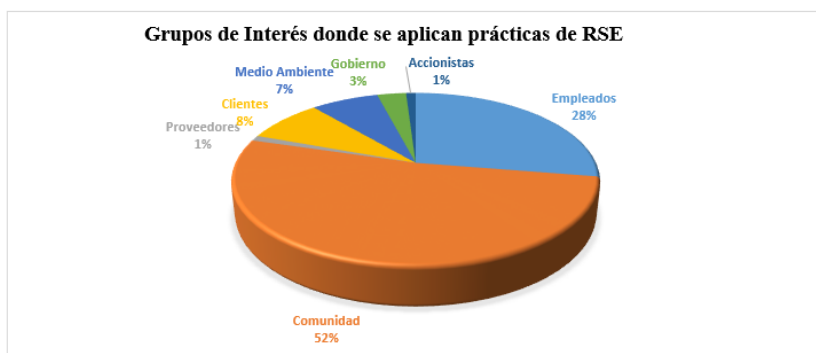
**Figura 8.5.** Razones para realizar prácticas de RSE.



La principal razón por la cual las pymes del distrito especial de Buenaventura realizan prácticas de RSE, es en primer lugar mejorar la calidad de vida de la comunidad (86.1%), en segundo lugar, está el factor medio ambiente (5.6%). Según Valencia (2018), es importante que las compañías tengan un compromiso y contribuyan al desarrollo de la sociedad, con esto podrán aumentar su capacidad para atraer y retener a sus empleados.

Ante la pregunta ¿Cuáles son los grupos de interés, el sector, el nivel y la periodicidad a los cuales van dirigidas las actividades de Responsabilidad Social Empresarial? (Figura 8.6).

**Figura 8.6.** Grupos de interés.



Claramente se observa que los principales grupos de interés donde las Pymes aplican la RSE, son en su respectivo orden, la comunidad con un 52% y los empleados con un 28%. Es importante notar que este resultado se dio entre las 67 empresas que respondieron a esta pregunta, las restantes (86), no aplican RSE o no respondieron a esta pregunta. Este resultado confirma lo que teóricamente y muchos estudios realizados, muestran que es en estos sectores en donde la mayoría de las empresas aplican las prácticas de responsabilidad social.

A continuación, se detallan los resultados más sobresalientes en los grupos de interés en donde más se aplicaron las prácticas de RSE.

*Grupo de interés: Empleados:* En este grupo los sectores donde más aplican la RSE, son la recreación y la capacitación con un 31.1% y 24.4% respectivamente, con un nivel de incidencia medio (62.2%) y en forma periódica anual (32.1%)

*Grupo de Interés: comunidad:* En este grupo los sectores más beneficiados son la recreación, la alimentación y la educación, con un 28%, 20% y 18.7% respectivamente. El nivel de incidencia de estas prácticas en estos sectores es de un grado o nivel medio (50%), y la periodicidad es también anual con un 29.8%.

A la pregunta ¿Planifican y evalúan la gestión realizada en la política de Responsabilidad Social Empresarial realizada por la empresa?, los resultados se muestran en la Figura 8.7.

**Figura 8.7.** Planifican y evalúan la gestión realizada en RSE.

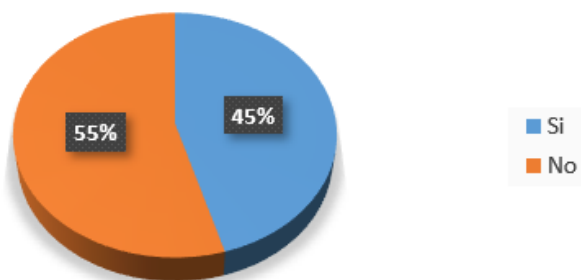


Lo anterior muestra que en cuanto a la planificación y evaluación de las prácticas y/o políticas de RSE la mayoría de las empresas encuestadas, nunca realiza estas actividades, mostrando un desconocimiento del tema, en la pregunta que sigue se ratifica este comportamiento.

A la pregunta ¿Tiene conocimiento de los beneficios que producen en los grupos de interés las acciones de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa?, los resultados fueron los siguientes (Figura 8.8).

**Figura 8.8.** Conocimientos de los beneficios que producen en los grupos de interés la RSE.

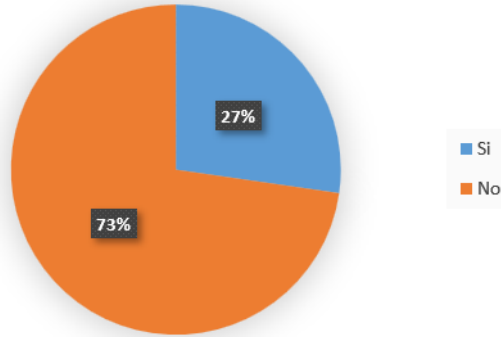
**Conocimientos de los beneficios de la RSE**



De igual manera, la Figura 8.9 da cuenta de los resultados a la pregunta ¿Disponen o elaboran informes sobre las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial?

**Figura 8.9.** Disponen o elaboran informes de RSE.

**Elaboran informes sobre prácticas de RSE**

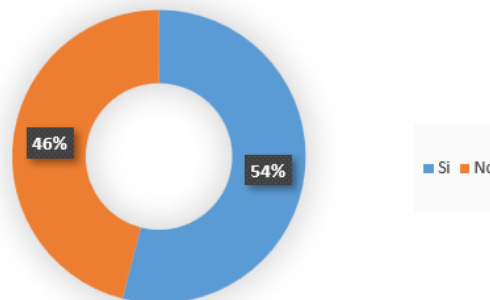


Estas empresas en su mayoría no elaboran informes sobre prácticas de RSE. Esto se podría explicar debido a que las empresas en su mayoría no tienen una organización clara y estructurada en cuanto a la ejecución de informes sobre RSE. Sin embargo, en la siguiente pregunta se mostrará la disposición a elaborar informes.

La pregunta anterior se relaciona con la siguiente (Figura 8.10): Si respondió NO en la anterior pregunta. ¿Estaría interesado en documentar las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa?

**Figura 8.10.** Interés en documentar prácticas de RSE

**Interés en documentar prácticas de RSE**



## Propuesta de Modelo de Responsabilidad Social Empresarial para las Pymes del Distrito de Buenaventura

El presente modelo para la implementación de la RSE en las Pymes en el distrito de Buenaventura está concebido como una guía metodológica para que las empresas que hayan tomado la decisión de aportar a la construcción de ciudadanía y la atención de los factores que inciden desfavorablemente en las condiciones de vida de la sociedad, planifiquen con un enfoque estratégico y de manera sistemática las intervenciones a realizar con dicho propósito a través de un proceso secuencial. El proceso para la implementación del modelo, como se puede observar en la Figura 8.11.

**Figura 8.11.** Paso a Paso para la implementación de un Modelo Responsabilidad Social Empresarial.



### Establecimiento de la Política de Responsabilidad Social Empresarial

La política de Responsabilidad Social Empresarial es un marco de actuaciones sistematizadas para orientar a las pequeñas y medianas empresas en el proceso de adopción e implementación de un modelo de gestión con enfoque en RSE. Lo anterior permite que los empresarios dentro de la planeación estratégica puedan identificar los grupos de interés, fijar objetivos, metas de corto, mediano y largo plazo alca-



nzables con la disposición e inversión de unos recursos, físicos, humanos y financieros, para impactar de manera favorable la sociedad, el medio ambiente y la imagen corporativa como efecto complementario o adicional, de manera que contribuya en mejorar la competitividad, adquiriendo beneficios generados por el bienestar y desarrollo económico, social y medioambiental alcanzado.

*Objetivo:* Orientar al empresario para que de manera fácil y sencilla adopte un modelo de RSE como parte de la estructura de la organización.

*Responsable:* El establecimiento de la política de RSE es competencia de la Alta Gerencia quien tendrá el compromiso de su formulación, documentación, implementación, supervisión, control y evaluación; definiendo sobre qué área o quiénes son los responsables de su desarrollo.

### **Identificación de los Grupos de Interés**

Los grupos de interés también denominados *stakeholders*, actores sociales o partes interesadas, son todos aquellos (personas, grupos y organizaciones) que se ven afectados directa o indirectamente por las decisiones o acciones de la empresa (Freeman, 1983). El enfoque de una organización en la Responsabilidad Social Empresarial requiere de una planeación bien estructurada que incluya el análisis de los grupos de interés, pues estos son la pieza fundamental que determina el punto de partida para desarrollar estrategias que posibiliten alcanzar la política de responsabilidad social. Para garantizar el éxito en la implementación de la política de RSE parte de la adecuada identificación y priorización de los grupos de interés.

El primer paso que se debe realizar consiste en identificar que personas o grupos están relacionados con las acciones que desarrolla la organización.

La identificación de los grupos de interés depende de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de la empresa, las cuales hacen


parte de su estructura básica y se constituyen en agentes internos y externos:

- **Internos:** Empleados y Accionistas.
- **Externos:** Gobierno, Clientes, Medio Ambiente, Proveedores, Mercado y Sociedad.

La característica de los grupos de interés depende del tipo de empresa, ubicación, sector, etc. es decir, que los grupos de interés no están fijados ni establecidos y que varían de acuerdo con la empresa (Mitchell, et al., 1997). Una vez identificados los grupos de interés se deben clasificar, para determinar las acciones y estrategias a desarrollar con cada uno de ellos. Determinados los grupos macros (internos y externos), se procede a determinar cómo influyen en la organización y los efectos de esta relación.

Para la identificación y clasificación de los grupos de interés se utilizar la siguiente herramienta (Tabla 8.4) que permitirá caracterizar y al mismo tiempo facilitará la priorización de los grupos de interés.

**Tabla 8.4.** Identificación y clasificación grupos interés (Stakeholders).

 <b>MATRIZ PARA LA IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES EN EL PROCESO DE ADOPCION DE RSE PARA LAS PYMES EN EL DISTRITO DE BUENAVENTURA</b>				
<b>Dimensión</b>	<b>Grupo de interés</b>	<b>Localización</b>	<b>Relación</b>	<b>Efecto de la relación</b>
<b>Económica</b>	<b>Gobierno</b>	<b>Externa</b>	Normas, leyes y procedimientos	Cumplimiento de la normas y leyes, exenciones tributarias.
			Instituciones	
	<b>Clientes</b>		Bienes y servicios	Calidad, oportunidad, cantidad, precios bajos, fidelidad, vínculo, confianza. Bienestar, barreras de acceso (exclusión, precios altos, etc.).
	<b>Proveedores</b>		Intercambio de bienes y servicios	(Materia prima) inventarios, calidad, oportunidad, vínculo, fidelidad, bajo precio, competitividad.
	<b>Accionistas</b>	<b>Interna</b>	Socios - accionistas - inversionistas propietarios	Beneficio económico y político. Rendimientos financieros, capacidad de incidencia social.
<b>Social</b>	<b>Empleados</b>	<b>Externa</b>	Laboral	Bienestar, crecimiento personal y familiar. Seguridad y salud en el trabajo, vivienda, educación, ingresos, recreación, aprendizaje y experiencia, formación del carácter, fortalecer valores.
	<b>Sociedad comunidad</b>		Organizaciones sociales y comunitarias	Bienestar, satisfacción y mejora en las necesidades de consumo, oferta empleo.
		Líderes comunitarios		
Autoridades locales				
<b>Ambiental</b>	<b>Medio ambiente</b>	<b>Externa</b>	Normas	Cuidado del medio ambiente, contaminación, cumplimiento de normas ambientales, relaciones constructivas con actores ambientales, respeto del medio ambiente.
			Instituciones públicas y privadas	
			Ecosistema	

El objetivo de la priorización de los Grupos de interés es la focalización de las acciones y la racionalización de los recursos de la organización para la obtención de los objetivos en la implementación de la política de RSE.

Para establecer un orden de prioridades entre los grupos de interés, es necesario determinar su nivel de influencia, para lo que se utilizarán los siguientes criterios:

- **Decisiones:** Influyen en la toma de decisiones de la organización.
- **Ingresos:** Influyen en la obtención de ingresos.
- **Operación:** Influyen en las operaciones del negocio.
- **Estrategia:** Influyen en el direccionamiento de la empresa.
- **Reputación:** Influyen en la imagen corporativa.

**Tabla 8.5.** Factores de priorización grupos interés.

Grupo	Factores						Total
	Decisiones	Ingresos	Operación	Estrategia	Reputacion		
Gobierno							
Empleados							
Clientes							
Medio ambiente							
Proveedores							
Sociedad / comunidad							
Accionistas							

Reproducido de “Manual de implementación RSE 3era Edición – Confecámaras” (2010)  
por Jiménez Mongui et al., 2024

Referencia de Marcación:

1. No tiene Influencia.
2. Baja Influencia.
3. Media Influencia.
4. Alta Influencia.
5. Muy Alta Influencia.

Se debe diligenciar la matriz factores de priorización de acuerdo con la referencia de marcación, del 1 al 5 de acuerdo con el nivel de influencia, siendo 5 el nivel más alto. Una vez diligenciada la matriz, se procede a realizar la sumatoria de la calificación de los factores por grupos de interés, clasificándolos de acuerdo con la categorización stakeholders (Tabla 8.6).

**Tabla 8.6.** Categorización Stakeholders.

Puntaje	Color	Categorización	Descripción
1-10		Complementarios	Nivel Bajo Influencia
11-15		Básicos	Nivel Medio Influencia
16-25		Críticos	Nivel Alto Influencia

*Adaptado de Manual de implementación RSE 3era Edición – Confecámaras (2010). por Jiménez Mongui et al., 2024*

Los grupos que se encuentren categorizados como críticos son con los que la organización deberá mantener un dialogo estructurado y vincularlos en el desarrollo de la iniciativa o política de responsabilidad social.

## **Discusión de Resultados**

Al analizar los resultados de información consultada a las fuentes primaria, se puede inferir que las Pymes en Buenaventura relacionan el concepto de RSE con actividades que generan desarrollo social, económico y ambiental; sin embargo hay un número importante de empresas que consideran que el significado de RSE es una filantropía, percepción totalmente opuesta al real significado de lo que es RSE; lo cual se constituye en una gran oportunidad para trabajar con las Pymes en desarrollar actividades que aporten y generen conciencia del verdadero significado de RSE para que se puedan involucrar en el propósito de contribuir al desarrollo socioeconómico y medio ambiental utilizando como estrategia de gestión la RSE.

Igualmente se encontró que las empresas presentes en el Distrito de Buenaventura que realizan actividades de RSE, comparadas con las que no lo hacen presentan un margen de diferencia muy bajo en favor de quienes la practican; por lo que existe un alto potencial para involucrar a aquellas que no ejecutan actividades de RSE. Para aquellas empresas que practican la RSE, pero lo hacen a través de actividades sociales y comunitarias de manera informal, sin adoptar políticas y sin fortalecer las acciones con una planificación de carácter estratégico que incluya alianzas con otros actores sociales se evidencia una oportunidad para proponer mejoras a las intervenciones de RSE.

El hecho que las empresas que practican la RSE no la estén desarrollando con políticas documentadas o sistematizadas y de manera estructurada, muestra la existencia de una oportunidad para introducir mejoras al modelo de gestión a través de la formulación de la política y la planificación de la intervención; por el hecho que un alto número de las empresas estudiadas no planifican su quehacer y están dispuestas a realizarlo. Aunque las empresas estudiadas consideran saber cuál es el significado de la RSE, también se evidencia un desconocimiento de los beneficios que le genera implementar estas ac-

ciones, mostrando buena disposición para aumentar su conocimiento y comprensión del significado de actuar socialmente responsable a través de prácticas de RSE, lo anterior permite y facilita la introducción y adopción de un modelo de RSE en dichas compañías.

## **Conclusiones**

El estudio realizado encontró que en las Pymes del distrito de Buenaventura el principal responsable de la adopción y aplicación de las prácticas de RSE es la alta gerencia, condición que no garantiza el éxito ni la sostenibilidad de las acciones, los resultados y logros, por tanto se concluye que las acciones deben involucrar a todos los niveles de la organización, manteniendo la dirección el control de las acciones, lo cual se logra a través de una política claramente formulada y adoptada a nivel corporativo.

Como quiera que las prácticas de RSE más comunes que realizan las Pymes en Buenaventura están orientadas en actividades como la recreación, la capacitación, proveeduría de alimentos o nutrición, según los resultados del estudio, además los destinatarios o beneficiarios de estas actividades son los empleados y la comunidad. Este modelo de intervención es susceptible de ser mejorado con acciones enfocadas al desarrollo sostenible y de mayor impacto, el cual se debe planificar de manera rigurosa en beneficio de la imagen corporativa, la focalización, racionalización de los recursos disponibles y evaluación de sus resultados.

Aunque muchas de las empresas estudiadas orientan sus acciones de RSE en beneficio de los trabajadores, estos no son consiente de este beneficio ni el impacto que produce en su calidad de vida y en su desarrollo individual y colectivo, por tanto se concluye que las Pymes, deben mejorar sus prácticas de RSE con acciones de promoción y sensibilización hacia los empleados y la sociedad en su conjunto, lo cual aumentaría el nivel de compromiso y sentido de pertenencia de los

empleados con la empresa y la promoción de la imagen corporativa, tarea que se puede realizar a través de estrategias de comunicación interna y externa.

## Referencias

Bowen, H. R. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa, United States of América. Federal Council of the Churches of Christ in América. University of Iowa Press.

Cámara de Comercio de Buenaventura (2018). Informe de gestión. Recuperado de [https://www.ccbun.org/images/multimedia/20190131\\_informe\\_de\\_gestion\\_2018.pdf](https://www.ccbun.org/images/multimedia/20190131_informe_de_gestion_2018.pdf) Confecámaras. (2010). Manual de implementación RSE. Recuperado de [www.cepb.org.bo/urser/wp-content/uploads/2014/12/E31.pdf](http://www.cepb.org.bo/urser/wp-content/uploads/2014/12/E31.pdf)

Davis, K. (1973). The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibility. *Academy of Management Journal*, ProQuest, 312.

Drucker, P. (1996). *La gestión en tiempos de grandes cambios*. Ediciones Gestión 2000 S.A.

Freeman, E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Series in Business and Public Policy.

Freeman, R. E. (2010). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press.

Friedman, M. (2009). *Capitalism and freedom*. University of Chicago Press.

Friedman, M., (1970), "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits", *The New York Times Magazine*.

García, Q. (2016). *Mans Unides: Historia de la RSC*. Cataluña. Recuperado de <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc>.



Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación.

<https://www.dinero.com/edicion-impres/especial-comercial/articulo/retos-para-rse/36378>.

Medina, A. y Severino, P. (2014). Responsabilidad Empresarial: generación de capital social de las empresas. *Contabilidad y Negocios*, 9(17), pp. 63-72.

Mitchell, R.K.; Agle, B.R.; Wood, D.J. (1997) Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of who and what really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), pp. 853–886.

Molero, G. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial en el contexto del capital social. *Redalyc*, Volumen (22), pp 46-59. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73752819004>.

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (1987). Desarrollo y cooperación económica internacional: Medio Ambiente, Informe de la Comisión Mundial sobre el medio ambiente y el Desarrollo. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre-Medio-Ambiente-y-Desarrollo>.

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (1992). Declaración de Río sobre el medio ambiente y el desarrollo. Recuperado de [http://www.unesco.org/education/pdf/RIO\\_S.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/RIO_S.PDF).

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2015). Los 10 Principio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Recuperado de <https://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>

Porter, M. y Kramer, M. (2006). *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*.

Harvard Business Review, 2, 3, 7, 13. Recuperado de [https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy\\_and\\_Society.pdf](https://www.sharedvalue.org/sites/default/files/resource-files/Strategy_and_Society.pdf).

Puche, R. y Henríquez, G. (2011). Diseño de un modelo de Responsabilidad Social Empresarial de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Barranquilla: Que permita mejorar la calidad de vida y el acercamiento a las mujeres cabeza de familia (tesis de maestría). Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia.

Rahman, S. (2011). Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility. *World Review of Business Research*, (1), 166-176.

Schiller, B. (1994). Principios esenciales de economía. Madrid, España: McGraw-Hill.

Valencia, A. (2018). Las ocho razones por las que es importante tener prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. *La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/responsabilidad-social/las-ocho-razones-por-las-que-es-importante-tener-practicas-de-responsabilidad-social-empresarial-2773063>.

Vásquez Paniagua, J. A., y Gonzales Isaza, D. P. (2009). Metodología para implementar un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE) en la industria de la curtiembre en Colombia. *Contabilidad y Negocios*, 4(8).

Wartick, S. y Cochran P. (1985) The Evolution of Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, 10(4)