

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS
PYME DE LATINOAMÉRICA



YEIMY ROCÍO MURCIA ORTIZ
Monografía para Optar por el Título Profesional de
Administración de Empresas

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ, 2016
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS
PYME DE LATINOAMÉRICA



YEIMY ROCIÓ MURCIA ORTIZ
Monografía para Optar por el Título Profesional de
Administración de Empresas

Tutor:
Ángel David Roncancio
Docente Facultad de Ciencias Económicas

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ, 2016

DEDICATORIA

Dedico este proyecto, primero que todo a Dios, que me dio la vida; a mi familia que con su apoyo han logrado ser el motor de soporte y todos a quienes de una u otra forma me dan dado ánimo para continuar con mi proyecto de vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, inicialmente al profesor Ángel David Roncancio, quien estuvo todo el tiempo presente en el transcurso del progreso del proyecto con su apoyo y su colaboración continua; a todos los profesores de la universidad que compartieron sus conocimientos conmigo e hicieron que cumpliera con mi meta de ser profesión en Administración de Empresas; y finalmente a mis amigos y compañeros que durante el tiempo universitario también se convirtieron en una gran ayuda y soporte en la realización de las actividades académicas.

Contenido

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. Justificación.....	7
1.2. Problema de investigación	9
1.3. Identificación del problema.....	11
1.4. Objetivos	12
1.5. Diseño de la investigación.....	13
1.6. Tipo de investigación	14
1.7. Descripción de los instrumentos	16
2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1 Responsabilidad Social empresarial en pymes.....	17
3. LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA	28
4. BARRERAS QUE TIENEN LAS PYMES EN LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMÉRICA LATINA	31
5. RAZONES POR LAS CUALES LAS PYMES ESTABLECEN POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMÉRICA LATINA.....	36
6. LAS PYMES Y LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMÉRICA LATINA	42
7. CONCLUSIONES.....	48
BIBLIOGRAFÍA	50

1. INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE) en América Latina es un tema que no ha sido muy estudiado, ya que no suscita gran interés no solo por las empresas, en especial las PyMes, así como a las entidades gubernamentales. Esto obedece que, en las empresas no se ve que se obtengan beneficios, sino que exigen inversión, mayores costos para la empresa, pero es necesario empezar en los beneficios que trae la implementación de programas de este tipo no solo para la sociedad sino también para las empresas.

Adicionalmente, la RSE, debe convertirse en la apuesta de las empresas, en especial de las PyMes, para generar no solo valor agregado sino también para retribuirle a la sociedad y a los territorios, a los cuales, debe su existencia; así como en generar mayor competitividad y por ende lograr así mejorar su productividad.

El presente trabajo es un análisis de la RSE en Latinoamérica, en especial las Pymes, ya que este tipo de empresas son la gran mayoría de empresas creadas en la región y son las que más contribuyen con la creación de empleo, por eso es necesario también pensar que la RSE, surge como una apuesta para la solución de los problemas sociales y medioambientales.

El objetivo general es describir las principales variables que limitan e impulsan a los pequeños empresarios de Latinoamérica a incursionar en un sistema de responsabilidad social empresarial (RSE). A partir de lo anterior es necesario explicar las Barreras por las que las Pymes no realizan actividades de RSE en la Región, identificar las variables por las que las pequeñas empresas realizan actividades de RSE externa, interna y medioambiental

en Latinoamérica; y establecer el estado actual de implementación de RSE en pymes en Latinoamérica según informes internacionales.

El análisis, descrito en este documento, está estructurado, inicialmente con la caracterización del proyecto, sección en la cual se establecen los parámetros de estudio; luego se tiene el marco conceptual, en donde se definen los términos básicos de análisis; el marco teórico dado para soportes con diferentes puntos de vista de autores el tema de estudio; los resultados en los cuales se le da soporte a los objetivos planteados en la sección inicial; para finalmente definir las conclusiones del proyecto.

1.1. Justificación

El futuro de las pequeñas y medianas empresas hoy depende de la innovación internacionalización, aplicación de nuevas tecnologías, y en parte la implementación de un modelo de responsabilidad social empresarial (RSE), desde este punto se define como el aporte que toda organización hace al mejoramiento de la sociedad, en especial de la cual hace parte, desde este punto también se implementa con el ánimo de mejorar los aspectos de competitividad, y de valor agregado específicamente en los usuarios, beneficiarios, empleados y todos los actores involucrados con la empresa.

Las Pymes juegan un papel muy importante en la economía y la sociedad latinoamericana en términos de generadores de riqueza, empleo; según Archundia, E. (2011) “en Latinoamérica, más del 60% de las empresas son Pymes y proporcionan entre el 40% y 50% del empleo”. Por otro lado referenciando al BID, especifican que “estas estadísticas varían y son difíciles de consolidar, ya que los países usan diferentes definiciones de

tamaño; ya las grandes empresas apenas llegan al 1% o 2% según el informe, en cantidad de empresas, aunque no es mayor al de las pyme en empleo y producción aportan el 40% y 50% respectivamente”.

Por tanto, la mejora de la competitividad empresarial de este colectivo pasa por ser uno de los elementos claves para desarrollar tanto las economías como las sociedades latinoamericanas. En este orden, Meza, A. (2007) menciona que la RSE, es “la primera responsabilidad de la empresa es que sea una operación rentable en el tiempo”, además también argumenta que “...permite a la empresa que desarrolle distintos emprendimientos sociales en cada eslabón de la cadena de valor”, así como especifica que “... permite también integrar lo social en la estrategia de negocio como tal, garantizando así que cada eslabón de la cadena no solo genere valor social si no también valor económico...”.

Por otro lado, también hay que tener en cuenta que la RSE, debe tener impacto en la sociedad, desde este punto, es necesario que se tengan en cuenta las necesidades de los actores involucrados de forma directa o indirecta en la sociedad, especialmente en el territorio en el cual tiene operaciones. Es evidente que de uno u otro lado las empresas deben retornarle a la población su gratitud por todos los beneficios obtenidos. Meza, A. (2007) afirma que “sería consideración del impacto en la sociedad, de las acciones de las compañías”.

Adicionalmente, Meza, A. (2007) respecto a la RSE, afirma que debe “... a la conciencia, la atención y el reparo que se debe tener en la toma de las decisiones de las compañías, pues estas al ser llevadas en acción, ejercen un impacto sobre la sociedad”. Desde este punto, todo los planes y programas de RSE deben de transmitirse en beneficios mutuos no solo para las empresas sino también para las comunidades que acceden a estos,

esto se traduce en el compromiso social que las empresas tienen con la población a nivel general, aunque generalmente las políticas de RSE están dirigidas a los grupos de interés directamente relacionados con la empresa, hay también empresas que han logrado establecer actividades que van más allá y logran tener impacto en toda la comunidad de forma general.

Por último, es de anotar que el auge la RSE en las empresas especialmente en las Pyme ha ido tomando una importancia considerable en la sociedad actual, desde este punto Peinado, E. y Vives, A. (2011) dicen que “el tema de la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) ha tenido un acelerado desarrollo en las últimas décadas, como consecuencia de la intensificación de la globalización, la explosión de los medios informativos...”.

1.2. Problema de investigación

La responsabilidad social empresarial y su aplicación en las empresas, surge en el contexto de la globalización como una necesidad por parte de las empresas de responder a las exigencias del entorno; en Latinoamérica muchas multinacionales se han logrado posicionar dentro de este contexto, estableciendo programas dentro y fuera de la organización en materia de responsabilidad social enfocados hacia el beneficio de sus empleados, clientes, la comunidad donde realiza su actividad económica o hacia la población vulnerable.

Peinado, E. y Vives, A. (2011), por otro lado, especifican que en las empresas existe “...nuevo paradigma indispensable y fundamental que adquieran o tengan una visión amplia

que les permita percibir la importancia e impacto de su acción en beneficio no sólo de la empresa sino de toda la comunidad”. Es indispensable analizar los aspectos que llevan a las empresas a implementar esquemas de RSE, los cuales deben estar enfocados a las necesidades de la población en especial de los grupos de interés que pertenecen a la empresa, pero de otro modo, también deben recaer en los aspectos “sociales, medioambientales y empresariales”.

En este sentido, Corral, A., Isusi, I. y Vives, A. (2005) argumentan que en especial desde mediados de la década de los noventa, se asiste en Latinoamérica a una discusión creciente sobre el papel de la gran empresa en la sociedad en general como los efectos positivos que las prácticas responsables pueden generar al interior de las empresas. A lo largo de estos últimos años, esta discusión se ha extendido también al sector de Pymes, aunque con grados diferentes según los diversos países. Desafortunadamente, el conocimiento existente sobre la temática de la responsabilidad empresarial desde la perspectiva Pyme puede calificarse de escasa y muy parcial, donde la disponibilidad de informes comparativos entre países y basados en una metodología común es prácticamente inexistente.

Adicionalmente, Peinado, E. y Vives, A. (2011) plantean que “...las empresas han hecho hincapié en la naturaleza voluntaria de la responsabilidad social”, esto permite especificar que la RSE, es solo una política adicional a los aspectos empresariales, teniendo en cuenta que también traen beneficios para las mismas empresas cuando la implementan. Cabe resaltar que Peinado, E. y Vives, A. (2011) también mencionan que la RSE empresarial está del “...todo asociada a una marcada desigualdad en la distribución de los ingresos, en la concentración del poder político, económico y social y en la extensión de las condiciones de pobreza”.

Finalmente, es importante mencionar que en la mayoría de los países de Latinoamérica no se le presta la atención y asesoría adecuada a las pyme en temas implementación de responsabilidad social; y las pocas empresas que han logrado implementar un modelo son compañías que lo hicieron solas y por la necesidad abrirse a la globalización.

1.3. Identificación del problema

Muchas empresas, en especial las Pyme en América Latina, no logran implementar en sus prácticas planes de RSE, porque están más enfocadas en los beneficios económicos, que en la responsabilidad que tienen con las sociedades a las cuales se deben, y cabe resaltar que a la vez este tipo de políticas también trae grandes beneficios para las empresas. Meza, A. (2007), especifica que “el problema se presenta, para que aquellas empresas que se inclinan por sus intereses económicos, para que adopten los criterios de RSE en su gestión...”

Adicionalmente, Meza, A. (2007), también dice que “aquellas empresas que se interesan por su aspecto social y ambiental, tanto como lo hacen por el económico, no tienen ningún problema en adoptar criterios de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y lo hacen”. Por lo tanto la mayoría de las empresas que implementan planes de RSE, se enfocan en el interés social y medioambiental, esto define una prioridad a nivel territorial, y a la vez permite dar a conocer que las empresas tienen determinados intereses en cuanto a la RSE que implementan.

A partir de todo lo anterior, surge el siguiente interrogante cuáles son las principales variables que limitan e impulsan a los pequeños empresarios de Latinoamérica a incursionar en un sistema de responsabilidad social empresarial (RSE). Esto significa que las empresas que logran implementar programas de RSE, hacen un análisis detallado de las prioridades a nivel social y medioambiental, pero otro lado las que no logran poner en práctica aspectos de RSE, limitan sus esquemas de organización únicamente a los objetivos corporativos y económicos.

Finalmente, hay que tener en cuenta que a nivel Latinoamericano, la mayoría de las empresas priorizan los aspectos económicos y no ponen mucha atención a los aspectos de RSE, lo que evidencia una necesidad de que las empresas de igual manera necesitan de asesorías que les ayuden a implementar políticas que tengan en cuenta las necesidades de la población a la cual se deben. Desde este punto, Meza, A. (2007), expone que *“todas las empresas por su mismo carácter consumista, si no acompañan su gestión empresarial con términos de RSE, significan una amenaza no solo para la sociedad y el medio ambiente, sino para sí mismas, pues carecen de sostenibilidad”*.

1.4. Objetivos

Objetivo general

Describir las principales variables que limitan e impulsan a los pequeños empresarios de Latinoamérica a incursionar en un sistema de responsabilidad social empresarial (RSE).

Objetivos específicos

- Explicar las Barreras por las que las Pymes no realizan actividades de RSE en la Región.

- Identificar las variables por las que las pequeñas empresas realizan actividades de RSE externa, interna y medioambiental en Latinoamérica.
- Establecer el estado actual de implementación de RSE en pymes en Latinoamérica según informes internacionales.

1.5. Diseño de la investigación

La presente investigación busca analizar los aspectos de mas importantes de las pyme a nivel Latinoamérica, por lo cual es claro que se deben definir detalladamente el tipo de investigación y los instrumentos con los cuales se desarrolla el objetivo del proyecto. Esto quiere decir que el diseño metodológico es importante, en palabras de Vasiliachis (2009) en investigación, *"... no es suficiente producir conocimiento útil y relevante, sino que es fundamentalmente necesario dar cuenta de cada uno de los pasos del proceso de investigación: tanto de la selección como de la recolección de los datos, de su transcripción como de su análisis, de las decisiones como de las justificaciones, de la codificación como de las relaciones entre conceptos, de la adaptación y/o modificación como de la creación de teoría; es decir, exhibir cada una de las etapas que conducen a la obtención de los resultados"*.

Por lo tanto el diseño de la investigación es primordial para poder delimitar las directrices a seguir en la recolección de datos, en las formas como se debe reunir la información necesaria para lograr los objetivos de la investigación. De esta manera también es importante anotar que, tener claro el tipo de investigación es relevante para saber la calidad de los datos que se requieren.

Este apartado incluye por un lado el tipo de investigación, el cual está enmarcado en una investigación cualitativa; los métodos utilizados, que están dados por la descripción y el análisis; los instrumentos utilizados, básicamente se dan por la información secundaria de informes y estudios; y finalmente la delineación del contexto que está establecido básicamente por las Pyme en Latinoamérica.

1.6. Tipo de investigación

El desarrollo de este proyecto toma datos cualitativos, la cual está enfocada a partir de los informes y directrices que las empresas a nivel latinoamericano que permiten llevar a cabo cada uno de los análisis correspondientes de tal manera que se pueda dar respuesta a los objetivos planteados. El enfoque cualitativo surge del análisis sobre la RSE que las empresas tienen frente a las problemáticas sociales y medio ambientales del contexto en el cual están inmersas. Desde este punto se tiene en cuenta, los programas y los planes con los que cuentan las empresas de Latinoamérica para analizarlos con la información brindada de los respectivos reportes sobre de estudios a nivel regional y que den cuenta del objeto del presente trabajo.

Por otro lado, es significativo tener en cuenta que estudiar el contexto teniendo en cuenta las concepciones que se fundan a partir de la importancia que cobra la RSE en el entorno, en este caso a nivel Latinoamérica, lo cual requiere de la interpretación, no solo las realidades existentes, sino también lo efectivo de este tipo de políticas empresariales y el impacto en la sociedad. Esto indica un riguroso análisis de los documentos brindados por estudios llevados a cabo en los países latinoamericanos y que den cuenta de la importancia de la RSE en cada uno de sus territorios a partir del objetivo misional de las Pyme.

A partir de lo planteado anteriormente, es de vital importancia tener en cuenta el análisis detallado de informes, reportes e información brindada por entidades como la Organización de Estados Americanos (OEA) y el Centro Latinoamericano de Administración y Desarrollo (CLAD). En este tipo de investigación, la información de carácter analítico y descriptivo son preponderantes, ya que se necesita de especificar de forma profunda toda la información recolectada es, desde este punto, los datos cualitativos son importantes en el desarrollo de los objetivos de este proyecto.

La presente investigación se basa en el análisis de datos secundarios brindados por los estudios realizados por organizaciones internacionales, los cuales son relevantes en el desarrollo del presente documento. De esta manera el análisis de los datos brinda la posibilidad de tener los diferentes puntos de conexión que se tienen en cuenta en cualquier contexto.

Finalmente, a partir de la correlación existente entre los datos, Vasilachis, I. (2009) afirma que *“en momentos como el actual, en el que la investigación cualitativa se caracteriza por su rigor y por su flexibilidad, por su sistematicidad y por su creatividad, por su pluralismo metodológico y por su re flexibilidad, lo que intentamos es dar cuenta de la seriedad de la tarea de investigación, de su exigencia, de su dedicación, de su compromiso, especialmente el de carácter ético...”*. Por lo que, desde el presente estudio se presentan diferentes características de la RSE en Latinoamérica, y de igual manera la importancia que esta tiene en las Pyme a nivel regional en especial en los territorios en los cuales las empresas se desarrollan.

1.8. Métodos de la investigación

Para este proyecto, el método analítico y descriptivo es primordial, ya que a partir de los análisis de reportes, informes e información secundaria brinda la principal fuente de los datos, desde esta concepción Vasilachis, I. (2009) afirma que “... *la consideración de la investigación como un proceso interactivo entre el investigador y esos participantes, como descriptiva y analítica...*”. En lo que respecta a los datos del presente documento se analiza la información y se describen los procesos y las estrategias planteadas por las empresas para definir los planes, programas y proyectos de RSE a nivel latinoamericano. Vasilachis, I. (2009) menciona que “... *una guía útil para esta etapa es comenzar el análisis desde el principio del trabajo de campo: descripción, análisis, interpretación, conceptualización y teoría; estas fases se dan en forma permanente hasta que se retira del mismo*”.

Por otro lado, para los datos cualitativos, Vasilachis, I. (2009) menciona que “*hay estrategias para fortalecer la validez en cada nivel de análisis; en el caso de una descripción, se garantizaría la validez en la medida que los testimonios hubieran sido captados y transcritos con precisión y en forma completa*”. Ya que los datos arrojados en la búsqueda de información, dan respuesta de todos los programas implementados, y de la importancia a nivel de Latinoamérica y para la sociedad en general, razón por la cual simplemente confirman la viabilidad en de implementar RSE en las empresas.

1.7. Descripción de los instrumentos

El principal instrumento del presente documento son los reportes y los informes brindados por entidades internacionales, por lo tanto el análisis de esto es importante en el desarrollo de los objetivos. Para Miles, M. y Huberman, A. (1994) “... *los diferentes procedimientos analíticos e interpretativos de esos datos para arribar a resultados o teorías; y, por último, los informes escritos o verbales... esos datos deben guardar relación con la*

pregunta de investigación; ser, pues, recolectados intencionalmente y, cuando corresponda, ser recogidos en situaciones naturales".

Estos informes y reportes conforman la información secundaria, instrumento principal del presente estudio según Álzate, M. et al (1999) es "*... aquella que el investigador recoge a partir de investigaciones ya hechas por otros investigadores con propósitos diferentes. La información secundaria existe antes de que el investigador plantee su hipótesis, y por lo general, nunca se entra en contacto directo con el objeto de estudio*". De esta manera, se constituye en la primordial fuente de información para cumplir con los objetivos de la investigación.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Responsabilidad Social empresarial en pymes

Se propone profundizar el grado de conocimiento existente sobre el nivel de desarrollo e implantación que el concepto de RSE tiene en la región en las Pymes; Se pretende de este modo aportar información útil para mejorar la situación actual, a través de las falencias en tema de metodología, diseño, implementación y efectividad existentes en cuanto a RSE.

Por otro lado, también es de vital importancia tener claro que a nivel latinoamericano la conciencia sobre RSE, no es muy arraigada, por lo que es necesario empezar a trabajar en temas de asesorías y de programas que sean viables en las comunidades en la cual están instituidas las empresas.

Además, es de resaltar que la mayoría de empresas Pyme no tienen programas que realmente impacten en la sociedad, lo que hace evidente la falta de interés en el empresario en retribuirle a la población a la cual se debe algún valor agregado. Sin desconocer que a la vez esto se convierte en un beneficio mutuo ya que el reconocimiento es mayor por el impacto de las políticas en cuanto a RSE.

Finalmente, hay que tener en cuenta que con la globalización las empresas, deben estructurar políticas de RSE que tengan impacto en la comunidad en especial en los grupos de interés más relacionados con ellas mismas. Y además que la Responsabilidad Social Empresarial es el hacer negocios basados en principios éticos y apegados a la ley, la empresa tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera, y esto implica que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones. Esta cultura es una forma de hacer negocios que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa y crecimiento económico.

Quizá el objetivo más importante de la responsabilidad social es el de mejorar la calidad de vida, en especial de sus grupos de interés, pero muchas veces esta trasciende más allá y se enfoca en la población en general, desde este punto se convierte en un aspecto importante y transversal a sus objetivos misionales y empresariales. El Centro Colombiano de Responsabilidad Social (Casanova, M., 2011), especifica que la responsabilidad social es *“la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona, stakeholders o grupos de interés”*. Casanova, M. (2011), retomando la definición del Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible sobre *“... la responsabilidad social corporativa como el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo*

económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”.

La responsabilidad social empresarial, incluye todas las acciones que la empresa tiene con la sociedad, incluyendo todos los grupos de interés que hacen parte de esta; además de las responsabilidades empresariales la organización también debe cumplir con un propósito social, incluyendo los aspectos de las problemáticas sociales y medioambientales. Méndez, C. (2003) dice que la responsabilidad social *“comprende tanto el compromiso de cumplir con la misión empresarial... en las condiciones legales establecidas, como la adopción y respeto de los valores éticos propios de su esfera de competencia, y las obligaciones sociales y ambientales reconocidas por la sociedad...”*

Para que la responsabilidad social se convierta en un acto empresarial, de acuerdo con García-Marzá, D. y Navarro, F. (2009) *“hace falta algo más que declaraciones de buenas intenciones”*. Definitivamente, la responsabilidad social es más que un esquema de programas y proyectos en un documento; se necesita que se pongan en práctica todos estos de tal manera que tengan un impacto en la sociedad. De igual modo, de acuerdo al Banco Interamericano de Desarrollo (2005) la responsabilidad social empresarial es vista *“... como la integración por parte de las empresas de la preocupación social y medioambiental en las actividades empresariales diarias y en las relaciones con sus stakeholders, siempre desde una perspectiva voluntaria”*.

Desde este aspecto, la responsabilidad social, debe ser transversal a los objetivos corporativos y misionales de las empresas, y se asume como las fuentes de inversión en los aspectos sociales en el territorio en el cual tienen operaciones, y se plantea como la forma de retribución en los problemas sociales de tal manera que se pongan en relación con sus

planteamientos organizacionales. Morello, G. (2004) define la responsabilidad social como el *“conjunto de acciones planeadas, a favor de las personas y su dignidad, emprendidas libremente por las empresas; que presentan las características de estar vinculadas de algún modo al desarrollo del negocio y que van más allá del cumplimiento de la ley y los convenios colectivos de trabajo...”*.

La responsabilidad social, es importante en los territorios debido a que se ponen en función las necesidades de las sociedades, en especial en de los stakeholders participes de la empresa, además se convierte en la inversión en el bienestar de la población. Desde este aspecto, Melo, N. y Froes, C. (1999) plantea que es la *“decisión empresarial para invertir en el bienestar de sus trabajadores y en la consecución de un ambiente de trabajo saludable, en la disminución o eliminación de los daños causados al medio ambiente por las actividades empresariales...”*

Una empresa socialmente responsable, incluye políticas de responsabilidad social, que tengan impacto en la solución de las necesidades no solo de sus grupos de interés sino también de los territorios de operaciones, esto a la vez debe estar lijado a los aspectos legales de las regiones, Navarro, F. (2008) hace referencia que *“cuando una organización, del tipo que sea, cumple con esas expectativas sociales, se dice que está legitimada socialmente, que es una empresa justa y socialmente responsable”*.

Por otro lado, la visión de la empresa, tanto como la misión, deben también estar enfocadas a asumir responsabilidades sociales y medioambientales, asumiendo el compromiso que deben tener con las sociedades a las cuales deben sus objetivos organizacionales. Navarro, F. (2008) también plantea que *“... la visión de la RS implica no*

sólo cumplir con la responsabilidad empresarial propia sino también extender tal visión y prácticas a aquellos stakeholders con los cuales se relaciona la empresa”.

Las sociedades tienen inmensos y diferentes problemas que tienen que ser resueltos, por eso también se requiere del compromiso de las empresas para minimizar los riesgos sociales y medioambientales presentados. Navarro, F. (2008) especifica también que las empresas *“tienen la responsabilidad de hacer que se respeten los derechos humanos no sólo en sus lugares de trabajo sino en su esfera de influencia más amplia...”*.

En conjunto la empresa debe asumir sus compromisos organizacionales y misionales con los objetivos de responsabilidad social, de esta manera, se entiende como la forma de interconectar los proyectos empresariales con los programas sociales, para de esta manera lograr una transformación de las sociedades. Perera, L. (2011) plantea la responsabilidad social empresarial como *“... una herramienta para apoyar a la gestión de las empresas en materia... y uniformizar el proceso de reporting en materia ambiental, social y económica”*.

Como ya se mencionó antes, es necesario que la empresa cumpla con unos compromisos sociales, que además de cualquier modo están ligados también a sus aspectos organizacionales y misionales, pero que también están relacionados con la función empresarial en relación con los aspectos sociales y con impacto en las comunidades. Peinado, E. (2011) adicionalmente, también especifica que *“... la gestión de la cadena se realiza bajo parámetros de responsabilidad social empresarial o de sostenibilidad cuando, además de precio, calidad y funcionalidad, se incorporan otros aspectos relacionados con la transparencia, asuntos sociales y ambientales”*.

De igual manera, existen bastantes problemáticas sociales y medioambientales en los territorios que las empresas, por medio de la responsabilidad social, ha empezado a contribuir en la solución de dichos problemas, de esta manera se convierte en una forma de retribución a las comunidades. Leguizamon, F. (2011) asume que se *“incorporaron la responsabilidad social empresarial como un elemento central de la estrategia del conglomerado que la forma, como un conjunto de iniciativas y compromisos relacionados con el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza”*.

Berti, Z. et al (2002) mencionan que la responsabilidad incluye *“... la relación de la empresa con todos sus interlocutores sociales: accionistas, trabajadores, proveedores, clientes y comunidad, así como con el medio ambiente...”*. En la responsabilidad social es evite que todos los actores implicados en la empresa estén comprometidos con las políticas sociales y medioambientales, razón por la cual, se requiere de un compromiso total.

Evidentemente, las empresas a nivel global ejercen políticas de responsabilidad social, por ende, existen acuerdos comerciales que fortalecen los programas y los planes que contribuyan a mejorar los acuerdos sociales con la comunidad. Según, Nowalski, J. (2011) la responsabilidad social empresarial *“... (RSE) y su importancia para generar una mayor competitividad en las empresas y, de paso, prepararlas para lidiar con la condicionalidad de los tratados comerciales”*.

A partir de lo anterior, obviamente, los programas y los planes que estén enfocados al fortalecimiento social y a la solución de las necesidades básicas de la población, por ende el impacto debe ser asumido de tal manera que a la vez traiga ventajas para las empresas tales como el reconocimientos. Adicionalmente, Nowalski, J. (2011) se refiere a que *“... la responsabilidad social empresarial y su alcance para generar condiciones que le permita a*

los países latinoamericanos una inserción en los mercados internacionales a través del comercio socialmente responsable". Ashley, P. (2004), refiere que la responsabilidad social es el *"compromiso que una organización debe tener para con la sociedad, expresado por medio de actos y actitudes que la afecten positivamente..."*.

Ninguna empresa, definirá políticas de responsabilidad social sin antes analizar los beneficios que recibirá, por ende, todos los planes a la vez genera impacto organizacional como social, ya que el reconocimiento y la aplicación de las actividades a realizar son de forma transversal, de tal manera que contribuyan a direccionar y dinamizar también los objetivos misionales de la organización. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2005) la motivación para las empresas es *"principalmente la obtención de beneficios para sus trabajadores, sus familias y la comunidad en la que se asienta, con la finalidad de obtener beneficios para la empresa en el mediano y largo plazo..."*.

Por otro lado, las posibilidades que genera la responsabilidad social de las empresas para la sociedad son altas, ya que en muchas de los territorios no existen oportunidades que realmente impacten en las comunidades, desde este punto, se convierte en la única opción que tienen no solo los stakeholders sino también para las clases más desfavorecidas. El Banco Interamericano de Desarrollo (2005) especifica que el impacto deseado está en *"... mejorar la calidad de vida de la sociedad, de la comunidad de influencia de la empresa y de la productividad de los trabajadores"*.

Definitivamente, las empresas de todo tipo deben planificar estrategias de responsabilidad social que contribuyan a resolver las necesidades de la población, muchas veces están reducidas estos programas solo a grupos específicos pero, es necesario que se empiecen a establecer a nivel general que ayuden a tener más impacto social. De igual

forma, Casanova, L. (2011) plantea que *“las nuevas empresas emergentes como miembros primordiales de la sociedad deberían ser parte de la solución, tienen que ir más allá de lo que requiere la ley y colaborar con el gobierno y la sociedad civil en la reducción de la pobreza”*.

Son múltiples las necesidades de la población hoy en día, y el compromiso de las empresas debe estar enfocado a contribuir con el desarrollo social, en especial de los territorios en los cuales tienen operaciones, esto de alguna manera también impacta positivamente en las mismas empresas. De este modo, la responsabilidad social no debe ser una obligación, debe ser implementada de manera voluntaria, de tal manera que se asuma con responsabilidad y compromiso, y que tengan las mismas garantías tanto para las empresas como para los beneficiarios. Casanova, L. (2011) *“la responsabilidad social empresarial debe incluir un compromiso en la mejora de las sociedades en que operan, incluyendo la reducción de la pobreza”*. Por otro lado, Sulmont, D. (2000) asume que la *“actitud de una empresa dispuesta a asumir de manera voluntaria y proactiva las obligaciones que contrae con los diferentes sectores sociales involucrados en su actividad, armonizando sus fines particulares con los fines de la colectividad”*.

De esta manera, las políticas de responsabilidad social de una empresa deben estar reestructurándose permanentemente de acuerdo a las necesidades tanto de los stakeholders como de la sociedad, esto indica que, deben estar siempre analizando el entorno y observando lo que requieren los grupos de interés inmersos del contexto empresarial. De igual manera, Argandoña, A. (2012), plantea que la responsabilidad social es *“ese conjunto de responsabilidades que la empresa asume ante la sociedad, que irán cambiando, como es lógico, porque cambian las circunstancias y la misma sensibilidad de los actores”*. Como, Caravedo, B. (2011) sugiere *“... la noción de responsabilidad social empresarial es un*

concepto fundamental comparable a libertad e igualdad que siempre se estará redefiniendo de acuerdo a las necesidades cambiantes y a las circunstancias...”

Es evidente que las necesidades de los territorios son la principal fuente de organización de las políticas de responsabilidad social, por ende las características y las necesidades sociales también influyen no solo en las empresas de forma organización sino en el compromiso social establecido para cumplir con sus esquemas de beneficios de forma integral. La misión de las empresas, de acuerdo con Corral, A., Isusi, I. y Vives, A. (2005) es la de “... *facilitar el desarrollo de los valores sociales y la cultura empresarial para enfrentar los desafíos globales modernos a través de prácticas de responsabilidad social empresarial como generadores de riqueza que fomenten una sociedad más equitativa, estable y sostenible*”. Puesto que, Peinado, E. y Vives, A. (2011) establecen que la responsabilidad social “... *busca desarrollar las lecciones aprendidas de las mejores prácticas de las empresas, teniendo en cuenta la realidad institucional y el desarrollo económico y social de los países*”.

Por ende, a nivel global se ha establecido una serie de actividades que diferencian las políticas empresariales de las empresas desde los aspectos sociales, medioambientales y de solución de conflictos que contribuyen a generar a nivel global un reconocimiento empresarial importante; y además que impactan las sociedades de manera general. Específicamente, Casanova, M. (2011) apunta que “*el objetivo de la Responsabilidad Social Corporativa es promover la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita la conciliación de los intereses y procesos de la actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad civil...*”.

Las empresas definitivamente además de ser agentes de cambio al contribuir con la generación de empleo también tienen reconocimiento en por el impacto de las políticas de responsabilidad social que se establecen para ayudar a las comunidades en la cual tienen sus operaciones. Por ende desde este aspecto, también se asocia con la voluntad expresa de las empresas para invertir en las comunidades y de esta manera contribuir de manera sostenible al desarrollo de los territorios. De igual manera, Casanova, M. (2011), referenciando a la Comisión de las Comunidades Europeas, también menciona que la define como *“la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”*. Casanova, M. (2011) define la Responsabilidad Social (RS) *“como metodología de gestión empresarial, para que la empresa se convierta en agente de cambio para alcanzar el desarrollo sostenible...”*.

Obviamente, las directrices económicas están ligadas con las responsabilidades sociales y medioambientales, razón por la cual la misión empresarial también se relaciona con los objetivos de RS, lo que indica que de igual manera, todo está ligado en la empresa, y se debe trabajar para obtener beneficios de manera íntegra tanto empresariales como sociales. Adicionalmente, Argandoña, A. (2012) argumenta que la responsabilidad social empresarial *“... esté integrada en la estrategia, las políticas y las operaciones de la organización”*. Por otro lado, Argandoña, A. (2012), menciona que la responsabilidad social está ligada a un *“concepto, unos resultados, un proceso, unas iniciativas, unas prácticas, ... si bien es verdad que muchas definen la RS como un compromiso, que es algo muy próximo a la idea de responsabilidad, aunque esta tiene un contenido de obligación o deber, que puede estar presente en el compromiso...”*. Argandoña, A. (2012) sostiene que la responsabilidad se presenta en *“tres ámbitos de responsabilidad, económico, social y medioambiental, completada a veces, pocas, con una mención al carácter ético de esas*

responsabilidades; una alusión a los interlocutores o stakeholders ante los que la empresa se presenta como responsable; la identificación de esas responsabilidades como voluntarias”.

Finalmente, hay que tener en cuenta que las empresas están asociadas con el manejo administrativo, por ende de igual manera está ligada con los planteamientos individuales de los directivos, razón por la cual las políticas de responsabilidad social también se asocian con sus pensamientos y actitudes, desde este punto para Berman, S. mencionado en Jiménez, M. (2002), la responsabilidad social se manifiesta en "*la forma como vivimos con los otros y tratamos a los otros*".

3. LAS PYMES EN AMÉRICA LATINA

Este documento presenta un análisis de la responsabilidad social empresarial de las Pymes en América Latina, desde este punto, Corral, A., Isusi, I. y Vives, A. (2005) exponen que *“parece claro que el tema de la responsabilidad social empresarial ha tomado un interés creciente en el ámbito latinoamericano, tanto en el sector académico como entre las propias empresas... de forma que la perspectiva de la ‘responsabilidad social’ comienza a estar incorporada al discurso empresarial”*.

Adicionalmente, Henríquez, L. (2009) menciona que *“las pequeñas empresas en América Latina han sido duramente afectadas por la crisis actual. Muchas de ellas han sufrido una caída en las ventas, tienen problemas en obtener crédito, y se encuentran agobiadas por los pagos retrasados de sus clientes”*. También concluyen que *“... todas juntas sin embargo, las pequeñas y medianas empresas representan el 85% del empleo privado en América Latina”*.

El Banco Interamericano de Desarrollo, según Casanova, M. (2011), dice que *“en América Latina existen organizaciones empresariales, fundaciones así como organizaciones sin ánimo de lucro que recientemente están conformando un tejido en Responsabilidad Social Corporativa, siendo las prácticas con mayor implantación las relativas a inversión en la comunidad y acción social”*. De acuerdo a Zevallos, E. (2003):

“Las condiciones que generaron el interés por las pequeñas y medianas empresas (MiPyme) en América Latina hace más de una década no sólo no han cambiado significativamente, sino que en muchos casos se han agudizado por la presencia de nuevos elementos que han de considerarse en el escenario económico

internacional (el desarrollo de nuevas tecnologías, el proceso de internacionalización y otros). Además, las recurrentes crisis económicas en varios países de la región han afectado de diversa manera el desempeño de estos estratos empresariales. Lo anterior ha servido tanto para resaltar la importancia de las Mi Pyme como generadoras de empleo (aunque precario) y promotoras de avances en el entorno local, como por su potencialidad de convertirse en un importante complemento del trabajo de la gran empresa".

Por otro lado, Zevallos, E. (2003), afirma que *"lamentablemente, no hay evidencia en América Latina de una relación positiva entre la creación de nuevas normas y la solución a los problemas que ellas buscan atacar. En realidad, muchas veces la nueva norma se incorpora a un cúmulo de otras anteriores vigentes, generando mayores costos de transacción (asociados al conocimiento y comprensión de la nueva norma) para empresas e individuos".*

También, Zevallos, E. (2003) menciona que *"en muchos países de la región parece estar generándose una corriente de apoyo a la creación de leyes de fomento empresarial. Aunque esta acción aún no tiene resultados observables en la mayoría de los países, parece ser una señal de interés que los gobiernos le están dando a las mi pyme en sus políticas públicas. Iniciativas legales de este tipo hay en Argentina, Colombia, El Salvador, México, Panamá y Venezuela, entre los países examinados".*

Por el contrario, Saavedra G. y Hernández C. (2008) argumentan que *"América Latina es una región cada vez más interesada en el tema de las PyMes. Sin embargo, no se encuentra fácilmente disponible la información mínima que permita conocer la situación de estas empresas en cuanto a su definición, al número de estas empresas, la conformación sectorial y su importancia económica".*

De igual manera, cabe destacar que Saavedra G. y Hernández C. (2008) dicen que de acuerdo a recientes estudios de la OECD, se "han demostrado que el típico pequeño empresario latinoamericano es joven, con una educación superior, de clase media y de sexo masculino por lo general".

Adicionalmente, Saavedra G. y Hernández C. (2008), concluyen que *"la mayor parte de las PyMes se encuentran ubicadas en las ciudades más importantes de los países bajo estudio, dada la facilidad de obtención de materias primas y la cercanía a su mercado. La distribución sectorial de las PyMes muestra un predominio del sector comercial con un promedio de 49% mientras que el sector servicios alcanza un 38% en promedio, y el sector manufacturero apenas un 13% en promedio para los países bajo estudio. Esto es debido a la alta exigencia de mano de obra calificada e intensidad en capital que exige el sector industrial"*.

Adicionalmente, Saavedra G. y Hernández C. (2008), mencionan que:

"las PyMes en Latinoamérica juegan un importante papel de carácter social, tanto por su papel como creadoras de empleo y amortiguadores del problema de desempleo al ser intensivas en este factor, como por ser un instrumento de cohesión y estabilidad social al brindar oportunidades de empleo a colectivos semi o escasamente cualificados". También, ellos mencionan que "la importancia de las PyMes se ve reflejada en la composición empresarial que presentan los países bajo estudio, es decir la estructura de empresas por tamaño, de esta manera las pymes representan en promedio el 89,85% del total de las empresas,

mientras que las Mi Pymes representan en promedio el 99,12% del total de las empresas".

Finalmente, Baralla, G. y Cohen, M. (2012) mencionan que *"los principales obstáculos que señalan son la Administración Tributaria, el Acceso al Financiamiento y las Prácticas de empresas del sector informal o competencia desleal"*. También concluyen que *"los principales obstáculos señalados son el Acceso al Financiamiento, la Inestabilidad Política y la Legislación Laboral"*.

4. BARRERAS QUE TIENEN LAS PYMES EN LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMÉRICA LATINA

Una de las barreras en la implementación de RSE, en América Latina, es que no hay un análisis concienzudo de la realidad de los territorios, razón por la cual las PyMes no logran impacto con los programas que diseñan, a partir de esto Peinado, E. (2011) especifica que la *"implementación de estas prácticas a través de indicadores indirectos, como lo son el Pacto Global, informes de sustentabilidad, entre otros, concluyendo que esta implementación es incipiente"*.

Adicionalmente, Vives, A. (2011) dice que *"sin embargo, para la implementación práctica de esta idea todavía falta mucho por hacer... en donde, es necesario el desarrollo del mercado de la responsabilidad, donde las partes interesadas puedan hacer valer sus opiniones y donde los gobiernos ejerzan eficientemente su papel regulador"*. **Las barreras del impacto van más allá de un esquema realmente diseñado con conciencia social, sino también de la falta de interés gubernamental por los temas de RSE en las empresas, ya que se implementan programas por cumplir con unos parámetros y sin ningún fundamento real.**

En América Latina, Leguizamon, F. (2011), concluye que “*las políticas ortodoxas prevalecientes no solo no solucionan, sino que agudizan el problema de la extrema desigualdad*”, y que las empresas “*enfrentan barreras y condiciones de carácter casi endémico que les dificulta la incorporación efectiva de un comportamiento socialmente responsable, tales como el clientelismo, las prácticas corruptas, la desatención a la calidad y el énfasis en el corto plazo*”. Adicionalmente, hay que tener en cuenta que, en la gran mayoría de los países latinoamericanos, se privilegia las grandes empresas, y se les relega a las PyMes con la responsabilidad más de su capacidad, y estas a la vez deben enfrentar grandes avatares como lo menciona el autor. De igual forma, Peinado, E. (2011) plantea que en Latinoamérica las PyMes “*se enfrentan a una serie de obstáculos que impiden un mayor desarrollo de la RSE, esas dificultades son básicamente las mismas barreras que existen para el desarrollo del sector privado, instituciones débiles y clima de negocios*”.

Tabla n. 1. Principales barreras para la realización de actividades de RSE externa, comparación Latinoamérica- Unión Europea

Variables	Media Latinoamérica	Media Europa
La empresa nunca se lo ha planteado	32	24
No son actividades relacionadas con mi empresa	11	17
No se prevé ningún tipo de beneficio de las mismas	2	8
Falta de tiempo	4	19
Falta de recursos financieros	36	16
Falta de recursos humanos	1	n.a.
Falta de apoyo público	1	1
Otras razones	7	13
NS/NC	7	3
Total	100	100

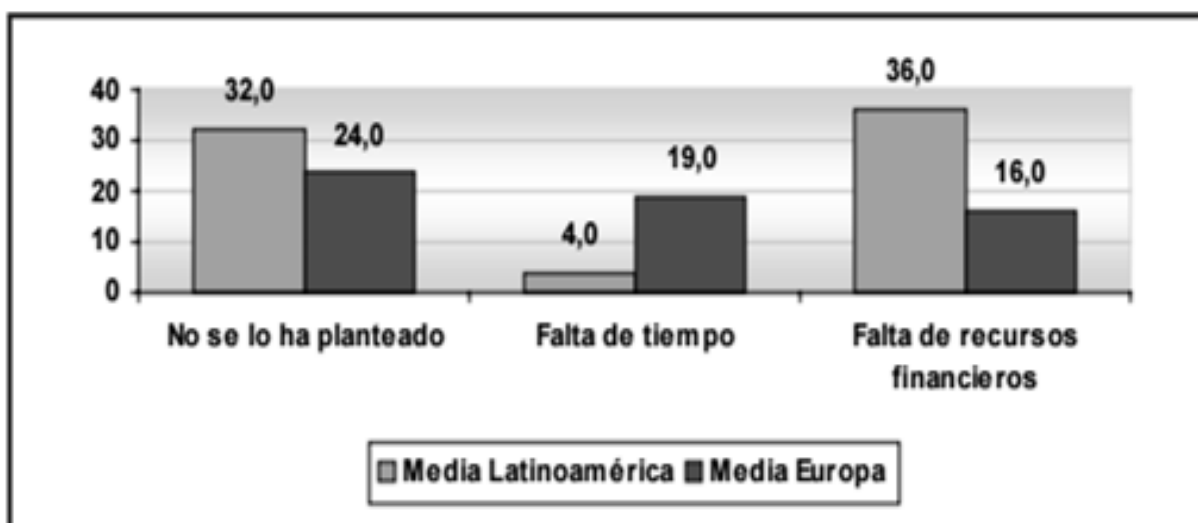
Fuente: Ikei & Socios Latinoamericanos, encuesta sobre responsabilidad social empresarial entre las PYMEs Latinoamericanas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2005)

La tabla n. 1, permite ver las principales barreras para la realización de actividades de RSE externa en Latinoamérica, entre estas están, que las empresas nunca se lo ha planteado, que no son actividades que tengan relación con la empresa, falta de recursos

financieros, no prevé beneficio alguno, falta apoyo gubernamental, no tienen tiempo ni recursos humanos para llevar a cabo políticas de impacto social.

Por otro lado, Peinado, E. (2011) asegura que a todo sobre RSE, “...se agrega una legislación que no acompaña y la falta de convencimiento o escepticismo sobre los beneficios empresariales de las prácticas responsables”. Quizá el mayor obstáculo que se presenta para implementar políticas de RSE empresarial en las Pymes es que no le ven ningún beneficio para la empresa y por el contrario es algo que genera gastos, por esto es que se convierte en la principal barrera para la RSE, sea un verdadero eje de impacto social fundado desde las empresas PyMes de los territorios.

Gráfico n. 2. Principales diferencias en las barreras a las actividades de RSE externa desarrolladas por las PYMEs, comparación Media Latinoamé- rica –Unión Europea



Fuente: Ikei & Socios Latinoamericanos, encuesta sobre responsabilidad social empresarial entre las PYMEs Latinoamericanas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2005)

Según el Banco Interamericano de Desarrollo, las principales barreras en Latinoamérica es que las empresas no se han planteado como un tema de interés la RSE, pero fuera de eso también que no se requieren de recursos financieros para la inversión social con los que no se cuentan, tal como se logra evidenciar en el gráfico n. 2. Y adicionalmente, Vives, A. (2011), en el estudio que realizó, menciona que “se determinó que

los principales obstáculos percibidos son la falta de conocimiento, de tiempo y de recursos, aunque la gran mayoría reconoce que las prácticas responsables pueden producir beneficios”.

Igualmente, Peinado, E. y Vives, A. (2011) señalan que en las pyme de América Latina “... hay una serie de barreras internas a la implementación, como... la ignorancia de muchos de los actores internos sobre los potenciales beneficios”, desde este aspecto las barreras también incluyen la voluntad de los directivos empresariales, la falta de recursos financieros, pero también que no hayan viabilidad corporativa para la empresa, dicho de otro modo, no le hay beneficio ni que genere oportunidades; pero en los pocos casos evidenciados, se logra evidenciar que a partir del reconocimiento social también se generan mayores niveles de publicidad y por ende mayor generación de ganancia. En relación a esto, Correa, E. et al (2004) mencionan que en Latinoamérica “la falta de visión de la empresa y/o la falta de decisión de los directivos es el mayor obstáculo para tomar una actitud proactiva en cuanto a la RSC”.

Peinado, E. y Vives, A. (2011) explican que a todo esto, se suma que su implementación “requiere de acciones en varios frentes de la empresa y muchas veces hay falta de coordinación, la dificulta más todavía, también la obstaculizan la falta de incentivos o los incentivos mal alineados ya que por ejemplo los costos pueden estar en una unidad de la empresa y los beneficios recibirse en otra”. Aunque la planificación de las políticas de RSE, estén en un área de la empresa, también requiere que todas las demás áreas estén conectadas y conozcan y se apropien del proyecto y de los programas, ya que muchas veces se responsabiliza a unos pocos y los demás desconocen lo que se hace en este tema.

Adicionalmente, hay una percepción colectiva que los temas sociales generan gastos y ningún beneficio, pero como ya se mencionó antes, también puede generar directamente beneficios que relacionan una mayor fuente de obtención de resultados mercantiles a partir del reconocimiento que se refleja. Correa, E. y Estevéz, R. (2011) existen “...*además barreras culturales que deben ser identificadas y manejadas, como la percepción de que la introducción de los temas sociales y ambientales siempre conlleva un aumento de costo y pérdida de competitividad...*”. Correa, E. et al (2004) también, especifican que los empresarios de las Pymes “*temen que la RSC tenga un efecto de barrera arancelaria que se utilice para limitar la competencia*”. Pero no es así, en algunos casos en varios países como en Colombia, Argentina, Perú y Brasil, hay exención de impuestos, y en la mayoría de los países de la región no hay interés gubernamental.

Igualmente, Correa, E. y Estévez, R. (2011), mencionan que las barreras parten de “...*tres temas claves: barreras al cambio, gestión de conflictos e incentivos*”. En muchas de las Pymes, hay un gran temor por el cambio y por innovar en temas especialmente los sociales; que esto genera se convierte en un problema ya que requiere de personal adicional y mayores responsabilidades y compromiso; y fuera de eso deben invertir parte de las ganancias en temas que nada tienen que ver con los mercantiles. Pero, Peinado, E. y Vives, A. (2011), van más allá y agregan que para las PyMes, “*los principales obstáculos a la responsabilidad empresarial en casi todos los países de América Latina son la indiferencia, la apatía y a veces la ignorancia e impotencia, de muchas de las partes involucradas, no sólo de las empresas*”. Igualmente, los autores concluyen que “*sobre los obstáculos que enfrentan las empresas PyMes, para adoptar prácticas responsables siempre existen dos elementos constantes: la falta de recursos y el desconocimiento sobre la RSE y los beneficios que puede suponer para las empresas*”.

De igual modo, Peinado, E. y Vives, A. (2011) especifican que para las PyMes, “...dentro de las empresas es quizás donde se enfrentan los mayores obstáculos y para vencerlos es necesario que los incentivos estén alineados con los objetivos de responsabilidad y los resultados empresariales tradicionales”. Las barreras son más internas que externas a la organización, ya que el desconocimiento, la apatía, y la falta de coordinación son quizá los mayores impedimentos que se hallan en las empresas PyMes, razón por la cual no se logra tener un verdadero programa de RSE en las empresas de Latinoamérica. Finalmente, el Banco Interamericano de Desarrollo (2005) sostiene que para los empresarios PyMes, “... la falta de recursos financieros es señalada como el principal obstáculo entre las PYMEs latinoamericanas...”. Pero eso es debido a que no ven los beneficios que trae la implementación de programas con impacto social.

5. RAZONES POR LAS CUALES LAS PYMES ESTABLECEN POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMÉRICA LATINA

Peinado, E. y Vives, A. (2011) dicen que en América Latina, la RSE se establece porque “...la empresa debe ser responsable por razones éticas o morales, porque es lo que hay que ser y hacer. Sin embargo, las presiones competitivas y los incentivos monetarios pueden llevar a la empresa a buscar atajos e incurrir en prácticas que rinden beneficios...”.

Es de precisar que se asocia más al deber que a la querer implementar unas políticas de RSE, tal vez sea por esto que el impacto no es el esperado. De igual manera, Correa, E. et al (2004) lo corroboran y consideran “que la razón principal para que una empresa sea socialmente responsable se refiere a sus principios y ética”.

Adicionalmente, Peinado, E. (2011) menciona que las PyMes de América Latina que establecen sus programas de RSE, lo hacen “...no solo por la repercusión en la imagen de las empresas, los sectores y los países, sino también por razones de productividad”. Esto refleja que la implementación de la RSE, tiene beneficios que van más allá de lo corporativo, ya que trasciende las barreras mercantiles y se logra expandir a una imagen de país y de región. El Banco Interamericano de Desarrollo (2005) concluye que “...las propias PYMEs identifican una serie de razones de carácter interno que les impulsan a realizar actividades ligadas con la RSE, tales como consideraciones ético/religiosas, mejoras esperadas de la imagen/reputación de empresa, mejora del clima organizacional de la empresa, presiones de ‘stakeholders’ o los beneficios económicos esperados”.

La ley, aunque es a la vez un obstáculo, también en muchos casos es una de las razones por las cuales se logra evidenciar programas de RSE en las PyMes, por parte de las empresas, esto es muy interesante porque es la yuxtaposición cumplir con las regulaciones gubernamentales, pero también, muchas veces las leyes frenan el progreso de los programas implementados por desconocimiento ya que, como ya se mencionó antes, se cree que estas políticas empresariales generan mayores tasas y compromisos con el Estado.

Peinado, E. y Vives, A. (2011) plantean que en América latina:

“el papel de las partes interesadas, los stakeholders de las empresas, y de cómo sus acciones podían estimular las prácticas responsables, podríamos decir entonces que las razones para ser responsables pueden ir desde la necesidad de contar con el favor de los consumidores o clientes, de atender las demandas de la sociedad civil, de cumplir con las leyes y regulaciones, de la necesidad de atender los requerimientos de grandes compradores y a veces del sistema financiero con el objeto de obtener financiamiento”.

De igual manera, Peinado, E. y Vives, A. (2011) plantea que en la región latinoamericana, en las Pymes, existen “*laudables razones de tipo no económico aún para estas prácticas discrecionales, para que las prácticas sean iniciadas y mantenidas, sobre todo en condiciones adversas, es necesario demostrar a los que toman las decisiones el argumento empresarial de que las prácticas rinden beneficios a la empresa, que contribuyen a su competitividad*”.

Tabla n. 3. Razones subyacentes para la realización de actividades de RSE externa, interna y medioambiental de las Pymes en Latinoamérica.

Razones	RSE externas (1)	RSE internas (2)	RSE medio-ambientales (3)
Razones éticas y/o religiosas	47,6	39,0	41,4
Mejorar relaciones con la comunidad/autoridades públicas	40,4	26,4	40,9
Mejorar la lealtad de los clientes y/o proveedores	23,0	37,0	29,3
Mejorar relaciones con otros socios empresariales e inversores	13,1	15,1	11,9
Mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores	22,6	63,3	28,6
Mejorar resultados económicos (- costes/+ ventas)	15,1	45,9	47,1
Aplicar código de conducta propio de responsabilidad social	29,3	25,9	35,1
Presiones de terceras partes	4,1	5,4	17,0
Utilizar incentivos/subsidios públicos existentes	3,7	5,3	2,9
Cumplir la legislación social existente	n.a.	32,4	n.a.
Adaptación a la legislación medioambiental existente	n.a.	n.a.	37,0
Otro	2,9	0,9	0,2
Ninguna	1,7	0,2	0,2
No sabe/ No contesta	1,8	3,9	2,3

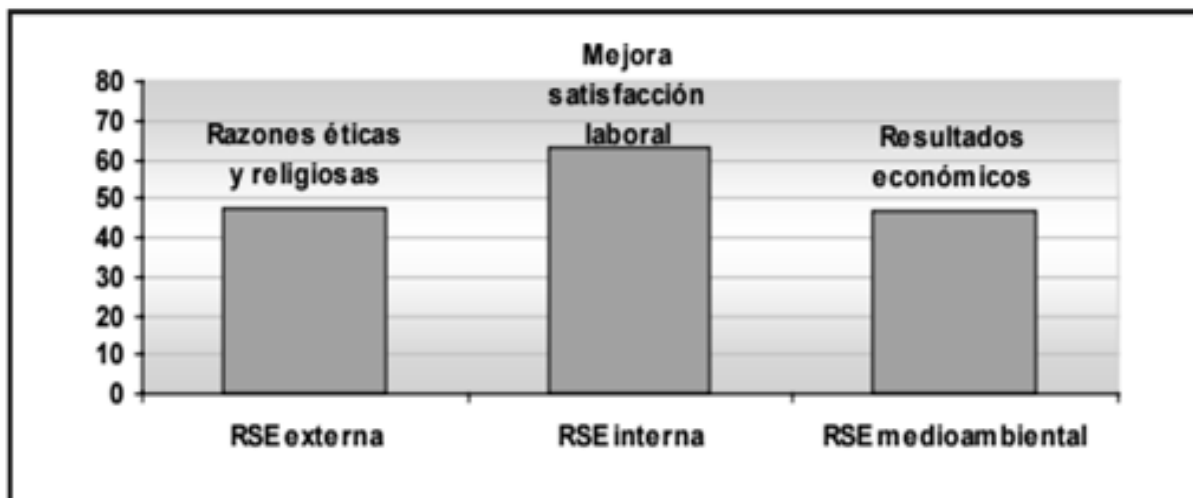
Fuente: Ikei & Socios Latinoamericanos, encuesta sobre responsabilidad social empresarial entre las PYMEs Latinoamericanas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2005)

Las razones por las cuales las Empresas Pymes, tal como se evidencia en la tabla 3, del estudio del Banco Interamericano de Desarrollo, establecen programas de RSE, obedecen a razones éticas y religiosas; así como también el mejorar las relaciones con la comunidad, otras muy importantes tienen que ver con los stakeholders directos de la empresa, como las relación con los socios y los inversionistas, y mejorar la satisfacción de los trabajadores; y otras en relación a aspectos de competitividad como mejorar los resultados económicos, y otra muy interesante es la de aplicar el código de conducta propio de la Responsabilidad Social.

De igual manera, Flórez, A. (2001) señala que la responsabilidad social de las PyMes en Latinoamérica, como *“parte integral de sus procesos y operaciones, básicamente porque los consumidores, su razón de ser, han impuesto exigencias de productos que sean amigables con el medio ambiente, con procesos de producción limpios, dándole un vuelco importante al concepto de sostenibilidad...”*. Esto deja ver que la innegable responsabilidad de ser amigablemente sostenible con el medio ambiente, y es un tema que se ha impuesto como una necesidad a la solución de los problemas visto en la actualidad a raíz de los contantes cambios presentados en los territorios por el mal manejo de los recursos naturales.

Pero adicionalmente, el Banco Interamericano de Desarrollo (2005) sostiene que existe *“obviamente, la influencia del dueño es especialmente relevante en el caso de las empresas más pequeñas de tipo familiar”*. Y adicionalmente complementa que *“actividades socialmente responsables para con la comunidad confirman que son los dueños o socios de la empresa los principales responsables directos de concentrar la recepción de solicitudes, de tramitarlas y en último término de autorizarlas en el caso de las empresas pequeñas y medianas”*.

Gráfico n. 4. Principales razones para el desarrollo de actividades de RSE entre las PYMEs latinoamericanas, por tipo de actividad



Fuente: Ikei & Socios Latinoamericanos, encuesta sobre responsabilidad social empresarial entre las PYMEs Latinoamericanas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2005)

En el Gráfico n. 4, el Banco Interamericano de Desarrollo, especifica que hay tres razones principales por las cuales las PyMes instauran políticas de RSE en las empresas, en su orden esta la satisfacción laboral de los empleado, la siguiente en es debido a razones éticas y religiosas, y la otra es por la obtención de resultados económicos relacionados por la competitividad empresarial.

El Banco Interamericano de Desarrollo (2005) sostiene que la responsabilidad social está ligada con *“la mejora de la satisfacción laboral de los trabajadores, en definitiva, un ambiente laboral adecuado... a las actividades ligadas con la RSE de carácter medioambiental, la principal razón aducida por las PYMEs se refiere a las mejoras derivadas de los resultados económicos”*, y también expone explica que *“en tanto que consideraciones de carácter ético/religioso se constituyen como la segunda razón más aducida...”* para la implementación de actividades de RSE en las PyMes de Latinoamérica.

Adicionalmente, el Banco Interamericano de Desarrollo (2005) concluye que *“la decisión sobre las acciones sociales de las empresas es dirigida por personas que, en la*

mayoría de los casos, no se dedican profesionalmente a la acción social, lo que explicaría al menos en parte la preferencia de los empresarios a realizar acciones para con la comunidad a través de donaciones...". En la mayoría de los casos los gerentes de las empresas no cuentan con una formación social, y los aspectos de RSE, los tramitan como donaciones, las cuales en muchos de los casos son vistos como caridad hacia la población, y se tramitan por medio de fundaciones.

El Banco Interamericano de Desarrollo (2005), finalmente, señala que *"...el hecho de que las actividades medioambientales en las que las PYMEs latinoamericanas incursionan con mayor frecuencia aparecen vinculadas a programas de eficiencia en el consumo (agua, energía) explica en parte la importancia de las consideraciones económicas como razón principal"*. La racionalización y el uso adecuado de los recursos naturales se convierten en los puntos medioambientales más importantes de RSE en relación con el territorio y el contexto natural.

6. LAS PYMES Y LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN AMÉRICA LATINA

Hay que tener en cuenta que en Latinoamérica, muchas de las PyMes no cuentan con la capacidad suficiente para invertir en RSE, y las empresas que lo hacen se ven limitadas por su capacidad. Desde este punto, Cardoso, M. et al (2010) menciona que las *“actividades de RSE, varía de acuerdo a las capacidades de cada empresa, lo cual de entrada limita a las Pymes y empresas familiares, ya que no cuentan con la capacidad para invertir en programas de ese tipo”*.

De igual modo, Cardoso, M. et al (2010) dice que en América Latina *“se detectaron como dificultades para la implementación de la RSE en las pymes, la limitación de recursos, sobre todo en el caso de las pymes que, en muchas ocasiones, rozan el umbral de la supervivencia empresarial...”*. Se puede tener en cuenta que se destinan muy pocos recursos a invertir en Responsabilidad Social, pero adicional a esto también es evidente que las empresas no cuentan con la asesoría necesaria para implementar programas de impacto, el autor también plantea *“... el desconocimiento de lo que es la RSE, y por tanto, de su gestión; la falta de formación, incluso de los responsables de recursos humanos; la identificación de buenas prácticas escasa y, por tanto de argumentos para motivar al empresario a gestionar su responsabilidad social...”*

Adicionalmente, Céspedes, L. y Zapata, J. (2010) dice que las políticas de responsabilidad social en la empresa Pyme Latinoamericana *“... tienen una tendencia a crear unas buenas relaciones entre los consumidores y usuarios, medidas anticorrupción y no han dejado de preocuparse por el medio ambiente...”*. Esto logra dejar ver que las PyMes de la región la implementación de RSE está más ligada con la organización interna que con

la sociedad de forma en general, por lo que es importante que se empiecen a instaurar programas que sean relevantes en la población en la cual tienen sus operaciones.

Baltera, P. y Díaz, E. (2005), también mencionan que “*se desarrolla también la mirada de la RSE desde América Latina, dependiendo del contexto económico social en el que surge como iniciativa y los factores que explican su emergencia*”. Definitivamente, los factores de implementar políticas de RSE por parte de las PyMes en la región, es una iniciativa intentando imitar las grandes empresas, y básicamente se da por el proceso de globalización dado.

El Banco Interamericano de Desarrollo (2005) en el Informe sobre la Situación de la Responsabilidad de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica revela “*que la gran mayoría de las PYMEs latinoamericanas realizan acciones y actividades ligadas con la RSE a pesar de su desconocimiento formal del concepto en muchos casos, aunque sólo una pequeña parte cuenta con un alto grado de implantación*”. Esto evidencia una falta de conocimiento y de compromiso de las PyMes, por implementar aspectos que realmente tengan impacto en la población y en especial en los stakeholders.

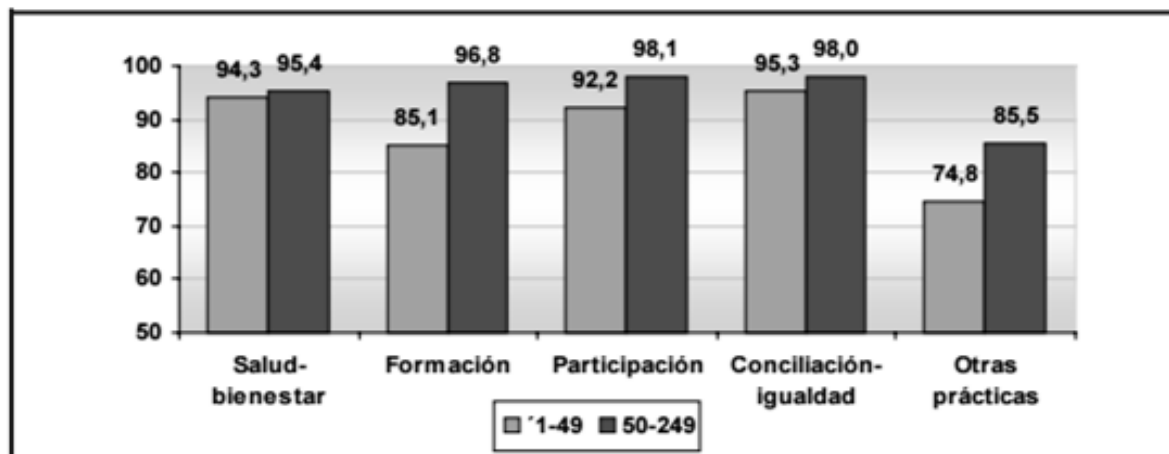
De igual manera, el Banco Interamericano de Desarrollo (2005) plantea que “*el concepto de responsabilidad empresarial en Latinoamérica ha experimentado en términos generales una evolución en el tiempo atendiendo al recorrido caridad- filantropía- inversión social- RSE*”. Esto significa que las pocas empresas que han implementado programas de RSE, han tenido que aprender de sus errores y replantear sus políticas de tal manera que impacten social y medioambientalmente en la sociedad.

Hay también que especificar que *la RSE en las PyMes, no es un tema de gran interés, por lo que no hay avances significativos en los país latinoamericanos en el tema, solo se ha visto como un tema ajeno y en muchos casos irrelevante, lo cual impide la sociedad realmente se sienta respaldada por el sector empresarial de la región. Correa, E. et al (2004) argumenta que “el tema de la responsabilidad empresarial es todavía una consideración secundaria en los negocios de las empresas latinoamericanas, como lo es en el resto del mundo”.*

Como ya se mencionó antes, la responsabilidad social empresarial ha tenido que transformarse en las PyMes, pero también han llegado a confundir el tema con la responsabilidad social corporativa, lo cual es otro error en el cual están cayendo las empresas de este tipo, debido a que empiezan a confundir temas corporativos con temas de impacto social. A lo que Correa, E. et al (2004) especifica que *“... las pymes latinoamericanas se enfocaban principalmente hacia resultados financieros y manejo ambiental (eco-eficiencia), pero han variado el enfoque y ahora incluyen iniciativas sobre responsabilidad social corporativa”.*

Por otro lado, Correa, E. et al (2004) especifica que *“... no hay muchos indicios de que las consideraciones sobre la RSC hagan parte de la agenda estratégica de un número significativos de las empresas que operan en la América Latina...”.* Definitivamente, la RSE, no es un tema de relevancia en las PyMes, ya que no se convierte en un eje transversal de sus temas corporativos.

Gráfico n. 1. Principales campos de RSE interna desarrollados por las PYMEs latinoamericanas



Fuente: Ikei & Socios Latinoamericanos, encuesta sobre responsabilidad social empresarial entre las PYMEs Latinoamericanas (Banco Interamericano de Desarrollo, 2005)

De acuerdo al gráfico n. 1, sobre los principales campos de RSE interna desarrollados por las PYMEs latinoamericanas, están ligados a la salud y el bienestar, la formación especialmente de los stakeholders, la participación, temas de conciliación e igualdad, y otras prácticas, esto evidencia que los temas son en gran medida corporativos y no de interés social.

Banco Interamericano de Desarrollo, también especifica que (2005) *“las autoridades públicas deberían adoptar un papel más activo en el diseño e implementación de programas destinados a fomentar las actividades de RSE entre las empresas en general y las PYMEs en particular, especialmente en aquellos campos en los que se observa una menor implicación empresarial”*. El Estado no ejerce un papel preponderante ni de control en las políticas de RSE, por lo que es necesario que se empiece de los gobiernos a gestionar enlaces y redes que garanticen una integralidad social con los problemas evidenciados y se atienda de manera general todas las necesidades de la población desde los programas de RSE.

Es notorio que las empresas y en especial las PyMes en Latinoamérica, implementan programas muy facilistas, que no les genere gran compromiso, desde este punto el Banco Interamericano de Desarrollo (2005) menciona que *“la temática RSE se está focalizando de manera paulatinamente creciente en el ámbito de las PyMes, fundamentalmente a través de proyecto pilotos orientados al desarrollo de metodologías y experiencias de aplicación...”*. Esto definitivamente, deja en claro que no es un tema que sea de gran importancia para las PyMes de la región, y por lo tanto requiere que se mejore y se les asesore al respecto para hacer de estos programas un eje transversal social desde las empresas.

El Banco Interamericano de Desarrollo (2005) en el informe, dice que *“ha mostrado la existencia en Latinoamérica de un número relativamente escaso de investigaciones e informes relativos a la RSE, especialmente desde la perspectiva de la pequeña y mediana empresa”*. Como la RSE es un tema de poco interés en la región, obviamente no suscita un gran interés por la opinión pública, razón por la cual es más visto como programas de caridad cuando se logra trascender a toda la sociedad y tener impacto en la población.

Vives, A. (2010) plantea que *“son muchos los casos, particularmente en América Latina, donde se establecen regulaciones, por ejemplo en temas medioambientales y laborales, que exceden la capacidad institucional del país, creando serios obstáculos a su seguimiento y fomentando la corrupción”*. Por otro lado, las empresas en América latina, tienen innumerables normas y regulación gubernamental que cumplir que muchas veces no se ocupa de la RSE como un aspecto importante de la definición empresarial y como un objeto transversal con su misión empresarial.

De otra forma, Vives, A. (2010) también permite dar a conocer que *“no obstante, son las PYMES las que suelen emplear personal menos capacitado y las que contribuyen más a*

la cohesión social, y lo que son prácticas responsables en las grandes empresas pueden carecer de interés para las PYMES". La competencia desleal en estrategias corporativas, va ligado como ya se mencionó a la capacidad de la empresa para enfrentar las políticas de responsabilidad social empresarial, lo cual deja ver en claro que los mismos programas no tienen el mismo impacto no solo por los recursos que se invierten sino también porque no se aplica con compromiso.

Por último, es relevante mencionar que Correa, E. et al (2004) concluyen que las "*...empresas que cumplan la ley y se comprometan a manejar adecuadamente sus impactos sobre las personas y el ambiente serían el mejor aporte a la sostenibilidad de las sociedades latinoamericanas*". No basta, con una relación mercantil y de generar empleo, también es necesario que haya una real RSE, en los territorios y mayor compromiso social de parte de las empresas en Latinoamérica.

7. CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial es el compromiso, de forma voluntario, de las empresas con la sociedad, en aspectos relacionados con el aspecto social y el aspecto medio ambiental, debe estar planificada como una actividad transversal a su objetivo misional, y por ende también debe trascender las barreras de la empresa, ya que debe contribuir al bienestar de la población en la cual se tienen operaciones, y trabajar con los problemas sociales que se identifiquen de tal manera que esto impacte de manera positiva en la población.

En Latinoamérica, las empresas Pymes, en su mayoría no cuentan con la capacidad suficiente para implementar políticas de RSE, esto ligado también a que se está asociando con la responsabilidad social corporativa (RSC), lo cual es un actividad interna de la empresa; razón por la cual es necesario que se implementen estrategias de asesorías y seguimiento por las entidades gubernamentales.

Por otro lado, es también anotar que la RSE, es una respuesta a las necesidades de la población, y surge por los procesos de globalización establecidos a nivel mundial, y se debe tener en cuenta, pero el problema en América Latina radica en que la gran mayoría de las empresas son Pymes, y se les ha dado grandes responsabilidades además de que se convierten en las principales fuentes de empleo de la región.

Adicionalmente, es importante recalcar que las principales barreras para la realización de actividades de RSE en las Pymes en Latinoamérica, entre estas están, que las empresas nunca se lo ha planteado, que no son actividades que tengan relación con la empresa, falta

de recursos financieros, no prevé beneficio alguno, falta apoyo gubernamental, no tienen tiempo ni recursos humanos para llevar a cabo políticas de impacto social.

Finalmente, las razones por las cuales las empresas deciden implementar programas de RSE, obedecen principalmente a razones éticas y religiosas; así como también el mejorar las relaciones con la comunidad, otras muy importantes tienen que ver con los stakeholders directos de la empresa, como la relación con los socios y los inversionistas, y mejorar la satisfacción de los trabajadores; y otras en relación a aspectos de competitividad como mejorar los resultados económicos, y otra muy interesante es la de aplicar el código de conducta propio de la Responsabilidad Social.

BIBLIOGRAFÍA

- Archundia, E. (2011). Sistemas contables, fiscales en las sociedades de producción rural, sociedades unipersonales, fuentes de financiamiento y PyMes. Diversidad cultural y sistemas contables financieros. México.
- Ashley, P. (2004). Ética y responsabilidad social en los negocios. Ediciones Saraiva, São Paulo.
- Álzate, M. et al (1999). Aprender a Investigar. Arfo Editores. Santa Fe de Bogotá, Colombia.
- Baltera, P. y Díaz, E. (2005). Responsabilidad social empresarial alcances y potencialidades en materia laboral. Departamento de Estudios Dirección del Trabajo, Santiago de Chile.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2005). Situación de la Situación de la responsabilidad social de responsabilidad social de la empresa en las PyMEs la empresa en las Pymes de Latinoamérica y el de Latinoamérica y el Caribe. Informe consolidado Fundación Ikei.
- Baralla, G. y Cohen, M. (2012). La situación de las Pymes en América Latina. Aeralpyme y Fundación Mediterránea. Argentina.
- Berti, Z. et al (2002). Balance social para la empresa venezolana, modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social. Ediciones Venamcham–FEGS, Caracas, Venezuela.
- Caravedo, B. (2011). *Desarrollo sostenible, ética, filantropía y responsabilidad social*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Cardoso, M. et al (2010). Responsabilidad social empresarial en América Latina: Un panorama general. Administración y Organizaciones. Departamento de Administración de la UAM Azcapotzalco, Mexico.
- Casanova, L. (2011). *El nuevo poder de las corporaciones latinoamericanas*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Céspedes, L. y Zapata, J. (2010). Relación entre el desarrollo de políticas de responsabilidad social empresarial e imagen corporativa. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Bogotá D.C.

- Corral, A., Isusi, I. y Vives, A. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. Subdepartamento de Empresa Privada y Mercados Financieros Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Correa, E. y Estevéz, R. (2011). *Gestión de la RSE: cambio y diseño organizacional*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Correa, E. et al (2004). *Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial*. División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos, Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Flórez, A. (2001). *La responsabilidad social empresarial en las pymes de Colombia, análisis a resultados de aplicación de herramienta de caracterización y manual cartilla para pequeños y medianos empresarios*. Universidad EAN. Bogotá, Colombia.
- García-Marzá, D. y Navarro, F. (2009). *La RSC en el marco de la cooperación al desarrollo y la internacionalización*. Revista Española del Tercer Sector. Número 11, Madrid, Págs. 115-143.
- Henríquez, L. (2009). *POLÍTICAS PARA LAS MIPYMES FRENTE A LA CRISIS Conclusiones de un estudio comparativo de América Latina y Europa*. Europaid y Organización Internacional del trabajo. Oficina Regional para las Américas.
- Leguizamón, F. (2011). *La responsabilidad empresarial en la empresa pública*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Melo, N. y Froes, C. (1999). *Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor*. Qualitymark, Rio de Janeiro.
- Méndez, C. (2003). *Responsabilidad Social en Venezuela durante el siglo XX*, Editores Strategos Consultores, Caracas, Venezuela.
- Meza, A. (2007). *La responsabilidad social empresarial como factor de competitividad*. Universidad Pontificia Javeriana. Bogotá, Colombia.
- Miles, M. y Huberman, A. 1994. *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks, California, Sage.
- Morello, G. (2004) *Curso de responsabilidad social empresarial*, Proética, Universidad Católica de Córdoba. Argentina.
- Navarro, F. (2008). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. Editorial Recenciones. Madrid, España.

- Nowalski, J. (2011). *Tratados de libre comercio y responsabilidad social empresarial*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Peinado, E. (2011). *Fundamentos de RSE*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Peinado, E. (2011). *RSE en América Latina*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Peinado, E. (2011). *RSE, grandes compradores y la cadena de valor*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Peinado, E. y Vives, A. (2011). *La responsabilidad como factor de competitividad de la empresa*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Peinado, E. y Vives, A. (2011). *Promoción y adopción de prácticas responsables*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Perera, L. (2011). *Indicadores para la gestión de la RSE*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Saavedra G. y Hernández C. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica. Actualidad Contable FACES Año 11 N° 17, Julio-Diciembre 2008. Mérida. Venezuela. (122-134).
- Sulmont, D. (2000). *La responsabilidad social empresarial en el Perú*. Sulmont, D. y Vásquez, E. Modernización empresarial en el Perú. Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
- Vasilachis, I. (2009). *Estrategias de la investigación cualitativa*. Gedisa Editorial. Santiago de Chile.
- Vives, A. (2011). *Responsabilidad de la empresa ante la sociedad*. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.

- Vives, A. (2010). La responsabilidad social de las empresas: enfoques ante la crisis. Reflexiones con motivo de la III Conferencia España-Iberoamérica sobre la Responsabilidad Social de las Empresas. Fundación Carolina, España.
- Vives, A. (2011). Prácticas responsables en pequeñas y medianas empresas. La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Nueva York.
- Zevallos, E. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. Revista de la Cepal. Tomado de http://www.oas.org/ddse/mipymes/documentos/CEPAL_Zevallos.pdf, el día 3 de marzo de 2016.