

Adversia (enero-junio), pp 1-18 ©Universidad de Antioquia-2009.

El cumplimiento legal como base para la aproximación de las micro y pequeñas empresas a la responsabilidad social empresarial, RSE¹

Diana Patricia Bedoya Duque

Contadora Pública de la Universidad de Antioquia. Integrante Grupo de Estudios y Consultorías para MIPYMES-CONSUPYME
anaid426@gmail.com

Juliana María Henao Graciano

Contadora Pública de la Universidad de Antioquia. Integrante Grupo de Estudios y Consultorías para MIPYMES-CONSUPYME
jmhenaogr@yahoo.com

Cristian Camilo Pulgarín Areiza

Economista de la Universidad de Antioquia. Integrante Grupo de Estudios y Consultorías para MIPYMES-CONSUPYME
proacademica@udea.edu.co

Leidy Johana Ramírez Bedoya

Contadora Pública de la Universidad de Antioquia. Integrante Grupo de Estudios y Consultorías para MIPYMES-CONSUPYME
leidynamirez18@yahoo.es

¹ Trabajo que se enmarca en las temáticas desarrolladas por el Grupo de Estudios y Consultorías para MIPYMES – CONSUPYME bajo la orientación del profesor Jaime Andrés Correa García. Constituye un insumo para el proyecto de investigación “Modelo de gestión financiera integral para PYMES: prospectiva en escenarios de competitividad global” financiado por el Comité de Investigaciones de la Universidad de Antioquia, CODI.

El cumplimiento legal como base para la aproximación de las micro y pequeñas empresas a la responsabilidad social empresarial, RSE

1. Introducción

Estamos presenciando momentos críticos que afectan el desarrollo de la sociedad en diferentes perspectivas, no sólo económicas y políticas, sino también en aquellas que en años atrás estaban relegadas por los paradigmas del aseguramiento de la rentabilidad, tales como los problemas ambientales, sociales, laborales, y todos aquellos de los cuales todos los ciudadanos somos responsables en cierta medida. Sin embargo las empresas— dado que cuentan con una planta de personal, su actividad económica genera impactos ambientales y sociales de alto nivel y mantienen relaciones con diferentes grupos de interés— deben ser las primeras en asumir una posición responsable sobre las consecuencias de su accionar desmedido y de su falta de proyección en todos los ámbitos.

El efecto invernadero, el calentamiento global, el deterioro de la capa de ozono, la mala calidad del aire, entre otras, son algunas consecuencias de años de actividad industrial descontroladas e inconscientes. Las insatisfacciones laborales, los bajos niveles de productividad, los conflictos con la planta de trabajadores, etc., constituyen algunos de los resultados generados por las malas prácticas laborales, que, a pesar de la notable y valiosa evolución que se ha dado en esta materia, muestran que algunas empresas siguen operando bajo el concepto del hombre— máquina y no del trabajador como recurso humano. La sociedad está sufriendo los efectos de una actividad económica en la que sólo priman intereses económicos marginados por encima del bienestar general y de la supervivencia a futuro.

Aún así, los países, los organismos no gubernamentales, las asociaciones de todo tipo, lo público y lo privado, y en general el mundo en la más unida colectividad, se está percatando de que la actividad empresarial que sostiene la plataforma económica no se está responsabilizando de las graves consecuencias que su accionar está conllevando en su entorno. En este sentido, y en diferentes niveles, se está configurando un modelo de gestión empresarial con el cual se pretende vincular responsablemente a las empresas con los grupos de interés con los que se interrelaciona e impacta. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se plantea en la actualidad como una forma de gestión que permite a las empresas generar conciencia e implementar prácticas responsables que midan los efectos de su operación para así generar ventajas competitivas y acciones de mejora a los problemas que esta misma operación causa.

En este sentido, muchas empresas de diversa índole han percibido las bondades de implementar estrategias de RSE dentro de su estructura gerencial y han vinculado en todos sus procesos dicho modelo con el fin de atender este requerimiento de la sociedad y aprovechando los beneficios que ello genera. Sin embargo, adoptar dichas prácticas puede conllevar esfuerzos adicionales tanto — monetarios, físicos y humanos que requieren de inversión en tiempo y dinero, lo

cual en un mercado competitivo, se convierte en un obstáculo para su implementación. Empresas grandes y reconocidas han adoptado políticas de preservación del medio, novedosos y valiosos sistemas laborales, afianzamiento de las relaciones con los proveedores, clientes, Estado y con toda la comunidad. En estas grandes empresas

El concepto de RSE va más allá del mero cumplimiento de la legislación nacional existente y se refiere a todas las actividades sociales y medioambientales que las empresas realizan de forma voluntaria y que exceden los mínimos requeridos por la legislación nacional, lo que equivale a decir que los mínimos legales, son, al menos, cumplidos estrictamente por parte de las empresas. (Vives, Corral e Isusi, 2005, pp. 19-20)

Es decir que de acuerdo con el tamaño y capital de estos entes, la RSE adquiere su completa dimensión y significado en la estrategia empresarial.

Sin embargo, el mercado empresarial latinoamericano, y en particular el colombiano, no está compuesto —en su gran mayoría— por empresas de gran estructura (física y monetaria). Abundan empresas con un reducido número de empleados y con una baja inversión en activos, empresas que ven todos los modelos de gestión como un costo y no como una herramienta para mejorar su desempeño empresarial, lo cual conllevaría al éxito y a la supervivencia de la entidad ya que tanto consumidores como inversionistas le han dado gran importancia a este asunto ofreciendo mejores alternativas en cuanto a sus fuentes de financiación siempre que tengan como práctica la RSE. Tal como lo menciona la Revista Dinero en su artículo *Inversión rentable*: “una empresa socialmente responsable tiene al menos 10% más de posibilidades de conseguir recursos que una que no lo es” (2006, septiembre 15). Sin embargo, la ausencia de implementación de prácticas de RSE en micro y pequeñas empresas —sea por desconocimiento, por falta de conciencia social y/o de recursos— es de grandes proporciones, aunado esto a que no es dable exigirle a este tipo de unidad empresarial llevar acabo estas actividades voluntarias que requieren responsabilidades “adicionales”².

Pese a esto, las micro y pequeñas empresas se pueden acercar al concepto de RSE o dar un primer paso hacia éste, cumpliendo con una tarea básica y común a todo tipo de empresa: aplicar adecuadamente las normas que las rigen en todos los campos que, aunque son obligatorias, muchas veces son evadidas o cumplidas a medias, tal como lo arroja “el estudio que se basa en la consulta de bases mínimas —como el cumplimiento de las leyes—, que deja en evidencia que, como en el resto de América Latina, hay limitaciones en el cumplimiento de las obligaciones legales dentro de este sector empresarial” (Dinero, 2006, septiembre 15). Es así como con el pleno cumplimiento de los preceptos legales en materia laboral, ambiental, social, contable, tributaria, comercial y económica, las micro y pequeñas empresas pueden vincular a su estructura gerencial prácticas responsables que no impliquen “cargas” sino que se encuentren dentro de los procedimientos normales que rigen su operación.

² Sólo aplica para pequeñas empresas; en medianas y grandes empresas la RSE está dentro de su estrategia empresarial.

Cabe resaltar que si la normatividad es fundamental en todas estas disciplinas del saber, en la contabilidad es un aspecto aún más importante ya que ésta se encuentra reglamentada por leyes de diversa índole que afectan la actividad de la empresa en todas sus dimensiones (laboral, ambiental, comercial, económica y comunitaria). Por esto es necesario que, desde ella y desde la práctica de la profesión contable, se de un pleno cumplimiento de todos los preceptos legales que apliquen, pues con esto se asegura en primera instancia la continuidad de la organización y se dan las bases para que se configure un ente socialmente responsable. La disciplina y la profesión tienen un importante compromiso en este sentido sobre todo con las micro y pequeñas empresas en las que la contabilidad resulta fundamental en los procesos internos y externos e igualmente la función de los contadores adquiere valor, pues desde su gestión se puede plantear un cumplimiento de la norma y un desempeño con ética y responsabilidad.

De esta manera se puede asegurar que no es factible exigirle a esta clase de empresas prácticas de RSE en todo su sentido, pero sí se les puede exigir el cumplimiento de las normas generando bienestar a la comunidad y, a su vez, un beneficio en todos los aspectos a la empresa misma.

2. Caracterización de las micro y pequeñas empresas en Colombia

En el marco de la economía toda empresa, como unidad de explotación económica, es entendida — de acuerdo con el Código de Comercio en su Artículo 25— como “toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio”, se crea con el propósito de generar empleo y aumentar los ingresos de quienes participan de ella. De ahí que no pueden dedicarse sólo a un sector específico sino que, por el contrario, éstas se diversifican dependiendo del eje donde se muevan y el campo donde operen, además de la función social para la cual han sido creadas.

De esta manera, las empresas suelen clasificarse de acuerdo con su tamaño, estructura interna (física y humana), nivel de ingresos, entre otros. Con el ánimo de agruparlas, de forma general, se pueden citar a las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. Las micro y pequeñas empresas son las de mayor participación y presencia en la estructura económica del país, además de que contribuyen a la mayor fuerza productiva y al desarrollo y crecimiento económico de éste, ya que “dinamizan el 80% de la economía nacional, ocupan el 57% de los trabajadores del sector industrial del país, el 93% de los trabajadores independientes y el 63% del empleo urbano, y contribuyen con cerca del 50% del PIB del país”. (Dinero, 2006, septiembre 15)

En este sentido, las micro y pequeñas empresas se caracterizan por poseer una estructura pequeña, una planta de personal reducida y poco especializada, carecen de alta y novedosa tecnología, su organización es simple, no cuentan con acceso al mercado externo, son creadas principalmente pensando en el beneficio de su propietario, soportan las actividades y necesidades de las medianas y grandes empresas al trabajar como agentes de servicios de éstas, no cuentan con recursos

monetarios amplios y tienen "una gran limitación que afecta negativamente algunas de sus actividades sobre la Responsabilidad Social, como lo es la dificultad para acceder a créditos" (BID-IKEI, 2006), situación que, con la más reciente administración política del país, se pretende modificar gracias a la Ley Mipyme. Aún así, hay que resaltar que este tipo de empresas constituyen un impulsor importante del PIB ya que mueven la economía y son las principales protagonistas de la misma, contribuyendo a la generación de empleo.

Además, se caracterizan por otros aspectos más humanos, pues las micro y pequeñas empresas suelen estar conformadas principalmente por un grupo familiar en el que las relaciones humanas establecidas entre propietarios, empleados y *stakeholders* comerciales (proveedores, clientes y la misma competencia) permiten, por su cercanía, que se dé una mejor relación (BID-IKEI, 2006). Además, el tipo de relaciones profesionales y humanas que se dan en éstas son de un mejor nivel que el de aquellas que pueden presentarse en las grandes empresas. Las micro y pequeñas empresas también pueden manejar las decisiones referentes a la RSE con más libertad, ya que manejan un bajo perfil, se mueven en mercados locales y no se encuentran tan expuestas a sociedad civil y a los medios de comunicación como sí pueden encontrarse las grandes compañías.

Es por esto que se hace importante identificar las prácticas de RSE dentro de las micro y pequeñas empresas, pues es un sector más vulnerable a diferencia de las medianas y grandes empresas que ya cuentan con una mayor información y conocimientos, con mayores recursos, con mayor apoyo y que, por ende, ofrece mejores condiciones para la implementación de la RSE.

3. Conceptualización de la Responsabilidad Social Empresarial

Dada toda esta relevancia que está tomando la RSE como herramienta de gestión empresarial, instituciones nacionales e internacionales se han dado a la importante tarea de conformar un marco teórico al respecto, que permita una clara concepción de esta forma de gestión social. La Unión Europea, en el *Libro Verde* ha definido la RSE o RSC (Responsabilidad Social Corporativa) como "Integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores". Así mismo, el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) la ha definido como

Una forma de gestionar una organización mediante la interacción y relación armónica con sus diferentes grupos de interés, dando respuesta a sus expectativas financieras, sociales y ambientales, de manera que se contribuya al desarrollo sostenible y a la creación de valor en todo el sistema. (CCRE, 2008)

No obstante, como se puede analizar, hasta ahora no existe un consenso acerca de lo que es RSE y de cuáles son sus dimensiones básicas, por lo cual, para efectos del presente artículo, ésta se definirá como una forma de gestionar una organización mediante la interacción y relación armónica con sus diferentes grupos de interés, dando respuesta a sus expectativas financieras, sociales, ambientales,

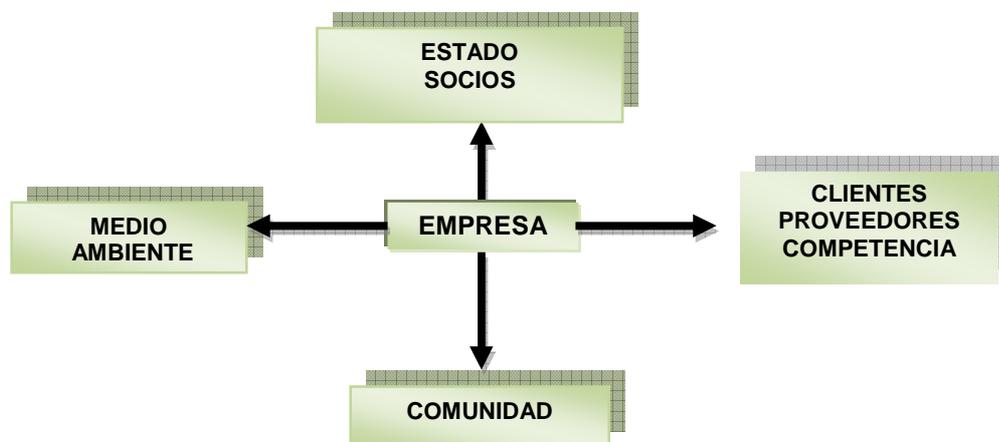
laborales comerciales, económicas y contables, basados en principios éticos y apegados a la ley, de manera que se contribuya al desarrollo sostenible y a la creación de valor en todo el sistema. Con esta definición se vincula al concepto dado por el CCRE, el aspecto legal que plantea CentraRSE, y se adicionan otras expectativas relacionadas con importantes grupos de interés.

Esta definición, al hacer referencia al hecho de que todas las empresas deban cumplir ciertos compromisos con todos los grupos de interés con los que interactúa, deja clara la idea de que la RSE beneficia tanto al componente externo de la organización (agente de interés externo) como al interno, y que en el sistema empresarial colombiano, en el cual las micro y pequeñas empresas representan más del 90% de su estructura, el cumplimiento estandarizado de lo legal es un gran paso para acogerse a este planteamiento empresarial de orden mundial. La ausencia de la implementación de políticas responsables en las micro y pequeñas empresas se puede dar por desconocimiento del tema o por los paradigmas de aislamiento, pero no por problemas económicos, ya que la alternativa legal se configura como una aproximación acertada al concepto de RSE en estas empresas.

4. La RSE y los stakeholders

Los *stakeholders* —o grupos de interés— son aquellos agentes con los que la empresa se relaciona, y de una u otra forma incide en ellos, por los cuales debe propender su práctica de Responsabilidad Social Empresarial. La relación que establecen las empresas con sus grupos de interés, *stakeholders*, deben estar reguladas —como cualquier otra relación entre diversas partes— por una serie de normas que conlleven a que dicha relación se pacte en términos de justicia y beneficio mutuo. La empresa es un grupo de interés que, para el desarrollo de su operación, requiere contraer derechos y obligaciones creadas como medio de control de su accionar que deberían ser cumplidas no sólo como una imposición o reglamentación obligatoria, sino con la concepción de que dicho cumplimiento genera mayores niveles de competitividad en esta clase de empresas.

Para efectos legales-normativos, base el presente artículo, los *stakeholders* principales para una micro o pequeña empresa colombiana, pueden agruparse fundamentalmente en cinco grandes grupos. Un primer grupo hace referencia a la estructura interna de la empresa y se encuentra conformado por los empleados y los clientes internos de la organización; un segundo grupo está conformado por el Medio Ambiente con el cual la empresa mide, analiza y valora los impactos medioambientales que causa su accionar; un tercer grupo constituido por el Estado y los socios, que tienen intereses particulares sobre el funcionamiento de la empresa; un cuarto grupo denominado comercial, integrado por los clientes, proveedores y competencia, de los cuales ésta depende para su operación; y finalmente un quinto grupo, en el cual se hace partícipe a la comunidad.



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, cada grupo de interés se enmarca dentro de lo que se puede señalar como una dimensión o perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial ya que, al ser una herramienta de gestión empresarial, involucra a toda la organización como tal y, por tanto, toda su estructura y campos de acción están concentrados no sólo en la parte interna sino también la externa. Es así que la RSE abarca todo el ente económico y se involucra en todas las actividades y prácticas que se desarrollan en la empresa con relación a sus diferentes grupos de interés que, al agruparse en dimensiones o ramas, muestran las distintas categorías de *stakeholders* para así plantear las directrices necesarias y llevar a cabo prácticas responsables dentro y fuera de la misma, diferenciando cada una de las problemáticas y necesidades de cada grupo.

A continuación se presenta una breve descripción de la función que cumple cada dimensión y su relación con los distintos *stakeholders*:

Dimensión laboral: así como las empresas tienen como finalidad satisfacer a un consumidor final o cliente externo, éstas cuentan —para cumplir con tal objetivo— con otro tipo de cliente (interno), es decir, el trabajador, quien precisa de ciertas condiciones como lo son el ambiente de trabajo, los incentivos laborales, entre otros, que permiten que pueda lograr un correcto desempeño en su labor y que a su vez contribuye a que los agentes externos se beneficien, ya que una buena práctica de la RSE en el ámbito laboral, se convierte en una base importante para la práctica de la RSE externa y es el soporte de las otras dimensiones.

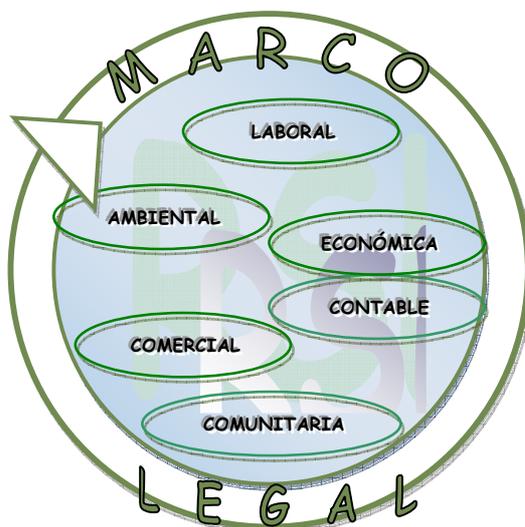
Dimensión medioambiental: toda empresa debe ser consciente que la responsable realización de prácticas y actividades para el desarrollo de su operación contribuye en gran medida tanto a su desarrollo sostenible como a la conservación y preservación del ambiente natural en el que se desenvuelve, por lo cual es indispensable considerar que el grupo de interés medioambiental juega un papel importante dentro de la operación empresarial y que la reducción de los impactos negativos en sus procesos, favorece la misma.

Dimensión económica y contable: esta dimensión, que apunta al grupo de interés Estado y socios, se refiere al hecho de que la empresa genera información y resultados monetarios y no monetarios que son de interés para este grupo y que deben ser rendidos o informados en forma oportuna, veraz y precisa; mas aún en las micro y pequeñas empresas en las que la regulación y control no son tan exhaustivos, pero que muestran el nivel de responsabilidad de estas unidades organizacionales.

Dimensión comercial: la administración y todas las herramientas que se utilizan, entre ellas la RSE, están encaminadas al apoyo estratégico, táctico y operativo de la razón social de la empresa que es la producción de un bien o prestación de determinado servicio. Esta dimensión comercial comprende a los clientes y proveedores con los cuales se establecen relaciones de intercambio de dichos bienes y servicios, mediado por una regulación con fines de calidad, seguridad, justicia y satisfacción óptima de necesidades.

Dimensión Comunitaria: hace referencia a la minimización de las externalidades negativas de la empresa no desde el punto de vista filantrópico, sino desde la coexistencia en términos de beneficio mutuo, equidad, participación y solidaridad con la comunidad en la que opera, con el fin de atender los requerimientos mínimos que esta comunidad establece y que están planteados en la norma para generar una sana convivencia.

5. Dimensiones básicas de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: elaboración propia

Cada una de estas dimensiones está regulada por un tipo de legislación que, con su cumplimiento, da una base para que las empresas —particularmente las micro y pequeñas— se acerquen a la concepción de RSE y vean sus beneficios, sean

internos o externos. Es decir, si se enmarca cada dimensión dentro de lo legal, y se da un cumplimiento de los preceptos que establece la ley para cada dimensión relacionada con un *stakeholder* en particular, puede empezar a difundirse la RSE en este tipo de empresas.

Es imperante resaltar que la RSE no se limita al mero cumplimiento de los preceptos legales ya que se caracteriza por ser de voluntaria aplicación y un "proceso que atraviesa transversalmente a las diferentes áreas de la organización; es decir, a convertirse en una estrategia corporativa" (CCRE, 2008), por lo que esta limitación sólo tiene aplicación cuando se habla de cumplimiento legal como fundamento inicial de RSE y se circunscribe a las micro y pequeñas empresas. En este caso, es dable afirmar que si en materia laboral, ambiental, social, comercial, tributaria, económica y contable se cumplen las normas que regulan a cada una, se puede empezar a hablar de RSE como indicador de competitividad y sostenibilidad.

5.1. Dimensión laboral

Para comenzar a hablar de la Responsabilidad Social Laboral, es necesario resaltar que uno de los elementos más importantes en toda empresa es el recurso humano, el cual se encarga de realizar las distintas funciones o actividades que se relacionan con el objetivo de la empresa. De esta manera, es necesario que la compañía cumpla con los requerimientos y deberes para con sus empleados no sólo en relación con los implementos necesarios para el desempeño de su labor, sino también con la forma de cómo es tratado en el ámbito personal. Esta dimensión, por lo tanto, hace referencia a la responsabilidad interna que se genera en las compañías.

Teniendo en cuenta la Teoría de la Organización, es importante mencionar que la Teoría de las Relaciones Humanas presentó un nuevo enfoque de la administración –que provenían de Taylor y de Fayol – sobre la importancia del trabajador, con la cual "la preocupación por la máquina, por el método de trabajo y por la organización formal y los principios de administración, ceden prioridad a la preocupación por el hombre y su grupo social" (Chiavenato, 1998, p. 155). Con esto se evidencia lo significativo que es para las empresas –concretamente para las micro y pequeñas empresas – conocer las responsabilidades que tienen respecto de sus trabajadores como el trato al personal, la calidad en el ambiente de trabajo, la motivación, la correcta remuneración de sus prestaciones, entre otras, ya que la eficiencia de una institución no sólo radica en los procedimientos, sino en el conocimiento del hombre, de sus necesidades y de cómo generar motivación. Teniendo una visión amplia en estos aspectos se cuidará la integridad del empleado contribuyendo así a la generación de Responsabilidad Social.

En un país como Colombia –regido en el aspecto laboral por normas encaminadas a apoyar el empleo y a brindar soporte para ciertos requerimientos como la Seguridad Social – es de suma importancia que las micro y pequeñas empresas conozcan las normas laborales, las cuales tienen como objetivo la justicia de la relación entre el trabajador y el empleador al igual que la coordinación económica y el equilibrio social. Así se brinda, en gran parte, el apoyo necesario para proteger los derechos de los empleados del país para generar Responsabilidad

Social en este tipo de empresas.

Pueden mencionarse entonces algunos tipos de normas laborales que respaldan el tema en cuestión, como las *Obligaciones especiales del empleador* (Art.57, CST), las cuales contemplan las responsabilidades que éste tiene con respecto a sus empleados, como conceder las licencias necesarias para el ejercicio de sufragio, calamidades domésticas, guardar respeto a su dignidad, etc. De forma más general el contenido del primer título del mismo código hace referencia al Contrato Individual de Trabajo cuyas principales normas son: descansos obligatorios remunerados, vacaciones anuales remuneradas, primeros auxilios, Seguridad Social, Seguro por Riesgos Profesionales; suministro de calzado y vestido de labor, Auxilio de Cesantías, Pensión de Jubilación; entre otras normas que se encuentran avaladas por la misma Constitución Política de Colombia cuyo Artículo 57 dispone que la ley podrá establecer estímulos y medios para que los empleados tengan participación en la gestión de las empresas.

Ahora bien, cumplir con RSE, desde lo laboral, no genera que las micro y pequeñas empresas incurran en mayores gastos ya que desde el ámbito legal están estipuladas ciertas normas que fomentan la Responsabilidad Social y cuyo incumplimiento puede generar gastos aún mayores. La Seguridad Social, los Aportes Parafiscales y los aportes en las Cajas de Compensación Familiar son obligatorios desde 1957, cuando el gobierno los incorporó al Código Sustantivo de Trabajo (Decreto 118/57) originando paralelamente el cumplimiento de la RSE en la dimensión comunitaria.

Por último, en esta dimensión se puede concluir que:

Hay una relación directa entre la competitividad y el ambiente de trabajo. Hay una relación directa entre el ambiente de trabajo y la motivación y las personas creativas. Y las personas creativas solamente trabajan para compañías en las que creen, y en donde sus propios valores se alinean con los valores de la compañía. (Osorio, 2005)

Por lo tanto, una micro o pequeña empresa que ejerce prácticas de RSE en el campo laboral está respetando la ley. Generar el cumplimiento de RSE en otras dimensiones, ayuda a que ésta crezca y se posicione en el mercado. Para que esto se cumpla es necesario que cuente con información ya que, dadas las características de este tipo de compañías, es muy dable que se presente desconocimiento del tema.

5.2. Dimensión ambiental

La empresa opera en un entorno en el cual debe manifestar un comportamiento ético para con las entidades y personas involucradas en los procesos económicos, buscando siempre reducir aquellos impactos negativos que desfavorecen la conservación del Medio Ambiente. Es en esta dimensión donde la RSE busca que las empresas integren aspectos medioambientales en sus objetivos y estrategias incorporando prácticas más sanas dentro de sus procesos productivos y/o prestación de servicios con el fin de lograr una mayor productividad a través de mejores condiciones no sólo al interior de la unidad económica, sino también al

exterior; lo cual incentiva el desarrollo sostenible, la preservación del Medio Ambiente, la producción limpia y el mejor aprovechamiento de los recursos naturales y del medio.

Se habla entonces de productos con calidad, certificados ambientalmente y con sello verde que utilizan la menor cantidad de químicos y tóxicos y que se convierten en productos más naturales y sanos que preservan el Medio Ambiente y contribuyen a la sostenibilidad ecológica, humana, ambiental y, por supuesto, económica; obteniendo de esta manera la posibilidad de tener acceso a nuevos mercados, ganar credibilidad y confianza ante los distintos clientes y, lo más importante, garantizar la supervivencia y continuidad de las empresas. Sin embargo, estas prácticas responsables pueden resultar muy onerosas para las micro y pequeñas empresas, por lo que deben buscar la manera de adaptar a sus políticas de direccionamiento y gestión hábitos de prevención y políticas de reciclaje, de reutilización de los recursos naturales, materias primas y energía, de adaptación de "tecnologías limpias y prácticas de mejoramiento continuo, apoyándose en estructuras como promoción de la producción más limpia y promoción de la autogestión y autorregulación ambiental empresarial". (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, s.f.)

En este sentido, resulta de gran importancia el trabajo de educación y promoción de la Gestión Ambiental en las micro y pequeñas empresas —no sólo al interior de las mismas sino también al exterior— que redunde en la adopción de una cultura ambiental capaz de minimizar los impactos desfavorables y optimizar los favorables y que siga siempre su deber de cuidar el ambiente. De ahí que "administrar bien los recursos puede beneficiar el ambiente, la comunidad, y a la corporación. Además, una mejor administración del desempeño ambiental corporativo puede mejorar la competitividad internacional" (Epstein, s.f., p. XXIV) en mayor medida para las micro y pequeñas empresas, que deben de pensar en sus posibilidades de expansión dada la mayor saturación del mercado interno.

Esos beneficios se pueden lograr solamente si los desembolsos relacionados con lo ambiental son percibidos adecuadamente como inversiones estratégicas corporativas y si la responsabilidad ambiental y la estrategia ambiental corporativa se integran en la cultura corporativa. (Epstein, s.f., p. XXIV)

En este sentido, la responsabilidad que asumen las empresas ante el Medio Ambiente debe propiciar el mejoramiento ambiental, el cual "es percibido como el proceso de reducir desechos, mejorar la eficiencia con la cual una compañía usa *inputs* y, en últimas, elevar la productividad con la cual las compañías y por consiguiente la sociedad, usan los recursos naturales" (Epstein, s.f., p. IX). Es así, como las empresas requieren y necesitan ver sus impactos ambientales como oportunidades para mejorar y no como costos o inversiones inoficiosas que no agregan valor.

Por su parte, los grandes cambios tecnológicos y organizacionales adoptados en primer medida por las grandes y medianas empresas, y en un menor grado por las micro y pequeñas, conllevan a reestructuraciones y modificaciones no sólo en la

planeación, sino también en la forma de gestión y realización de las actividades, reconociendo los altos beneficios que trae consigo el desarrollo ambiental.

Corporaciones e individuos finalmente están reconociendo los beneficios de la sensibilidad ambiental y está dándose un progreso ambiental. Los consumidores son más responsables frente a los intereses ambientales en sus decisiones de compra, uso, y reciclaje. Las corporaciones están reconociendo los beneficios que para la comunidad y para su rentabilidad corporativa a largo plazo, tiene el reducir los impactos ambientales. La conciencia verde se ha incrementado en parte a causa de un creciente interés por la fragilidad del ambiente de las regulaciones crecientes y del cumplimiento forzoso de esas regulaciones. (Epstein, s.f., p. XXXIII)

Es claro que la RSE conlleva a las micro y pequeñas empresas a la adopción de mejores y responsables prácticas ambientales, por lo que no es del caso deslindar la normatividad existente para ello. La ley se vincula para establecer normas de desempeño ambiental —por ejemplo ISO 14000— que medien el accionar de las empresas y sus formas de gestión con el propósito de contribuir al buen desempeño ambiental y al acogimiento de estrategias y procedimientos menos perjudiciales. De esta manera es posible hacer que la RSE sea al menos un requisito para que clientes, proveedores, inversionistas y competencia vean a las empresas atractivas para entablar relaciones comerciales y para que éstas encuentren una ventaja competitiva que las haga productivas y sostenibles en el mercado.

5.3. *Dimensión económica y contable*

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación” [...] “Para efectos tributarios o judiciales y para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado podrá exigirse la presentación de libros de contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la ley”. (Art. 15, Constitución Política de Colombia)

Como las anteriores normas, existen muchas otras por medio de las cuales el Estado regula la actividad económica de las empresas, ya que ésta es de interés nacional. La producción y prestación de bienes y servicios constituyen un importante elemento de la actividad económica del país; de su accionar se desprenden consecuencias que a su vez afectan diferentes campos.

La carga impositiva regulada por el Estatuto Tributario y sus normas complementarias es una de las principales fuentes de ingresos y financiación del gasto fiscal, de allí su importancia y trascendencia para la nación. Es por esto que la evasión y la elusión de los gravámenes por medio de diversas maniobras ilegales y poco éticas, no deben ser prácticas generalizadas en las empresas cuando se quieren lograr estándares de calidad, compromiso y beneficio con la sociedad y con la misma empresa. Además, al igual que los hechos que revelan las empresas, los impuestos parten de la información que presentan las organizaciones a diferentes usuarios y que son base de la toma de decisiones en todos los ámbitos; de allí surge una gran responsabilidad con el Estado en este sentido, pues la información que se presenta —tanto contable, tributaria y financiera como económica— es vital para su funcionamiento y para que se garantice un adecuado gasto público.

En igual medida los socios también tienen intereses similares en la actividad empresarial ya que realizan sus inversiones con fines lucrativos como la generación de buenos niveles de rentabilidad y dividendos que igualmente se rinden a partir de la información que reporta la organización. Como es evidente, la información es la base de la dimensión económica y contable porque si ésta es presentada con transparencia, precisión y oportunidad, es decir, con un pleno cumplimiento de las normas que la regulan, todo lo que se desprenda de ella será de igual naturaleza y utilidad.

Es en este sentido en el que las micro y pequeñas empresas pueden acercarse a ser socialmente responsables. Es común que se incumplan los preceptos básicos del Código de Comercio como la observancia de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados y de las costumbres contables; también del Estatuto Tributario como la declaración correcta del Impuesto de Renta, IVA, la Retención en la Fuente y las demás cargas impositivas que operan para el territorio colombiano.

En lo concerniente a los asociados —aunque también sea de interés para el Estado como ente regulador— se puede hablar de la presentación de resultados incorrectos que no muestran la realidad económica de las organizaciones y que afectan los intereses de los inversionistas.

La dimensión económica-contable, basada en el cumplimiento de las normas, debe ser de común observancia en todas las empresas, sin importar sus características de tamaño o recursos. No obstante, su incumplimiento también es común y se es responsable con la sociedad cuando se tiene conciencia de la magnitud del impacto negativo que genera dicho incumplimiento de la normatividad en relación con los *stakeholders* que afecta.

5.4. Dimensión comercial

Esta dimensión plantea la razón de ser de las organizaciones pues su operación misional depende de su interacción con los consumidores de los bienes o de los servicios que ofrece; de la relación con los agentes que proveen sus insumos y con la competencia con la cual se reparte el mercado. Es por ello —y dada su importancia— que esta relación no puede darse al libre albedrío y conveniencia de las partes; es necesario que a los clientes se les preste un servicio o se le venda un producto en condiciones de calidad, precio justo, seguridad y satisfacción, al ser este producto el agente fundamental por el cual se moviliza la empresa. Con los proveedores las condiciones son similares pues las transacciones deben plantearse en términos de mutuo beneficio, buen entendimiento e iguales derechos y obligaciones. Finalmente, con la competencia, en procura de que la interacción sea leal y no se perjudiquen voluntariamente los intereses de la otra parte ni se creen distorsiones al mercado garantizando la asignación eficiente de los recursos.

En este sentido las normas son muy claras y en la Constitución Nacional se plantea que “el Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional” (Art. 333), con

el fin de que tanto clientes, como proveedores y competencia, coexistan en condiciones sanas, justas y de beneficio para todos.

Normas acerca de salubridad e higiene en los productos, precios acordes a la realidad económica, buena prestación de los servicios, no especulación con los bienes y en general todas aquellas medidas conducentes a mejorar los términos en los cuales se desarrolla la actividad productiva redundan en beneficios para todos. Es así como, satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, mejorar continuamente los servicios, crear compromiso en todos los empleados de la organización para mantener y mejorar el sistema de gestión de calidad, fortalecer los mecanismos por los cuales se puedan mejorar los servicios e incrementar la satisfacción de los interesados, son gestiones empresariales que parten de la normatividad y conducen a una mejor interrelación con clientes, proveedores, competencia y Estado.

Este no es un tema voluntario, existen entidades regulatorias que procuran que las condiciones en las que se producen, distribuyen y comercializan los bienes y se prestan los servicios, sean las óptimas y se adecuen a unos estándares predefinidos por ellas. En el caso de presentarse irregularidades que afecten al cliente, a un proveedor o a la competencia, la ley sancionará a la empresa y/o al directo responsable de las malas prácticas, lo cual resulta ser una sanción onerosa para las micro y pequeñas empresas. En otras palabras, para estas empresas resultaría más costoso tratar de eludir la ley, que cumplirla.

Por todo esto es que las micro y pequeñas empresas que no tienen un gran poder de mercado pueden beneficiarse si se ciñen a los planteamientos legales, ya que la norma las puede beneficiar en caso de irregularidades y, a su vez, tanto clientes como proveedores preferirán sus servicios y productos. Así, un trato comercial justo es fundamental para el logro de los objetivos de la empresa, por lo que cumplir con la ley es indispensable para evitar costos sancionatorios.

5.5. *Dimensión comunitaria*

Una organización no pertenece sólo al sistema empresarial y económico de un país, su relación con diferentes grupos de interés origina lazos con agentes cuyo contacto es indirecto, vinculado con las actividades operativas de la empresa y a la vez influyendo en la continuidad del ente y en sus resultados. En este sentido es importante destacar la interrelación de la empresa con la comunidad de la cual hace parte y en la que desarrolla su razón social, ya que la empresa es como un ciudadano —con diferentes connotaciones— que impacta y es impactado por las personas que lo rodean.

La empresa es lo que su comunidad percibe de ella y su pertenencia en una estructura social depende de la imagen y de la concepción que tenga dicha comunidad sobre su función dentro de ella, más aún en las micro y pequeñas empresas que son más propensas a no generar confianza en la sociedad dado su tamaño y poco respaldo económico. Una empresa que no respeta ni propende por la mejora en las condiciones de una comunidad es una empresa no valorada y considerada como un ente aislado y no como una organización que le presta un

servicio importante a la comunidad, de la cual también se ve beneficiada en la medida en que se beneficie el entorno.

Al ser la empresa como otro ciudadano, o como un vecino dentro de la sociedad, también debe cumplir los preceptos normativos que regulan las actuaciones dentro de una circunscripción territorial. Preceptos como la sana convivencia, el respeto de los límites de los otros y las reglas particulares de cada grupo social deben ser prácticas empresariales, así como el establecer un trato solidario y colaborador para generar una óptima coexistencia. En este caso podría hablarse, por ejemplo, del Plan de Ordenamiento Territorial, el cual establece en uno de sus apartes los requisitos que deben cumplir los entes para poder establecerse en determinado territorio, con el fin de no afectar los intereses, ni las condiciones que se requieren para una adecuada supervivencia de los que viven allí.

Sin embargo, esta RSE ante la comunidad no es válida si la organización no ha cumplido su compromiso interno con su recurso humano ya que, aunque trate de presentar la imagen de una corporación responsable, la dimensión del compromiso dentro de su entorno de funcionamiento es un elemento indispensable para la confianza en la empresa y, por ende, en sus acciones.

Hay que resaltar que la RSE no debe implementarse sólo con el ánimo de obtener buena imagen y prestigio ante la sociedad sino con la conciencia de que la empresa produce impactos, ya sean negativos o positivos, a un entorno social y que es su deber — por el aspecto legal y por voluntad— responsabilizarse de tales impactos. La imagen o el prestigio que pueda adquirir la empresa al implementar prácticas de RSE que beneficien a la población civil es un efecto secundario que no debe convertirse en el objetivo principal sino que es un efecto colateral de un compromiso necesario, dado las actuales problemáticas de la sociedad.

En este mismo sentido es válido aclarar que el componente comunitario de la RSE no está ligado a la filantropía ni a las obras benéficas; por el contrario, el concepto de RSE responde a un criterio diferente que busca contribuir a un mejoramiento de las condiciones de la comunidad en la medida en que es la misma empresa uno de los agentes responsables del deterioro en tales condiciones y, al mismo tiempo, cabe destacar que la RSE no es un proceso desinteresado ya que tiene una búsqueda implícita de maximización del beneficio no sólo propio, sino general, que es aún más importante. El cumplimiento de esta responsabilidad es un compromiso que asumen las entidades para, de cierta forma, redistribuir parte de su excedente a la comunidad y beneficiarse de esta práctica.

Esto corresponde entonces al hecho de ser buenos vecinos, a relacionarse con ellos con más conciencia del impacto sobre las personas, sobre el medio, a través del control de sus externalidades, de un modo que se facilite la coexistencia; porque la comunidad necesita de la empresa y por ello la crea para satisfacer sus necesidades al mismo tiempo que la empresa necesita de la comunidad, pues de ésta depende su actividad.

Las empresas no fueron creadas con el fin de crear conflictos e indisponer a la sociedad y afectarla negativamente, por el contrario, fueron creadas con el fin de solucionar problemas en los límites y condiciones reglamentarias en las cuales dicha solución se configura como la salida más acorde a las necesidades de la comunidad. Toda relación debe ser regulada, especialmente en el caso de las empresas que, por

su configuración económica, tienen más poder y recursos para hacer valer sus intereses. De igual manera esta regulación debe darse en las micro y pequeñas empresas aunque su poder sea inferior y la influencia de la comunidad, dada una mala imagen, sea un elemento crucial para la continuidad de la empresa.

El cumplimiento de los preceptos establecidos para la comunidad, por parte de la empresa, le proporciona mayor legitimidad a sus prácticas al transmitirle mayor confianza a los grupos de interés externos. Para las micro y pequeñas empresas, es difícil realizar la mayoría de las acciones que emprenden las grandes compañías en materia social y que consisten en impulsar estrategias de incentivo de imagen y de obras benéficas; por eso establecer prácticas de compromiso social elemental que permitan un adecuado funcionamiento legal resulta, para estas pequeñas firmas, responder con su responsabilidad con la comunidad.

6. Consideraciones finales

- Dadas las difíciles condiciones actuales en materia laboral, social, ambiental y económica, resulta fundamental, para generar un desarrollo sostenible, que las empresas asuman su compromiso en torno a estos aspectos ya que con su accionar empresarial son responsables en gran medida de estos problemas, afectando el bienestar de la sociedad en la que se desarrollan y, a la vez, afectando su actividad. Siendo consecuente con ello, y dada esta imperante necesidad, se ha planteado un modelo de gestión que enmarca a la empresa como un actor responsable de los impactos que genera a los diferentes grupos de interés con los que se relaciona. De ahí que un ente económico no opera como ente aislado sino que se encuentra vinculado a un entorno que afecta y que lo afecta, por lo que la RSE resulta imprescindible, no por moda de gestión, sino porque es un factor fundamental para el progreso empresarial.
- El primer elemento para que las micro y pequeñas empresas puedan emprender acciones de RSE es que tomen consciencia de que para ellas este tema no es sólo un asunto de *marketing* para posicionar una imagen corporativa en el ámbito externo como lo hacen las grandes corporaciones, sino un modelo de gestión por medio del cual estas empresas puedan mejorar su desempeño y facilitar su permeabilidad en el escenario económico a partir del cumplimiento inicial de los requerimientos legales y el acatamiento de las normas.
- Aunque la aproximación de las micro y pequeñas empresas al concepto de RSE mediante el cumplimiento de la normatividad que las rige es completamente válido, no puede permitirse que esta clase de unidades organizacionales se conformen sólo con dicha aproximación y no perciban la RSE en todos sus connotaciones. La generación de una consciencia social que permita adoptar prácticas para minimizar los impactos negativos que le causa la empresa a sus grupos de interés con su actividad, así como la mayor contribución al desarrollo sostenible de estos grupos de interés, es un tema voluntario que debe partir de la convicción empresarial vinculada a la estrategia corporativa. Sin duda el aspecto legal es la base, pero el camino por recorrer requiere de compromisos

que implican responsabilidades en la empresa que igualmente conllevan a beneficios para ésta en todas las dimensiones.

- Existen otras formas —aparte del cumplimiento legal— para que las micro y pequeñas empresas vinculen estrategias de RSE. Una de estas formas puede ser a través de la cadena de valor, ya que estas pequeñas unidades organizacionales, al ser uno de los eslabones de las grandes empresas, deben cumplir con ciertos requerimientos para poder establecer relaciones comerciales con estas últimas. Las grandes empresas, y aún más, países enteros, están exigiendo prácticas socialmente responsables a los proveedores a los cuales les compran, estableciéndose así un Efecto Cascada en el cual las grandes empresas, como consecuencia de la preocupación y exigencia de la sociedad, vinculan la RSE a su estrategia corporativa y éstas, a su vez, plantean la misma exigencia a sus proveedores (micro y pequeñas empresas), generándose así responsabilidad social en todos los ámbitos (sociedad, grandes y medianas empresas, micro y pequeñas empresas).
- Los contadores, desde el ejercicio de su profesión, pueden contribuir a generar RSE en su empresa mediante el cumplimiento de las normas que regulan su disciplina y gestión. Revelar información veraz y oportuna para todos los grupos de interés, no relegar el aspecto ambiental ni comunitario en la intención de reducción de costos, y remunerar al recurso humano en condiciones justas, pueden ser prácticas de RSE que desde la contaduría se pueden originar y que redundan en una mejor situación de la empresa.

7. Bibliografía

BID - IKEI. (2006). Estudio sobre responsabilidad social en las Pyme latinoamericanas.

Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial, CCRE. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial como eje fundamental del desarrollo y competitividad*. Extraído de http://ccre.org.co/upload/Dic05_g.pdf

Chiavenato, I. (1998). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Bogotá: McGraw-Hill.

Código de Comercio.

Código Sustantivo de Trabajo.

Constitución Política de Colombia.

Decreto 2649 de 1993.

Diario Portafolio. (2006). La pyme el Latinoamérica. *El gran libro de las pymes*.

Dinero. (2006, Septiembre 15). Inversión rentable. *Dinero*, 262.

Estatuto Tributario.

Epstein, M. J. (s.f.). *El desempeño ambiental en la empresa: prácticas para costear y administrar una estrategia de protección ambiental*. Bogotá: Ecoe ediciones.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (s.f.). Responsabilidad social empresarial. Extraído de http://64.233.169.104/search?q=cache:IW3ADiYUEOIJ:www.kpmg.com.co/files/documen_corp_gov/release/cm_c5_01.htm+RESPONSABILIDAD+SOCIAL+EMPRESARIAL,+AMBIENTAL&hl=es&ct=clnk&cd=2&gl=co

Osorio, M. (2005). *Empresa y ética. La Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid.

Vives, A., Corral, A. y Isusi, I. (2005). *Responsabilidad social de la empresa en las Pymes de latinoamerica* [versión en línea]. Washington: BID.