

Una mirada de la responsabilidad social empresarial en microempresas manufactureras de Boyacá

A look at corporate social responsibility in manufacturing micro-enterprises in Boyacá

Un regard de la responsabilité sociale entrepreneuriale dans des microentreprises manufacturières de Boyacá

Fecha recepción: 13 de marzo de 2017

Fecha Aprobación: 6 de agosto de 2017

Jhon Fredy Sosa-López¹ - Ricardo Turriago-Nonsoque² - Sandra Milena Zambrano-Vargas³

Resumen

A pesar de que la responsabilidad social empresarial (RSE) ha dado claras señales de los múltiples beneficios para una empresa cuando se pone en marcha, aún existe confusión sobre la forma como debe abordarse, esto debido a que se sigue mirando desde lo filantrópico que desde lo estratégico. El presente artículo, resultado de la investigación toma como base el análisis de seis dimensiones extraídas de la revisión teórica y que han sido utilizadas por diferentes autores y entidades. Se revisa una muestra de 16 microempresarios manufactureros del departamento de Boyacá y se hace un análisis estadístico que da cuenta de la implementación de programas de responsabilidad social, concluyendo que aún es muy incipiente el avance de las empresas en este tema. Finalmente se formula una visión prospectiva que

lleve a que el sector estudiado pueda implementar acciones que mejoren su situación actual.

Palabras clave.

Responsabilidad social empresarial, grupos de interés, microempresas, manufactura, visión prospectiva.

Abstract

Despite the fact that corporate social responsibility (CSR) can provide clear multiple benefits for a company when it is launched, there is still confusion about the way it should be approached, which is due to the fact that it is still viewed from a philanthropic point of view and not a strategic one. The present article is the result of research based on the analysis of six dimensions which have been extracted from the theoretical review and have been used

.....

1 Administrador de Empresas Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. integrante del grupo de investigación IDEAS, correo electrónico: jfsasamblea@outlook.es. Tunja. Boyacá. Colombia.

2 Administrador de Empresas Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. integrante del grupo de investigación IDEAS. Correo electrónico: turriago258@hotmail.com. Tunja. Boyacá. Colombia.

3 Doctoranda en Administración, Magíster en administración, docente de la Escuela de Administración de Empresas de la UPTC de Tunja, docente investigadora del grupo de investigación IDEAS. Correo electrónico: sandra.zambrano01@uptc.edu.co. Tunja. Boyacá. Colombia.

by different authors and entities. A sample of 16 manufacturing micro-entrepreneurs from the Boyacá region is reviewed and a statistical analysis is made that accounts for the implementation of social responsibility programs, concluding that the progress of companies in this area is still very incipient. Finally, a prospective vision is formulated that leads the sector to implement actions that improve its current situation.

Keywords:

Corporate social responsibility, interest groups, microenterprises, manufacturing, prospective vision.

Résumé

En dépit des clairs exemples de multiples bénéfiques que la responsabilité sociale entrepreneuriale (RSE) offre aux entreprises une fois qu'elle est mise en place, il existe encore des confusions quant à la façon de l'aborder ; ceci car elle est toujours considérée du point de vu philanthropique plutôt que du stratégique. Le présent article, résultat d'une investigation, part de l'analyse de six dimensions extraites de la révision théorique et qui ont été utilisées par différents auteurs et institutions. Un échantillon de 16 micro-entrepreneurs manufacturiers du département de Boyacá est examiné et une analyse statistique qui rend compte de la mise en place de programmes de responsabilité sociale est faite, concluant que les progrès de ces entreprises dans ce sujet sont encore naissants. Finalement, une vision prospective est formulée, pour que le secteur étudié puisse mettre en œuvre des actions qui améliorent sa situation actuelle.

Mots-clés :

Responsabilité sociale entrepreneuriale, groupes d'intérêt, microentreprises, manufacture, vision prospective.

Introducción

La responsabilidad social empresarial ha evolucionado al igual que muchos campos de conocimiento, su paso más notorio se ha visto desde ser una acción filantrópica hasta convertirse en parte importante de la estrategia de una organización. No obstante, se ha querido volver obligatoria sin muchos resultados, ya que debe entenderse que su orientación debe ser consecuencia de la concientización de las empresas hacia la protección del medio ambiente y hacia la realización de acciones de mutuo beneficio con la sociedad. En América Latina el avance se sigue viendo desde lo filantrópico, ya que muchas empresas hacen éstos programas más por ganar los corazones de la opinión pública (Alves, Reficco y Arroyo, 2014). Para el caso de Colombia, se conocen muchas iniciativas de grandes empresas, en especial de multinacionales que buscan, a partir de estos programas, reducir en parte el impacto causado por su funcionamiento. Desafortunadamente no hay muchas investigaciones que se encaminen hacia conocer qué ocurre con las microempresas y la RSE, pues si bien, en muchas de éstas empresas se aplican algunos lineamientos, esto se hace de manera desintegrada sin obedecer a unos objetivos estratégicos.

Y es precisamente desde lo estratégico que las organizaciones sin importar su tamaño deben concebir la responsabilidad social, para lograr un verdadero impacto dentro de la sociedad. Resulta importante recalcar que la RSE debe ser el resultado del consenso entre las partes interesadas,

más que una política individual de cada empresa, pues son esos actores los más llamados a participar en la formulación de los lineamientos que se supone los van a beneficiar.

Para el caso del departamento de Boyacá la situación es similar a la del resto del país, en donde muy poco se conoce del avance en este campo del saber y los microempresarios, muchas veces empeñados en subsistir, desconocen la herramienta tan importante que dejan de utilizar, por el desconocimiento desde lo social y cultural del propio departamento; lo cual, impide que estas prácticas se implementen más pensadas desde las particularidades de las organizaciones boyacenses, empezando desde la idiosincrasia de los trabajadores, su nivel de formación, lo que se espera del futuro, la consecución de la materia prima, entre otros. Es así que con el presente trabajo se espera conocer hasta qué punto los empresarios de un sector de la manufactura han aplicado lineamientos de RSE y dejar una propuesta que ayude a mejorar el desempeño en aspectos que se consideran clave para su implementación en pro de una creación general de valor no solo para la compañía sino para la sociedad en general.

Referentes Teóricos

Concepto de la responsabilidad social

Server y Villalonga (2005) afirman que “la Responsabilidad Social Empresarial genera confianza y mejora la reputación de las organizaciones que la practican e incluso se puede afirmar, que tiene efectos positivos en el incremento del resultado económico y en la reducción de costes” (p. 194). Peña y Serra (2013) recalcan que la RSE se

refleja cuando los dirigentes de las empresas actúan con moral, y citan ejemplos, de cómo el sector financiero ha abusado de la buena fe de las personas llevándolas a que pierdan todo su patrimonio.

Chirinos, Fernández y Sánchez (2012) nos dicen que la responsabilidad social es un comportamiento que se debe reflejar en todas las actividades de una organización; aclaran, que no se puede confundir los propósitos éticos con acciones filantrópicas bajo el pretexto de sólo aumentar el buen nombre de la organización a través de acciones que no le significan nada a la sociedad. Entre tanto, Ávila (2013) habla de la importancia de usar la responsabilidad social empresarial como una estrategia de transparencia para generar una ventaja competitiva conforme con las regulaciones legales del mercado. Por otro lado, Rodríguez (2005) mira la RSE como una oportunidad, la cual es una herramienta que protege los derechos de la sociedad y ante todo de los ciudadanos.

Sánchez (2013) nos dice que “en la RSE se incluyen todo tipo de actividades e iniciativas. Una inclusión que deriva en confusión, en especial cuando se presentan como compromisos destacables lo que no es sino el cumplimiento elemental de deberes legales”. Así mismo, recalca que el medio ambiente y el cumplimiento de las relaciones laborales no son acciones fuera de lo común, sino que por el contrario son de obligatorio cumplimiento, por tanto, quedan muchas posibilidades de acciones voluntarias de la empresa que en realidad si demuestran su preocupación hacia la sociedad. Por otro lado, los estudios realizados en empresas manufactureras aportan importantes conclusiones que llevan a determinar acciones reales de RSE, tal



como lo afirma Ávila (2013), quien concluye la necesidad de “cambio de paradigmas, la convicción, el compromiso y la responsabilidad, la planeación de la gestión, el desarrollo de procesos de capacitación permanentes, la coherencia en las actividades y propósitos, el enfoque orientado a los procesos y la filosofía de mejoramiento continuo” por parte de éstas empresas para obtener resultados palpables.

Teorías relativas a la responsabilidad social

Garriga y Melé (2004) citados en Fernández y Cuadrado (2011) señalan cuatro grupos bien definidos: las teorías instrumentales que asumen como única responsabilidad de las empresas la creación de riqueza, las teorías políticas señalan el poder social de las empresas como una forma de cooperar con la sociedad, las teorías integrativas que suponen que las demandas de la sociedad deben ser parte de los objetivos de las organizaciones y las teorías éticas que asumen la responsabilidad ética de las empresas con la comunidad.

Dimensiones de la RSE

Para el estudio de la RSE, han surgido diversas dimensiones, útiles para la construcción de instrumentos que se han aplicado en diferentes situaciones y sectores económicos dependiendo de los objetivos buscados

- *Ética y gobierno corporativo*: Para Purroy (2007), la ética no solo es una declaración filantrópica sino que debe demostrarse en los valores de la compañía para acercarse al “sueño de una sociedad más Justa”, para ello denota tres niveles de la ética: en el primero habla de la entrega de bienes y servicios con calidad, accesibles a la población, confiables y eficiente; en un

segundo nivel se refiere a las relaciones humana dentro de la empresa y un tercer nivel, en donde es necesario que la empresa traslade ese comportamiento ético a sus relaciones con las partes interesadas. Por otro lado, es necesario que las empresas creen y pongan en marcha códigos de buenas prácticas de gobierno corporativo, con el fin de actuar con transparencia. Para ello se habla de tres principios encaminados en el equilibrio de poderes dentro de cada empresa, el fortalecimiento del control y finalmente el establecimiento y aplicación de códigos de ética.

- *Relación laboral*: autores como Fernández (2005), recalcan la importancia de brindar calidad de vida al trabajador y hablan que desafortunadamente por el afán de las organizaciones de lograr maximizar sus beneficios en el corto plazo causan que la vida personal de un trabajador se mezcle con su vida laboral, creando así, la obligación para la empresa de mejorar esas condiciones laborales que le ofrece. La Comisión europea (2001) recalca, además, el mantenimiento de programas de salud y seguridad en el trabajo, no solo para trabajadores sino para contratistas y proveedores.

- *Proveedores y clientes*: Lizcano (2002), afirma que la responsabilidad social empresarial ofrece una buena forma para que las empresas sean conscientes de su papel de generadoras de desarrollo; para el caso de los proveedores, al crear relaciones beneficiosas en el largo plazo. En relación con los consumidores, las empresas deben fabricar bienes y servicios de alta calidad, que sean confiables en su uso y con precios justos, esto con el fin de garantizar los derechos de las personas quienes los usarán (Aguirre, 2014).



- *Medio ambiente:* Purroy (2007) nos dice que una empresa entre más sea innovadora, hace un mejor uso de los recursos y con esto permite la reducción del impacto ambiental. Lizcano (2002) nos habla del ahorro de energía y de la reducción de la contaminación que las empresas generan, entre tanto la Comisión europea (2001) explica la importancia de que las empresas realicen inversiones que ayuden a reducir el uso de energía y de materiales y de emisiones contaminantes que no solo aumentarán la rentabilidad de la empresa, sino que beneficiaran el entorno natural

- *Gobierno y sociedad:* Para la OCDE (2011), las empresas deben seguir unos lineamientos generales que les permitan contribuir con el progreso económico, social y medioambiental enfocado hacia un desarrollo sostenible; así mismo, debe ayudar al crecimiento de la sociedad a partir del aumento de las capacidades locales de una forma conjunta con otras entidades.

- *Productos y servicios:* En esta categoría se analizan aspectos relacionados con los planes de las empresas para retirar los productos del mercado cuando éstos atenten contra la seguridad de los consumidores; de igual forma, se diseñan y ponen en marcha protocolos para evitar el uso de materiales tóxicos. Por otro lado, es importante señalar que todo el mercadeo y publicidad debe hacerse con transparencia, garantizando en cuanto a precios y a la promesa de venta hecha (Lizcano, 2002). En un estudio realizado por Zapata y Sarache (2013) se muestra la importante relación entre RSE y la calidad de los productos y servicios desde tres dimensiones de desempeño: los clientes, los procesos internos y la innovación.

Metodología

Para la realización de esta investigación se tuvo en cuenta, que en la vereda de Puntalarga, existen 18 empresas que se dedican a la fabricación de muebles de madera; sin embargo, sólo 16 quisieron participar en el estudio, definiéndose, así como la muestra objeto de estudio. Se estimó la confiabilidad del instrumento a través del Alpha de Cronbach y se obtuvo un valor de 0,924 lo que demuestra que los 49 componentes tienen alta confiabilidad del cuestionario.

Las variables utilizadas en el instrumento están clasificadas en seis dimensiones, y son coherentes con la revisión teórica realizada: ética y gobierno corporativo, relaciones laborales, proveedores y clientes, medio ambiente, gobierno y sociedad y productos y servicios. Se utiliza la técnica de la encuesta y se establece como Instrumento un cuestionario, el cual permite indagar aspectos relacionados con el desarrollo de los procesos de responsabilidad social en todas las actividades de las organizaciones. Dicho cuestionario también ha sido utilizado en otros estudios, con modificaciones de acuerdo con el sector estudiado, y es fruto del trabajo realizado por el grupo de investigación IDEAS. Los resultados generados con la aplicación del instrumento se procesaron utilizando el paquete estadístico SPSS (Statistical Product and Services Solutions v20)

Resultados

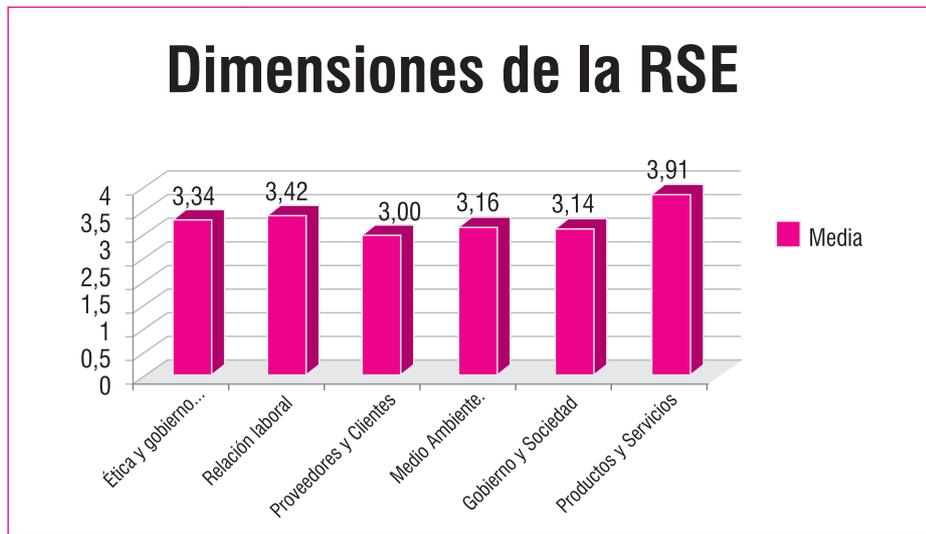
Análisis descriptivo

El análisis descriptivo muestra que existe alto desconocimiento de la RSE en empresas fabricantes de muebles de madera. Algunas de las variables analizadas en el estudio se aplican en cierto grado, pero

sin estar conectadas en un plan diseñado para este fin. Se encontró, por ejemplo, que los empresarios orientan su atención en la producción como tal, ofreciendo productos de calidad, pero en contraste los proveedores y los clientes no tienen el nivel de importancia de la que deberían

gozar en el corazón de las organizaciones pues no se hace un control estricto para los proveedores en aspectos álgidos y no se hace acompañamiento a los clientes una vez que el producto sale de la fábrica. En la figura 1 se muestran los resultados obtenidos.

Figura 1. Resultados dimensiones en RSE



Fuente: Elaboración propia

Dimensión: Ética y gobierno corporativo.

Los resultados nos muestran que los directivos de las empresas les dan una mejor calificación a las políticas para evitar cualquier tipo de discriminación en la constitución de sus cargos en diferentes niveles, a la existencia de una plataforma estratégica (aunque algunos de ellos aún no cuentan con ésta) y a la estructura organizacional en la empresa. El ítem con menor calificación se refiere a la realización de actividades de RSE, lo que muestra una falta de compromiso que tienen las empresas de éste sector hacia la sociedad.

Dimensión: Relación laboral

Las variables mejor calificadas se orientan en las exigencias legales, en lo referente

a la selección y vinculación del personal, evitando situaciones de discriminación, en la protección y privacidad de los datos personales de los trabajadores, y en la existencia de una normatividad legal referente a selección y vinculación de personal. Las empresas estudiadas afirman cumplir parcialmente con la normatividad vigente; sin embargo, por la práctica se sabe que muchas microempresas hacen acuerdos con los trabajadores pasando por alto muchas de las obligaciones que tienen y a su vez los empleados aceptan las condiciones debido a la necesidad del empleo, dificultando así el papel del Estado frente al cumplimiento de éstas obligaciones legales. El ítem con menor calificación se refiere al apoyo a trabajadores que son despedidos,

ya que las empresas no han considerado planes de contingencia para ayudarlos.

Dimensión: Proveedores y Clientes

Los resultados más importantes para los empresarios en esta dimensión son: el sostenimiento de un registro actualizado de los proveedores, la compras a proveedores basados en precios, plazos de pago y entregas justas y las relaciones comerciales de largo plazo con sus proveedores. Desafortunadamente los ítems mal calificados se refieren a la falta de revisión a los proveedores frente a las condiciones laborales que éstos ofrecen a sus trabajadores y en lo relacionado con la escogencia del proveedor más por los beneficios económicos que estos les brindan en precios.

Dimensión: Medio Ambiente

En esta dimensión, los empresarios calificaron de una mejor forma a la evaluación del impacto de productos en el medio ambiente y a la Identificación de equipos y procesos que generan más residuos. Desafortunadamente su calificación es más baja cuando se habla de establecer nuevas inversiones que permitan reducir el daño que el funcionamiento de la empresa le pueda ocasionar al planeta, esto se explica en parte por la grave situación del sector que les hace difícil adquirir nuevas tecnologías.

Dimensión: Gobierno y Sociedad

En ésta dimensión la calificación más alta se presenta en la prohibición de prácticas ilegales dentro de la organización, de lo cual afirman no aceptar la corrupción. Sin embargo, son más escépticos en el tema de formulación de proyectos de forma conjunta con entidades gubernamentales desde lo público y de investigación que

permitan la interacción con las diferentes comunidades, ya que en la práctica se observa que en el departamento de Boyacá se ha avanzado muy poco en la unión universidad-empresa-estado y por tanto la formulación y puesta en marcha de proyectos conjuntos es casi nulo.

Dimensión: Productos y Servicios

En ésta dimensión, los empresarios le dieron una mayor calificación a la revisión de calidad de los materiales utilizados, la evaluación de riesgo en los productos y en la seguridad en la utilización de los productos. La calificación más baja se observa cuando se les pregunta sobre los mecanismos que tiene diseñados la empresa para retirar productos del mercado que puedan causar daño a las personas, se observa por tanto que las empresas no tienen planes de contingencia para atender inconvenientes con los productos que se hayan vendido.

Análisis de correlación

Para éste análisis se utiliza el índice de correlación de Pearson, a continuación, se describen los resultados más significativos a nivel de 0,01.

Con un valor de 0,78 se observa que aquellas empresas que cuentan con una estructura organizacional definida y buscan evitar la discriminación en todos sus cargos, también cuentan con un registro actualizado de proveedores y poseen cierto tipo de control sobre éstos.

La existencia de una plataforma estratégica en las empresas analizadas se ve reflejada en una correlación significativa de 0,694 para la promoción de la RSE, de 0,677 para el compromiso con el desarrollo sostenible, de 0,672 en cuanto a la



vinculación de personal con la normatividad vigente y de 0,725 para el aprovechamiento de residuos. Lo anterior, aclara que con la existencia de dicha plataforma se mejoran varios aspectos importantes para las organizaciones estudiadas.

El compromiso de las empresas con el desarrollo sostenible con un valor de 0,752 muestra que existe preocupación por garantizar la salud y seguridad de los trabajadores.

En lo que se refiere al cumplimiento del trabajo basado en la ley se observan valores de correlación significativos de: 0,706 para la elección y vinculación de personal, de 0,698 para la evaluación de desempeño en las dos vías, de 0,714 para la preocupación por el uso de tecnologías limpias.

También se observaron correlaciones significativas entre la práctica de comprar a proveedores por el plazo y los precios de 0,719 con la evaluación del riesgo de los materiales usados y de 0,686 en cuanto al uso de materiales más eficientes. Con lo anterior se concluye que los empresarios conocen los riesgos de comprar a proveedores que no ofrecen suficientes garantías utilizando como único factor de decisión el nivel de precios.

Plan estratégico propuesto

A continuación, se presenta un plan estratégico basado en los resultados obtenidos, para ello se analizan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con relación a los resultados hallados para la RSE.



36

Tabla 1. Listado de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del sector

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Poseen relaciones a largo plazo con los proveedores • Utilizan materiales que no les causan daño a los consumidores • Se prohíben las prácticas ilegales dentro de y a nombre de las empresas 	<ul style="list-style-type: none"> • Muchos trabajadores son contratados con salarios inferiores a los exigidos por ley • No existen mecanismos para apoyar a los trabajadores que son despedidos. • Falta mayor control sobre los proveedores, en cuanto a la contratación de mano de obra infantil • No poseen sistemas de gestión ambiental
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Llegar a nuevos mercados que exijan el cuidado del medio ambiente • Lograr mayor competitividad con la ayuda de planes sectoriales enfocados en la RSE 	<ul style="list-style-type: none"> • Cierre de las empresas a causa de incumplimiento de la normatividad ambiental exigida por la ley • Pérdida de mercados internacionales por falta de protección al medio ambiente

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los anteriores resultados se hace un análisis prospectivo para el sector

Tabla 2. Formulación de una visión prospectiva

Escenarios	Futuros posibles	Futuros probables	Futuros deseables	Indicadores de logro
Fortalecimiento de las relaciones laborales con los trabajadores	Continuar con la misma dinámica de contratación de trabajadores por debajo de las condiciones legales colombianas.	Crear incentivos para los trabajadores como capacitación y permitir su empoderamiento dentro de su labor	Ser un foco real de progreso para los colaboradores y crear apoyos para aquellos que son despedidos	Sostenimiento del empleo digno para las personas del sector
Establecimiento de políticas y prácticas que favorezcan los grupos de interés	Mantener las políticas actuales en donde no se analizan a las partes interesadas como agentes estratégicos de los procesos	Hacer compromisos en el largo plazo que garanticen la sostenibilidad de las empresas con stakeholders	Realizar procesos de integración con políticas conjuntas que favorezcan todo el sector	Número de estrategias diseñadas e implementadas en función del número de empresas sostenibles para el sector
Establecimiento de relaciones en el largo plazo con proveedores y clientes	Continuar con las acciones actuales de contratación de proveedores y poca cercanía con clientes y la comunidad en general.	Garantizar contratos en el largo plazo con proveedores y escuchar a clientes y comunidad para conocer sus necesidades y expectativas	Mejorar la atención a clientes, tener más control de proveedores así como diseñar y poner en marcha políticas de acción en doble vía en pro de proteger los derechos de todos	Diseño e implementación de protocolos de relación entre las empresas y sus proveedores y clientes
Diseño e implementación de planes de mejoramiento ambiental	No incluir los planes ambientales dentro de la estrategia de las empresas y perder la sostenibilidad debido a la escasez de materia prima y a la contaminación causada en la producción	Reducir el riesgo de cierre de las empresas por parte del gobierno, en el caso de no cumplir con las exigencias ambientales requeridas para su funcionamiento	Introducir tecnologías de ahorro de energía, hacer innovación en el uso de materias primas, cumplir con planes para la reducción del impacto ambiental causado, categorizarse como industrias que cuidan el planeta	Construcción e implementación de plan ambiental que incluya todos los aspectos críticos relativos a la protección y cuidado del medioambiente, incluyendo concientización y capacitación de los grupos de interés
Oferta de bienes y servicios de calidad que garanticen la sostenibilidad de las empresas	Seguir fabricando y vendiendo productos con los problemas de materia prima y sin programas de servicio posventa	Buscar innovaciones que garanticen calidad de productos en forma conjunta para todo el sector	Garantizar a los clientes productos de calidad que cuiden el planeta y así mismo servicios posventa que respondan a sus inquietudes	Implementación de sistemas de gestión de calidad y diseño de servicios posventa

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Los resultados que arrojan el análisis descriptivo y de correlación para los datos de la muestra, dejan ver que aún existe bastante desinformación acerca de la importancia de la RSE y de los múltiples beneficios que les traería su implementación a las microempresas del sector analizado. Por un lado, los promedios de las dimensiones son bajos, siendo el peor, el que hace referencia a los proveedores y clientes, y el mejor calificado, el de productos y servicios, lo que señala una ruta a seguir a la hora de buscar una mejora en estos aspectos. En cuanto al análisis de correlación se observa que existe un nivel de concientización de los empresarios hacia ciertos factores, lo que permitiría un posible avance en el caso de iniciar programas de RSE.



38

Todas las organizaciones deben tener una estructura organizacional con capacidad para garantizar la no discriminación en ninguno de sus cargos, además es fundamental definir sus funciones y contar con orientaciones éticas para los grupos de interés. Por otro lado, el vincularse a diferentes tipos de alternativas de RSE se convierte en una excelente forma para diseñar y sostener programas duraderos y de gran beneficio no solo de las compañías sino de la sociedad en general, tal como lo afirma Valenzuela, Jara y Villegas (2015) quienes resaltan los resultados positivos que pueden recibir las organizaciones con el fin de obtener un mayor posicionamiento estratégico, mejoras en la eficiencia empresarial y en la mejor adaptación a la dinámica del entorno.

Sin duda alguna, una empresa que actúa con ética y crea un gobierno corporativo bajo éstos principios, puede crear políticas

claras en todos los aspectos que ayude a buscar la transparencia en su actuar lo que redundará en beneficios para la sociedad. Por ejemplo, la contratación de proveedores debe llevar consigo exigencias claras como la no contratación de mano de obra infantil y muy importante para el caso de la madera como materia prima, exigir que dicho material contenga los permisos medio ambientales para Colombia.

Es necesario que sectores que se dediquen a la fabricación de muebles de madera tengan claro, lo importante que es mantener planes y programas que ayuden a reducir el impacto ambiental generado, así mismo, propiciar innovaciones permanentes que permitan buscar nuevas formas de ahorro de energía mediante la reutilización de materiales y reducir emisiones contaminantes. Con lo anterior, se confirmaría lo dicho por el Banco Mundial (2006) que afirma que no se trata de que las empresas realicen acciones filantrópicas, sino que por el contrario sean responsables al aceptar una cultura de cuidado en torno al cuidado de sus operaciones. También el diseño de servicios posventa, se presenta como una buena forma de mantener contacto con los clientes, pues, además, de escuchar sus inquietudes en pro del aumento de la calidad, la empresa estará cumpliendo con sus obligaciones y creará un valor compartido,

Es importante plantear nuevas investigaciones que busquen indagar más en los resultados que le puede traer a una organización la aplicación de programas de RSE, ya que el alcance del presente trabajo muestra que falta mayor conocimiento de los microempresarios sobre la forma de abordar el tema y sobre los múltiples beneficios que le traería su uso desde lo estratégico. En consonancia con Hernández y

Sánchez (2016) faltan más investigaciones orientadas a las micro, pequeñas y medianas empresas, para el caso del departamento de Boyacá, por ejemplo, sólo se conocen algunas iniciativas de empresas que no se encuentran documentadas, y, por tanto, se convierte en una tarea compleja. Se debe dar un primer paso que es llegar a las empresas con éstas iniciativas para que en el futuro se puedan mostrar sus resultados. Por último, es importante usar metodologías cualitativas que recojan el pensamiento de las partes interesadas, ya que esto resulta difícil de apreciar mediante el uso de solo instrumentos de tipo cuantitativo sin darle espacio a la complementariedad entre métodos.

Referencias

Ávila, F. (2013). Plan de responsabilidad social empresarial: una propuesta para pequeñas y medianas empresas industriales de la provincia de Tundama. *Criterio Libre*, 11 (18), 217-228

Aguirre, M. (2014). *Sustentabilidad y responsabilidad social en las organizaciones*. México: Grupo editorial HESS. S.A.

Alves, M., Reficco, E. y Arroyo, J. (2014). Perspectivas sobre la situación y proyección de la responsabilidad social empresarial en América Latina. *Revista de administracao de empresas*, 54(1), 10-11

Chirinos, M., Fernández, L. y Sánchez, G. (2012). Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables. *Razón y Palabra*, 81, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Comisión Europea (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Documento COM. Bruselas.

Fernández, R. (2005). *Administración de la Responsabilidad Social Corporativa*, Madrid: Thomson.

Fernández, M. y Cuadrado, R. (2011). La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero: revisión de la literatura científica. *Cuadernos de Turismo*, 28, 47-57

Hernández, F. y Sánchez, J. (2016). Análisis del efecto de la responsabilidad social empresarial en los resultados empresariales de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). *Univer-sia*, 10(1), 110-123

Lizcano, J. (2002). Confianza en los mercados y responsabilidad social corporativa. *Dirección y progreso*, 184, 25-30

OCDE (2011). *Líneas Directrices de la OCDE para empresas Multinacionales*. Recuperado de: <http://www.oecd.org/daf/inv/mne/MNEguidelinesESPANOL.pdf>

Peña, D. y Serra, A. (2013). La práctica de la responsabilidad social empresarial. Estudio de caso en el sector turístico. *Innovar*, 23(49), 101-114.

Purroy, M. (2007). Ética, gobierno corporativo y responsabilidad social en las empresas. *Cuadernos unimetanos*, 13-20

Rodríguez, M. (2005). La Responsabilidad Social Empresarial y los consumidores. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 97-109.

Sánchez, J. (2013). La responsabilidad social empresarial y la buena administración. *Universia*, 7(3), 103-114

Server, R. y Villalonga, I. (2005). Cooperativismo y responsabilidad social. *Gezky*, (1), 191-204

Valenzuela, L., Jara, M. y Villegas, F. (2015). Prácticas de responsabilidad social, reputación corporativa y desempeño financiero. *Revista de Administração de Empresas*, 55(3), 329-344

Zapata, A. y Sarache, W. (2013). Calidad y responsabilidad social empresarial: un modelo de causalidad. *Dyna*, 80(177), 31-39

