**Caracterización y Evaluación de la Responsabilidad Social en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la Región Caribe de Colombia.**

**Resumen**

Si bien el interés académico y empresarial sobre la RS se ha centrado en su mayoría en las grandes empresas, a pesar que las Pymes constituyen el grueso del parque empresarial en muchos países del mundo, también se reconoce en los últimos años un interés y atención especial al papel de las Pymes en materia de RS. En este sentido, el proyecto doctoral propuesto intenta explorar el rol de la RS entre las Mipymes de la RCC, así como los grupos de interés (variables) más influyentes en sus actividades de RS, los promotores y las motivaciones para participar en la RS. El objetivo es identificar las características y evaluar las prácticas actuales (variables independientes), sobre la RS de las Mipymes (variable dependiente). Para ello, se diseñara un cuestionario que permita medir el efecto de una serie de características empresariales sobre la realización de prácticas de RS, utilizando un Análisis de Correspondencia Múltiple (ACM) y el tratamiento estadístico con el programa R. Estos resultados determinaran las variables explicativas a utilizar desde la estimación de un modelo de regresión logística (Logit). Dicho análisis econométrico definirá qué variables (grupos de interés) inciden sobre la probabilidad de contar con acciones de RS para las Mipymes de la región. Como resultado y novedad de la investigación se aportaría un modelo econométrico de aplicación y evaluación de prácticas en RS para las Mipymes; además de contribuir al enriquecimiento de la literatura sobre la RS en general y su incidencia en las Mipymes en particular, pues la revisión de la literatura en este ámbito revela la ausencia de trabajos para el caso de la RCC.

**Introducción**

A pesar que la Responsabilidad Social de las Empresas no es un fenómeno reciente, en los últimos años su estudio y aplicación ha adquirido gran relevancia, evidenciada en diversos trabajos académicos y empresariales[[1]](#footnote-1). En Colombia su tratamiento aún se encuentra en la fase de exploración, comprensión y adopción parcial de la RS y los escasos estudios sobre el tema se han centrado en las grandes empresas descuidando el rol de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el ámbito social y económico. En términos económicos la participación de las Pymes constituye uno de los mayores soportes del país, con un 96% del parque empresarial correspondiente a esta categoría; generando más del 70% de los empleos; realizando el 25% de las exportaciones no tradicionales; pagando el 50% de los salarios; aportando cerca del 40% del PIB y en general agregando un consumo mayor respecto a las grandes empresas[[2]](#footnote-2). De ahí que sean consideradas el soporte de la economía y, por tanto, sobre ellas recaiga buena parte de la responsabilidad de contribuir al crecimiento y sostenimiento económico del país. Por ello, en esta investigación se descontextualiza el alcance de la RS y se aborda su estudio al contexto de las Micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de la Región Caribe de Colombia (RCC)[[3]](#footnote-3).

A partir de un enfoque empírico se pretende caracterizar y cuantificar las prácticas actuales asociadas a la RS en este gremio empresarial como una estrategia complementaria a su desarrollo. Se parte de la hipótesis que la inexperiencia de las Mipymes y la ausencia de una metodología de evaluación, en prácticas socialmente responsables, ha impedido integrar en sus actividades cotidianas el desarrollo de políticas y acciones concretas de RS.

Entre las causas que han motivado el emprendimiento de esta investigación, se encuentran en primer lugar: La novedad relativa en Colombia de esta práctica social y la muy escasa aplicación al gremio de las Micro, pequeñas y medianas empresas a nivel regional[[4]](#footnote-4), así como la ausencia de modelos cuantitativos que evalúen las practicas de RS. En segundo lugar, la contribución al conocimiento que se espera lograr con el diseño y propuesta de un modelo econométrico, además de la programación con el software estadístico R, de las principales variables explicativas de la RS en las Mipymes de la RCC.

Por otra parte, se trata también con esta investigación de contribuir al debate sobre la RS y enfocar la mirada al estudio y análisis de las Mipymes, pues a pesar de existir puntos teóricos de convergencia con los estudios para grandes empresas, en la práctica no siempre resultan comunes a todas ellas y por tanto se requiere en su análisis de una visión distinta a la que normalmente se utiliza para estas empresas. Las Mipymes están sujetas a un conjunto de características propias e intrínsecas que las hacen muy diferentes de otras empresas, de tal forma que se puede condicionar o afectar tanto los contenidos como la extensión y naturaleza misma de sus actividades de RS. De esta manera la comprensión de cómo las Mipymes de la RCC conciben y practican la RS en su tejido empresarial, resulta esencial, incluso para las grandes empresas al permitirles contar con criterios de juicio adicionales para tomar decisiones acertadas al momento de definir nuevos segmentos de negocio.

**Planteamiento del problema**

La noción de Responsabilidad Social ha venido evolucionando con rapidez durante los últimos años y cobrando relevancia en el ámbito empresarial en los países desarrollados, pero también en los países en vías de desarrollo. La incorporación de la RS a la estrategia de la empresa ha traído consigo una rápida expansión, en la medida que la literatura empírica ha permitido corroborar una asociación entre dichas estrategias y la rentabilidad de la empresa. No obstante, el concepto de RS en la práctica ha sido confinado a las grandes empresas, cuyo impacto económico y social les lleva a ser el foco de atención de numerosos “stakeholders”. En este sentido, la literatura internacional respecto a la adopción de prácticas de RS por parte de las Mipymes es escasa, especialmente en el caso de los países de América Latina en general y de Colombia en particular. Desde esta perspectiva el problema que se desea investigar tiene que ver con:

**“Cuáles son las características y como se evalúa la Responsabilidad Social en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la Región Caribe de Colombia”**.

Como complemento al problema planteado, se espera dar respuesta a los siguientes interrogantes:

¿Cuál es el nivel de conocimiento, alcance y aplicación de acciones concretas en Responsabilidad Social y qué tipo de prácticas demarcan el accionar de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la Región Caribe de Colombia? ¿Cuáles serían los aspectos fundamentales que deben caracterizar a una Micro, pequeña y mediana empresa socialmente responsable? ¿Existen programas o iniciativas de RS para las Mipymes en la RCC?

¿Cuáles son los instrumentos e indicadores utilizados para evaluar la Responsabilidad Social y en qué medida éstos se fundamentan en una evidencia empírica en el contexto de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la Región Caribe de Colombia?

¿Qué metodología, indicadores o modelo estadístico se utiliza para medir y evaluar la Responsabilidad Social en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la Región Caribe de Colombia? ¿Qué variables o grupos de interés explican la existencia de RS en las Mipymes? ¿Cuáles son los factores, ámbitos o actores sociales de mayor poder explicativo y/o predictivo en la RS de las Mipymes?

**Revisión de la literatura**

La Responsabilidad Social se ha convertido en una positiva tendencia de primer orden en el mundo empresarial, aunque sus contornos aparezcan todavía muy abiertos y muchas de sus potencialidades permanezcan inéditas. En efecto, la RS se está configurando, desde sus orígenes angloamericanos, como un amplio y heterogéneo conjunto de enfoques, tendencias, conceptos, iniciativas y prácticas que, en conexión con los llamados stakeholders[[5]](#footnote-5) o grupos interesados, buscan alcanzar buenas prácticas empresariales reflejadas en códigos éticos, protección del medio ambiente, políticas adecuadas de recursos humanos, iniciativas empresariales de acción social y mecenazgo cultural, entre otras acciones. Esta concepción empresarial ha generado externalidades positivas y receptividad en distintos agentes de la sociedad, en particular en el sector empresarial, donde la mayoría de los conceptos e instrumentos relacionados con el concepto de RS han sido desarrollados por y para grandes empresas, en muchos casos multinacionales. En este contexto, no resulta sorprendente comprobar que la mayor parte de las investigaciones y estudios existentes en el ámbito de la RS se hayan dirigido a estas grandes empresas, mientras que la atención dedicada a las Mipymes ha sido mucho menor. En este sentido, a nivel internacional los trabajos realizados para las Pymes en Gran Bretaña, Italia y España (Jenkins, Perrini, Murillo y Lozano, 2006) ponen de manifiesto la existencia de numerosas actuaciones que superan el simple cumplimiento de la ley en forma de iniciativas de formación continua, seguridad laboral, participación en proyectos para la comunidad, promoción de iniciativas culturales, control de impacto medioambiental, comercio justo, entre otras.

Respecto a los roles o razones que subyacen a la RS, para el caso de las pequeñas empresas, Spence (1999), sostiene que por ser organizaciones donde existe poca distinción entre los roles de gerencia y propiedad, además de contar con muchos cargos multilaterales orientados de forma prominente a la solución de los problemas derivados del día a día, se dificulta su atención sobre prácticas puntuales de RS. En estas empresas, por otra parte, las relaciones interpersonales y la comunicación de carácter informal son muy importantes (Spence y Lozano, 2000). Asimismo, son empresas que desarrollan una importante interrelación con su entorno o comunidad, y que en general, se hallan sometidas a dinámicas de mercado determinadas por las grandes empresas de las que en muchos casos son proveedoras (Enderle, 2004). Para este mismo autor, es precisamente esa lucha diaria por la supervivencia en el mercado la que determina la necesidad de las Pymes de fortalecer su red de interdependencias y colaboraciones. Para Vyakarnam (1997), esta implicación social de las Pymes se traduce en reputación, profesionalidad y un incremento de los factores de confianza y lealtad, elementos que permiten garantizar la retención de los trabajadores, la mejora en las relaciones con las entidades financieras y, en definitiva, unos mejores canales de comunicación con su entorno.

Otro elemento clave para comprender lo que subyace a una determinada práctica de RS en el ámbito de las Pymes son los valores del propietario/gerente de la empresa (Spence y Rutherfoord, 2003; Spence, Schmidpeter y Habish, 2003), que resultan determinantes en el caso de las empresas de menor dimensión (Trevino, 1986; Quinn, 1997). Spence, Schmidpeter y Habish (2003) señalan que es la particular dependencia del entramado de relaciones interpersonales lo que acerca las Pymes a la noción de acumulación de capital social. El cultivo de las relaciones de proximidad con los trabajadores y el entorno social permite, según estos autores, estabilizar las expectativas en las relaciones sociales, asegurar la acción colectiva por medio del aumento de la confianza, formar un tipo de relaciones de “seguridad” o mutua asistencia con proveedores, e incluso empresas competidoras y facilitar por último, información empresarial relevante para la Pyme.

Para el caso de Colombia los últimos años han sido muy activos en el tema de la RS. A partir de indicadores como el “Índice de competitividad responsable”[[6]](#footnote-6), se observa un avance importante en este tema, detrás de líderes de la región como Chile o Costa Rica (Zadek y MacGillivray, 2007). Por otra parte, el BID y Confecamaras (2008) diseñaron una metodología para medir la responsabilidad social de la Pyme. La variable que tiene relación con los trabajadores incluye aspectos relacionados con distribución por género; salarios otorgados por la empresa; calidad de los contratos laborales; programas de formación para los trabajadores; contratos de inclusión laboral; estabilidad de la nómina; condiciones de salud y ausentismo laboral. De igual manera la Asociación Nacional de Industriales (ANDI) en su última publicación resalta el interés por la temática, destacando una mayor participación de prácticas responsables entre sus afiliados. También existe la “Encuesta Nacional de Gobierno Corporativo y RSE”, encomendada en el 2008 por el gobierno nacional a través de la Superintendencia de Sociedades del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en la cual se devela una ausencia de conocimiento sobre las acciones que realizan las empresas para minimizar los impactos sobre la comunidad.

En el contexto de la Región Caribe de Colombia, los trabajos sobre RS son aplicados a la ciudad de Barranquilla. En el trabajo de Olga Jaramillo (2001) sobre la dimensión interna de la RS en las Mipymes del programa Expopyme de la Universidad del Norte, se resalta la necesidad por desarrollar programas de responsabilidad social efectivos, pues lo que existen, son programas aislados y en la mayoría de casos se confunden con programas asistenciales.

En el marco del Programa ComprometeRSE, desarrollado en forma conjunta por el Banco Interamericano de Desarrollo, Confecámaras y las Cámaras de Comercio de Barranquilla, Cartagena, Cali, Medellín y Bogotá, se hace un seguimiento a más de 450 pymes en la implementación de prácticas de responsabilidad social. Para el caso de Barranquilla, la experiencia de la cámara de comercio de esta ciudad ha permitido identificar que las pymes pueden implementar gradualmente la RSE.

El trabajo de Camilo Mejía “La brecha entre el discurso y la acción en RSE: ¿Cómo evitarla?, aborda el estudio para las grandes empresas de Barranquilla, y del cual se deducen las grandes falencias e incoherencias en la implementación de prácticas asociadas a la RS.

Respecto a los trabajos relacionados con la modelización econométrica para explicar diferentes variables endógenas, vinculadas a la divulgación que hacen las empresas de su RS, se destaca el trabajo pionero de Cowen *et al.* (1987) que considera el impacto de cuatro variables exógenas (tamaño, sector, rentabilidad y existencia de un comité interno de RSE) sobre la divulgación de RS, cuantificada mediante el número de páginas de los informes anuales de empresas de diez sectores diferentes. Roberts (1992) ordena las divulgaciones de 80 empresas en tres niveles para intentar explicar esta variable dependiente con variables que recogen el comportamiento bursátil, entre otros factores. Deegan (1996) analiza mediante correlaciones la variabilidad entre divulgación e influencia de los grupos de presión medioambientales.

**Objetivo General**

Determinar las características y cuantificar las prácticas actuales asociadas a la Responsabilidad Social en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la Región Caribe de Colombia

**Objetivos específicos**

1. Identificar el grado de conocimiento e implementación de prácticas o actividades de Responsabilidad Social, así como su valoración y caracterización detallada, en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la Región Caribe de Colombia

2. Diseñar un instrumento de medición de la Responsabilidad Social para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la Región Caribe de Colombia, considerando los grupos de interés más influyentes y las acciones desarrolladas en cada uno de ellos.

3. Evaluar econométricamente los factores, ámbitos y grupos de interés de mayor influencia que puedan estar condicionando la presencia/ausencia de prácticas/acciones concretas de Responsabilidad Social en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas de la Región Caribe de Colombia, así como los patrones de comportamiento entre las ciudades analizadas.

**Metodología Propuesta**

Para el desarrollo de esta investigación se diseñará un instrumento de medición de la RS que incluye las variables y elementos claves a ser evaluados en la encuesta RSMIPYMES[[7]](#footnote-7). Esta herramienta estará conformada por tres secciones (Grafico 1). El instrumento desarrollado constituye el input cuantitativo de la investigación y se confeccionará siguiendo los lineamientos y parámetros estandarizados que sobre el tema han desarrollado algunas instituciones[[8]](#footnote-8), y que para el caso de estudio serán modificados en algunos componentes y adaptados a la realidad de las Mipymes de la RCC. De esta manera se configuran dos perspectivas en el estudio: por un lado, de orden descriptivo, al identificar y caracterizar los elementos que constituyen la información sobre la práctica de la responsabilidad social, y por otro, explicativo al interpretar y ofrecer inferencias sobre los resultados cuantitativos del instrumento aplicado. En este sentido, la estructura metodológica para alcanzar los objetivos propuestos es la siguiente:

1. Enfoque Metodológico: Cuantitativo - cualitativo. En los objetivos propuestos subyace el análisis descriptivo de información que se complementa con el tratamiento estadístico de datos y su inferencia a partir de un análisis de correspondencias múltiples (ACM). Esta técnica permitirá identificar y definir los factores de influencia que caracteriza a la RS en las Mipymes de la RCC, lo cual permitirá avanzar en la modelización econométrica.

2. Tipo de Investigación: Descriptiva – correlacional, en la medida que se pretende describir el nivel de implementación de las prácticas que la RS involucra, y las características asociadas a cada componente. También se definen los principales factores explicativos que inciden positiva o negativamente en la puesta en marcha de prácticas asociadas a la RS.

3. Diseño de la investigación: El diseño es no experimental, debido a que no se recurre a la manipulación de variables y los fenómenos se analizan en su estado natural. Además, es de corte transversal, dado que los datos utilizados corresponderán a los resultados de las encuesta realizadas en una determinada fecha. En este sentido, y dentro de este diseño se propone un alcance de tipo correlacional – causal, en virtud de los análisis de la relación causa efecto entre dos o más variables que pueden hacerse en unos momentos determinados.

4. Hipótesis central de trabajo: La inexperiencia de las Mipymes y ausencia de una metodología de evaluación, en prácticas socialmente responsables, ha impedido integrar en sus actividades cotidianas el desarrollo de políticas y acciones concretas de RS. Por tanto, puede existir la probabilidad que los coeficientes de correlación entre las variables seleccionadas muestren relaciones positivas/negativas, que en función del peso de sus parámetros favorezcan o no la adopción de prácticas de RS en las Mipymes de la RCC. Por ello, y como complemento a la hipótesis central se establecen un grupo de hipótesis asociadas a las variables de estudio.

H1: Existe una relación positiva/negativa entre la RS de las Mipymes y sus empleados *(ß1)*

H2: Existe una relación positiva/negativa entre la RS de las Mipymes y la dirección corporativa *(ß2)*

H3: Existe una relación positiva/negativa entre la RS de las Mipymes y el medio ambiente *(ß3)*

H4: Existe una relación positiva/negativa entre la RS de las Mipymes y la comunidad *(ß4)*

H5: Existe una relación positiva/negativa entre la RS de las Mipymes y la cadena de valor *(ß5)*

H6: Existe una relación positiva/negativa entre la RS de las Mipymes y el Gobierno/sector público *(ß6)*

Se trata por tanto de establecer las relaciones explicativas que existen las variables independientes y la posible práctica de RS en las Mipymes de la RCC, como se aprecia en el gráfico 1.

Gráfico 1. Modelo de RS en las Mipymes de la RCC

Dirección corporativa

Medio ambiente

Empleados

$$β\_{2}$$

$$β\_{3}$$

$$β\_{1}$$

RS en las Mipymes de la RCC

$$β\_{5}$$

$$β\_{4}$$

$$β\_{6}$$

Cadena de valor (clientes, proveedores y competencia)

Comunidad

Gobierno y sector público

5. Población y muestra de estudio: La población objeto de esta investigación estará constituida por el universo de las Mipymes de distintos sectores económicos que actualmente se encuentran registradas en la cámara de comercio de las ciudades capitales departamentales de la RCC[[9]](#footnote-9). A partir de esta base de datos se determinará la muestra (probabilística, estratificada con asignación óptima) para cada ciudad, desagregándola por sectores económicos y clasificándola a nivel de micro, pequeñas y medianas empresas.

6. Instrumentos: La información y datos se obtendrán a partir del instrumento desarrollado (encuesta RSMIPYMES). El marco muestral lo conforma la base de datos de las Mipymes inscritas en la cámara de comercio de cada ciudad capital. El programa estadístico utilizado para el procesamiento de datos será el R, el cual además de ser libre, ofrece la posibilidad de usar rutas o métodos preexistentes, modificar métodos existentes e implementar y desarrollar nuevos métodos. También se utilizarán, como complemento al R, los programas Statgraphics y Stata para el tratamiento econométrico.

La fuente primaria (encuesta) está estructurada en dos secciones. La sección 1 recoge información sobre las características económicas de la empresa, su nivel de conocimiento y aplicación de prácticas de RS. La sección 2 (Clasificada en dimensión interna y externa) mide la influencia de cada grupo de interés sobre la RS a partir de una serie de interrogantes medidos en una escala tipo Likert de cinco puntos (1= Nunca; 2= Casi nunca; 3= A veces; 4= Casi siempre; 5= Siempre)

El nivel de esta influencia se recoge en una variable “X” (variable explicativa) asociada a cada uno de los grupos de la siguiente manera:

$X\_{1i}$ Empleados

$X\_{2i}$ Dirección corporativa

$X\_{3i}$ Medio ambiente

$X\_{4i}$ Gobierno y sector público

$X\_{5i}$ Cadena de valor (clientes, proveedores y competencia)

$X\_{6i}$ Comunidad

La fuente secundaria lo constituyen las referencias bibliográficas disponibles en la red, texto, libros especializados, asesoría de especialistas en RS, instituciones como el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE), ANDI, Cámaras de comercio, Fenalco, entre otros.

7. Diseño y procedimiento: Para garantizar el logro de los objetivos se establecen las siguientes fases:

Fase 1: Recolección de información: Exploración y revisión de la literatura específica sobre la RS aplicada al contexto de las Mipymes y libros estadísticos/econométricos dedicados a los detalles técnicos de la estimación. Esta primera fase es el input para la construcción del corpus teórico y estado del arte.

Fase 2: Trabajo de campo: Para dar respuesta al objetivo número uno y dos, se utilizarán los resultados del instrumento aplicado a las Mipymes en cada ciudad, apoyados en gráficos y tablas de frecuencia estadística. Además se construirán tablas de contingencia para encontrar correlaciones descriptivas y comparativas entre las variables (grupos de interés), los sectores económicos y el tamaño de la empresa. Como se citó anteriormente la técnica ACM permitirá deducir una tipología de Mipymes a partir de sus características económicas y por tanto determinar los grupos de interés más influyentes en sus acciones de RS.

Fase 3: Procesamiento y análisis de la información obtenida: Para cumplir con el objetivo número tres, se realizará la modelización econométrica, partiendo de la hipótesis básica de la influencia de las variables/grupos de interés en el desarrollo de prácticas/acciones concretas de RS. La variable explicada en este caso corresponde a la RS de las Mipymes y las variables independientes o explicativas son los grupos de interés que mejor correlación muestren en el objetivo dos (ACM). Cada una de estas variables depende, a su vez, de preguntas específicas que pueden incluir entre 6 y 18 preguntas por variable (desde $X\_{16 }$ hasta $X\_{618 }$) que serán tratadas como un promedio simple para obtener la puntuación final de cada variable $\left(X\_{i}\right)$. Una vez definidos los grupos de interés, se propone un modelo de regresión logística (Logit[[10]](#footnote-10)), donde la variable explicada (RSMipymes) toma el valor de cero si las Mipymes no practican la RS y uno en caso de hacerlo. El modelo tentativo es:

$$Y\_{i}=f\left(β\_{0}+β\_{1}X\_{1i}+β\_{2}X\_{2i}+β\_{3}X\_{3i}+β\_{4}X\_{4i}+β\_{5}X\_{5i}+β\_{6}X\_{6i}\right)+μ\_{i},$$

$$Y\_{i}=f\left(X\_{1i}\right) i=6,7…18$$

$$X\_{i}=\frac{1}{n}\sum\_{m=1}^{n}X\_{m }^{´}$$

Donde

$Y\_{i}$ Responsabilidad social de las micro, pequeñas y medianas empresas (0 – 1)

$f$ Función de distribución logística

$β\_{i}$ Parámetros del modelo

$X\_{1i}$ Empleados

$X\_{2i}$ Dirección corporativa

$X\_{3i}$ Medio ambiente

$X\_{4i}$ Gobierno y sector público

$X\_{5i}$ Cadena de valor (clientes, proveedores y competencia)

$X\_{6i}$ Comunidad

$μ\_{i}$ Error

$X\_{i} $Promedio simple de la puntuación final de cada variable

Fase 4: Análisis y discusión de resultados: A partir de los resultados obtenidos, se procederá a realizar una evaluación detallada de los resultados en función de los objetivos trazados y atendiendo a las pruebas o test estadísticos.

Fase 5: Estructuración de un documento para su publicación: Una vez concluida la investigación se procederá a confeccionar un artículo científico y otros productos como libro de investigación o capítulos de libros.

Referencias

Aleman, F. (2005). “Importancia de las Mipymes en las aglomeraciones empresariales. Una Estrategia para el desarrollo”

Balian de Tagtachian, B, (1999). “Las empresas y el Tercer Sector: elementos movilizadores y obstaculizadores”, Universidad Católica Argentina.

Cowen, S., Ferreri, L. and Parker, L. (1987). ‘The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: a typology and frequency-based analysis’, Accounting, Organisation and Society, 12 (2), 111–122.

Carroll, A. (1979). “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, Academy of Management Review, Vol. 4, nº 4, pp. 497-505.

Carroll, A. (1994). “Social Issues in Management Research”, Business and Society, Vol. 38, nº 3, pp. 268-295.

Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. Business & Society, Vol. 38, No. 3, pp. 268 – 295.

Carroll, A. (2004). “Managing Ethically with Global Stakeholders: A Present and Future Challenge”, The Academy of Management Executive. Vol. 18, Iss. 2, p. 114-120.

Cadbury, A. (2006). Corporate social responsibility.21st. Century Society, Vol. 1, No. 1, pp. 5 – 21.

Cardozo, M. (2003). Las empresas y su responsabilidad en el campo social. Revista Economía, Sociedad y Territorio, enero-junio, vol. IV, No. 13, El Colegio Mexiquense.

Commission of the European Communities, Green Paper for Promoting a European Framework for Corporate Social responsibility, COM (2001)366 final, Brussels, 2001.

D’Amato Herrera., G. Tendencias académicas en el estudio de la responsabilidad social corporativa y asuntos del desarrollo en América Latina, 2000-2010. Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / Vol. 29 N° 49 / enero - junio de 2013

Donaldson, T. y Preston, L. (1995): The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. Academy of Management Review, Vol. 20, No. 1, pp. 65 – 91.

De la cuesta, M. y C. Valor (2003):  “Social Responsibility of Spanish Listed Companies”. Journal of Business and Society. Volúmen 16, nº 1.Cyprus College

Deegan, C. and Gordon, B. (1996), "A study of the environmental disclosure policies of Australian corporations", Accounting and Business Research, Vol. 26 No. 3, pp. 187-99.

Enderle, G. (2004). “Global competition and corporate responsibilities of small and medium-sized enterprises”, Business Ethics: A European Review, 13(1), 51-63.

Freeman, M. (1970): The Social Responsibility of Business is to Increase Profit. New York Times Magazine.

Freeman, R. (1984) “Strategic Management: A Stakeholder Approach” Pitman Publishing Inc., Boston.

Frederick, W. (1994). From CSR1 to CSR2. Business and Society, Vol. 33, No. 2, pp. 150 – 164.

Fernández, R.M., “Las medianas empresas y las instituciones no lucrativas en México”, Centro Mexicano para la Filantropía, México, Septiembre 1995.

Gallego, M. (2006). La Responsabilidad social de las organizaciones: ¿factor de ventaja competitiva? Las acciones sociales de las organizaciones en relación con el tejido social. AdMiniste, 8, 106-123.

Handy Charles. El papel de la empresa en la Sociedad Actual, Harvard Deusto Business Review, enero 2003.

Hoffman, R. (2007). Corporate Social Responsibility in the 1920s: An institutional perspective. Journal of Management History, Vol. 13, No. 1, pp. 55-73.

Jaramillo, O. (2011). La dimensión interna de la responsabilidad social en las micro, pequeñas y medianas empresas del programa Expopyme de la Universidad del Norte. Revista, pensamiento y gestión, N° 31

Jenkins, H. (2006). “Small Business Champions for Corporate Social Responsibility”, Journal of Business Ethics, 67(3), 241-256.

Quinn, J. (1997). “Personal Ethics and Business Ethics: The Ethical Attitudes of Owner/Managers of Small Business”, Journal of Business Ethics, 16(2), 119-127.

Spence, L. (1999). “Does size matter? The state of the art in small business ethics”, Business Ethics A European Review, 8(9), 163-172.

Spence, L; Lozano, J. M. (2000). “Communicating about ethics with small firms: Experiences from the UK and Spain”, Journal of Business Ethics, 27(1), 43-53. Spence, L.; Rutherfoord, R. (2003). “Small business and empirical perspectives in Business Ethics: Editorial”, Journal of Business Ethics, 47(1), 1-5.

Trevino, L. K. (1986). “Ethical Decision Making in Organisations”, Academy of Management Review, 11(3), 601-617

Urcelay Alonso Jaime. Responsabilidad Social Corporativa: La dimensión Interna como cuestión previa. Enero 2005. Revista Capital Humano.

Vyakarnam, S.; Bailey, A.; Myers, A.; Burnett, D. (1997). “Towards an Understanding of Ethical Behaviour in Small Firms”, Journal of Business Ethics, 16(15), 1625-1636

Windsor, D. (2006). “Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches”. The Journal of Management Studies. Oxford: Jan 2006. Vol. 43, p. 93

Yin, R.K. (1994). Case Study Research – Design and Methods, Applied Social Research Methods (Vol. 5, 2nd ed.), Newbury Park, CA, Sage.

Yepes, G. Peña, W. Sánchez, L. (2007). Responsabilidad social de las empresas. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. Bogotá: Universidad Externado de Colombia

1. En el trabajo de Gina Herrera. “Tendencias académicas en el estudio de la responsabilidad social corporativa y asuntos del desarrollo en América Latina, 2000-2010”, se evidencia una creciente atención del sector privado hacia asuntos relacionados con otros actores involucrados y la proliferación de nuevas alternativas de alianzas público-privadas e iniciativas intersectoriales [↑](#footnote-ref-1)
2. Informe sobre la realidad de la Pyme Colombiana. Desafío para el desarrollo. FUNDES, 2003. [↑](#footnote-ref-2)
3. La investigación se aplicara en las ocho ciudades capitales de los departamentos que conforman la RCC, a saber: Riohacha, Santa Marta, Barranquilla, Cartagena, Valledupar, Montería, Sincelejo y San Andrés. [↑](#footnote-ref-3)
4. Para el contexto de Barranquilla, el trabajo de Camilo Mejía. “La brecha entre el discurso y la acción en RSE: ¿Cómo evitarla?”, ofrece una mirada de la RS aplicada al contexto de las grandes empresas de la ciudad. [↑](#footnote-ref-4)
5. Teoría original de Edward Freeman en su libro “Gestión Estratégica: Un enfoque de partes interesadas”. (1984), que define e identifica los grupos que son los actores de una sociedad y la forma en que estos pueden interactuar con una visión más practica en el sistema capitalista. [↑](#footnote-ref-5)
6. Metodología desarrollada por el Instituto internacional sin fines de lucro (AccountAbility) establecido en el Reino Unido, en 1995, cuya misión es promover el desarrollo sostenible, a través de la creación de herramientas y estándares innovadores para asistir a las empresas en la ejecución de prácticas de RSE. [↑](#footnote-ref-6)
7. Responsabilidad Social de las Micro, pequeña y medianas empresas. [↑](#footnote-ref-7)
8. Modelo del Instituto Ethos, Global Reporting Initiative, Centro colombiano de responsabilidad social – CCRE. [↑](#footnote-ref-8)
9. Las ocho ciudades capitales de los departamentos que conforman la RCC, y que son objeto de estudio son: Riohacha, Santa Marta, Barranquilla, Cartagena, Valledupar, Montería, Sincelejo y San Andrés. [↑](#footnote-ref-9)
10. Técnica estadística desarrolla para investigar las relaciones entre una variable binaria (si/no RS) y una o más variables independientes (grupos de interés). [↑](#footnote-ref-10)