



**Universidad Católica Luis Amigó**

**Especialización en Responsabilidad Social Empresarial**

**Conocimiento y Disposición para la realización de actividades de Responsabilidad Social Empresarial en microempresas del centro de Medellín**

**Diana Marcela García Arenas**

**Proyecto de Grado para optar al título de Especialista en Responsabilidad Social Empresarial.**

**Asesor Docente**

**Oswaldo Antonio Salgado Cañaveral**

**Medellín**

**Noviembre de 2024**

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a Dios, mi Padre que guía mis pasos, me da fortaleza y es en donde pongo mis esperanzas y mis fuerzas.

A mi familia, que son el motor del amor para avanzar y confiar en mí.

A mi amiga "Yaz" que siempre me impulsó y supo ser la Amiga adecuada para este logro.

A todos los que con palabras, preguntas, aportes e ideas hicieron parte de este camino.

A mi empresa, que me facilitó y brindó la oportunidad de estudiar y crecer.

## Resumen

Este estudio tiene como objetivo caracterizar el conocimiento que tienen las microempresas (ME) del centro de la ciudad de Medellín sobre responsabilidad social empresarial (RSE) y su disposición de realizar actividades de RSE. La RSE es un campo de estudio en el que tradicionalmente se ha dado preponderancia a lo que hacen las grandes empresas. Se utilizó la metodología cualitativa, y la entrevista como método de recolección de información. Se entrevistaron quince personas vinculadas a áreas administrativas de ME del Centro de la ciudad de Medellín en Colombia. Las ME obtuvieron del Registro Único Empresarial y Social, repositorio donde están registradas todas las empresas que están activas en Colombia. Se concluye que el conocimiento que tienen las ME sobre actividades de RSE es limitado, que tienen como modelo a las grandes empresas, pero algunas de ellas desarrollan actividades de RSE y tienen disposición de realizar más, aunque tienen como restricción los recursos limitados.

**Palabras claves:** RSE, desarrollo sostenible, microempresa.

## INDICE

### INTRODUCCIÓN

#### CAPÍTULO I

##### EL PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA
3. OBJETIVOS
- 3.1. OBJETIVO GENERAL
- 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS
4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

#### CAPÍTULO II

##### MARCO TEÓRICO

1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN
2. BASES TEÓRICAS

#### CAPÍTULO III

##### METODOLOGÍA

1. PARADIGMA
2. TIPO DE INVESTIGACIÓN
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN
4. POBLACIÓN Y MUESTRA
5. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS
6. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO
7. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE RESULTADOS
8. CONSIDERACIONES ÉTICAS

#### CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y RESULTADOS

#### CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFIAS

ANEXOS

## INTRODUCCIÓN

Este documento aborda los detalles de una propuesta de investigación en responsabilidad social empresarial (RSE) en el contexto de las microempresas en Colombia, un tema que ha sido tradicionalmente relegado en la literatura académica, que tiende a enfocarse en las grandes corporaciones. Esta propuesta pretende abordar el **conocimiento** y la disposición de las microempresas ubicadas en el centro de la ciudad de Medellín, en Colombia, para implementar prácticas de RSE. Dada su importancia en la economía nacional y su potencial para contribuir al desarrollo sostenible, este estudio se justifica por la necesidad de explorar un vacío en la investigación sobre RSE en microempresas, (Barroso-Tanoira, 2008) teniendo en cuenta que estas entidades tienen un impacto positivo en sus comunidades (Taxis et al., 2016).

Por lo tanto, existe una oportunidad para investigar la relación entre la microempresa y la RSE como herramienta reputacional. Este estudio permitió caracterizar dicha relación, basada en hallazgos empíricos que sugieren que es posible aprovechar la disposición de estas empresas para desarrollar actividades de RSE, apoyándose en su capital relacional. A lo largo del documento se presentarán los resultados de la revisión de literatura, los objetivos de la investigación, las bases teóricas del estudio, la metodología empleada, una conclusión orientada a comprender la RSE en el contexto de las microempresas y una estrategia encaminada a aprovechar la disposición de las microempresas para desarrollar actividades de RSE.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Según el Registro Único Empresarial y Social de la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, las ME constituyen la mayoría de las empresas en Colombia y emplean a la mayor parte de la fuerza laboral del país (Cámara de Comercio de Medellín, 2024). No obstante, la literatura sobre RSE, que reposa en las bases de datos académicas, particularmente en *Scopus*, tal como se verá más adelante, se enfoca principalmente en las grandes empresas, tanto en Colombia como en el resto de América Latina (Hauser et al., 2023).

Tradicionalmente, las ME han tendido a imitar las prácticas de RSE de las grandes corporaciones, es decir, su cultura de emprendimiento de nuevos proyectos está determinada por los modelos que la ME pueda encontrar en las grandes empresas, a pesar de no contar con el tamaño, los recursos ni la estructura de gobernanza de estas. En el contexto latinoamericano, y en Colombia particularmente, las condiciones de pobreza y exclusión destacan el potencial papel de las ME en combatir estos problemas al ser las empresas que generan más empleo, de este modo, promueven el sustento de la mayor cantidad de hogares existentes y promueven la creación de riqueza (Aoki & Badalotti, 2014). En Colombia, el 93% de las empresas son ME (Cámara de Comercio de Medellín, 2024), las ME generan valor social positivo y estabilidad, esto es, entregan beneficios a sus dueños, proveedores y clientes, con lo cual mejoran la calidad de vida de las comunidades en las que operan (Taxis et al., 2011).

## **2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Dado que el conocimiento sobre RSE en microempresas es limitado, y considerando la posible existencia de prácticas y enfoques únicos en este tipo de empresas, este estudio se formula con la siguiente pregunta: ¿Qué conocimientos tienen las microempresas del centro de Medellín sobre RSE y cuál es su disposición para implementar estas prácticas?

## **3. OBJETIVOS**

### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Caracterizar el conocimiento que tienen las microempresas ubicadas en el centro de la ciudad de Medellín sobre RSE y su disposición de realizar actividades afines con RSE.

### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar qué entienden las microempresas del centro de Medellín sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y sus beneficios.
- Establecer las actividades de RSE que están implementando actualmente las microempresas en el Centro de Medellín
- Proponer una ruta para implementar prácticas de RSE en las microempresas del Centro de Medellín en cuanto a cultura emprendedora, cadena de valor y sostenibilidad.

## **4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

La justificación para investigar el conocimiento y el interés de microempresas colombianas en prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) se fundamenta en varios aspectos. En primer lugar, las microempresas constituyen una parte significativa del

tejido empresarial en Colombia, y su contribución a la economía nacional es considerable. En la tabla 1 se menciona la constitución del tejido empresarial colombiano discriminando empresas por tamaño.

**Tabla 1**

*Empresas en Colombia por su tamaño.*

<b>Tamaño de la empresa</b>	<b>Número de empresas</b>	<b>Participación del total de empresas</b>
<b>Grande</b>	4.842	0.5%
<b>Mediana</b>	17.533	1.1%
<b>Pequeña</b>	89.093	5.6%
<b>Microempresa</b>	1.398.960	92.5%
<b>Total</b>	1.510.432	100%

*Nota.* Registro Único Empresarial y Social (2024).

Sin embargo, muchas de estas empresas carecen de políticas de RSE formalizadas, lo que limita su capacidad para abordar problemas sociales y ambientales, así como para mejorar su competitividad en el mercado y la mayor cantidad de políticas de RSE son claras solamente en grandes empresas, por lo que se concluye de sus informes de sostenibilidad (Lemus & Carrascal-Delgado, 2020; Aoki & Badalotti, 2014).

Adicionalmente, la investigación sobre RSE en el contexto de las microempresas es escasa, lo que sugiere un vacío en el conocimiento que necesita ser explorado, esto lo afirman Piragauta, Amor (2017) y Cañizares-Arévalo (2020). Comprender cómo estas empresas perciben y se involucran en prácticas de RSE puede proporcionar información valiosa sobre las barreras y motivaciones que enfrentan, así como sobre las oportunidades para fomentar un mayor compromiso con la sostenibilidad. Asimismo, la RSE puede ser un motor para el desarrollo sostenible, ya que las microempresas tienen el potencial de generar empleo y mejorar las condiciones de vida en sus comunidades. Al

adoptar prácticas responsables, estas empresas no solo pueden contribuir a la solución de problemas sociales, sino también mejorar su reputación y atraer a clientes que valoran la sostenibilidad. Finalmente, esta investigación puede ayudar a identificar estrategias efectivas para capacitar a las microempresas en la implementación de prácticas de RSE, lo que podría resultar en un impacto positivo tanto a nivel empresarial como comunitario. Este estudio puede también contribuir a promover el conocimiento sobre las prácticas de RSE en microempresas, a identificar las motivaciones de las microempresas para desarrollar estas actividades y a promover un cambio positivo en el sector de las microempresas en Colombia, alineando sus prácticas con los estándares de la RSE y contribuyendo al bienestar social y ambiental.

## CAPÍTULO II

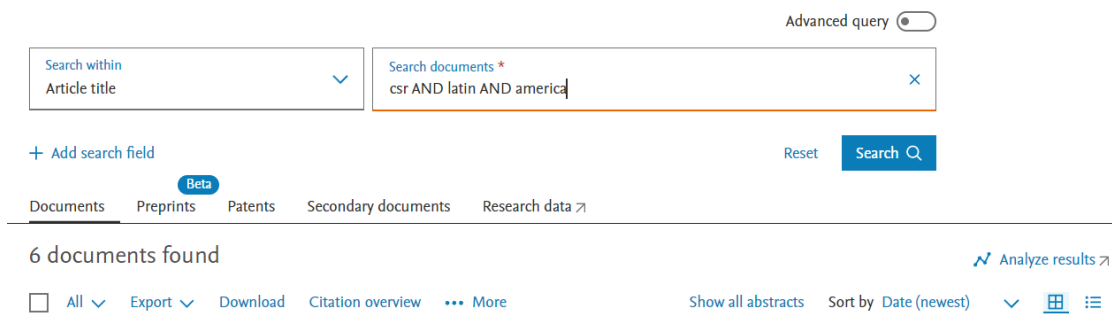
### MARCO TEÓRICO

#### 1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Se hizo una indagación en Scopus sobre estudios de RSE en América Latina. Los resultados se ilustran en la Figura 1.

#### Figura 1

*Resultados de búsqueda de literatura en Scopus*



The image shows a screenshot of the Scopus search interface. At the top right, there is a toggle for "Advanced query". Below it, there are two search input fields. The first field is labeled "Search within" and has a dropdown menu with "Article title" selected. The second field is labeled "Search documents\*" and contains the search query "csr AND latin AND america". Below the search fields, there is a "+ Add search field" button, a "Reset" button, and a "Search" button with a magnifying glass icon. Below the search area, there is a navigation bar with tabs for "Documents", "Preprints", "Patents", "Secondary documents", and "Research data". The "Preprints" tab is highlighted with a "Beta" badge. Below the navigation bar, it says "6 documents found" and "Analyze results". At the bottom, there are several options: "All", "Export", "Download", "Citation overview", "More", "Show all abstracts", and "Sort by Date (newest)".

*Nota. Fuente: Scopus.*

Se concluye de esta búsqueda, que sobre la temática de RSE son relevantes autores como Núñez & Castro (2024), Discua (2020), Hauser et al., (2023), Carrillo-Durán & (Tato-Jiménez, 2017).

Teniendo en cuenta lo anterior, es entonces evidente la falta de estudios que sobre los temas responsabilidad social empresarial (*corporate social responsibility*), se encontraron solo seis documentos que abordaran esta temática, lo que muestra la pertinencia de la elaboración de este estudio. De los seis documentos hallados, es posible concluir que la responsabilidad social en América Latina presenta varias características particulares y pertinentes solo a las microempresas de un determinado contexto. A continuación, se mencionarán.

### **Falta de Cultura Sólida Emprendimiento de Nuevos Proyectos en Microempresas.**

Las ME en América Latina a menudo carecen de una sólida cultura emprendedora de nuevos proyectos, lo que las lleva a *imitar* las estrategias de las grandes corporaciones. Esto puede limitar su capacidad para desarrollar prácticas de responsabilidad social efectivas. Por otro lado, estas empresas enfrentan barreras significativas para comportamientos responsables, principalmente debido a sus limitaciones financieras. Esto afecta su capacidad para implementar políticas de RSE (Carrillo-Durán & Tato-Jiménez, 2017a).

### **Contribución al Desarrollo Sostenible**

Algunas empresas en países como Brasil y Colombia están contribuyendo al desarrollo sostenible al enfocarse en la conservación ambiental y la biodiversidad, utilizando productos naturales y comprando insumos bajo condiciones de comercio justo y de origen orgánico (Núñez & Castro, 2024a). Sin embargo, en términos generales, el contexto de RSC en América Latina es complejo y ambiguo, lo que presenta desafíos para los líderes y gerentes en la implementación de prácticas efectivas. Esto incluye la necesidad de adaptarse a cambios en políticas que obligan a las empresas a iniciar actividades de RSE sin estar completamente preparadas (Hauser et al., 2023a).

Por otra parte, muchas microempresas latinoamericanas reconocen que sus esfuerzos en RSE no alcanzan los estándares reconocidos, lo que indica una percepción común de que están por debajo de las expectativas en términos de responsabilidad social, ambiental y de gobernanza (Hauser et al., 2023a). También es importante mencionar que los estudios y reportes sobre RSE en América Latina han captado la atención de organizaciones internacionales, lo que resalta la importancia de la región en el contexto global de sostenibilidad y responsabilidad social (Núñez & Castro, 2024a).

### **Incentivos a través de la Cadena de Valor**

Para las ME, el incentivo para ser más responsables a menudo proviene de la cadena de valor a la que pertenecen, lo que sugiere que la colaboración y las relaciones

comerciales pueden influir en el desarrollo de sus prácticas de RSE, también es importante mencionar que existe una necesidad de encontrar soluciones a la pobreza y la exclusión en Latinoamérica, mediante la creación de oportunidades de creación de valor económico para grupos que suministran bienes y servicios, lo que puede impulsar la implementación de prácticas de RSE, estas oportunidades reflejan un contexto en el que las empresas pueden integrar la RSE en sus estrategias para mejorar su competitividad y contribuir al bienestar social y ambiental (Núñez & Castro, 2024a). Estas características reflejan un panorama diverso y desafiante para la implementación de la responsabilidad social en esta región.

## **2. BASES TEÓRICAS**

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado significativamente desde sus primeras manifestaciones, que se remontan a la Revolución Industrial, hasta su formalización en el siglo XX. A continuación, se presenta un análisis de sus orígenes y evolución, respaldado por referencias académicas. Durante la Revolución Industrial, algunas empresas comenzaron a adoptar prácticas filantrópicas, aunque sin un marco formal. Estas acciones iniciales marcaron el reconocimiento de las implicaciones sociales de las actividades empresariales, sentando las bases para el desarrollo posterior de la RSE (Mainardi & Suárez, 2021).

El concepto de "responsabilidad social" cobró relevancia en 1953 cuando Howard R. Bowen lo introdujo en su obra *Social Responsibilities of the Businessmen*. Bowen argumentó que las empresas tienen el deber de retribuir a la sociedad por los recursos que reciben de ella, lo que supuso un giro hacia una mayor consideración ética en las prácticas empresariales (Cuadrado et al., 2023). En la década de los 80, Archie Carroll amplió este enfoque con su "Teoría de la pirámide", que clasifica las responsabilidades sociales en cuatro niveles: económicas, legales, éticas y filantrópicas. Esta estructura ha sido clave para entender la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y su relevancia en la gestión empresarial actual (Mainardi & Suárez, 2021).

La evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha transcurrido por distintas etapas significativas. En la fase inicial, que abarca el siglo XIX hasta la primera mitad del siglo XX, las empresas se dedicaban principalmente a actos filantrópicos, aunque sin un reconocimiento formal de la RSE. Sin embargo, empezaban a gestarse movimientos que abogaban por una mayor responsabilidad social (Cajiga, 2020).

La fase crítica se inicia en la segunda mitad del siglo XX, marcada por un aumento en la presión social y gubernamental. A partir de los años 60, las empresas comenzaron a adoptar prácticas más responsables al reconocer su impacto en la sociedad y el medio ambiente. Este periodo también fue testigo del surgimiento de regulaciones destinadas a proteger los intereses públicos (Mainardi & Morán, 2021). Desde finales del siglo XX hasta la actualidad, la RSE ha adquirido una importancia central en la estrategia empresarial moderna. Las empresas son ahora vistas como agentes de cambio social y desarrollo sostenible, lo que ha llevado a un enfoque más sistemático y formalizado en sus prácticas (Cuadrado et al., 2023). Así, la RSE ha pasado de ser una actividad marginal para convertirse en un componente esencial de la gestión empresarial.

En Colombia, algunas grandes empresas se destacan por sus prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), reflejando un compromiso significativo con el medio ambiente, la comunidad y la ética corporativa. Un ejemplo notable es Bancolombia, que lidera el ranking de Merco Responsabilidad ESG 2022 (MERCO, 2022). Esta entidad ha implementado un enfoque en la sostenibilidad y el impacto social, destacándose en su compromiso con la inclusión financiera y el bienestar de sus empleados.

Otro actor importante es Grupo Nutresa, un conglomerado alimentario que ha promovido prácticas sostenibles en su cadena de suministro. Este grupo también se enfoca en el desarrollo social de las comunidades donde opera, manteniendo un fuerte compromiso con la responsabilidad ambiental. Su dedicación a la sostenibilidad se traduce en iniciativas que benefician tanto a sus consumidores como a los productores locales (Grupo Nutresa, 2021).

Crepes & Waffles es otra empresa que ha hecho de la RSE una parte integral de su modelo de negocio. Esta cadena de restaurantes ha implementado políticas que favorecen la inclusión laboral y el desarrollo sostenible, así como programas que benefician a sus empleados y a la comunidad. Su enfoque en la responsabilidad social ha contribuido a crear un entorno laboral positivo y solidario (Crepes & Waffles., 2020). Otra importante empresa es Alpina, una reconocida empresa del sector lácteo, también se destaca por sus iniciativas en sostenibilidad. Alpina ha adoptado prácticas responsables en el uso de recursos naturales y ha desarrollado programas de apoyo a comunidades rurales, contribuyendo al desarrollo local y al bienestar social (Alpina, 2022).

Por último, Sura ha demostrado un fuerte compromiso con la salud y el bienestar a través de programas que promueven la educación financiera y la inclusión social. Su enfoque ético en los negocios resalta su papel como líder en RSE dentro del sector financiero (Sura, 2021). Otras empresas como Ecopetrol, Grupo Éxito, Alquería y Grupo Argos también figuran entre las más responsables en términos de RSE, cada una contribuyendo a diferentes aspectos del desarrollo sostenible y el bienestar social en Colombia.

En términos generales, la forma en la que las grandes empresas latinoamericanas hacen actividades de RSE, se resume en la Tabla 2.

**Tabla 2**

*Actividades de RSE de grandes empresas latinoamericanas.*

<b>Actividades de RSE</b>	<b>Descripción detallada</b>
<b>Transparencia y prácticas anticorrupción</b>	Las empresas deben establecer normas de conducta para prevenir conflictos de interés y asegurar el uso adecuado de los recursos. Esto incluye sistemas para la declaración de ingresos, activos y pasivos por parte de los funcionarios, promoviendo una cultura de transparencia.
<b>Educación y capacitación</b>	Es fundamental que las empresas y sus empleados comprendan los beneficios de la RSE. Esto implica no solo educación formal, sino también entrenamiento y capacitación, especialmente para las pequeñas empresas, que pueden recibir apoyo de instituciones públicas y grandes empresas a través de la cadena de valor.
<b>Involucramiento con la comunidad</b>	Las empresas deben desarrollar una visión integral que considere no solo sus intereses, sino también los de la comunidad en la que operan. Esto incluye ajustar procesos productivos para reducir residuos y promover un clima interno de confianza y compromiso.

**Relaciones con partes interesadas**

Las empresas deben gestionar sus relaciones con diversas organizaciones públicas, privadas y sociales, lo que implica enfrentar presiones y demandas de diferentes grupos. La RSE se convierte en una estrategia para manejar estas relaciones de manera más eficaz.

Nota. Fondo Multilateral de Inversiones (2011).

Por otra parte, es importante mencionar qué actividades de RSE hacen las ME latinoamericanas. En la Tabla 3 se incluyen los resultados de búsqueda avanzada de *google*.

Las ME tienen desafíos importantes, tienen mucha más fragilidad frente a descensos en ventas, no tienen tanto acceso a bienes de capital (Westhead & Storey, 1996), tienen conocimiento limitado (Mbonyane & Ladzani, 2011), y recursos escasos (Taxis et al., 2011) para hacer frente a todas estas adversidades, por esa razón, están en una situación de desventaja frente a las grandes empresas para hacer actividades de RSE. Sin embargo y a pesar de ello, se encontró en un rastreo de literatura, que algunas ME en Latinoamérica realizan algunas actividades de RSE.

**Tabla 3**

*Actividades de RSE de microempresas latinoamericanas*

<b>Actividades de RSE</b>	<b>Descripción detallada</b>	<b>Autor</b>
<b>Actividades relacionadas con el acceso al sistema financiero</b>	Se proponen como una solución para facilitar el acceso al sistema financiero en condiciones adecuadas, promoviendo el desarrollo empresarial, económico y financiero del país. Estas finanzas buscan atender a grupos sociales vulnerables, como las ME y pequeños ahorradores, cuyos intereses no siempre coinciden con los de las instituciones financieras tradicionales.	Sierra & Londoño (2008).
<b>Actividades de RSE internas y externas</b>	La adopción de principios y políticas responsables que benefician a la comunidad y al medio ambiente, la creación de un ambiente laboral armonioso, la promoción de la equidad social, y la participación en proyectos que generan un impacto positivo en la sociedad. Estas prácticas buscan mejorar su reputación y competitividad, así como fortalecer las relaciones con clientes y proveedores, contribuyendo así al desarrollo sostenible y a la permanencia de las microempresas en el mercado.	González & López, (2014).
<b>Actividades de RSE internas y externas</b>	Las actividades de RSE incluyen capacitación sobre derechos humanos, eliminación del trabajo forzoso e infantil, protección ambiental, uso eficiente de recursos, talleres con proveedores, respeto a la legislación nacional y medidas de verificación de acciones.	Espinoza, (2016).
<b>Actividades de RSE</b>	Las prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) mencionadas incluyen: Proponer nuevas prácticas de RSE que ayuden a convertir y mantener a la ciudad de Quito como un territorio	Ramírez & Echeverri-R

**internas y  
externas**

sostenible y responsable, implementar negocios sostenibles, agricultura urbana, producción de energías limpias, y respeto del uso del suelo, medir la satisfacción laboral y generar beneficios económicos para la empresa, comunicar la gestión realizada y reconocer cada actividad llevada a cabo por la empresa.

ubio,  
(2021).

*Nota.* Elaboración propia a partir de la información de la literatura consultada.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **1. PARADIGMA**

Esta es una investigación cualitativa, enfoque con el que es posible aproximarse a la complejidad de fenómenos como la RSE en microempresas del Centro de Medellín.

#### **2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Este es un estudio de tipo exploratorio (Hernández Sampieri et al., 2017)

#### **3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Este es un estudio de caso múltiple (Patton, 2015). La unidad de análisis en este estudio fueron las microempresas, entendidas como las entidades desde donde se puede caracterizar el conocimiento sobre RSE y la disposición a realizar actividades que se pueden clasificar como propias de la RSE.

Los participantes de este estudio suscribieron un acuerdo de confidencialidad, de modo que no se revelarán en los resultados los nombres de las personas o empresas que colaboraron suministrando información para este estudio.

#### **4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

En este estudio se hizo un muestreo de tipo intencional, es decir, la investigadora eligió población, a las microempresas del Registro Único Empresarial y Social, y contactó a las microempresas a las que tuvo mayor facilidad de acceso por distancia, conocimiento o accesibilidad. (Esta fue la muestra). Este tipo de muestreo consiste en elegir casos que le permitan a la investigadora obtener información relevante para alcanzar los objetivos de su estudio (Patton, 2015). Se hicieron quince entrevistas a quince dueños o administradores de microempresas del centro de la ciudad de Medellín.

## Cronograma

<b>Proceso</b>	<b>Número de semanas</b>
<b>Redacción completa del proyecto</b>	Semana 1
<b>Contacto a microempresas</b>	Semana 2
<b>Realización de entrevistas</b>	Semana 3 y Semana 4
<b>Análisis de información</b>	Semana 4
<b>Redacción de informe</b>	Semana 4

*Nota.* Elaboración propia.

En la Tabla 4, se sintetizan los principales elementos de esta propuesta.

**Tabla 4**

*Síntesis de la propuesta en planteamiento del problema*

Título	Objetivos	Tipo de estudio	Sujetos	Instrumentos	Categorías de análisis
<b>Conocimiento y Disposición para la realización de actividades de Responsabilidad Social Empresarial en microempresas ubicadas en el centro de la ciudad de Medellín.</b>	<b>Objetivo General</b> Caracterizar el conocimiento que tienen las microempresas ubicadas en el centro de la ciudad de Medellín sobre RSE y su disposición de realizar actividades afines con RSE.	Estudio de caso cualitativo.	Gerentes generales o propietarios de 15 microempresas ubicadas en el centro de la ciudad de Medellín (Colombia).	Entrevista semi estructurada	Cultura emprendedora
	<b>Objetivos específicos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar qué entienden las microempresas del Centro de Medellín sobre el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y sus beneficios.</li> <li>• Establecer las actividades de RSE que están implementando actualmente las microempresas en el Centro de Medellín.</li> <li>• Proponer una ruta para implementar prácticas de RSE en las microempresas del Centro de Medellín en cuanto a cultura emprendedora, cadena de valor y sostenibilidad.</li> </ul>				Cadena de valor
					Sostenibilidad

*Nota.* Elaboración propia.

## 5. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La información se recolectó mediante el uso de la entrevista semi estructurada hecha a una persona que desempeñara funciones administrativas dentro de la ME. Esta técnica de recolección de información permite obtener datos de los fenómenos en los entornos en los que ocurren (Hernández-Sampieri et al., 2014). Los datos recopilados fueron ser examinados, categorizados y tabulados. Este proceso implica organizar la información de manera que facilite su análisis posterior, permitiendo identificar patrones y relaciones significativas (Eisenhardt, 1989).

## 6. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

En investigación cualitativa, la rigurosidad del instrumento se garantiza, verificando que las preguntas estén orientadas a obtener la información solicitada en los objetivos, y asegurando su comprensión de acuerdo con el público objetivo.

## 7. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la Tabla 5 se explica el proceso que se seguirá con los datos obtenidos a partir de la entrevista a profundidad.

**Tabla 5**

*Actividades por realizar con los datos que se recolectarán por medio de las entrevistas.*

Proceso	Número	Criterios
Transcripción	1	Los datos fueron transcritos con un adecuado nivel de detalle
Codificación	2	Cada ítem recibió el mismo tratamiento en el proceso de codificación
	3	El proceso de codificación ha sido minucioso, inclusivo y completo
	4	Se recogieron todos los códigos relevantes para cada tema
	5	Se compararon todos los temas entre sí y con el conjunto de datos original
	6	Los temas son internamente coherentes, consistentes y distintos entre sí

<b>Análisis</b>	7	Los datos se analizaron, interpretaron y se les encontró sentido, se hizo más que describirlos o parafrasearlos
	8	El análisis y los datos coinciden entre sí
	9	El análisis cuenta una historia convincente y bien organizada sobre los datos y los temas
	10	Hay un buen balance entre narrativa ilustrativa y analítica
<b>Aspectos generales</b>	11	Se asignó tiempo suficiente para completar todas las fases del análisis de forma adecuada
<b>Informe de hallazgos</b>	12	Se explican claramente los supuestos y el enfoque específico del análisis de los temas
	13	El método descrito y el análisis hecho son consistentes
	14	El lenguaje y los conceptos son coherentes con la postura epistemológica del análisis

*Nota.* Braun & Clarke (2006).

## 8. CONSIDERACIONES ÉTICAS

Los participantes del estudio suscribieron un acuerdo de confidencialidad. Se protegen sus nombres y los nombres de las empresas en las que ellos trabajan.

## CAPÍTULO IV

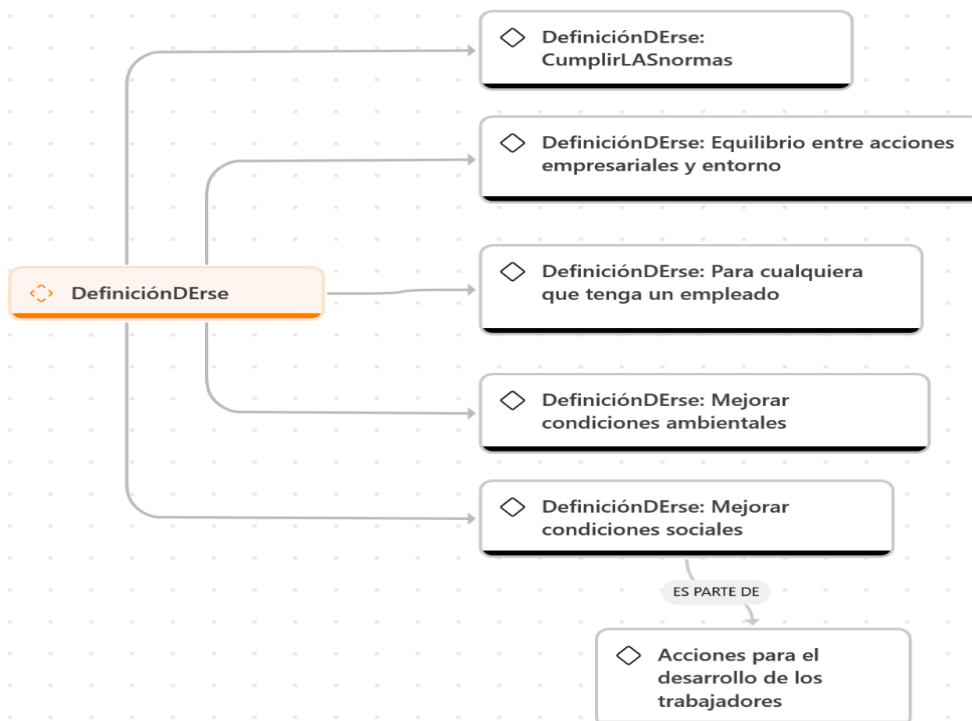
### ANÁLISIS Y RESULTADOS

A continuación se presentarán los resultados dividiéndolos en cuatro principales grupos de temas: *Definición del concepto RSE*, *Acciones de Responsabilidad Social Empresarial que Hacen las Microempresas*, *Acciones de Responsabilidad Social Empresarial que Conocen las personas entrevistadas* y *Acciones de Responsabilidad Social Empresarial que podrían hacer las empresas a las que están vinculadas las personas entrevistadas*. Estos temas son congruentes con las dimensiones explicadas en la Tabla 6.

En la parte final de la presentación de resultados, se mencionará un conjunto final de hallazgos relevantes. La información resultante de las entrevistas fue transcrita y codificada utilizando el programa *Atlas ti*. En la Figura 1 se mencionan los elementos constitutivos de las definiciones de RSE.

#### Figura 1

##### *Definición de Responsabilidad Social Empresarial*



*Nota.* Elaboración propia.

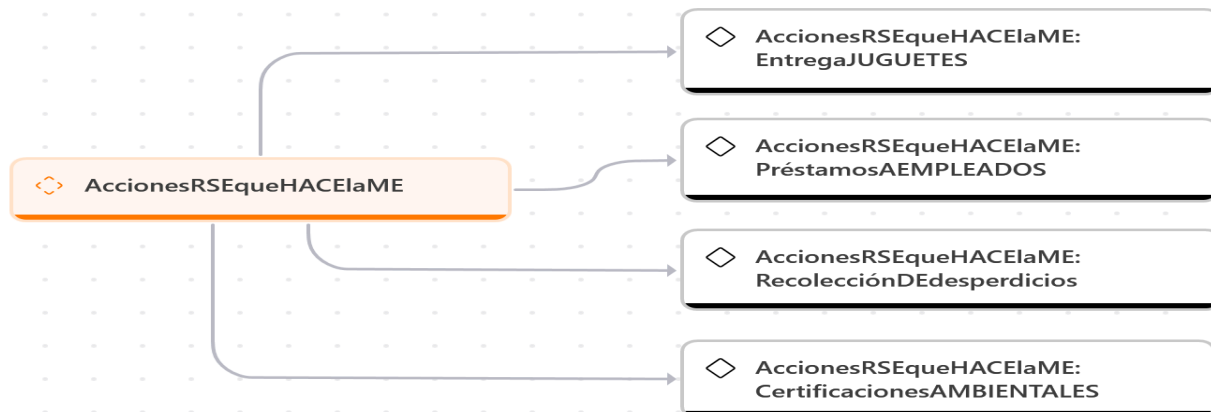
Tal como se mencionó en los elementos conceptuales de la primera parte de este trabajo, las ME tienden a estar en una situación de precariedad en cuanto a su disponibilidad de recursos, eso implica, que no siempre todas las ME tienen la liquidez suficiente para poder cumplir con sus obligaciones en materia de pagos de sus trabajadores al sistema general de seguridad social. Por tal razón, las personas entrevistadas consideran que ya el hecho de poder cumplir las normas en materia laboral (es decir, el mínimo exigible para cualquier empresa) es una actividad de RSE “aquí por ejemplo se le paga a los trabajadores cumplido, se los afilia a la ARL, a la Caja”. (E2).

Los entrevistados también mencionaron que cualquier empresa independientemente de su tamaño, es responsable de realizar actividades de RSE, que fundamentalmente se expresan en hechos tales como el diseño y ejecución de actividades para buscar el beneficio de los trabajadores, el beneficio del medio ambiente, y las mejoras en las condiciones sociales del entorno en el que opera la empresa. Estas acciones deben estar enfocadas en la búsqueda de la “armonía” entre las acciones empresariales y el entorno. “A nosotros nos interesa la armonía entre la empresa y los proveedores y los clientes” (E13).

A continuación, en la Figura 2, se ilustrarán las acciones de RSE que realizan las ME.

## **Figura 2**

*Acciones de Responsabilidad Social Empresarial que Hacen las Microempresas.*



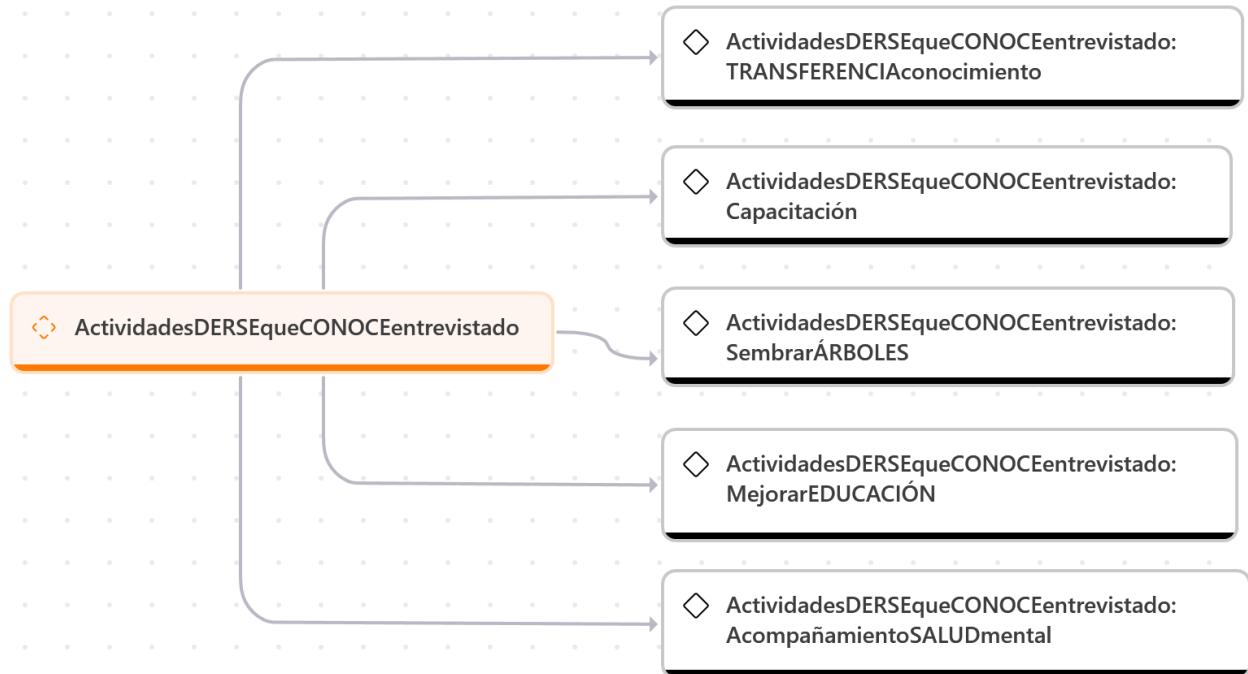
*Nota.* Elaboración propia.

Las personas entrevistadas todavía asocian el concepto de RSE a la realización de acciones de altruismo o caridad, como regalar juguetes. A pesar de esto, se encontró que las ME realizan acciones de RSE tales como convenios con entidades financieras para facilitar los créditos a sus trabajadores, créditos que pueden descontarse de nómina. Otras acciones que los entrevistados consideraron como acciones de RSE, son la implantación de sistemas de gestión ambiental, y la recolección y reciclaje de desperdicios. “Nosotros acá vendemos la chatarra a un señor que la funde y nos la vuelve a vender como argollas” (E4).

A continuación, en la Figura 3, se mencionarán las acciones de RSE que los representantes de las ME conocen, aunque no se implementan en las empresas en las que trabajan.

### **Figura 3**

*Acciones de Responsabilidad Social Empresarial que Conocen las personas entrevistadas*



*Nota.* Elaboración propia.

Las personas entrevistadas mencionan estar familiarizadas con actividades de transferencia de conocimiento, un aspecto clave para la propuesta de mejoramiento en la gestión de la RSE para ME. Los representantes de las ME reconocen que, entre empresas, especialmente de grandes a pequeñas, ocurre una transferencia de conocimiento crucial para su desarrollo. En particular, las ME, como se discutirá más adelante, muestran interés en implementar prácticas de RSE, pero carecen del conocimiento y la experiencia necesarios para gestionarlas adecuadamente. “no hay como métodos para uno saber cómo puede hacer más” (E12).

Otra actividad de RSE que mencionaron los entrevistados, es la capacitación, capacitación que puede darse a los proveedores, a los socios comerciales o a los clientes sobre aspectos de comercialización de productos. Los entrevistados mencionaron que en ocasiones, hay resistencia de los clientes a recibir capacitación por parte de los clientes. “Uno trata, uno dice venga yo le enseño pero noooo, ellos no quieren aprender son muy reacios”. E5.

Una tercera actividad identificada por los entrevistados como actividad propia de la RSE es la siembra de árboles, un lugar común cuando se indaga sobre formas en las que es posible que una empresa de cualquier tamaño puede hacer RSE. “Una actividad de responsabilidad social es como no sé.. la siembra de árboles” (E6)

Finalmente, la contribución a la salud mental de los trabajadores y la contribución a la educación (de trabajadores propios o de personas en situación de vulnerabilidad) es otra manifestación de las acciones de RSE que conocen las personas entrevistadas. “Nos interesa también contribuir a la salud mental de los colaboradores” (E10).

A continuación, en la Figura 4, se mencionan las actividades de RSE que podrían hacer las empresas en las que están vinculadas las personas entrevistadas.

#### Figura 4

*Acciones de Responsabilidad Social Empresarial que podrían hacer las empresas a las que están vinculadas las personas entrevistadas.*

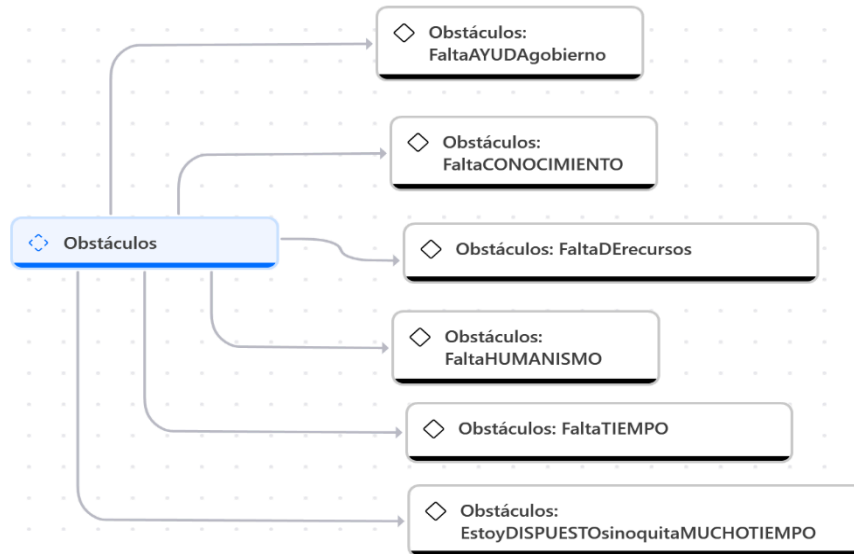


*Nota.* Elaboración propia.

Dentro de las actividades de RSE que las empresas *podrían* hacer están, la adecuación de la infraestructura física de las empresas para que los trabajadores puedan tener un espacio de comedor adecuado, la capacitación para incrementar la empleabilidad en mujeres cabeza de hogar, teniendo en cuenta que los hogares en donde la jefe es una mujer constituyen una importante proporción de hogares en la ciudad de Medellín. Otra actividad es la adecuación de medios físicos como andenes, señales de tránsito, semáforos, etc, para disminuir la probabilidad de accidentes de tránsito en los que resulten afectados los trabajadores o clientes de una ME. Otra actividad mencionada, es la capacitación que puede darse a las personas que requieran vincularse productivamente a la sociedad. Finalmente, se menciona la necesidad de desarrollar actividades para el bienestar de los adultos mayores. “Por ejemplo acá, esta es una universidad, los estudiantes los podría coger un carro porque pasan muy rápido, le hemos propuesto a la vicerrectoría que adecue un semáforo una señalización para evitar accidentes, están trabajando en eso” (E12). En la Figura 5, se mencionan los obstáculos que se observan por parte de las personas vinculadas a las ME para la ejecución de una mayor cantidad de acciones de RSE.

### **Figura 5**

*Obstáculos percibidos por los entrevistados para la realización de una mayor cantidad de acciones de RSE.*



*Nota.* Elaboración propia.

Las personas entrevistadas, expresaron que hay fundamentalmente dos elementos que evitan que las ME a las que están vinculados puedan desarrollar más acciones de RSE y son, la falta de recursos económicos y la falta de conocimiento.

La ME, tienen como se expresó anteriormente, una condición característica y es la escasez de recursos. Aun cuando existe el interés por desarrollar actividades de RSE, es fundamental según los entrevistados, poder contar con recursos que permitan desarrollar estas acciones. Queda por indagar si es porque todavía prima la idea entre las personas vinculadas a ME, de que la RSE implica *regalar* productos para paliar necesidades inmediatas y urgentes.

También hubo personas vinculadas a las ME expresaron tener interés en desarrollar actividades de RSE, pero manifestaron *no tener conocimiento* de cómo hacerlo, esto es, cómo detectar necesidades, como poder constituir sociedades con otras personas o empresas para poder formular y ejecutar proyectos de RSE, cómo formular las acciones del proyecto y cómo hacer seguimiento al logro de sus objetivos. “no hay como métodos para uno saber cómo puede hacer más” (E12).

En este sentido, también se resaltó la necesidad de las ayudas del Estado en representación de instituciones de gobierno local, departamental y nacional para poder

obtener recursos que posibiliten el diseño y ejecución de actividades de RSE. “Es que si uno tuviera apoyo del Estado algún estímulo se harían mas cosas de responsabilidad social”. (E9).

Los entrevistados mencionan también que falta lo que se denominó “humanismo” es decir, una mayor conciencia de que las empresas no se deben únicamente a las expectativas de retornos sobre la inversión que lógicamente deben tener sus propietarios y socios, sino que también tienen la responsabilidad de responder a las demandas sociales del entorno. “Falta como sentido de humanismo que las empresas no son solo para hacer plata” (E6).

Finalmente, las personas vinculadas a la ME también expresaron que falta *tiempo* para poder dedicarlo al diseño y ejecución de actividades de RSE. “Nosotros podríamos, podríamos hacer más pero no tenemos el factor económico que es muy importante y necesario, eso es lo que nos detiene” (E4)

### **Importancia de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial**

Las personas entrevistadas, manifiestan la conveniencia de hacer acciones de responsabilidad social, porque a diferencia de la visión existente hace unos años, existe ahora la conciencia de la necesidad de hacer que los beneficios que una empresa entrega a sus dueños o socios, se hagan extensivos a otros grupos de interés como proveedores, clientes, vecinos y al Estado mismo.

Los entrevistados consideran que el aporte de sus empresas en RSE puede ser fundamental en aspectos tales como, el avance en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), para hacer “aportes positivos” a la sociedad, y para poder alcanzar un “crecimiento armónico” de la empresa con su entorno.

### **Disposición a realizar actividades de Responsabilidad Social Empresarial**

Las personas entrevistadas manifestaron que en las empresas donde ellos trabajan, existe disposición a realizar actividades de RSE. “Si haríamos más” (E2). “Si haríamos más actividades” (E11).

## **Actividades de Responsabilidad Social Empresarial que podrían hacerse en las Microempresas**

Las personas entrevistadas afirmaron que podrían desarrollar una serie de actividades que impacten tanto el entorno social como el medio ambiente. Entre las iniciativas ambientales, podrían implementar el uso de empaques sostenibles y ofrecer productos amigables con el medio ambiente, mientras optimizan y modernizan su maquinaria para mitigar el impacto ambiental. También podrían establecer trazabilidad en la disposición de residuos peligrosos y ofrecer incentivos a los empleados que logren metas de producción o que adopten buenas prácticas ambientales en sus labores.

En el ámbito social, podrían organizar capacitaciones para emprendedores y apoyar la empleabilidad de mujeres cabeza de familia, brindándoles también acompañamiento en salud mental. Las actividades con adultos mayores y niños fortalecerían el vínculo comunitario, mientras que su participación en fundaciones aportaría a la construcción de tejido social. Además, estas empresas podrían llevar a cabo talleres y actividades de sensibilización sobre temas clave, siempre enfocadas en el bienestar y desarrollo de su capital humano, promoviendo también eventos ecológicos, deportivos y de bienestar.

Para reconocer el esfuerzo de sus empleados, podrían implementar programas de reconocimiento por buenas prácticas y fomentar el desarrollo de proveedores locales, creando así un ecosistema más robusto y sostenible. Este enfoque no solo beneficiaría a su entorno inmediato, sino que reflejaría el compromiso de estas empresas con una visión de crecimiento responsable y sostenible.

En la Tabla 7 se hace una síntesis de las competencias que requieren las ME para poder desarrollar actividades de RSE.

### **Tabla 7**

*Competencias requeridas por una ME para desarrollar actividades de RSE*

**Competencia**

**Descripción**

<b>Gestión de Empaques Sostenibles</b>	Capacidad para implementar empaques que sean reciclables, biodegradables o de bajo impacto ambiental, promoviendo la sostenibilidad en el ciclo de vida del producto.
<b>Fortalecimiento del Vínculo Comunitario</b>	Capacidad para desarrollar actividades que involucren a diferentes grupos de la comunidad, como adultos mayores y niños, fomentando la cohesión social y el sentido de pertenencia.
<b>Incentivos a Buenas Prácticas Ambientales</b>	Habilidad para diseñar e implementar programas que reconozcan y premien a los empleados por adoptar prácticas ambientales responsables y alcanzar metas sostenibles en su trabajo.
<b>Capacitación y Desarrollo Comunitario</b>	Capacidad para organizar programas de capacitación que apoyen a emprendedores y grupos vulnerables, como mujeres cabeza de familia, contribuyendo al desarrollo económico y social en la comunidad.
<b>Optimización de Procesos Productivos</b>	Habilidad para modernizar y mejorar la maquinaria y los procesos de producción con el objetivo de reducir el consumo de recursos y minimizar el impacto ambiental.

*Nota.* Elaboración propia.

## **Resultados esperados de la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Microempresas**

La implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en microempresas desencadenaría según los entrevistados, una serie de beneficios que trascienden el ámbito económico, generando un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Los representantes de las ME perciben que estas acciones promueven la independencia económica de las mujeres, fortalecen el tejido social y fomentan una mayor conciencia tanto social como empresarial.

Por otra parte, la RSE contribuye a mejorar la reputación de las marcas, reducir costos a través de la economía circular e incentivar el cuidado del medio ambiente. Estos resultados se verían reflejados en un crecimiento armónico entre los diferentes grupos de interés, desde los empleados hasta la comunidad, generando un desarrollo más equilibrado y sostenible. Teniendo en cuenta lo anterior, es posible afirmar que las prácticas de RSE en microempresas podrían generar beneficios económicos y también contribuirían a construir sociedades más justas y equitativas, posicionando a los microempresarios como agentes de cambio en sus comunidades.

En la Tabla 8 se resumen los beneficios de la implementación de prácticas de RSE en ME.

**Tabla 8**

*Beneficios de la implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en ME.*

<b>Beneficios de la RSE en Microempresas</b>	<b>Descripción</b>
Independencia Económica de las Mujeres	Promueve la autonomía financiera y el empoderamiento de las mujeres en la comunidad.
Fortalecimiento del Tejido Social	Fomenta la cohesión y colaboración entre los miembros de la comunidad, contribuyendo a su desarrollo.
Conciencia Social y Empresarial	Aumenta la sensibilización sobre la importancia de las prácticas responsables tanto en el ámbito social como empresarial.
Mejora de la Reputación de las Marcas	Genera una imagen positiva para las microempresas, lo que puede atraer a más clientes y socios.
Reducción de Costos a través de Economía Circular	Implementa prácticas que optimizan recursos y minimizan desperdicios, resultando en ahorros económicos.
Incentivo al Cuidado del Medio Ambiente	Promueve acciones que protegen y preservan el entorno natural, contribuyendo a un desarrollo sostenible.
Crecimiento Armónico entre Grupos de Interés	Facilita un equilibrio en las relaciones entre empleados, clientes y comunidad, promoviendo un desarrollo sostenible.
Construcción de Sociedades Justas y Equitativas	Contribuye a crear un entorno más equitativo y justo, posicionando a los microempresarios como agentes de cambio.

*Nota.* Elaboración propia.

Esta tabla resume los principales beneficios que las microempresas pueden obtener al implementar prácticas de RSE, destacando su impacto positivo en la economía, la sociedad y el medio ambiente.

### **Otros resultados importantes**

Las personas entrevistadas mencionaron que es muy importante que la empresa conozca bien su contexto interno y externo de modo que sea posible optimizar los escasos recursos para poder hacer actividades de RSE. El conocimiento de las necesidades de las personas, de los entornos, de proveedores, clientes y otros grupos de interés hace posible que se puedan diseñar planes articulados para que desde la

empresa se puedan impactar positivamente a los grupos de interés y al entorno físico de la empresa. Otros hallazgos resultantes de las entrevistas son:

- Las personas entrevistadas manifestaron que puede darse la transferencia de conocimiento sobre prácticas de RSE en la medida que una ME tenga cercanía y posibilidad de compartir las prácticas de RSE con una empresa con experiencia y conocimiento en prácticas exitosas de RSE. Las empresas exitosas en RSE son admiradas y son modelos por seguir para adquirir conocimientos y experiencia.
- La iniciativa para diseñar y ejecutar actividades de RSE a veces proviene de la misma ME, en ocasiones de un proveedor, en ocasiones de un cliente o en ocasiones de un aliado comercial. Un ejemplo de esta situación es una entidad financiera que buscó a una de las ME para ofrecer créditos de libranza a bajas tasas para los trabajadores de la ME. En tal sentido, según las personas entrevistadas, en un panorama de escasez de recursos son fundamentales las *sociedades* o *asociaciones* para poder desarrollar actividades de RSE, esto porque la ME puede beneficiarse de la transferencia de conocimiento y por el uso compartido de recursos con otras organizaciones que pueden ser públicas (como las alcaldías) o privadas (como otras empresas o asociaciones gremiales) para poder diseñar y ejecutar proyectos de RSE.
- Todos los representantes de las ME manifestaron tener intención de empezar a realizar actividades de RSE o a incrementar la cantidad de actividades de RSE que se realizan en la ME.

De todo lo anterior, se concluye que la RSE en las ME enfrenta desafíos significativos, como la falta de recursos económicos y conocimiento, pero también existe una fuerte disposición para su implementación. Las ME perciben la RSE como un medio para cumplir con sus obligaciones laborales mínimas, pero también como una oportunidad para generar un impacto positivo en su entorno, sus trabajadores y la sociedad en general.

Se evidenció que la implementación de prácticas de RSE puede traer beneficios más allá del ámbito económico, como la mejora de la reputación, la promoción de la

independencia económica de mujeres cabeza de hogar, el fortalecimiento del tejido social y la adopción de prácticas ambientales sostenibles. No obstante, persisten percepciones que vinculan la RSE principalmente con acciones de caridad o altruismo, lo cual limita su potencial transformador.

Es fundamental fomentar la transferencia de conocimientos desde grandes empresas hacia las microempresas, para cerrar las brechas de información y experiencia, y así mejorar la efectividad de las prácticas de RSE. Además, es clave fortalecer alianzas estratégicas con organizaciones públicas y privadas para compartir recursos y diseñar proyectos de mayor alcance e impacto. En la Tabla 9 se ilustran los grupos de interés, su descripción, y los potenciales impactos positivos del desarrollo de actividades de RSE

**Tabla 9**

*Potenciales impactos positivos del desarrollo de actividades de RSE*

<b>Grupo de Interés</b>	<b>Descripción</b>	<b>Impactos Potenciales</b>
Empleados	Personas que trabajan en la ME.	Mejora de la satisfacción laboral, aumento de la motivación y productividad, y promoción de buenas prácticas ambientales.
Clientes	Consumidores de los productos o servicios ofrecidos por la ME.	Aumento de la lealtad del cliente, mejora de la reputación de la marca y preferencia por productos sostenibles.
Proveedores	Empresas o individuos que suministran bienes y servicios a la ME.	Fomento de relaciones comerciales sostenibles, mejora en la calidad de los insumos y colaboración en prácticas responsables.
Comunidad Local	La población y organizaciones que rodean a la ME.	Fortalecimiento del tejido social, apoyo a iniciativas comunitarias y mejora del bienestar general.
Aliados Comerciales	Otras empresas o entidades con las que se colabora para desarrollar actividades de RSE.	Creación de sinergias, intercambio de conocimientos y recursos, y desarrollo conjunto de proyectos sostenibles.

Organizaciones Públicas	Entidades gubernamentales que pueden apoyar o regular las actividades de RSE.	Acceso a recursos, financiamiento para proyectos sociales y ambientales, y alineación con políticas públicas sostenibles.
Organizaciones No Gubernamentales (ONGs)	Entidades que trabajan en áreas sociales o ambientales relevantes para la ME.	Colaboración en proyectos comunitarios, transferencia de conocimientos y fortalecimiento del impacto social.

## Plan de Responsabilidad Social para Microempresas.

### Introducción

El plan de responsabilidad social para microempresas (PRSME) está diseñado para ME del Centro de Medellín, articulando esfuerzos con entidades del estado, asociaciones gremiales y otras ME. Este enfoque busca fortalecer el conocimiento sobre RSE y su implementación, generando un impacto positivo en las comunidades, y partiendo del hecho de las restricciones de recursos y de la necesidad de *compartir conocimiento*, como activo intangible que permite adquirir competencias y habilidades a nivel estratégico y operativo que le permitan a las organizaciones impactar positivamente su entorno.

Este plan parte de la identificación de las principales fortalezas reconocidas en las ME en relación con la RSE: la *disposición favorable* a aprender prácticas de RSE y el *conocimiento existente* entre empresas pequeñas y el conocimiento existente en empresas de otros tamaños que puede ser transferido a las ME.

### Objetivos del Plan

Objetivo General: Promover la implementación de prácticas de RSE en microempresas del Centro de Medellín.

## Objetivos Específicos

- Identificar la posibilidad de diseñar iniciativas de RSE factibles y de alto impacto, que beneficien a las ME del centro de Medellín.
- Establecer un marco colaborativo entre microempresas, mediante el uso de metodologías de transferencia de conocimiento que permitan la ejecución de acciones pertinentes y efectivas para dar solución a necesidades puntuales de los grupos de interés de las ME del centro de Medellín.

## Estrategias

### 1. **Conocimiento de empresarios del gremio y transferencia de conocimiento.**

Los representantes de la ME tienen su propia red de contactos con proveedores, clientes, socios, aliados comerciales. En un espacio adecuado para tal fin, en sesiones de dos horas quincenales, los representantes de la ME tendrán esta agenda para su reunión: *conocimiento mutuo*, esto es, identificación de los productos y servicios que venden, *exposición de un problema que los aquejaba*, identificando causas, manifestaciones, consecuencias, y *caracterización de la capacidad que desarrolló la organización para darle manejo a este problema*.

Un ejemplo de esto, es la necesidad que experimentaba un empresario del sector de la elaboración de puertas y ventanas metálicas con sus trabajadores: varios de ellos tenían embargos por alimentos y tenían deudas que no podían pagar. El empresario recibió una llamada del banco X, entidad que evaluó la situación de cada uno de los trabajadores, y le propuso a la ME establecer un convenio para hacer préstamos por nómina. De esa forma se logró controlar el excesivo endeudamiento, se integraron las obligaciones que tenían los trabajadores en una sola, y adicionalmente la entidad financiera está dando capacitaciones en finanzas personales y en el uso del crédito para alcanzar metas de ahorro e inversión.

## **2. Sistematización de prácticas y divulgación.**

En este punto es esencial el rol de entidades como la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, o la Cámara de Comercio de Aburrá Sur, Incubadora de empresas (Creame), como entidades que puedan apoyar a los empresarios en temas como la facilitación de espacios en los que estas reuniones puedan darse, y también en la sistematización de hallazgos para que sea posible que el ejercicio de contar experiencias problemáticas no quede solamente en una jornada de contar y escuchar anécdotas, sino que permita que cada uno de los asistentes pueda aprender del otro la manera de resolver sus propios problemas y dificultades a partir de las experiencias de un grupo de empresarios con los mismos retos y la misma cantidad de recursos.

Esta estrategia parte de la idea de *no abarcar ni fijar metas excesivamente ambiciosas*, parte más bien, de hacer la elección de un grupo de empresarios ojalá ubicados en una misma zona geográfica del centro de Medellín, que tengan problemas y dificultades similares. Aprovechar las relaciones de vecindad y cercanía es esencial para facilitar la comunicación y la integración, aunque queda abierta la posibilidad de integrar a otros empresarios que encuentren atractiva la dinámica para aprender y enseñar.

Este método se centra en la creación de un espacio donde los participantes pueden intercambiar conocimientos, experiencias y mejores prácticas, fomentando un aprendizaje colaborativo.

Son elementos clave en esta propuesta, los siguientes:

- Un área de interés común que motiva a los miembros a participar. En el caso anterior, el área de interés común sería manejo de problemas financieros del personal que afectan el logro de los objetivos de la empresa.
- Reuniones periódicas, que son esenciales para crear y estrechar vínculos entre los participantes. El espacio debe ser tan estimulante y útil, que tenga la

capacidad de generar motivación para la participación de los asistentes. La elección de los temas y la conformación del grupo de representantes de las ME es aquí esencial para poder lograr que el representante de la ME considere que *vale la pena* dedicar dos horas cada quince días a una actividad. En este sentido es importante el rol de entidades como las Cámaras de Comercio, pero también pueden vincularse las cajas de compensación, pensando en actividades distintas a los formatos tradicionales de charlas y talleres, sino pensando en interacciones de cortos periodos de tiempo, dirigidas a escuchar, dar ideas, fomentar el conocimiento mutuo y la solidaridad entre representantes de la ME.

Una condición fundamental para que esta práctica resulte estimulante, *es no fijar compromisos de largo plazo*, ni siquiera compromisos de una próxima reunión en quince días. Solamente si la dinámica de la reunión resulta interesante y estimulante, los mismos asistentes pueden ser indagados para que se tome la decisión de hacer un encuentro con otra temática, en un lugar distinto, o abordando el mismo tema pero desde otro enfoque. La idea es que sean los mismos ME quienes determinen si quieren que haya una próxima reunión, y si es así, los temas que desean que se aborden.

También es muy importante, identificar líderes naturales que motiven a microempresarios, que los animen a asistir a estas reuniones y que sean puente entre instituciones que ofrecen apoyo a las ME y las mismas ME.

La idea es dejar esta estrategia en el campo de la *informalidad, para que pueda formarse comunidad*, esto porque las ME operan fundamentalmente en entornos de escasa formalidad en entornos donde se forman hábitos y prácticas de interacción que pierden fuerza y capacidad de operación cuando pasan al terreno de lo formal.

Las ME en Latinoamérica y particularmente en el Centro de Medellín operan fundamentalmente en esquemas de informalidad, esto no quiere decir que no estén constituidas formalmente como empresas, sino que tienden a interactuar entre sí bajo normas y acuerdos informales, es decir, bajo normas que no están escritas. El método de la búsqueda de creación de instituciones informales no solo pretende facilitar la transferencia de conocimiento entre empresas, sino que también busca promover un

sentido de pertenencia y colaboración, lo cual es esencial para el desarrollo sostenible en el contexto de las ME. En este contexto son fundamentales los liderazgos, pues los líderes facilitan la interacción entre microempresarios, la organización y la motivación para desarrollar proyectos colaborativos. Las entidades formales que apoyan a las ME como las Cámaras de Comercio pueden apoyarse en estos líderes para propiciar proyectos que permitan el diseño y ejecución de proyectos que con escasos recursos económicos permitan la divulgación de buenas prácticas y la creación de relaciones sociales que generen beneficios a las ME del Centro de Medellín.

Puede ocurrir que las reuniones de empresarios de un gremio no logren ser atractivas más que una sola vez y que no se den más reuniones para compartir prácticas y experiencias. Esa decisión de ese grupo de representantes de ME servirá como aprendizaje para que el programa pueda continuar en la búsqueda de personas y empresas y temas que resulten en combinaciones atractivas para conformar espacios informales de intercambio de conocimiento, en otros sectores de la ciudad, con otras microempresas y otros microempresarios. Los beneficios de este programa se alcanzarán en la medida que este sea iterativo, que se replique varias veces, con el fin de identificar prácticas útiles e identificar y formar líderes que propicien el aprendizaje y la transferencia de esas buenas prácticas de una ME a otra.

La estrategia entonces, se sintetiza en la Tabla 10.

**Tabla 10**

*Plan de Responsabilidad Social Para Microempresas.*

Etapa	Título	Acciones	Lugar	Coordinadores
<i>Etapa 1</i>	<b>Conocimiento de empresarios del gremio y transferencia de conocimiento.</b>	<i>Elección de representantes de un grupo de empresas que pueden tener en común una ubicación geográfica o una actividad económica a quienes se les propondrá hacer una primera reunión y se les explicarán los temas a tratar: socialización de un problema y de la manera como la ME le dio solución. Se dejará la</i>	<i>Se elegirá un espacio físico por parte de la Cámara de Comercio para realizar la sesión.</i>	<i>Representantes de cajas de Compensación y de Cámaras de Comercio elegirán a las personas que</i>

		<i>aclaración que el propósito de compartir prácticas es enseñar y aprender entre todos.</i>	<i>moderarán el encuentro</i>
<b>Etapa 2</b>	<b>Sistematización de prácticas y divulgación.</b>	<i>Se llevará un registro de lo que se exponga y se concluya en cada sesión.</i>	
<b>Etapa 3</b>	<b>Balance</b>	<i>Como resultado de lo logrado, se decidirá si el evento se repite con los mismos representantes de ME o con otras ME.</i>	

*Nota.* Elaboración propia.

Se pretende que este espacio sea motivante para el representante de la ME, útil, que genere dinámicas propias y que sea espontáneo. Los esfuerzos hechos desde hace mucho tiempo por muy distintos tipos de entidades para lograr intercambios de conocimiento han estado enfocados en esquemas y estereotipos formales, que no han sido efectivos para lograr crear confianza ni para lograr una dinámica de apoyo y creación de comunidad. La búsqueda de creación de comunidades informales y de líderes que articulen esfuerzos entre ME e instituciones formales como las cámaras de comercio para coordinar proyectos de transferencia de buenas prácticas, permite contrarrestar estas deficiencias.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES**

A pesar de sus limitaciones, las ME del centro de Medellín desarrollan actividades de RSE y tienen disposición de hacer más contribuciones en este sentido, en la medida que se logre hacer una efectiva transferencia de conocimiento y se superen las carencias de recursos materiales. Las ME pueden ser actores clave en la construcción de un desarrollo social más justo y equitativo si logran gestionar sus actividades de RSE de manera estratégica y sostenida. La articulación entre las iniciativas internas y externas, el apoyo estatal y el enfoque en el bienestar de los empleados y la comunidad son esenciales para alcanzar un crecimiento armónico entre empresa y entorno.

En este sentido, es fundamental identificar los liderazgos informales que puedan surgir en el contexto de las ME del Centro de Medellín, los líderes pueden tener la capacidad de organizar personas, motivarlas para desarrollar actividades de enseñanza y aprendizaje que faciliten o propicien el conocimiento, y pueden ser el puente que mejore las interacciones entre las instituciones formales que apoyan a las empresas, como la Cámara de Comercio de Medellín, y las ME del Centro de Medellín.

La implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en ME es muy importante para su desarrollo sostenible y para el bienestar de las comunidades en las que operan. Los entrevistados destacan que, aunque enfrentan limitaciones de recursos y conocimiento, existe una creciente conciencia sobre la importancia de la RSE. Cumplir con las normativas laborales ya se considera una acción responsable, y se reconoce que las microempresas pueden contribuir significativamente al bienestar social a través de iniciativas como la capacitación a empleados, el uso de empaques sostenibles y la promoción de prácticas ambientales responsables. Estas acciones no solo benefician a los trabajadores y sus familias, sino que también fortalecen el tejido social y fomentan un crecimiento armónico con el entorno. La falta de recursos económicos y la escasez de conocimientos sobre cómo implementar efectivamente estas prácticas limitan el potencial de las ME para llevar a cabo acciones más amplias de RSE. Los participantes del estudio enfatizan la

necesidad de apoyo estatal y una mayor conciencia humanista en el ámbito empresarial, donde se reconozca que las empresas tienen responsabilidades más allá de la rentabilidad económica. A pesar de estos obstáculos, los representantes de las ME del Centro de Medellín muestran disposición para realizar más actividades de RSE, lo que indica un camino positivo hacia un futuro donde estas prácticas se integren plenamente en su modelo de negocio.

## **RECOMENDACIONES**

El Plan de Responsabilidad Social Microempresas - PRSME se diseñó a partir de dos restricciones básicas: escasez de recursos económicos y disposición de aprovechar el capital relacional de la ME para lograr formular acciones que impacten positivamente a sus grupos de interés. A continuación, se describen las características de este plan.

Es fundamental que las organizaciones privadas de apoyo a las ME, las organizaciones del Estado que apoyan ME y las instituciones de educación superior, investiguen más sobre las dinámicas de la ME, y promuevan la transferencia de conocimiento, esto posibilitaría que las ME sean más competitivas y logren entregar más beneficios por medio de actividades de RSE.

Es necesario que las instituciones formales que intervienen en el Centro de Medellín, también puedan *desarrollar liderazgo*, enseñarle a las personas con interés en aprovechar sus oportunidades y con ganas de servir a otros microempresarios, la forma de comunicarse efectivamente para articular esfuerzos que permitan formular proyectos para compartir prácticas y propiciar aprendizajes que beneficien a las ME del Centro de Medellín. El interés de muchos representantes de ME de ayudar a otros no puede desaprovecharse, es necesario desarrollar acciones que posibiliten compartir prácticas para mejorar la gestión de estas empresas.

## **LOGROS**

Realizar este trabajo de grado trajo consigo varios logros personales y profesionales:

Ampliación del conocimiento sobre las dinámicas sociales y económicas del centro de Medellín: tuve la oportunidad de estar cerca a los dueños de pequeñas empresas que iniciaron sus microempresas en algunos casos a partir de una necesidad externa que satisfacer y otros, por la necesidad de buscar recursos para su sustento.

Fortalecimiento de habilidades profesionales y académicas: este trabajo exigió alta dedicación en consulta de fuentes de información, aspecto que supuso un reto, teniendo en cuenta que es un área que no es dominio, ni estoy muy familiarizada. Asimismo, fue muy positivo conocer las estrategias de marketing y relacionamiento de los microempresarios.

Satisfacción personal: saber que la propuesta tiene un impacto positivo en los microempresarios, en tanto, se cuestionaron sobre sus aportes en RSE para sus Stake Holders y los motivó a contribuir de diferentes maneras al desarrollo y progreso de su gremio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alpina. (2022). *Informe de Sostenibilidad 2021*. <https://www.alpina.com/sostenibilidad/>
- Aoki, V., & Badalotti, R. (2014). Dificultades e perspectivas no acesso de micro e pequenas empresas a linhas de crédito públicas: o caso de Chapecó TT - Dificultades y perspectivas en el acceso de micro y pequeñas empresas a líneas de crédito públicas: el caso de Chapecó TT - Difficult. *Revista de Administração Pública*, 48(5), 1305–1327. <https://doi.org/10.1590/0034-76121310>
- Barroso-Tanoira, F. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2008.638>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cámara de Comercio de Medellín. (2024). *Registro Único Empresarial y Social*. <https://www.rues.org.co/>
- Cañizares-Arévalo, J. (2020). El rol de la responsabilidad social empresarial para las microempresas: ¿Qué tanto se cumplen las buenas prácticas? *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 8(1), 107–115.
- Carrillo-Durán, M., & Tato-Jiménez, J. (2017a). Current Trends and Future Challenges of Communication Policies and Practices Regarding the Management of Corporate Social Responsibility (CSR): The Case of Latin American SMEs. In *Corporate Social Responsibility and Corporate Governance* (Vol. 11, pp. 41–63). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2043-052320170000011003>
- Carrillo-Durán, M., & Tato-Jiménez, J. (2017b). Current Trends and Future Challenges of Communication Policies and Practices Regarding the Management of Corporate Social Responsibility (CSR): The Case of Latin American SMEs. In *Corporate Social Responsibility and Corporate Governance* (Vol. 11, pp. 41–63). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2043-052320170000011003>
- Crepes & Waffles. (2020). *Crepes & Waffles. (2020). Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2019*. <https://www.crepesywaffles.com/rse/>
- Discua, A. (2020). There is no need to shout to be heard! The paradoxical nature of corporate social responsibility (CSR) reporting in a Latin American family small and medium-sized enterprise (SME). *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 38, 243–267. <https://doi.org/10.1177/0266242619884852>
- Eisenhardt, K. (1989). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>
- Espinoza, M. (2016). La responsabilidad social empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas de Ecuador. *Teuken Bidikay - Revista Latinoamericana de Investigación En Organizaciones, Ambiente y Sociedad*, 7(8 SE-Artículos), 39–58. <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/teu/article/view/1035>
- Fondo Multilateral de Inversiones. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina* (A. Vives & E. Peinado (eds.)).
- González, M., & López, M. (2014). Responsabilidad social desde la microempresa comercial. *Oikos: Revista de La Escuela de Administración y Economía*, 18(37).
- Grupo Nutresa. (2021). *Informe Integrado 2020*. <https://report.gruponutresa.com/informe-integrado-2020/>
- Hauser, C., Godínez, J., & Steckler, E. (2023a). Making Sense of CSR Challenges and Shortcomings in Developing Economies of Latin America. *Journal of Business Ethics*, 192, 1–23. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05550-6>
- Hauser, C., Godínez, J., & Steckler, E. (2023b). Making Sense of CSR Challenges and Shortcomings in Developing Economies of Latin America. *Journal of Business Ethics*, 192, 1–23. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05550-6>

- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (McGraw Hill (ed.); 6th ed.).
- Lemus, J., & Carrascal-Delgado, F. (2020). Las acciones de responsabilidad social empresarial en Colombia. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 9, 16–24. <https://doi.org/10.22463/24221783.2525>
- Mbonyane, B., & Ladzani, M. (2011). Factors that hinder the growth of small businesses in South African townships. *European Business Review*, 23, 550–560. <https://doi.org/10.1108/09555341111175390>
- MERCO. (2022). *Ranking Merco Responsabilidad ESG 2022*. <https://www.merco.info/co/ranking-merco-responsabilidad-gobierno-corporativo>
- Núñez, L., & Castro, R. (2024a). *Organizational Culture and Social Responsibility, A Look from Latin American SMEs* (pp. 195–205). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-43733-5\\_18](https://doi.org/10.1007/978-3-031-43733-5_18)
- Núñez, L., & Castro, R. (2024b). *Organizational Culture and Social Responsibility, A Look from Latin American SMEs* (pp. 195–205). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-43733-5\\_18](https://doi.org/10.1007/978-3-031-43733-5_18)
- Patton, M. (2015). *Qualitative Research and Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Piragauta, R., & Amor, E. (2017). *Caracterización de la responsabilidad social empresarial en Colombia*. Universidad del Norte. <http://hdl.handle.net/10584/10968>
- Ramírez, K., & Echeverri-Rubio, A. (2021). Micro y pequeñas empresas y las estrategias de responsabilidad social empresarial: una perspectiva desde el desarrollo sostenible. *Espacio y Desarrollo*, 101–129. <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.202101.005>
- Sierra, J., & Londoño, D. (2008). RSE y mipymes, alternativas para apoyar su desarrollo en Colombia. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 52, 13–44.
- Sura. (2021). *Informe de Gestión 2020*. [www.sura.com/sostenibilidad/](http://www.sura.com/sostenibilidad/)
- Taxis, M., Mungaray, A., Ramírez, M., & Ramírez, N. (2011). Aprendizaje en microempresas de Baja California. *Estudios fronterizos*, 12(23), 95–116. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-69612011000100005&lang=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612011000100005&lang=es)
- Taxis, M., Ramírez, M., & Aguilar, J. (2016). Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. *Contaduría y administración*, 61(3), 551–567. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.04.001>
- Westhead, P., & Storey, D. (1996). Management training and small firm performance: Why is the link so weak? *International Small Business Journal*, 14(4), 13–24. <https://doi.org/10.1177/0266242696144001>

## **Anexos**

### **Transcripción de las entrevistas.**

#### **Entrevista 1**

1. Responsabilidad social para mí es teniendo en cuenta la clase de lugar y el trabajo que hago es para mí, como cumplir con las normas que debemos tener para no afectar la sociedad de una forma negativa es decir que la sociedad y los servicios vayan de la mano.
2. No, no estoy de acuerdo, porque para poder llegar a ser grande, sean empresa o en estudios o en la vida en general, hay que empezar desde abajo, entonces yo pienso que tanto una empresa pequeña como una empresa grande deben tener responsabilidad social porque para poder crecer hay que ser responsable desde el principio y responsable incluye la responsabilidad social.
3. Yo creo que no, yo creo que no, porque tanto proveedores como consumidores tenemos normas que cumplir y dentro de ellas y muy lógico es la responsabilidad social porque la responsabilidad social es nos coge a todos, nos cubre a todos y es para todos, las normas se hicieron para todos, grandes y pequeños.
4. Sí, claro, claro, hay muchas cosas que se pueden hacer que no... de las que no nos lucremos, pero que se puedan lucrar otros es decir como contribuir con el medio ambiente que nos corresponde a todos y hacer que la gente, si hay normas, si hay reglas a hacer que la gente las cumpla es ayudar a esta situación.
5. Por supuesto, claro, es que la labor que yo desempeño es una prestación de servicios y por ende debe beneficiar al otro, al que viene donde mí a que le preste mis servicios, yo lo debo beneficiar, él se va a sentir beneficiado de mis servicios, si presto un buen servicio lógicamente y que creo que lo estoy haciendo.
6. No solamente a mis empleados, pero también dentro del lugar donde desempeño mi labor, también beneficia y ayuda a colaboradores de la institución, es decir, yo no trabajo directamente para el lugar donde estoy desempeñando una actividad económica, pero me intereso en que este lugar, el X, también progrese porque vamos de la mano si el X progresa, progresamos nosotros también y si he tenido algunas sugerencias para las directivas y algunos colaboradores del X, que no es mi tarea ni es mi trabajo, ni a la mejor puede que no me incuba, o sea, de que a mí me interese directamente, pero sí he contribuido.
7. Bueno, yo he hecho algunas propuestas acá para la institución como por ejemplo, he hablado con la encargada de salud y seguridad en el trabajo, con respecto al área de comidas acá, he hecho la propuesta de que porque no hacemos una especie de cafetín para los empleados, es decir, donde el empleado esté más cómodo donde el empleado tenga un lugar donde pueda lavar su coca donde trae la comida, sus cubiertos, sus cosas y donde también pueda depositar los residuos de comida que no vaya a consumir o pueda depositar la comida que se le dañe en fin, porque ha pasado de que o lo he visto que muchos colaboradores o empleados o en fin, inclusive estudiantes depositan sobrados de comida en los lugares que no debe ser y eso nos perjudica a nosotros como un lugar que presta servicios de alimentación, también hice una sugerencia a la Vicerrectoría y alguna otras personas de bienestar estudiantil con respecto a solicitar un paso peatonal o una señal peatonal o algo que le indique a los conductores que van cruzando por una institución educativa, porque aquí en todo el frente de la Universidad no hay una cebra, no hay una luz intermitente, no hay un resalto que le indique a los conductores que deben mermar la

velocidad. Esa gestión yo la hice, me nació a mí de proponerles al vicerrector y a otras personas y estamos trabajando para ello.

8. Sí, claro, claro que sí, pero yo creo que hoy en día no hay nada que se pueda hacer sin que tenga gastos económicos, cualquier cosa que usted vaya a realizarse adentro, o fuera de una empresa, así sea sin ánimo de lucro, usted va a tener un gasto va a tener costos y hay costos que y gastos que se hacen para recibir ganancias, hay otros que no, pero igual vas a tener que hacer gastos.
9. Yo diría que no necesariamente porque para eso existen las sociedades, los partnership que es lo mismo y así, sí no puede solo, asociándolo lo podré lograr más fácil pienso.
10. Bueno ya X como institución, ya me parece a mí, ha logrado muchos objetivos, ha ayudado personas, me consta, ha promovido muchas actividades que benefician a empleados, a nosotros como prestadores de servicio en la cafetería y sí, yo pienso que sí.

## Entrevista 2

1. Las acciones que realiza la empresa para mejorar y contribuir no solo en la economía si no en aspectos sociales y ambientales
2. No
3. Más conocimiento sobre el tema
4. NO
5. SI
6. NO
7. SI
8. SI
9. Bastante, porque como empresas podemos contribuir a cambios grandes con pequeñas acciones.
10. Tiempo.
11. Sí
12. Sembrar árboles, actividades sociales con adultos mayores, niños.
13. Impacto social y ambiental

## Entrevista 3

14. Son las acciones encaminadas a la protección de las personas y el medio ambiente.
15. No
16. Los clientes y los proveedores
17. NO
18. SI
19. NO
20. SI
21. SI
22. Muy importante, ya que impacta a la comunidad y aporta al reconocimiento y crecimiento por sus buenas prácticas.
23. La falta de recursos y planeación
24. Si
25. Capacitación y empleabilidad a mujeres cabeza de familia, Acompañamiento en salud mental a mujeres.

26. Mujeres con independencia económica, sanas y seguras.

#### **Entrevista 4**

1. Es compromiso no solo con accionistas, empleados sino con el entorno o sociedad
2. No
3. Apoyo del gobierno y presupuesto
4. NO
5. SI
6. NO
7. SI
8. SI
9. Es importante porque es un compromiso dar para recibir
10. No tienen estrategias relacionadas con este compromiso social
11. Si
12. Capacitaciones a emprendedores
13. Hacer crecer la economía

#### **Entrevista 5**

1. Acciones sociales que realiza la empresa a la sociedad
2. No
3. formación, capacitación y apoyo social
4. SI
5. NO
6. NO
7. SI
8. SI
9. muy importante
10. presupuestos y acompañamiento
11. si
12. formación, actividades de sensibilización, talleres
13. conciencia social y empresarial

#### **Entrevista 6**

1. Ser responsables socialmente con nuestro entorno y quienes lo componen
2. No
3. Humanismo en sus líderes
4. NO
5. NO
6. NO

7. NO
8. NO
9. Todos debemos hacer actividades de RSE
10. Pública
11. Si
12. Muchas pensando siempre en su capital humano
13. Positivos para su trabajo sida a día

### **Entrevista 7**

1. Nuestra responsabilidad con la sociedad acorde a los servicios y producción empresarial
2. No
3. Sesiones informativas, sincrónicas
4. SI
5. SI
6. SI
7. SI
8. SI
9. Es importante ya que permite realizar un impacto general y positivo en la sociedad
10. Ninguno
11. Si
12. Ecológicas, deportivas y de bienestar
13. Positivos

### **Entrevista 8**

1. Y pues hasta mi alcance, lo que yo he visto de ese concepto, es como, que puedo mejorar a mi entorno cierto, pero que yo pueda tocar, que sea para mejorar y entre eso está, pues los empleados, los clientes, la familia de los empleados y procurar para que también cada puesto de trabajo, sea para que esa persona crezca y tenga como un crecimiento pues personal, liderar por que eso sea así. Inicialmente como le digo, lo más cercano, los empleados y obviamente que los clientes tengan pues lo que quieren con su producto y todo eso, pero para mí lo más cercano que uno toca, los empleados.
2. No, yo digo que cualquiera que tenga un empleado ya no quiere decir que lo hagan, pero si es bueno que se empiece a tener esa conciencia, ese criterio.
3. Pues como no hay métodos, deberían haber métodos o que uno sea consciente desde el principio, uno lo aprende porque hay empresarios que uno conoce, que uno se guía de ellos y va uno viendo como, que hacen ellos cierto, pero debería haber un método para implementarla en la empresa.
4. Hemos hecho como campañas de ahorro y promoverlos en cuanto a créditos, sí.
5. Es que ellos no se preocupan mucho por eso, entonces a veces llevan como mala vida crediticia, entonces hay algunos que vienen muy mal, entonces, hemos estado ayudándolos para que de la plata que deben vayan abonando, venga, usted debe, hay unos que están embargados entonces

de ahí empezamos a darnos cuenta de eso, venga usted debe, no se deje embargar como esta embargado este man, vea que después lo agarran a las malas y los que vienen bien, entonces, pues como con el banco tenemos el convenio, pues de nómina, entonces vea, mírelo a ver cómo lo ve y ya, por ejemplo allá uno... y también ahorren, porque todos quieren moto, pero ha sido difícil que ahorren y que se compren su licencia y todo eso, entonces hemos buscado como que al menos inicialmente la moto, entonces usted va a un banco o a una agencia de motocicletas con dos millones, ya usted ya lo ven diferente, ya en estos días uno ya, por fin tenemos, hay otro que va con la licencia, no dos van con la licencia y otros ahí van como empezando a mejorar.

6. Con nómina están todos y con Caja Social hay uno que es acreedor de la moto ya.
7. Si nos gusta mucho, pues que la que le vendemos la chatarra, pues tenga todo el canal de... cómo se llama eso, como la cadena de reciclaje y tenemos otros que no son metales, con plásticos también buscamos que sean ellos los que se encarguen de ese residuo, obviamente las basuras que estén bien seleccionadas.
8. Nosotros buscamos que ellos cada ocho días recojan, ocho o quince días más. Ellos nos gustan porque pues uno no sabe qué hacen con la chatarra, si la funde no sé qué, pues demás que todos la venden, la funden, pero ellos nos venden la arandela, entonces es como el ciclo sí, o sea ellos compran chatarra, fabrican la arandela, la que no sirve pues se va a la chatarra, pero entonces ellos como nos beneficiamos también de eso, pues a veces cambiamos arandela por chatarra.
9. Si señor, pero ellos lo fabrican con material reciclado.
10. Como le digo como tal actividades no, se hacen cosas para acá para intentar que sea como responsable, es lo que entiendo como responsabilidad pero como actividad como tal, como vamos a hacer esto, una campaña o así no, pero sería bueno, sí, sería muy bueno, pero no hay un manual que nos diga en este momento o no hemos buscado pues.
11. No de pronto capacitación o así, pero cuando hemos podido capacitamos, por ejemplo de la Salud Ocupacional han capacitado, entonces uno trata de que alguna persona esté ahí, en estos días hicieron algo de inclusión productiva, también de la Alcaldía vinieron y... porque lo de esa institución productiva era como para la gente que contrata venezolanos, también se aplicó, allá mandaron el resultado esta semana, pues no lo he mirado.
12. No sé, por ejemplo en la parte de cuando me pregunta de proveer, no sé cómo podría yo hacer una actividad que pueda tocar al proveedor, por ejemplo.
13. Si, puede ser, pues yo he intentado pero hay unos clientes que se resisten por ejemplo a organizarse, a facturar, pues uno les dice y todo quienes facturan, no a nombre de mi mamá, entonces uno venga, mire a ver como hace, vea que esto es bueno, pero no, pero si se pudiera pues capacitar sí. O a clientes también por ejemplo para capacitar eso lo hemos hecho o lo hemos intentado hacer más bien, con unas empresas que sean varias que le enseñan a manejar una chapa a instalar una chapa todo eso, pero es difícil aparte de difícil no es ni siquiera el proveedor sino el cliente como tal, ya hicimos uno allá, Ducasse nos invitó a llamar los clientes de nosotros y los clientes muy complicados, muy reacios.

## Entrevista 9

1. Es el compromiso que tienen las empresas donde deben ser responsables de su impacto económico social y ambiental en la sociedad

2. No
3. Más recursos en cuanto a conocimientos que puedan ampliar este tipo de prácticas
4. NO
5. SI
6. NO
7. SI
8. SI
9. Es una suma que aporta esta actividad en el mundo y que a la larga se complementa y genera conciencia
10. Falta de conocimiento
11. Si
12. Ambientales
13. Consciencia social

## **Entrevista 10**

1. Pues como tal a los proveedores si, lo que sería pues como tal el descuento de valor real de los productos para que todo como tal tengan pues como un margen de ganancia, contribuido pues como a la compra que se realizan.
2. Eso es para los clientes también en parte, porque tanto al proveedor como el cliente lo beneficie si el cliente en parte puede generarse una venta un poco más económica al mercado nacional.
3. Sí, como tal lo que te decía el valor de los precios de la mercancía, en algunas ocasiones que pronto, manejamos precios más económicos al mercado nacional.
4. Eso lo entramos a evaluar, dependiendo del tipo de cliente que tenemos si es un cliente constante, si es un cliente nuevo, consecutivo.
5. Quizás la implementación del negocio como tal de tecnología porque como tal, en algunos lugares donde nos movemos, no hay tantos puntos de venta de tecnología. Entonces llegar con esos puntos de venta, beneficia mucho tanto a los vecinos como a las personas en general, porque ya no tienen que desplazarse tanto en trayecto como para poder adquirir algún producto tecnológico.
6. Lo que te comentaba como los préstamos internos de la empresa para adquirir tecnología, tablets, también tenemos el punto de que es que los tenemos generalmente afiliados a la Caja de compensación de Comfama, los cuales otorgan como tal subsidio de entradas a los parques, estudio para los hijos de los empleados incluso para los mismos empleados.
7. Como tal tenemos recolección de equipos tecnológicos de no uso, son los equipos tecnológicos que ya pasan de moda o que ya pasan a la antigüedad, como tal, los compramos en un valor asequible y generamos una recolección de tecnología para evitar como tales a contaminación ambiental.
8. Nosotros los compramos a un bajo precio y generamos lo que significa la chatarrización de equipos tecnológicos y ya generamos como tal la comunicación con el área encargada para que genere la destrucción de estos mismos.
9. No, ya es un proveedor externo.
10. No, o sea, yo considero que todas las empresas deberíamos de hacerlo cierto, ¿por qué? porque es como un impulso como tanto las ventas como tanto la implementación y conocimiento de la empresa, ya que como tal, pues si generamos este tipo de situaciones o este tipo de

beneficios, pues obviamente vamos a crecer en ventas, en nombre de negocio y nos van a seguir pues como por la forma de trabajo o los beneficios que nosotros como tal otorgamos a los clientes.

11. De pronto cadenas como cuáles, tiendas D1, tiendas Ara, el Éxito.
12. Si, por este sector como empresas grandes, pero como tal que uno tenga pues conocimiento que de pronto tienen pues como esta implementación de razones para poder generarlas.
13. Listo, ahí como tal estamos buscando generalmente estamos sentados en una mesa de diálogo, validando que más opciones se puede generar cierto, por qué? porque en esto entra lo que es el presupuesto empresarial, entra lo que es evaluar directamente con cajas de compensación, cual nos serviría más, si nos sirve Comfama, si nos sirve Comfenalco, entonces ahí ya entraríamos como en una mesa de diálogo entre gerentes, directivos, administradores, en mesa de colaboradores para validar realmente las necesidades de cada persona y poder decir, listo, entonces el de marketing nos dice que podemos implementar esta situación para darle un beneficio a los clientes y a su vez para darle un beneficio a los proveedores, entonces vamos a reunirnos y vamos a validar de lo que ellos nos presenten, que podemos o que no podemos aprobar dentro del presupuesto. Ahí como te digo, de pronto sería como el marketing cierto, o sea, darnos a conocer más en la implementación de que generamos como tal la compra de equipos tecnológicos, ya no usables o deteriorados para una destrucción ecológica justa y que realmente no afecte, pues como tal el medio ambiente, generar confidencialidad directamente de pronto de algunos proveedores en cuanto a nos compren la mercancía, porque muchas veces hay proveedores que no les gusta pues como tal que sepan dónde compran ellos al por mayor para poder generar un buen precio al cliente, porque que sucede con el campo tecnológico, los precios son muy variados en diferentes locales cierto, en diferentes puntos, como acá puede estar dos mil pesos más económicos, acá puede estar 5000, entonces, si el cliente tú le vendes 2000 pesos más económico, por ende el cliente va a tomar como una confidencialidad contigo que es directamente, ahí el cliente ya lo vas a tener para ti porque le estás vendiendo un poco más económico, es un cliente que le estás vendiendo un producto de calidad, que le estás ofreciendo una garantía, una seguridad de que es un producto que realmente es verídico y cuenta con los documentos legales para poder ingresar al país o para poder deportarlos sin ningún problema, que es lo que de pronto suele suceder, cuando se compran en lugares, no reconocidos, que es lo que sucedía, pues como con el campo del Ópera que a veces la gente salía con su temor de que es que yo compro un celular allá y me lo bloquearon, o me apareció con un reporte por robo, como tal eso es lo que se le puede generar al cliente, que nosotros como tal vendemos equipos completamente sellados, se les da su factura electrónica, su factura todo acorde pues como a la ley de mercadeo, para que el cliente pueda tener esa seguridad como tal.

## **Entrevista 11**

1. Acciones desde la empresa que aportan a comunidades, economía y ambiente.
2. No
3. Que tenga retorno de inversión y no requiera mucha dedicación en tiempo.
4. NO
5. NO
6. NO
7. SI

8. SI
9. Aportes al ambiente y en especial al cumplimiento de los ODS.
10. Costos
11. Sí
12. Empaques sostenibles, productos amigables con el medio ambiente.
13. Reconocimiento de marca, reducción de costos por economía circular.

## **Entrevista 12**

1. Para mí la responsabilidad social y empresarial es como todo el tema que está asociado como a empresa que contribuye al bienestar, bien ya sea de los colaboradores, de la sociedad o del entorno en general, o sea, como ese bienestar que nosotros como empresa le podemos generar al entorno.
2. No, yo creería que incluso que eso debería ser algo que debe ir desde el principio como principio en las empresas, en las micros y en las grandes, porque si yo lo incluyo como un valor, como un principio, pues lo voy a tener presente y lo voy a tratar de implementar siempre.
3. Puede hacer prácticas sostenibles que le ayuden al medio ambiente, prácticas laborales donde vayan, pues como actividades donde se promueven los derechos de los empleados de no sé, pues allá se promueva pues como ese bienestar interno en las empresas y también contribuciones sociales con las comunidades, de ayudar a aportar con educación, pues ahí como muchas maneras de hacerlo.
4. El factor económico, el factor económico es fundamental, porque si hay una buena economía dentro de la empresa, pues hay un mayor ingreso, mayor rentabilidad y de ahí puedo sacar eso que necesito para tener prácticas de responsabilidad empresarial.
5. Nosotros hacemos prácticas, por ejemplo los proveedores de ir a las empresas que son nuestros proveedores y ayudarles en el tema de recursos humanos, en el tema de las jornadas de la salud, nosotros los acompañamos, es algo que no está dentro de nuestro negocio, pero les brindamos ese acompañamiento y ese plus para que ellos sientan pues, como nuestra presencia como empresa y que los podamos ayudar en lo que necesiten.
6. No, realmente no.
7. No, pues nosotros por ejemplo participamos en ferias y en las maratones, en temas que tienen que ver con el bienestar cierto, de los clientes y nosotros les aplicamos de nuestro producto, o sea, nosotros le brindamos ese beneficio a ellos de aplicarles nuestro producto de manera gratis, pero realmente, si iría dentro del negocio porque sería una forma de darnos a conocer como empresa, sí, porque le brindamos ese bienestar al cliente, pero realmente tiene como una retribución para nosotros mismos y es tener mayor reconocimiento de marca.
8. La empresa como tal directa directa a Cristal Agro no, pero dentro del grupo empresarial sí, los del grupo empresarial serían los mismos dueños, entonces ellos si han implementado pues como todo este tema de responsabilidad social empresarial, como el consorcio, como todas las agrupaciones de empresas que ellos tienen, pero como tal, una iniciativa propia de Cristal Agro no.
9. Por ejemplo han hecho actividades como ir a llevar juguetes en diciembre a las zonas vulnerables de Medellín, eso me parece algo pues, que beneficia bastante a la comunidad, promueve mucho como la igualdad y los valores laborales, como los deberes y los derechos, entonces nos comparten el manual, nos comparten, pues hacen como la Semana de la Salud, hacen por

ejemplo la celebración del Día de la Familia, otra empresa normalmente le puede regalar a usted el día y usted comparte con su familia, pero ellos lo hacen grupal, o sea, que nosotros vayamos con nuestra familia y compartamos el ambiente que ellos preparan, entonces ese tema pues, es como bien interesante y también, se hace, se promueve pues como actividades y valores del servicio, del servicio de las otras personas, en ese tema pues, está como, ay vamos, hacen una actividad de que vamos a ir a regalar agua panela con pan, que pasa o por qué hacen mucho eso, porque la directora administrativa principal, le gusta mucho ese tema de las obras sociales y todo eso, entonces ella trata de promover ese tema de responsabilidad empresarial, con esos temas solidarios y demás, pues como a la comunidad más que a la comunidad empresarial, sino que se abre como a la comunidad externa y también promueven el tema, de hecho yo creo que ellos están en la certificación de cómo es que se llama la certificación que también tiene CEIPA que es que cuida el medio ambiente.

10. Una certificación ambiental, entonces todas esas cosas, ayudan cierto, para que la empresa tenga una responsabilidad social empresarial, pues el consorcio como tal.
11. Sí, claro, si no tienen ninguna responsabilidad económica claro porque, aparte que es un beneficio para nosotros como empresa, va a ser un beneficio externo también para las demás personas que se van a ver beneficiadas, demasiadas personas y obviamente si no tiene un valor adicional, porque ya ahí se promueve mucho el sentido de pertenencia que tengan los empleados por la empresa, entonces realmente sí.
12. Bueno, por ejemplo, el tema del medio ambiente, primero nosotros en el tema de los cultivos y todo eso se pueden usar, no generan más costos, obviamente requiere más trabajo para los empleados, pero utilizar eso se llama productos naturales con los mismos productos naturales, la conservación de los cultivos y todo eso, esas prácticas se pueden aplicar, ayudan en el medio ambiente, ayudan a la sociedad y a nosotros pues no nos genera como ningún, o sea, genera más desgaste, pues como en el empleado, pero no nos generan ningún costo adicional, en el tema ambiental sería ese, en el tema como empresarial, como en prácticas de labores, podría ser un tema como de capacitaciones, de concientización a los empleados y a los proveedores podemos decirles, mira, te ofrecemos una capacitación de cómo cuidar el medio ambiente o de cómo cuidar las empresas o cómo poder ser una empresa con responsabilidad social empresarial, pues podemos aplicarlo con capacitaciones, no nos genera ningún costo adicional y le podemos brindar estos servicios a nuestros clientes y a nuestros proveedores, también promocionándolos por redes sociales, de cómo nosotros practicamos esa responsabilidad social empresarial para que las otras empresas o las otras personas, porque es que eso también tiene que inculcar desde el ser.

### **Entrevista 13**

1. Es la política empresarial que propende por el equilibrio entre las actividades empresariales y su entorno
2. No
3. Incentivos en el pago impuestos (deducción de impuestos), Incentivos económicos o créditos blandos para las empresas que incorporen políticas de RCE
4. NO
5. SI
6. SI
7. SI

8. SI
9. Considero que es importante este tema para tener un crecimiento armónico empresa, vecinos, empleados y proveedores, es un tema más filosófico ya que actualmente la mayor parte de las microempresas se enfocan en generar utilidades a cualquier costo, pero el enfoque debería ser un crecimiento armónico donde todos los grupos de interés ganen de alguna manera.
10. Temas de presupuesto, cultura empresarial, visión de los socios.
11. Al no existir incentivos económicos, es poco probable que se realicen
12. Trazabilidad en disposición de residuos peligrosos, Incentivos por metas se producción a los empleados, reconocimiento y exaltación a empleados que realicen buenas prácticas ambientales en la ejecución de su labor, desarrollo de proveedores, mitigación de impactos ambientales optimizando y modernizando la maquinaria y equipos
13. Los resultados se verían reflejados en un desarrollo y posible crecimiento armónico entre los grupos de interés

#### **Entrevista 14.**

1. La responsabilidad social, es la misma palabra de responsabilidad social empresarial, se refiere pues como a prácticas políticas que adopta pues como una empresa, pues como para tener un mayor impacto tanto como en los empleados, como también en los proveedores.
2. Sí señor, pues en este caso la empresa en la que yo trabajo es una microempresa, acá mejor dicho desde la persona con el menor rango hasta con el mayor rango, tenemos demasiada calidad humana, entonces desde el inicio son como los valores que nos hacen pues como el líder, siempre tenga pues como una responsabilidad con el cliente, expliquémosle bien las cosas, hagámosle entender todo, démosle como la mejor comodidad, que siempre sean como ellos primero, nunca perdiendo como esa calidad y nunca siendo pues, como una empresa como automática, venga solamente interesémonos solo por el dinero, sino como también por el beneficio más de generar, pues como un contrato laboral, pues como con un cliente también como generar, pues como una amistad por así decirlo.
3. No, no, la verdad, siempre nos hemos enfocado es como en lo de nosotros, en nuestro enfoque y siempre hemos sido, pues como claros, no nos hemos como abierto como pues otras cosas diferentes, estamos en nuestro mercado.
4. La empresa es de seguridad social y prestaciones sociales. Nos hemos enfocado, pues en el gremio de nosotros, nos hemos ayudado entre nosotros mismos, con clientes, con empresas, con asesorías con capacitaciones, entonces nos han ayudado y nosotros también hemos dado también esa ayuda.
5. Sí más allá de como usted lo decía, la parte económica como le decía el inicio, tiene mucha calidad humana, entonces son muy flexibles como con horarios, nos tienen muy en cuenta como para fechas especiales y son como muy pendientes del trabajo, como digo, no solamente les interesa, pues como que uno trabaje y cumpla su horario y cumpla sus metas, sino como que también velar por uno, como también como generar ese lazo como de amistad.
6. No, yo creo que esas empresas grandes si están hoy en día y son tan grandes es porque también empezaron siendo empresas pequeñas y empezaron también como con esa responsabilidad empresarial, entonces desde ahí fueron creciendo e impactando mucho, pues porque pues ahí

están los líderes, pero en sí los que funcionan son los de bajo rango y esos son los que están haciendo crecer la empresa y todo va funcionando.

7. Sí, pues en este caso en la que trabajábamos primero, pues como trabajamos con mucho tema de prestarle servicio a la gente, usábamos mucho formulario, mucho papel y ya hoy en día estamos digitalizando todo, si yo creo que del 100%, ya tenemos casi un 95 digitalizado, entonces todo es por ahí, entonces nos ahorramos costos, les hacemos también un bien también al medio ambiente y creo que es como lo mejor.
8. Sí, yo digo que sí, porque la empresa que estoy en este momento o con el jefe, que es el dueño de la empresa es como la persona, es mejor jefe que yo he tenido y siempre está abierto como a mejorar laboralmente y personalmente en la empresa, creería que él sí lo haría cerrados los ojos.
9. Yo creo que sería una persona muy cerrada y que no le importará, pues como tanto el personal, ni mucho la empresa, simplemente como que va, cumple sus funciones y se cierra pues como a mejorar un ambiente más sano y más tranquilo. Cuando estamos en un ambiente sano y bueno, todo funciona mucho mejor, pero cuando es un ambiente como muy tenso, todo es como más malo, con más problemas y creería que eso sería como la mayor falla la comunicación y el mal ambiente.
10. Pues yo diría que más allá como tanto nosotros, como la comunidad, pues como somos los empleados, como aparte de en los proveedores, los clientes sería como mejorar facilidades, tiempos, costos, enseñarles un poco más de lo que se hace internamente, pues a mi percepción.
11. Sí señor.
12. Qué ganaría? que no haya atrasos en los trabajos, no haya errores, no haya como problemas económicos sino que como las metas, cada empresa tiene sus metas, entonces como llegar a esas metas y superarlas sería como el impacto más fuerte para mí.

## **Entrevista 15**

1. Es ayudar a crear conciencia social frente a los empleados, socios, y medio ambiente
2. No
3. Ayudas del gobierno y orientación
4. NO
5. NO
6. NO
7. NO
8. NO
9. Muy importante
10. No tener presupuesto porque apenas se está creando la empresa
11. Si lo realizaría
12. Pertenecer a una fundación
13. Ayudar a la sociedad

