

XI Congreso de Administración del Centro de la República. VII Congreso de Ciencias Económicas del. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la UNVM, Villa María, 2022.

# Implementación de Responsabilidad Social en Pymes.

Barberis, Noelia, Miloc, Natalia y Pagliero, Rocío.

Cita:

Barberis, Noelia, Miloc, Natalia y Pagliero, Rocío (2022). *Implementación de Responsabilidad Social en Pymes. XI Congreso de Administración del Centro de la República. VII Congreso de Ciencias Económicas del. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la UNVM, Villa María.*

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/xi.congreso.de.administracion.del.centro.de.la.republica.vii.congreso.de.ciencias.economicas.del/92>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/er0M/THA>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.

Para ver una copia de esta licencia, visite

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

**VII CONGRESO DE CIENCIAS ECONÓMICAS DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA**  
**XI CONGRESO DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA**  
**VIII ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA**

**“LA INVESTIGACIÓN EN LAS CIENCIAS ECONÓMICAS, SUS APORTES A LAS SOSTENIBILIDAD DE LAS ORGANIZACIONES”**

**UNVM: 12, 13 Y 14 DE OCTUBRE 2022.**

**Área temática**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, NEGOCIOS INCLUSIVOS Y ORGANIZACIONES SOCIALES. LAS NUEVAS FORMAS DE GESTIONAR**

**TÍTULO DE LA PONENCIA**

**“IMPLEMENTACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN PYMES”**

**AUTORES Y EXPOSITORES**

**Barberis, Noelia Teresa**

noebarberis00@gmail.com

**353-5621467**

**Legajo: 33510**

**Miloc, Natalia Micaela**

natimiloc@gmail.com

**353-4098435**

**Legajo: 34142**

**Pagliari, Rocío Belén**

rociopagliari@gmail.com

**353-4066593**

**Legajo: 33068**

**Alumnos de la UNVM - IAPdeCS**

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial, Pymes, Sostenibilidad.

## **RESUMEN**

El presente trabajo se basa en un estudio de la posibilidad que tienen las Pymes para implementar la Responsabilidad Social Empresarial en sus actividades, como así también los beneficios que ésta proporciona tanto a la empresa como a los grupos de interés con que se relaciona.

La Responsabilidad Social Empresarial se define como un compromiso de las organizaciones con el desarrollo sostenible, enfocándose en la sostenibilidad económica, social, laboral y la ambiental, Restrepo, J. (2008). En un inicio la tendencia era hacia actividades de índole filantrópica y altruista, hoy se buscan desarrollar modelos de negocio que generen valor recíproco para los agentes y que impactan a una o varias de las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial, Wagenberg, A. (2006).

Los objetivos del trabajo son: evaluar los beneficios que provoca la articulación de políticas de Responsabilidad social en las distintas empresas, independientemente de la actividad que desarrollan, sus características económicas y financieras, sus estrategias, objetivos, medios, políticas, sector en el cual se insertan; y evaluar las ventajas que genera para una Pyme en particular la aplicación de políticas de Responsabilidad Social Empresarial. Para ello, se realiza una revisión bibliográfica incluyendo casos reales de los últimos años.

Para la gran mayoría de las Pymes, es un concepto que suele aparecer como lejano, dado que la visualizan como algo exclusivo a las grandes empresas o a una serie de prácticas que se encuentran fuera de sus capacidades económicas y organizativas. Una pyme, a pesar de poseer recursos limitados puede aplicar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial como una gran empresa y gozar de los beneficios que la misma produce a mediano y largo plazo.

## **INTRODUCCIÓN**

Según la Administración Federal de Ingresos Públicos, establecida por la Ley 24.467 como autoridad de aplicación para promover el crecimiento y desarrollo de pequeñas y medianas empresas, una Pyme es una micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de estos sectores: comercial, servicios, comercio, industria o minería, o agropecuario. Puede estar integrada por varias personas según la actividad y sus ventas totales anuales en pesos no pueden superar los montos establecidos según su categoría.

## VENTAS TOTALES ANUALES

Categoría	Construcción	Servicios	Comercio	Industria y minería	Agropecuario
MICRO	38.830.000	20.190.000	113.610.000	82.730.000	47.300.000
PEQUEÑA	230.400.000	121.730.000	809.300.000	618.160.000	174.230.000
MEDIANA TRAMO 1	1.285.490.000	1.007.530.000	3.846.790.000	4.399.660.000	1.025.360.000
MEDIANA TRAMO 2	1.928.020.000	1.438.900.000	5.495.450.000	7.046.710.000	1.626.290.000

La Responsabilidad Social Empresarial se define como un compromiso de las organizaciones con el desarrollo sostenible, enfocándose en la sostenibilidad económica, social, laboral y ambiental, Restrepo, J. (2008). En un inicio la tendencia era hacia actividades de índole filantrópica y altruista, hoy se buscan desarrollar modelos de negocio que generen valor recíproco para los agentes y que impactan en una o varias de las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial, Wagenberg, A. (2006).

En función de lo dicho, para este tipo de empresas la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial se observa como una práctica costosa, que requiere de personal altamente capacitado que las Pymes no tienen disponible. Sin embargo, como se trata de empresas que en general se encuentran en pequeñas comunidades, o tienen un alcance a un público más reducido, conocen las necesidades de la sociedad o lo que se espera de ellas, de manera tal que pueden aplicar medidas sin tener que utilizar grandes recursos y generando un alto impacto, incluso sin ser conscientes de ello.

En la actualidad, las exigencias para aplicar Responsabilidad Social Empresarial son cada vez mayores, incluso desde el Estado se promueve y obliga en ciertos casos, como se observa en la Ley 25.877 “Régimen laboral”, donde estipula la obligación de confeccionar un Balance Social para todas aquellas empresas que tengan más de 300 trabajadores, el cual deberá incluir aspectos relacionados al personal, su nivel de capacitación, niveles salariales, igualdad de género, innovación tecnológica, entre otros. Teniendo en cuenta que el rango para calificar como Pymes es de hasta 655 trabajadores, algunas pequeñas y medianas empresas quedarían obligadas a realizar esta presentación.

<b>CANTIDAD DE EMPLEADOS</b>					
Tramo	Actividad				
	Construcción	Servicios	Comercio	Industria y minería	Agropecuario
MICRO	12	7	7	15	5
PEQUEÑA	45	30	35	60	10
MEDIANA TRAMO 1	200	165	125	235	50
MEDIANA TRAMO 2	590	535	345	655	215

### **MARCO TEÓRICO**

Una empresa se define como responsable con la sociedad cuando tiene en cuenta los intereses y necesidades de los grupos con que se relaciona, considerándolos en su planeamiento empresarial a los fines de satisfacerlos a todos. Una organización se relaciona con sus accionistas o propietarios, empleados, proveedores, consumidores, gobierno y comunidad en general. No sólo se trata de generar beneficios respecto de grupos externos a la empresa, sino también apunta a mejorar el ambiente laboral y las condiciones de vida de los trabajadores, actuar de forma ética, y producir y comercializar conscientemente, incorporándolo a la cultura de la empresa.

Juan José Gilli (2011) señala que existe un contrato implícito entre la empresa y la comunidad en la cual se desarrolla. Se espera de ella que provea a los mercados, que genere empleo, que innove y produzca un excedente suficiente para sostener sus actividades en el tiempo, es decir, que pague los insumos, salarios, impuestos, préstamos y dividendos, pero además que invierta.

Hacia el exterior, se generan externalidades, es decir consecuencias favorables o desfavorables en el ambiente en que está inserta la organización. El Estado interviene respecto de ellas, promoviendo o sancionando según sean beneficiosas o perjudiciales para la comunidad, aunque no es posible en todos los casos, lo que lleva a que las propias empresas tomen este rol.

Según el Consejo Mundial Empresarial para el desarrollo sustentable (WBCSD), la Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno, gestión, estrategia, políticas y procedimientos de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el dialogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones.

Si bien ha cobrado mayor relevancia en las últimas décadas, esta práctica surgió mucho tiempo atrás. En 1919 se creó la Organización Internacional del Trabajo, con el objetivo de defender los derechos

de los trabajadores, en 1945 surge la Organización de las Naciones Unidas para mantener la paz internacional, promover el progreso social y defender los Derechos Humanos, y en 1971 se creó Green Peace donde se vinculó a la Responsabilidad Social Empresarial con cuestiones ambientales.

A lo largo de los años, se observa una evolución en la forma de gestionar la empresa. En una primera instancia, el objetivo era generar beneficios para los propietarios, posteriormente apuntaba a que la empresa colabore con causas específicas, mientras que en la actualidad se busca una contribución social sistemática, colaborando incluso con el Estado en la resolución de problemas colectivos. Inicialmente, se trataba de responsabilidad social de los empresarios, por el poder y riqueza que tenían como propietarios, ello fue trasladándose a toda la organización hasta la actualidad.

En Argentina, existe el Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad. Se trata de una entidad privada sin fines de lucro apoyada por empresas que la integran, cuya misión es “generar conocimiento público para promover y difundir el concepto y la práctica de la Responsabilidad Social, a fin de impulsar el Desarrollo Sustentable de Argentina y la región”. IARSE trabaja en red con organizaciones comprometidas con la instalación de la Responsabilidad Social en Argentina y Latinoamérica. Esta red está conformada por grupos empresariales, que cuentan con programas propios de trabajo para contribuir a que las entidades que los conforman puedan llevar adelante una gestión ética, social y ambientalmente responsable.

Esta forma de gestión, resulta fundamental en el desarrollo a nivel mundial y en los últimos años ha cobrado mayor relevancia respecto de las compañías multinacionales que iniciaron con su implementación. Con la globalización, las empresas de gran tamaño generan un impacto cada vez mayor, tanto en aspectos positivos como negativos, lo que las lleva a tener una mayor responsabilidad social. Las Pymes, toman como modelos a estas grandes empresas y si bien no cuentan con la misma estructura para aplicar la Responsabilidad Social Empresarial, pueden adaptar las políticas de ellas a sus posibilidades y a las necesidades de su entorno, que resulta en muchos casos más conocido que para las grandes empresas por su cercanía con los grupos de interés con que se relacionan.

Según Amato, Buraschi y Peretti (2016), hay 3 motivaciones principales para adoptar programas de Responsabilidad Social Empresarial y/o sustentabilidad: el bienestar de la sociedad, un pensamiento colectivo de preservación del planeta y la escasez de recursos, en orden de importancia. Esto surge de una encuesta realizada en 2013 a pequeñas, medianas y grandes empresas de la Provincia de Córdoba, que desarrollan sus actividades en los distintos sectores de la economía, como industria, comercio y servicios. Otra encuesta destaca que la práctica a la que las Pymes prestan mayor atención en relación con estos stakeholders es la relacionada con la formación en prevención de riesgos laborales (90%).

Entre la gran cantidad de beneficios que genera la implementación de Responsabilidad Social en Pymes, podemos destacar:

- Mejora la imagen y reputación de la empresa, se integra naturalmente en su entorno
- Reducción del ausentismo del personal
- Mejora la implicación y motivación de las personas, tanto empleados como directivos, clientes, proveedores, etc.
- Mejora la productividad y eficiencia de los procesos de la empresa
- Mejora del ambiente de trabajo y reducción de conflictos internos
- Captación y retención del talento humano
- Mejora la calidad de los productos y servicios, y de la atención al cliente
- Respeto por el medio ambiente, gestión más eficiente y ahorro de recursos, que lleva a reducción de costos
- Incentivo a la innovación
- Mayor fidelización y satisfacción del cliente
- Ventajas competitivas para atraer las mejores entidades y empresas proveedoras
- Transparencia y buen gobierno empresarial
- Sostenibilidad en el largo plazo de la empresa

Existen muchas iniciativas para promover a las Pymes a desarrollar Responsabilidad Social, una de ellas es la gran empresa que impulsa y apoya la mejora de la gestión de su cadena de valor como parte de su propia Responsabilidad Social Empresarial, fomentando el desarrollo de proveedores locales y facilitando la concientización e implementación de prácticas responsables dentro de su cadena de suministro, sin incurrir en costos y contribuyendo a su reducción.

Todas las empresas, incluso Pymes, realizan actividades de Responsabilidad Social Empresarial a diario sin que existan políticas adoptadas sobre el tema. Este es el caso de contratación de personal con dificultades para insertarse en el mercado laboral a través de programas sociales estatales, como por ejemplo para integrar a personas con discapacidad; generación de condiciones seguras de trabajo dentro de lo que corresponde por normas de seguridad e higiene vigentes, como así también para crear un ambiente de trabajo agradable; análisis del impacto que una Pyme tiene en la comunidad en que se inserta, ya que depende de ella en gran medida por no tener una expansión geográfica significativa; aprovechamiento máximo de los recursos disponibles para evitar desperdicios y mejorar los costos, ya que no cuentan con una estructura económica y financiera sólida.

Algunas empresas pueden mostrarse reticentes a aplicar la Responsabilidad Social Empresarial debido a que no genera inmediatamente un incremento de la rentabilidad. Las Pymes, en general no tienen una visión a futuro amplia por su tamaño reducido, los ingresos que generan se destinan fundamentalmente a cubrir costos y no a planes de largo plazo. A su vez, las grandes organizaciones

acceden a tecnología más avanzada, lo que las lleva a ser más eficientes que una Pyme. Por otro lado, las pequeñas empresas en general no tienen una visión estratégica respecto de ser socialmente responsables, por no acceder a conocimientos suficientes sobre prácticas sostenibles.

## **APLICACIÓN**

Para poder iniciar con la implementación de un plan de responsabilidad social empresarial, se podría conformar un equipo de trabajo interdisciplinario, integrado por directivos de la empresa, profesionales capacitados en la materia, y otros empleados. Al componerse con distintos grupos, se logra que la aplicación sea amplia y abarque a todos ellos.

En primer lugar, podría realizarse un diagnóstico para analizar si la empresa lleva a cabo acciones de responsabilidad social. De esta forma, se puede determinar si la Pyme cuenta con una misión, visión, estrategia, objetivos, políticas y demás definidas, y si las tiene, analizarlas a los fines de reformularlas para que sean congruentes con la aplicación de Responsabilidad Social Empresarial. Si bien se debe adecuar para cada caso, para la actividad que desarrollen y otros factores específicos, la misión y visión deben enfocarse en ser una organización socialmente responsable tanto en el corto como largo plazo.

Por otra parte, es importante identificar a los grupos de interés con los cuales interactúa la organización, para así poder dirigir las acciones hacia ellos y determinar cuáles son sus necesidades. Se puede reconocer en general que las necesidades de los consumidores están relacionadas con productos ecológicos, duraderos y reciclables; en el caso de propietarios buscan la maximización de sus beneficios a partir de la incorporación de esta práctica a la estrategia de la empresa, mejorando el rendimiento de la misma y su imagen en el mercado y en la comunidad; los trabajadores requieren condiciones salubres y agradables de trabajo; y en general la comunidad promueve la protección al medio ambiente y reducción de los desperdicios del proceso productivo de la empresa.

Destacan como medidas a implementar en una Pyme, la capacitación al personal para el manejo de recursos y relaciones con clientes, buscar proveedores y clientes que sean socialmente responsables para aunar esfuerzos y lograr un mejor resultado en conjunto, implementar una economía circular, donde los desechos se reduzcan y se reutilicen los productos que los clientes desechan, aprovechando sus componentes útiles en el proceso productivo, suplantar el consumo de energía actual por energías renovables, y reducir el consumo en general de la misma, y enfocar políticas de marketing a concientizar tanto a clientes como a la comunidad en general, promoviendo un consumo responsable.

En el ámbito contable, sería interesante incluir en los Estados Contables información respecto a qué acciones se están desarrollando para la implementación de la Responsabilidad Social, y cuáles esperan implementarse a futuro. Esto permitiría que los propietarios estén al tanto, pero también que otras personas ajenas al ente al analizar los informes tomen conocimiento.

El administrador a cargo de la empresa deberá emprender las acciones correspondientes que permitan cumplir con la misión de la organización, para ello se deberá apoyar en el capital humano, la relación con proveedores y clientes, y cooperación con otras empresas, agregando valor a la comunidad. Sin embargo, existe un límite dado por el rol que asume en problemas sociales, considerando que no podrá imponer los valores de la empresa sobre toda la sociedad al intervenir en cuestiones de salud, educación, ambiente, cultura, entre otros.

Implementar Responsabilidad Social Empresarial no implica acciones aisladas por parte de la empresa, sino que debe contar con un plan que se revise y adapte constantemente según las nuevas necesidades de los grupos de interés, apuntando a una mejora continua también de la Pyme.

## **CONCLUSIÓN**

Las empresas deben ligar la Responsabilidad Social Empresarial con la estrategia del negocio. Esta situación les exige redefinir su visión y objetivos, incluyendo el concepto de Responsabilidad Social, lo que implica adoptar una nueva forma de gestionar en la cual, si bien se mantiene el foco en su estrategia de negocio y en el logro de la rentabilidad económica, le asigna una relevancia mayor a los impactos que ocasiona.

Es clave entender que la Responsabilidad social empresarial trata de un comportamiento tanto interno como externo de la empresa, que busca generar beneficios mutuos entre ella y la comunidad, y que para ello es necesario una relación fluida y abierta entre todos los actores involucrados.

Según Drucker (2000) “... es evidente la imposibilidad de esquivar la responsabilidad social. No se trata solo de que el público la exige. O solo de que la sociedad la necesite. Ocurre que en la sociedad moderna los administradores constituyen el único grupo de liderazgo. Si los administradores de nuestras instituciones principales, y sobre todo de las empresas, no asumen la responsabilidad del bien común, nadie podrá o querrá hacerlo”.

Las Pymes no se encuentran bien posicionadas para aprovechar las clásicas oportunidades competitivas que ofrece el desarrollo de economías de escala, y se ven obligadas en mayor medida a diseñar e implementar estrategias de negocios alternativas (Spence, 2007). En este sentido, la Responsabilidad Social Empresarial ha sido propuesta en los últimos tiempos como una de las estrategias más efectivas para diferenciarse y fortalecer la competitividad de las Pymes (Porter y Kramer, 2006).

Según CDP (Carbon Disclosure Project, Proyecto de Divulgación del Carbono), las Pymes tienen un potencial enorme para el cambio, dado que proveen 50% del empleo en el mundo y representan 90% de todos los negocios.

Las empresas actualmente no son vistas como generadoras de ingresos únicamente, sino que por los cambios sociales, la globalización y la preocupación por el medio ambiente, deben reformular sus planes de negocio en función de prácticas socialmente responsables.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Administración Federal de Ingresos Públicos, Información sobre el Registro MiPyME. URL: <https://pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes/ayuda/default.asp>

Amato, Buraschi, Peretti (2016). Orientación de los empresarios de Córdoba-Argentina hacia la sustentabilidad y la responsabilidad social empresarial: identificación de variables asociadas a cada constructo. Universidad Nacional Autónoma de México.

Drucker, Peter (2000). La gerencia. Editorial Ateneo, Buenos Aires.

Gilli, Juan José (2011). Ética y empresa. Valores y responsabilidad social en la gestión. Editorial Granica.

IARSE, Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad. URL: <https://iarse.org/>

Ley 24.467 (1995). PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Madueño, Jorge, Sancho, Martínez (2016). Responsabilidad social en las pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. Revista de contabilidad.

Restrepo, J. (2008). Apuntes sobre la responsabilidad social empresarial. Revista de Derecho Privado

Wagenberg, A. (2006). La narrativa de la responsabilidad social empresarial. Cuadernos Latinoamericanos de Administración

WBCSD, Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible. URL: <https://www.wbcsd.org/>