

# RESPONSABILIDAD SOCIAL EN PYMES DEL ÁREA METROPOLITANA DE MEDELLÍN, COLOMBIA <sup>1</sup>

SOCIAL RESPONSIBILITY IN SMES IN THE METROPOLITAN  
AREA OF MEDELLÍN, COLOMBIA

RESPONSABILIDADE SOCIAL EM PEQUENAS EMPRESAS DA  
ÁREA METROPOLITANA DE MEDELLÍN, COLÔMBIA

Laura Marcela Giraldo-Cárdenas<sup>2</sup>  
Yaleinys Yulieth Kammerer-Mejía<sup>3</sup>  
Leonardo Alberto Ríos-Osorio<sup>4</sup>

## FORMA DE CITACIÓN

Giraldo-Cárdenas, L.M., Kammerer, Y.Y. & Rios-Osorio, L.A. (2016). Responsabilidad social en pymes del área metropolitana de Medellín, Colombia. *Dimensión Empresarial* 14(1), 123-135

**JEL:** L21, L38, L65, M14

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v14i1.649>

## RESUMEN

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo indagar por los conocimientos, actitudes y prácticas sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las pymes del sector aseo en el Área Metropolitana de Medellín. Para realizar este trabajo se elaboró un

1 Este artículo es producto de la Investigación "Propuesta de pos consumo responsable para las pymes del sector cosmético y aseo de la ciudad de Medellín" desarrollado EN la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Antioquia, Medellín, [www.udea.edu.co](http://www.udea.edu.co). Fecha de recepción 25/07/2015. Fecha de Aceptación: 15/10/2015.

2 Especialista en RSE, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia, E-mail: [lauragiraldo22@hotmail.com](mailto:lauragiraldo22@hotmail.com)

3 Especialista en RSE, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia, E-mail: [yaleykammerer@gmail.com](mailto:yaleykammerer@gmail.com)

4 PhD Sostenibilidad, Universidad Politécnica de Cataluña, Profesor-Investigador Universidad de Antioquia, E-mail: [leonardo.rios@udea.edu.co](mailto:leonardo.rios@udea.edu.co)

Publicaciones recientes:

SALAS-ZAPATA W, RÍOS-OSORIO L, LÓPEZ-HERNÁNDEZ LF, GÓMEZ-ARIAS RD. Análisis de sostenibilidad de la política de control de malaria en el municipio de El Bagre, Colombia. *Revista Gerencia y Políticas en Salud* 2014; 13(27): 122-140

OLARTE-MEJÍA DV, RÍOS-OSORIO LA. Enfoques y estrategias de responsabilidad social implementadas en Instituciones de Educación Superior. Una revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años. *Revista de la Educación Superior* 2015; 3(175): 19-40

POLANCO-ECHEVERRY DN, ÁLVAREZ-SALAS LM, RÍOS-OSORIO LA. Proposed Methodology for Research into the Socioecological Resilience of Agroecosystems. *Tropical and Subtropical Agroecosystems* 2015; 18: 207-219

instrumento tipo encuesta basado en la norma ISO 26000 aplicado a los representantes de 24 empresas incluidas en el estudio. Como resultado se encontró que no existen diferencias entre los conocimientos, actitudes y prácticas sobre RSE entre el grupo de directivos y el de empleados. Por otro lado, se encontró que el 59,9% de las empresas posee conocimientos sobre RSE, el 61,5% de ellas posee actitudes relacionadas con el concepto y el 57,7 % incorpora prácticas en su cultura organizacional. Se evidencia la necesidad que las empresas del sector pasen del conocimiento sobre RSE a su incorporación en la plataforma estratégica de sus organizaciones, dado el impacto que generan en el entorno.

**Palabras clave:** Conocimientos, Actitudes, Prácticas, Responsabilidad Social Empresarial, Pymes, Sector aseo

Contenido: 1. Introducción, 2. Marco Teórico, 3. Metodología, 4. Resultados, 5. Conclusiones

## ABSTRACT

This research aims to investigate the knowledge, attitudes and practices on Corporate Social Responsibility (CSR) in SMEs in the cleaning sector in the metropolitan area of Medellín. To make this work, a survey instrument based on the ISO 26.000 standard applied to the representatives of 24 companies included in the study was developed. As a result, it was found that there is no difference between knowledge, attitudes and practices on CSR between the group of managers and employees. Furthermore, it was found that 59.9% of companies have knowledge on CSR, 61.5% of them has attitudes related to the concept and 57.7% incorporates practices in their organizational culture. The need for companies in the cleaning sector to pass from knowledge on CSR to incorporate it into the strategic platform for their organizations is evident, given the impact generated in the environment.

**Key Words:** Knowledge, Attitudes, Practices, Corporate Social Responsibility, SMEs, toiletries industry

## RESUMO

Este trabalho de pesquisa teve como objetivo indagar através dos conhecimentos, atitudes e práticas sobre a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) nas pequenas empresas do setor de limpeza na Área Metropolitana de Medellín. Para realizar este trabalho elaborou-se um instrumento tipo questionário baseado na norma ISO 26.000 aplicado a representantes de 24 empresas incluídas no estudo. Como resultado, encontrou-se que não existe diferenças entre os conhecimentos, atitudes e práticas sobre a RSE entre o grupo de diretores e empregados. Porém, encontrou-se que 59,9% das empresas possuem conhecimentos sobre a RSE, 61,5% delas possuem atitudes relacionadas com o conceito e 57,7% incorpora práticas na sua cultura organizacional. Evidencia-se a necessidade das empresas do setor passarem do conhecimento sobre RSE a incorporá-los em sua plataforma estratégica das suas organizações, dado o impacto que gera no seu entorno.

**Palavras-chave:** Conhecimentos, Atitudes, Práticas, Responsabilidade Social Empresarial, Pequenas Empresas, Setor limpeza

## 1. INTRODUCTION

Entre las numerosas definiciones que existen sobre el concepto de responsabilidad social empresarial la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), la define como *“el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa”* (AECA, 2003, p. 9). Bajo este lineamiento es posible decir que las empresas ejercen su res-

ponsabilidad social cuando prestan atención a las diferentes expectativas, que sobre su comportamiento tienen los diferentes grupos de interés (Server, R. & Capó, J., 2009), así mismo permite conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando/involucrando a todos los grupos de interés llamados (*“stakeholders”*: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medioambiente, accionistas, proveedores, etc.) (García, M., Azuero, A. & Peláez, J., 2013).

En efecto, las formas en las que se ha abordado el tema de responsabilidad social empresarial (RSE) a través de los años, ha ge-