

La falta de responsabilidad social en las pequeñas empresas mexicanas

Diana Flores Bistrain, Miguel Ángel Paredes Mayen, Michelle Alexandra Saldaña Del Valle

Resumen-- La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una práctica que involucra temas ambientales, económicos y sociales. Aunque no es obligatoria, para las políticas de una empresa ha tomado mucha importancia ya que involucra mejoras tanto interna, como externamente que impactan en la imagen, reputación, costos y rentabilidad. Sin embargo, a más de 30 años de la introducción de estas prácticas en el país, aún no son generalizadas, en particular en las pequeñas empresas. En ese sentido el objetivo de este trabajo es identificar cuáles son las causas de estas prácticas ausentes. La investigación se dividió en dos partes, una documental que recabó datos relacionados con modelos de empresas responsables de organismos como CEMEFI y Aliarse. Posteriormente se realizó una investigación de campo para analizar mediante el método de estudio de caso 3 pequeñas empresas: Promoshop, Urban Jungle y Mayen Spa. Los resultados comparan estas empresas con el modelo ideal construido a partir de la investigación documental y mediante la técnica de lógica difusa. El hallazgo principal muestra que la principal causa para las prácticas ausentes de RSE es la falta de interés.

I. INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social empresarial al paso de los años se ha vuelto cada vez más interesante e importante, ya que aborda temas sociales como el trato de los trabajadores y proyectos sociales, el aspecto ambiental que busca reducir los daños causados por algunas empresas. En la actualidad, las políticas de responsabilidad social no se llegan a practicar en la mayoría de las empresas. Nuestro enfoque es en las PyMes, por lo cual seleccionamos 3 en específico: estas llevan el nombre de Mayen Spa, Promoshop y Urban Jungle. Existen muchas causas por las cuales no hay un grado aceptable de responsabilidad en las empresas, algunos ejemplos son: falta de presupuesto, falta de interés o falta de información. Para comparar dichas empresas, decidimos hacer un pequeño cuestionario, el cual aplicamos a diferentes colaboradores de las tres empresas seleccionadas. Desarrollamos las preguntas basándonos en los 10 puntos de cómo ser una empresa ideal, según CEMEFI. Nosotros deducimos que la razón por la cual casi ninguna empresa cuida y tenga responsabilidad social, es por la falta de información, ya que, con esto, no saben qué es la

Flores, Paredes, Saldaña. pertenece a la carrera Administración y Comercio y negocios internacionales de la Universidad la Salle y realizaron el proyecto dentro del curso Taller de investigación de segundo semestre. (Email: correo@lasallistas.org.mx).

responsabilidad social empresarial y las ventajas de esta. Nuestras variables son que la falta de responsabilidad social de las pequeñas empresas mexicanas es directamente proporcional a la falta de información sobre la responsabilidad social empresarial.

Este trabajo se divide de la siguiente manera, en la siguiente sección exponemos y discutimos algunas concepciones relaciones a la RSE, posteriormente mostramos la metodología y el trabajo de campo, para finalizar con los resultados y las conclusiones.

II. REVISIÓN TEÓRICA

¿Qué es la Responsabilidad social empresarial?

Dado que la presente investigación se basa en la responsabilidad social empresarial (RSE) es importante saber identificar el concepto de este.

La RSE se define como el compromiso que una empresa tiene con cumplir integralmente con la finalidad que tiene la empresa, además de ocuparse que sus operaciones sean sustentables en el ámbito económico, social y ambiental; buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras como afirma la organización CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía.

“Aunque la Responsabilidad Social Empresarial es inherente a la empresa, se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y la sustentabilidad de las generaciones futuras”. (p. 128)

La RSE también es dar más de lo que esta establecido en la visiones de la empresa es no solo cumplir con lo que por obligación tiene que hacer una empresa, es aportar al mundo de forma que no te salgas de la visión de tu empresa, como afirma Restrepo, J. en su revista “Apuntes de Responsabilidad Social Empresarial” que afirma que “El sentido de que la responsabilidad social de la empresa es algo más que cumplir la ley; es ir más allá de la ley positiva en lo que se relaciona con el contorno social en la cual debe desarrollar la actividad de la empresa” Restrepo, J. (2008) pag3

El proyecto fue asesorado por CARLOS ALEBERTO JIMENEZ BANDALA. Los autores agradecen a: El profesor Carlos Alberto Jiménez Bandala por su apoyo al concretar esta investigación.

Otro aspecto importante es la relación que ha tenido la responsabilidad a lo largo de la historia. En los famosos paradigmas de la administración podemos notar de algunos de estos paradigmas ya involucraban aspectos de la responsabilidad social, como es el caso de la “teoría de las relaciones humanas” con Elton Mayo, donde a diferencia de la escuela clásica de la administración donde buscaban mayor producción mediante la explotación del trabajador con incentivos económicos; en la Teoría de las relaciones humanas se preocupa más por el trabajador, sus comodidades y que el ambiente de trabajo sea más ameno y aumentar la producción por medio de la comodidad y satisfacción del trabajador Elton Mayo decía que el nivel de producción está más influenciado por las normas de grupo que por los incentivos salariales. (Mayo,1972). Lo que nos da a entender que el entorno social de la empresa es más importante que el incentivo salarial.

Mayo resaltaba que lo que más incentiva a un trabajador es el reconocimiento de que las acciones que tiene son las correctas (Mayo,1971). Lo que nos deja un claro ejemplo de como la parte social interna de una empresa influye mucho para tener una mejor producción.

Asimismo, según el Libro Verdela responsabilidad social tiene que integrar y resolver lo que se ha causado, en el ámbito laboral, social y ambiental. De la misma manera hay que cumplir y respetar los Derechos Humanos, cumplir con las obligaciones legales, cómo se lleva a cabo todo en la empresa, mediante que se realicen políticas, haya estrategias para crecer, tomar buenas decisiones y tener procedimientos benéficos para poder tener un buen resultado que satisfagan las preocupaciones y hay un buen ambiente dentro de la empresa. Las organizaciones son las que tienen el trabajo de sostener el desarrollo y una gestión justa donde haya respeto de nuestros derechos, por lo que va de la mano de la responsabilidad social empresarial.

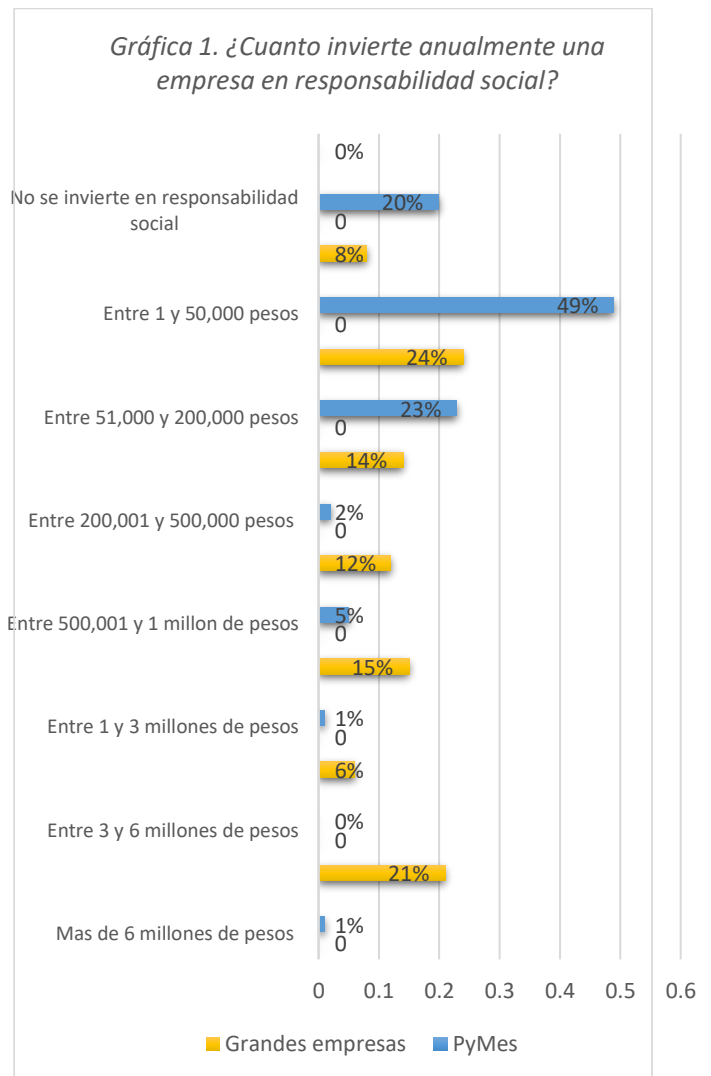
Se sabe que ser una empresa socialmente responsable es muy importante para el desarrollo de una empresa, pero no es obligatoria; la responsabilidad social es considerada como un extra a la empresa, aun no se ha podido establecer que la responsabilidad social sea algo que una empresa deba de seguir por reglamento. Lo que a nuestro punto de vista está mal ya que es necesario que las empresas adquieran sistemas para la mejora de su organización interna, y tengan aportaciones a la sociedad y al medio ambiente; y que las empresas crean que es algo que ayuda pero que no es completamente necesario puede provocar la falta de interés de las empresas.

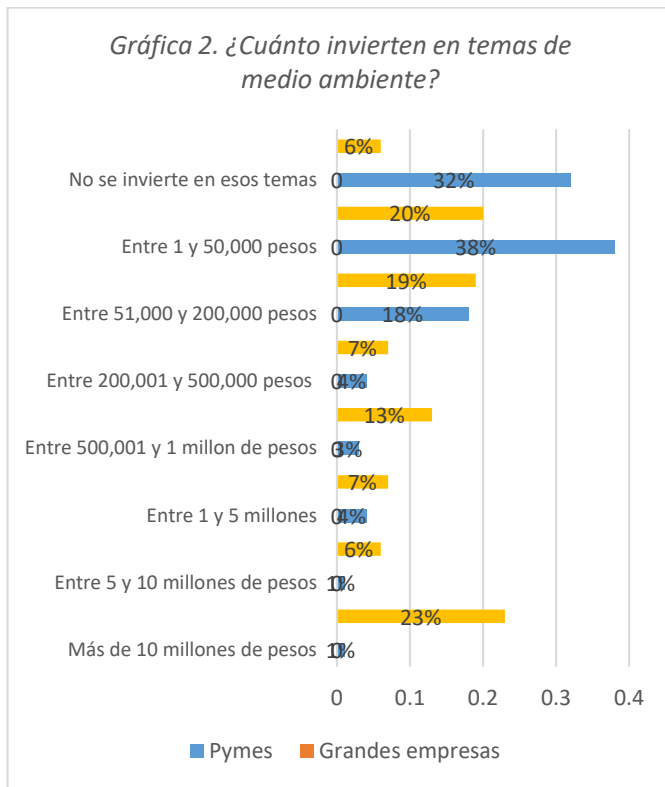
La responsabilidad social en las empresas mexicanas Hoy en día las empresas mexicanas sufren de “riesgos extra financieros” como dice Aguilar, A en su artículo “Panorama de la Responsabilidad Social en México” pag. 52 y para que una empresa funcione de manera adecuada es importante identificar y poner en marcha acciones y políticas para ayudar a eliminarlos.

La responsabilidad social empresarial se ha ido implementando en el país en los últimos años, la responsabilidad social se ha vuelto importante para las empresas, pero aun el porcentaje es muy bajo comparado con lo que se espera llegar como afirma Aguilar (2013) donde realizaron encuestas a empleados y

empresarios de la ciudad de México en la cual identificaron que “el 85% de los encuestados califica el nivel de madurez de la Responsabilidad Social (RS) en México como bajo”. (p. 38) Lo cual nos quiere decir que aun nos falta un largo camino.

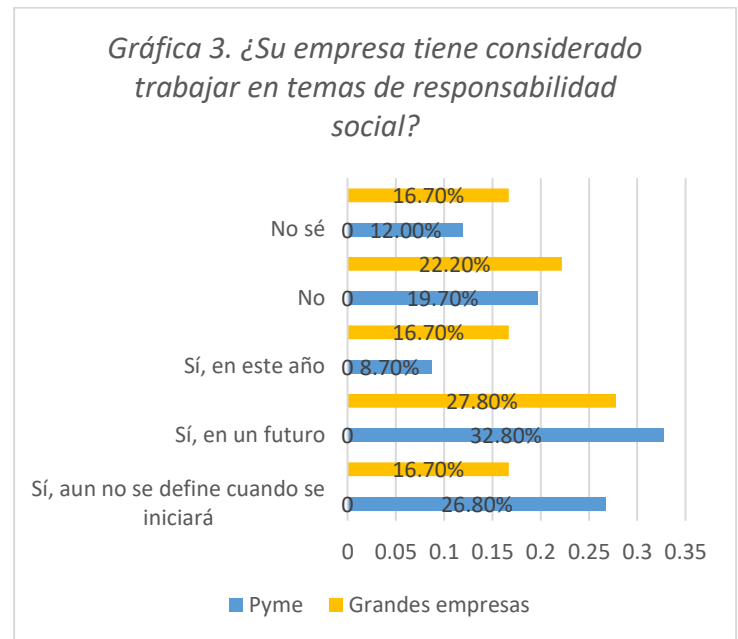
Las acciones de responsabilidad social son mas notables en las grandes empresas comparado con las Pymes, pero aun así las inversiones de las grandes empresas son escasas de acuerdo nuevamente con Aguilar (2013) en su artículo sobre responsabilidad social proporciona gráficas donde se muestra de acuerdo con su investigación, cuanto invierten las grandes empresas y las Pymes anual mente, como muestra a continuación:





Lo que indica que El 49% de las MiPyMEs representadas en la gráfica anterior invierte menos de \$50,000 anuales en temas de RSE. Lo cual es muy alarmante ya que la inversión en realidad es muy poca, y se debe averiguar la razón de esto. Nuestra hipótesis como se mencionó anteriormente es que la razón de la falta de responsabilidad social de las Pymes es la falta de información sobre la falta de responsabilidad social. Muchas de las Pymes en México representadas en el caso de estudio anterior indican que por ahora el 32% no invierten en asuntos ambientales. Lo cual indica que, aunque al menos un cierto porcentaje de empresas si invierte en acciones de responsabilidad social, no se está atendiendo un tema muy importante de hoy en día, que es cuidar del medio ambiente. En cuanto al porcentaje de las empresas que aún no tienen responsabilidad social en México se encontró que las respuestas dadas de los encargados de las empresas dieron respuestas muy vagas de cuando piensan iniciar con acciones de responsabilidad social empresarial como dice a continuación en los resultados de la investigadora Alejandra Aguilar:

Donde como se mencionó anteriormente, las respuestas no dan un indicio certero de que hay interés en incluir esta tendencia a sus empresas tanto en las Pymes como en las grandes empresas. Ventajas de ser una empresa con RSE
 Un aspecto muy importante para que a una empresa adopte la responsabilidad social en su empresa son la ventaja que esta ofrece.
 La responsabilidad social empresarial ofrece bastantes ventajas para la empresa como se mostrará a continuación:



✓ Un País más próspero o confiable

Ya que la responsabilidad social involucra tener acciones tanto sociales internas, externas, ambientales y económicas, esta ayuda a un país más próspero.

- ✓ Reducción de riesgos, mejora de clima laboral, lealtad, compromiso, ahorros en costos y gastos.

Esto quiere decir que, al tener un mejor funcionamiento interno, mejor atención a los trabajadores y mejores estrategias para la empresa, se reduce considerablemente los riesgos de la empresa

- ✓ Protección del medio ambiente.

Esta es una de las partes más importantes para algunos de la responsabilidad social, ya que como se sabe hemos causado demasiado daño al planeta de muchas formas y la responsabilidad social involucra mucho tener sistemas para el cuidado del medio ambiente.

- ✓ Desarrollo social y económico de la comunidad.

La responsabilidad social involucra también el apoyo a las causas sociales.

- ✓ Confianza en el buen desempeño de las empresas socialmente responsables.

Tener un certificado de empresa socialmente ayuda mucho al estatus de la empresa por lo que las alianzas estratégicas con otras empresas serán más sencillas ya que es más atractivo para estas.

- ✓ Facilidad y transparencia para realizar negocios.

- ✓ En la parte comercial las ventas se aumentan al diferenciar sus productos de la competencia, y facilita el acceso a los mercados globales.
- ✓ Mejora el ambiente interno de la empresa y las contrataciones.
- ✓ En la parte legal mejora el entendimiento de los requerimientos legales y reduce la presión de agencias fiscalizadoras.

III. METODOLOGÍA

Seleccionamos tres pequeñas empresas a evaluar por medio de encuestas que tuvieran el mismo número de empleados y que no tuvieran información visible en redes sociales sobre sus actividades de responsabilidad social. Identificamos mediante la metodología de lógica difusa, que tan alejadas están las empresas encuestadas que se identificarán como “Empresa 1”, “Empresa 2” y “Empresa 3” del ideal de responsabilidad social obtenido de la página oficial de CEMEFI, donde se realizará una comparación entre las empresas seleccionadas y las características que plantea CEMEFI.

CEMEFI tiene un decálogo donde planea las características y requerimientos que debe de tener una empresa para ser socialmente responsable, con base en estas 10 reglas hicimos una investigación descriptiva en forma de encuesta y analizamos cada punto y formulamos una pregunta referente a cada uno, entregamos los cuestionarios a las personas al mando de cada empresa físicamente (gerentes).

al finalizar comparamos los resultados obtenidos con el ideal según CEMEFI de cada empresa y lo juntamos en gráficas que gracias a la lógica difusa nos podían llevar a ver diferentes resultados, pudiendo ser 3 opciones; Que la falta de responsabilidad social fuera por falta de interés, por falta de solvencia económica o de ignorancia. Usaremos la siguiente formula de lógica difusa para medir los resultados

$$d(A, I) = \frac{|X_{a1} - X_{i1}| + |X_{a2} - X_{i2}| \dots |X_{an} - X_{in}|}{n}$$

IV. RESULTADOS

En base a las respuestas de la encuesta realizada a las pequeñas empresas que en nuestros resultados serán representadas como “Empresa A”, “Empresa B” y “Empresa C” por solicitud de estas por mantener un anonimato en sus resultados; nos dimos cuenta en base a el método “Lógica difusa (distancia de haming)” lo lejos que están las empresas por cumplir el Ideal de acciones que debe tener una empresa socialmente responsable planteado por CEMEFI, como se mostrará a continuación. Los siguientes puntos son los que han sido tomados de CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía), donde establece las acciones que una empresa debe tener para ser considerada una empresa con RSE.

1. La empresa promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad

2. Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.
3. Vive esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y de respeto a los derechos humanos y a la dignidad humana.
4. Promueve condiciones laborales favorables para la calidad de vida, el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores).
5. Respeto el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente.
6. Identifica las necesidades sociales del entorno en que opera y colabora en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida.
7. Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial.
8. . Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en las que opera.
9. Participa, mediante alianzas intersectoriales con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil, cámaras, agrupaciones y/o gobierno, en la discusión, propuestas y atención de temas sociales de interés público.
10. . Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social.

En base a los puntos anteriores se estableció el ideal, dónde por medio de las respuestas obtenidas de las encuestas realizadas pudimos identificar qué puntos del ideal si cumplían y cuáles no, y si lo hacían nos dijeran que acciones tenían para poder afirmar que cumplían con el punto; en base a las respuestas realizamos un aproximado de lo que las empresas cumplen, el valor mínimo fue considerado como 0 y el máximo 1, por lo que dependiendo de las acciones que tenían de cada punto otorgábamos una calificación aproximada en base a nuestro juicio. .

Los resultados fueron los siguientes:

<i>Ideales</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>
Punto 1 (0.8)	0.5	0.3	0.5
Punto 2 (1)	1	0.7	1
Punto 3 (0.7)	0.7	0	0.7
Punto 4 (0.6)	0	0	0
Punto 5 (1)	0.4	0	0
Punto 6 (0.4)	0	0.4	0.3
Punto 7 (0.3)	0	0	0
Punto 8 (0.2)	0	0	0
Punto 9 (0.3)	0.3	0.2	0.2
Punto 10 (0.2)	0	0	0

Como se puede notar las empresas están en realidad muy lejos del ideal, muy pocos puntos son los que en realidad igualan o se acercan al ideal, hay puntos en donde las empresas no tienen ninguna acción.

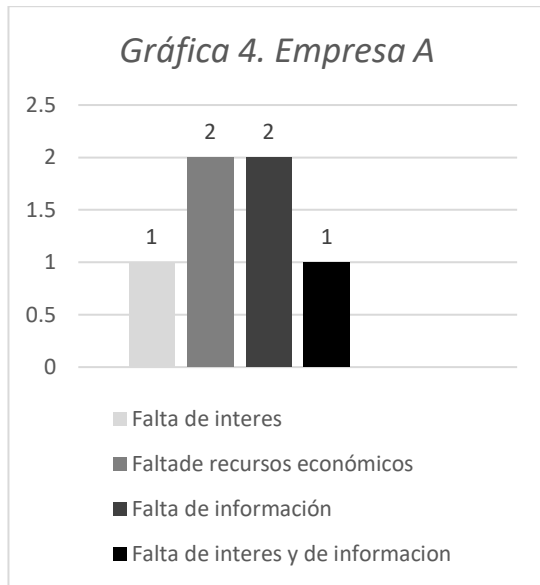
Lo que se puede apreciar que son los puntos donde en promedio no se tienen ninguna acción son 4, 7, 8 y 10, lo cual es en cierto punto preocupante, pero a la vez son puntos que es difícil que una pequeña empresa pueda cumplir, ya sea por falta de información o falta de recursos económicos, aunque también puede que las empresas no tengan estas acciones por falta de interés.

Un punto que también se notó es que la empresa que más se acerca al ideal de RSE es la “Empresa A” y que es la que más tiene acciones o es la que sus acciones más se acerca al ideal.

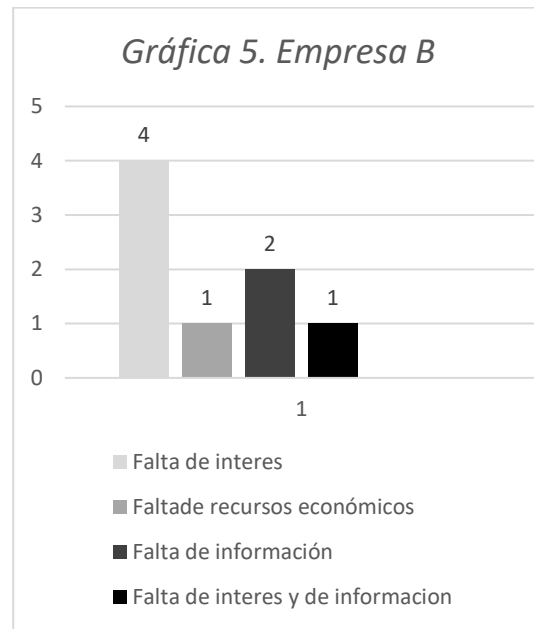
Pero aun sabiendo esto, surge la pregunta más importante, ¿Cuál es la razón de esta falta de responsabilidad social de las pequeñas empresas que es tan evidente?

En base al resultado de las encuestas en donde al respondernos si cumplían o no con los puntos establecidos cuestionamos la razón del cumplimiento o incumplimiento de estos.

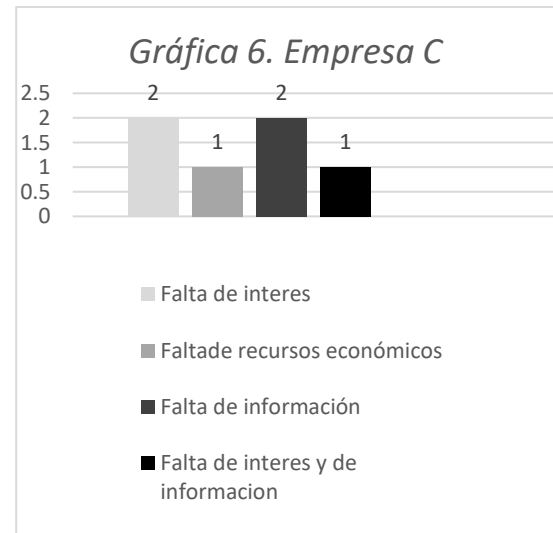
EMPRESA A



Como podemos notar, en la “Empresa A” las causas que más predominan son la falta de información y la falta de recursos económicos, lo que nos deja un claro ejemplo de que estos factores afectan de manera importante a las pequeñas empresas.



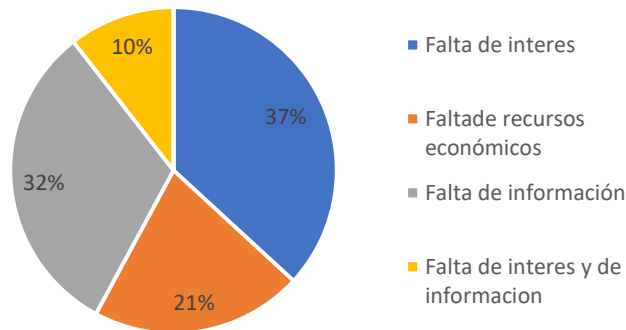
En el caso de la “empresa B” se puede apreciar que la falta de interés afecto de manera drástica a la empresa, en este caso es preocupante ya que nos muestra como la mentalidad de la gente es de los aspectos más difíciles de cambiar para poder lograr realmente un cambio.



Con esta empresa podemos apreciar que desgraciadamente predominan la falta de información y la falta de interés; como sociedad nos muestra que debe de existir más información sobre la RSE.

Como resultado final se obtuvo la siguiente información:

Gráfica 7. Resultados finales



Con la gráfica anterior nos podemos dar cuenta que predominó drásticamente la falta de interés por parte de las empresas por ciertas acciones de RSE, lo cual es realmente muy lamentable ya que aunque se tiene que reconocer que hay problemas también en los recursos económicos de las empresas y que la falta de información también es un factor muy importante ya que sigue habiendo muchas empresas que no están bien informadas, el problema más grande es la mentalidad de las personas de hacer solamente lo suficiente, lo que está establecido, y como se dijo anteriormente la mentalidad es de los aspectos más difíciles de cambiar de una sociedad y lograr hacer un cambio es posible, solo que requerirá de bastante tiempo.

V. CONCLUSIONES

Se realizó una investigación en dos etapas; en la primera, una investigación documental con la finalidad de discutir concepciones y características que nos permitieran construir un modelo de empresa ideal de RSE para pequeñas empresas. En una segunda etapa se realizó una investigación de campo comparando tres empresas pequeñas del mismo giro y sector de actividad. Mediante el análisis del caso de estudio se obtuvieron datos cualitativos que nos permitieron medir y comparar a las empresas con respecto a su ideal por medio de la técnica de lógica difusa.

Los resultados muestran que la principal causa de la falta de responsabilidad social en las pequeñas empresas mexicanas es la falta de interés de los encargados de las empresas.

Nuestra conclusión es que en base a los resultados obtenidos en la investigación fue muy lamentable observar que la razón de la falta de responsabilidad social de una empresa es la falta de interés de éstas, lo que causa un verdadero problema ya que la mentalidad es una de las cosas más difíciles de cambiar de una sociedad; esto se tiene que arreglar desde raíz y será un proceso muy tardado, pero creemos que si se inicia poco a poco

y le muestran a las personas lo importante de esta tendencia iremos mejorando como sociedad con el paso del tiempo. Nuestra tarea como universitarios es contribuir, primero con el análisis del fenómeno, como hemos intentado en esta investigación y posteriormente proponer acciones para la transformación social.

REFERENCIAS

Cajiga, J. (s/f). “El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial” en Centro Mexicano para la Filantropía. Recuperado el 17 de abril de 2018 de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Centro Mexicano para la Filantropía. (s/f). “Decálogo Empresa Socialmente Responsable”. Recuperado el 17 de abril de 2018 de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/decálogo_esr.pdf

Aliarse por México. (s/f). “Definición Responsabilidad Social Empresarial y Ventajas”. Recuperado el 18 de abril de 2018 de <http://www.aliarse.org.mx/rse.html>

Rastrepo, J. (2008). APUNTES SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. Recuperado el 8 de mayo del 2018 en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360033195004>

Aguilar, A. (2013). Panorama de la Responsabilidad Social en México. 5/05/2018, de Responsable Sitio web: https://www.responsible.net/estudios/mexico/Panorama_Responsabilidad_Social_Mexico_2013_Responsable.pdf

Ibarra, E. “Organización del trabajo y dirección estratégica. Caracterización de la evolución de los paradigmas gerenciales”, vol 1, pp15-47, 1994

De Castro, M. “La Responsabilidad Social de las Empresas, o un nuevo concepto de empresa”, núm. 53, pp.29-51, 2005