

**Acciones sociales y su importancia en MiPyMes: desde la óptica de sus dirigentes****Social actions and their importance in MSMes: from the perspectives of their leaders**

MIRANDA-MARTÍNEZ, Paula María†\*, ACEVES-LÓPEZ, Jesús Nereida, GONZÁLEZ-NAVARRO, Nora Edith y NAVARRO-ARVIZU, Elba Myriam

*Instituto Tecnológico de Sonora, 5 de Febrero #818 sur, Colonia Centro, Ciudad Obregón, Sonora.*

ID 1<sup>er</sup> Autor: *Paula María, Miranda-Martínez* / ORC ID: 0000-0002-8688-2803

ID 1<sup>er</sup> Coautor: *Jesús Nereida, Aceves-López* / ORC ID: 0000-0003-2442-0686

ID 2<sup>do</sup> Coautor: *Nora Edith, González-Navarro* / ORC ID: 0000-0002-7112-8082

ID 3<sup>er</sup> Coautor: *Elba Myriam, Navarro-Arvizu* / ORC ID: 0000-0003-2695-0883

DOI: 10.35429/JOCS.2019.21.6.9.18

Recibido 25 de Octubre, 2019; Aceptado 22 Diciembre, 2019

**Resumen**

El propósito de esta investigación es identificar el valor que otorgan los empresarios a la realización de acciones sociales en su organización. Buscando responder la pregunta de investigación: ¿Cuál es el grado de importancia que los dirigentes empresariales otorgan al desarrollo de acciones sociales dentro de su organización? Posteriormente se realizó un estudio de tipo transaccional no experimental aplicado a 32 MiPymes de Cd. Obregón, Sonora. Se aplicaron cuestionarios conformados por 16 preguntas con opción múltiple; algunas de ellas son medidas en una escala de Likert del 1 al 5, dividido en tres módulos: I. Datos del empresario, II. Datos generales de la empresa y III. Responsabilidad Social. Obteniendo como resultado que la mayoría de empresarios consideran tener un grado de conocimiento medio/bajo sobre Responsabilidad Social, además no muestran interés en participar en acciones que contribuyan al bien público (cultura, relaciones con la autoridad y ciudadanos, comportamiento ético corporativo.) Los encuestados consideran más relevantes los beneficios que contribuyen a la imagen y rentabilidad de la empresa. La conclusión de este estudio aportará la información adecuada para el análisis de la empresa en materia de responsabilidad social y con ello poder ejecutar medidas pertinentes que contribuyan al cambio de las empresas participantes.

**Responsabilidad social, Grupos de interés, Acciones de responsabilidad social**

**Abstract**

The purpose of this research is to identify the value that entrepreneurs place in carrying out social in their organization. Seeking to answer the research question: What is the degree of importance that business leaders attach to the development of social actions within your organization? Subsequently, a non-experimental transactional study applied to 32 MSMes of Cd. Obregon, Sonora was carried out. Questionnaires consisting of 16 multichoice questions were applied; some of them are measured on a Likert scale of 1 to 5, divided into three modules: I. Businessman Data, II. General company data and III. Social Responsibility. Obtaining as a result that the majority of entrepreneurs consider having an average/low degree of knowledge about Social Responsibility, they also show no interest in participating in actions that contribute to the public good (culture, relationships with authority and corporate ethical behavior). Respondents consider the benefits that contribute to the company's image and profitability to be more relevant. The conclusion of this study will provide adequate information for the relevant measures that contribute to the change of the participating companies

**Social responsibility, Stakeholders, Social responsibility action**

**Citación:** MIRANDA-MARTÍNEZ, Paula María, ACEVES-LÓPEZ, Jesús Nereida, GONZÁLEZ-NAVARRO, Nora Edith y NAVARRO-ARVIZU, Elba Myriam. Acciones sociales y su importancia en Mipymes: desde la óptica de sus dirigentes Revista de Sociología Contemporánea. 2019. 6-21: 9-18.

\* Correspondencia del Autor (paulammtz@hotmail.com)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

## Introducción

El interés por las repercusiones sociales y ambientales derivadas de las actividades empresariales ha ido incrementándose con el pasar de los años, por ello que muchas investigaciones académicas estén enfocadas en ese ámbito. En la actualidad, las empresas deben buscar adaptar sus operaciones a la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés, para convertirse en entidades comprometidas con el entorno social y ambiental.

Derivado de lo anterior, este estudio tiene como objetivo identificar desde el punto de vista de sus dirigentes, el grado de importancia de acciones de Responsabilidad Social que realizan las MiPYMES de Ciudad Obregón. Para ello se trabajó con 32 empresas de diversos sectores ubicadas en Cd. Obregón, Sonora.

En la primera sección se encuentran los antecedentes del tema objeto de estudio, se plantea el problema y el objetivo de la investigación, así como también se describe la justificación y limitaciones del estudio.

En la sección 2 titulada Marco Teórico se presentan los conceptos e investigaciones que fungen como bases para esta investigación.

La sección 3 titulada Métodos y Materiales; describe el tipo de investigación, los participantes, se describe el instrumento que se utilizó para recabar datos, así como el procedimiento empleado para el desarrollo de la investigación.

En la sección 4 se presentan las tablas y gráficas con los resultados finales del estudio. Por último, en la sección 5 se exponen las conclusiones, recomendaciones y se discuten los resultados más relevantes, derivados de la sección anterior.

## Antecedentes

Según la Mans Unides: Organización No Gubernamental contra la pobreza del mundo (2016); la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se originó en Estados Unidos al término de los años 50 y principios de los 60, a causa de fenómenos sociales como el Apartheid y la Guerra de Vietnam.

Posteriormente, los ciudadanos empiezan a interesarse por el impacto de las empresas en el ámbito social, ambiental y económico; los inversionistas y consumidores comienzan a preocuparse de su participación en empresas que emplean prácticas ajenas al impacto de sus operaciones.

## Planteamiento del problema

Ante todos los fenómenos que se presentan en el entorno ambiental, económico y social (contaminación, escases de recursos, deforestación, marginación social, desigualdad, pobreza, corrupción, disparidad económica) y el estar inmersos en una comunidad tan demandante, las empresas no deben seguir negándose a responsabilizarse de su contribución y el efecto que causan a través de sus prácticas empresariales.

La falta de implementación de medidas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se origina de la confusión, falta de interés y conocimiento del tema por parte de los empresarios, ignorando los intereses propios de las partes interesadas con las que se relaciona (clientes, proveedores, empleados, ciudadanos, etc.), además de desconocer cómo encaminar sus operaciones con el propósito de que sean sustentables y satisfagan las necesidades de la comunidad en relación a los niveles de responsabilidad propuestos por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI): dimensión económica interna, dimensión económica externa, dimensión social interna, dimensión sociocultural y política externa, dimensión ecológica interna y externa.

Por ello, se presenta la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es el grado de importancia que los dirigentes empresariales otorgan al desarrollo de acciones sociales dentro de su organización?

## Objetivo

El objetivo del presente estudio es:

Determinar el grado de conocimiento, percepción e importancia que le otorgan los empresarios de Ciudad Obregón a la Responsabilidad Social dentro de su organización.

## Justificación

Las empresas que adoptan prácticas empresariales responsables reconocen que esto se trata de un factor que añade ventaja competitiva sobre otros negocios que no toman parte. La razón por la cual se desarrolla esta investigación, es reconocer el grado de conocimiento, percepción e importancia que le otorgan los empresarios de Ciudad Obregón a la Responsabilidad Social dentro de su organización. Este estudio beneficia significativamente a los empresarios, ya que es a través de los resultados derivados del instrumento de evaluación aplicado a las empresas, que se determina el grado de conocimiento de los empresarios sobre RSE, la importancia que le dan dentro de su organización y qué beneficios consideran ellos son los que trae consigo.

## Limitaciones

Una de las limitaciones se presentó al momento de aplicar los cuestionarios a los empresarios, pues la disponibilidad de los mismos era a veces limitada y no se contaba con el tiempo suficiente para obtener información que diera respuesta a todas las preguntas de la investigación.

## Marco Teórico

### Conceptual

Citando al autor Reyno (2006); “La Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental” (p.27).

Una de las definiciones más reconocidas es la establecida en el Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de la empresa, publicado por la Comisión Europea (2001), el cual establece que la RSE es; “La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (p.7).

Es fundamental que las empresas adopten estos conceptos desde el interior de su organización y guíen sus actividades diarias y valores por un camino ético que satisfaga las necesidades de sus grupos de interés (Stakeholders).

Según la autora Bourne (2009) los Stakeholders se definen como; “individuos o grupos que pueden ser impactados por, o pueden influir en el éxito o el fracaso de las actividades o proyectos de una organización”. (Citado por Rodríguez, 2013, p.209).

## Empírico

A continuación se presentan estudios realizados con anterioridad relacionados con el tema de la investigación:

Barroso (2008) en su investigación aplicada a 40 empresas de Mérida, Yucatán, afirma que los entrevistados identifican la RSE como acciones orientadas a la calidad de vida de los trabajadores y como una forma de contribuir a la sociedad, más que como asuntos medioambientales, siendo esta la opción menos elegida al momento de dar respuesta a la pregunta; ¿Qué es la RSE? Además el 90% de los sujetos consideran necesario implantar acciones de RSE con el fin de mejorar la imagen de la empresa y atraer más clientes, siendo la preocupación por conservar el medio ambiente una de las opciones menos mencionadas. Las acciones en que incurren las empresas Yucatecas, de acuerdo a la investigación, se relacionan más con el cliente, la calidad y operación del negocio (37.1%) y los empleados (25.8%) y solo el 20% del total de encuestados emplea acciones de reciclaje. Comparando la presente investigación y el estudio desarrollado por Barroso (2008), se identifica que ambos siguen el mismo objetivo: determinar que entienden por RSE los directivos de las empresas que fueron analizadas.

## Método y Materiales

### Tipo de investigación

Esta investigación es de tipo transaccional no experimental, ya que se enfoca en la observación de los sujetos sin manipular las variables y en efectuar el análisis de la situación ya existente en las empresas en relación al tema de estudio.

## Participantes

Para desarrollar esta investigación se trabajó directamente con 32 empresas de Ciudad Obregón, Sonora, las cuales son de distintos giros; financieras, mineras, agrícolas, comerciales, industriales, constructoras, de servicios y otros. Todas ellas están fiscalmente registradas como personas físicas y morales. El trabajo de investigación está enfocado en conocer el grado de importancia que los dirigentes empresariales otorgan al desarrollo de acciones sociales dentro de su organización.

## Instrumento

Se trabajó con un cuestionario adaptado del instrumento de evaluación utilizado por Berger, Reficco y Hermelo (2005), conformado por 16 preguntas en total y a su vez dividido en tres módulos:

### 1. Módulo I. Datos del entrevistado.

Esta sección está compuesta por seis preguntas de opción múltiple y pretende conocer los datos generales de los entrevistados (nombre, relación con la empresa, sexo, edad, estado civil y nivel de estudios).

### 2. Módulo II. Datos generales de la empresa.

Compuesto por 10 preguntas que ayudaron a recabar la información general y características de la empresa entrevistada.

### 3. Módulo III. Responsabilidad Social.

Conformado por 11 preguntas de opción múltiple y enfocada en conocer el grado de relación de las empresas respecto al tema de Responsabilidad social empresarial; lo que opinan del tema, acciones que toman dentro de la empresa, como perciben la responsabilidad social, entre otros.

## Procedimiento

1. Selección del tema del proyecto debido al impacto e importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.
2. Búsqueda de empresas en la ciudad.
3. Selección y adecuación del instrumento de evaluación a aplicar.

4. Visita a los empresarios con la finalidad de dar a conocer el tema del proyecto y acordar las visitas para aplicación de cuestionarios.
5. Aplicación de los instrumentos de diagnóstico
6. Captura de resultados en el sistema estadístico SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales).
7. Elaboración de tablas con los resultados obtenidos de la codificación elaborada en el sistema estadístico.
8. Análisis e interpretación de resultados.
9. Presentación de resultados ante los empresarios.

## Resultados

A continuación, se muestran los resultados de la investigación aplicada a 32 empresas de Cd, Sonora de distintos giros, con la finalidad de conocer el grado de conocimiento, percepción e importancia que le otorgan los empresarios de Ciudad Obregón a la Responsabilidad Social dentro de su organización.

### Unidad 1. Datos del entrevistado.

En este primer apartado se efectuaron seis preguntas: Nombre del entrevistado, relación con la empresa, sexo, edad, estado civil y nivel de estudios. Se determinó que 14 de las personas entrevistadas son dueños de la empresa estudiada, cuatro son directivos, ocho gerentes, cinco contestaron que ocupan otro puesto y una persona no contestó. A su vez 13, de los 32 encuestados son sexo femenino y 19 de sexo masculino. Las edades de los empresarios oscilan entre los 20 y 80 años: siete personas tienen entre 20 y 30 años, seis de los entrevistados tiene entre 31-40 años, ocho se encuentra entre los 41-50 años de edad, siete entre los 51-60 años, una persona tiene entre 70-80 años y tres entrevistados no contestaron la pregunta. La mayor parte de ellos respondió que son casados con un número de 20 personas, seis respondieron que son solteros, dos divorciados, tres personas viven en unión libre y una persona no contestó.

Respecto al nivel de estudios de los 32 sujetos; cinco personas entrevistadas son técnicos, 25 están formados profesionalmente, el nivel de estudios de una persona no corresponde a ninguna de las opciones dadas y una persona no contestó la pregunta.

#### Unidad II. Datos generales de la empresa

En la segunda unidad del cuestionario se realizaron las siguientes preguntas: Estructura de la propiedad de la empresa, número de empleados, año de constitución de la entidad, el régimen fiscal y el nivel de estudios de los empleados.

Se encontró que de las 32 empresas, 13 son familiares, 18 respondieron ser no familiares y una no contestó a la pregunta, y al mismo tiempo 14 de ellas tienen entre cero y 10 empleados, 14 entre 11 y 50 empleados, una empresa tiene entre 51 y 250 empleados, dos respondieron que cuentan con un número de empleados de 250 en adelante y una empresa no contestó.

Respecto al año de constitución de la empresas, la mayor parte de ellas dijeron haber sido constituidas entre 2011 y 2020, una empresa respondió que fue constituida entre los años 1950-1960, una entre los años 1961-1970, una entre 1971 y 1980, tres respondieron entre 1981 y 1990, cuatro de las 32 empresas fueron constituidas entre 1991 y 2000, ocho entre 2001 y 2010, y cuatro personas no contestaron.

La mayoría de las empresas se encuentran fiscalmente registradas, con un total de 31 empresas, y una empresa no contestó a la pregunta, a la vez 17 dicen estar fiscalmente registrados como personas físicas, 14 como personas morales y solo una persona no contestó.

En relación al giro de las empresas que fueron analizadas, 17 son de servicios, una se dedica a la agricultura, ocho se dedican al comercio, dos respondieron ser industriales, dos se dedican a la construcción, y dos son de otro giro. En relación al tamaño de la empresa; 23 empresas son pequeñas, pues tienen entre cinco y 250 empleados, tres son medianas con entre 251 y 500 empleados, dos son grandes con 501 empleados o más y cuatro son micro empresas con 4 empleados o menos.

Además, se les preguntó sobre el cargo que desempeñan dentro de la empresa, y se precisó que 19 son dueños o accionistas de las empresas, seis son gerentes generales o de área, cinco respondieron ser jefes de división, grupo o supervisores y dos son profesionales sin cargo. Y en relación a esto se cuestionó su antigüedad; dos respondieron que tienen menos de un año en la empresa, seis contestaron entre uno y tres años, 10 entre tres y seis años, 13 tienen más de 10 años trabajando en la empresa y solo una persona no contestó.

También se les preguntó a los empresarios sobre el nivel de estudios de sus empleados, y precisaron que estos fluctúan entre cuatro especializados, 19 profesionales, ocho con universidad en curso, un empleado es tecnólogo, 12 técnicos, dos sin escolaridad, 10 con bachilleres, y cinco empleados solo estudiaron hasta la primaria.

Para la interpretación de los datos anteriores, es importante considerar que 15 de las 32 empresas encuestadas tienen empleados con diferentes grados de escolaridad, por lo tanto eligieron entre más de una opción.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	26	81.3
	No	5	15.6
	No contestó	1	3.1
	Total	32	100.0

**Tabla 1** ¿Ha escuchado usted hablar acerca de la responsabilidad social?

Fuente: elaboración propia

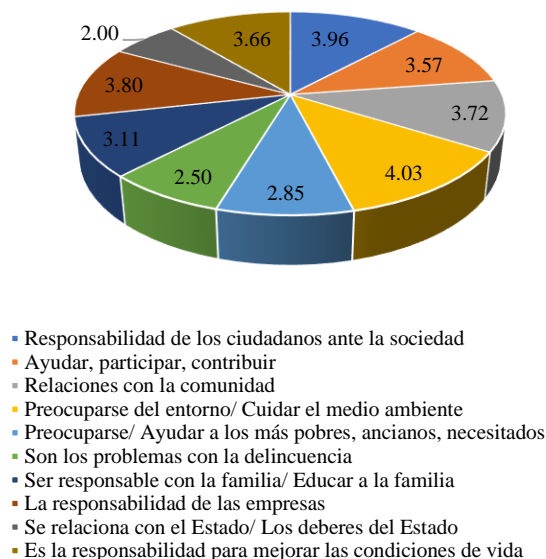
De los 32 encuestados, 26 contestaron que si han escuchado hablar acerca de la Responsabilidad Social, cinco contestaron que no y una persona no contestó.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy alto	2	6.3
	Alto	5	15.6
	Medio	14	43.8
	Bajo	9	28.1
	Nulo	2	6.3
	Total	32	100

**Tabla 2** ¿Cuál cree que es su grado de conocimiento sobre la temática de la responsabilidad social empresarial?

Fuente: elaboración propia

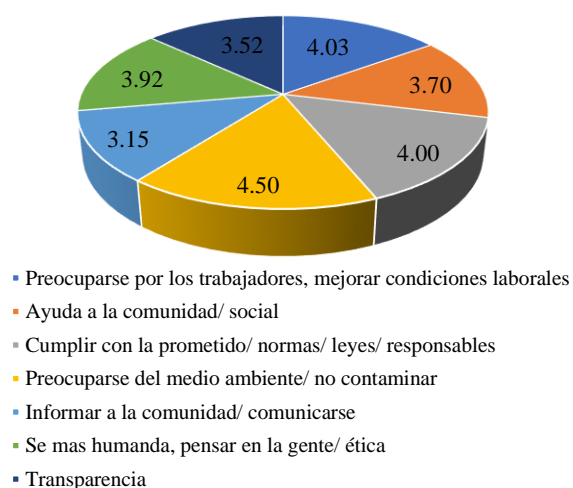
Dos empresarios respondieron que su conocimiento es muy alto, cinco contestaron que es alto, 14 medio, nueve de conocimiento bajo y dos de conocimiento nulo.



**Figura 1** Según lo que usted sabe o imagina, ¿Qué es la responsabilidad social? (favor de seleccionar del 1 al 5 de acuerdo al grado de desaprobación)

Fuente: elaboración propia

La opción más elegida por los encuestados fue Preocuparse del entorno/ Cuidar el medio ambiente, la cual obtuvo una media de 4.03. (Datos calculados del SPSS). La menos elegida en relación a lo que imaginan que es la responsabilidad social, fue: Se relaciona con el Estado/ los deberes del estado, con una media de 2.00.



**Figura 2** ¿Qué considera usted que deberían hacer las "empresas" para ser socialmente responsables? (señalar del 1 al 5, donde 1 es el de más baja importancia)

Fuente: elaboración propia

La mayoría de los encuestados contestaron Preocuparse del medio ambiente/ No contaminar, respuesta que tuvo una media de 4.50. Por otro lado, la respuesta menos elegida fue Informar a la comunidad/ comunicarse, pues obtuvo una media de 3.15.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy alto	1	3.1
	Alto	2	6.3
	Medio	17	53.1
	Bajo	8	25
	Nulo	2	6.3
	No sabe/ no conoce	1	3.1
	No contestó	1	3.1
	Total	32	100

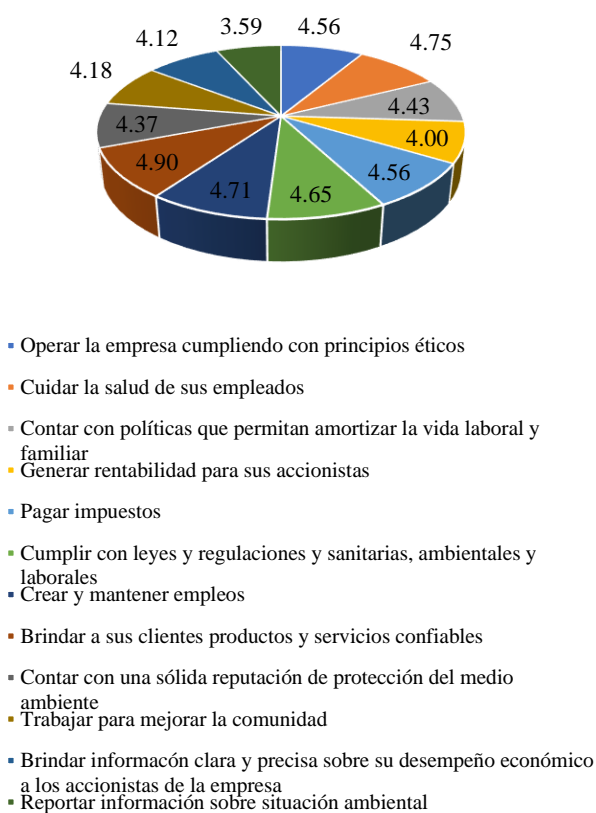
**Tabla 3** ¿Cuál es su opinión sobre el grado de desarrollo de la RSE que considera usted que llevan a cabo las empresas en su localidad?

Fuente: elaboración propia

Una persona respondió que es muy alto, dos alto, 17 opinan que el grado de desarrollo de la RSE de las empresas de Cd. Obregón es medio, ocho opinan que es bajo, dos nulo, una persona no sabe/ no conoce y una persona no contestó la pregunta.

### Unidad III. Responsabilidad Social

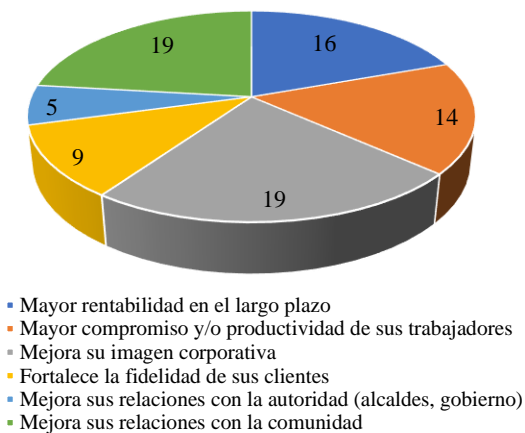
En la tercera unidad del cuestionario se efectuaron las preguntas correspondientes para conocer el grado de conocimiento que tienen las empresas de Cd. Obregón, Sonora, en el tema de Responsabilidad Social Empresarial.



**Figura 3** ¿Cuál es el grado de importancia que usted le asigna a cada uno de los siguientes atributos para definir una empresa como un buen ciudadano corporativo o como una empresa socialmente responsable? (señalar del 1 al 5, donde 1 es el de más baja importancia)

Fuente: elaboración propia

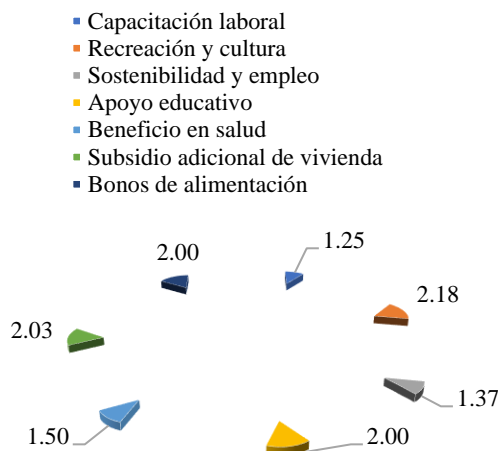
Los encuestados consideran más importante el brindar a sus clientes productos y servicios seguros y confiables, pues fue la respuesta más elegida con una media de 4.90. Por otra parte, la menos importante es el generar rentabilidad para sus accionistas, con una media de 4.00.



**Figura 4** En su opinión, ¿cuáles son los tres principales beneficios que obtienen una empresa u organización que es socialmente responsable?

Fuente: elaboración propia

De los 32 encuestados, 16 eligieron mayor rentabilidad en el largo plazo, 14 respondieron mayor compromiso y/productividad de sus trabajadores, 19 contestaron que mejora su imagen corporativa y reputación, nueve personas dicen que fortalece la fidelidad de los clientes, cinco empresarios consideran que mejora sus relaciones con la autoridad, 19 consideran que mejora sus relaciones con la comunidad.



**Figura 5** Qué rango de importancia le da usted a los siguientes beneficios sociales dentro de la organización; (señalar del 1 al 4, donde 1 es el de más baja importancia)

Fuente: elaboración propia

Los encuestados le dan más importancia a los beneficios en relación a la recreación y cultura, respuesta que obtuvo una media de 2.18 y consideran menos importantes los beneficios en capacitación laboral, con una media de 1.25.

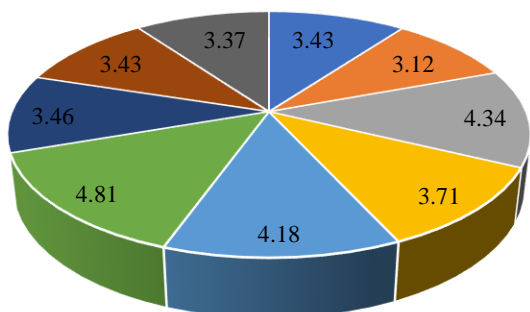


**Figura 6** ¿En qué ámbito de la Responsabilidad Social se desempeña su empresa?

Fuente: elaboración propia



La mayoría de encuestados no saben en qué ámbito de responsabilidad social se desempeña su empresa, pues la respuesta fue la más elegida con una media de 7 y la menos elegida fue Medio ambiente con una media de 1.



- Mejorar la calidad de vida en las comunicaciones aledañas a las zonas en las que opera su empresa
- Apoyar obras de bien público en el país
- Favorecer el desarrollo profesional y personal de sus empleados
- Brindar oportunidades laborales a grupos socialmente desfavorables tales como personas discapacitadas o jóvenes de escasos recursos
- Proteger el medio ambiente
- Brindar a sus clientes productos y servicios confiables

**Figura 7** Pensando en su propia empresa y de acuerdo a las características de la misma, en su opinión qué importancia le asigna su empresa a cada uno de los siguientes objetivos. Utilice una escala de 1 a 5 donde 1 significa que no tiene ninguna importancia y 5 tienen mucha importancia.

Fuente: elaboración propia.

Los encuestados le dan más importancia a brindar a sus clientes productos y servicios confiables, respuesta con una media de 4.81 y consideran menos importante el apoyar obras de bien público, con una media de 3.12.

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy alto	2
	Alto	11
	Medio	16
	Bajo	2
	No contestó	1
	Total	32

**Tabla 4** ¿Cuál diría usted que es su grado de responsabilidad ante la sociedad de su empresa?

Fuente: elaboración propia

Dos personas respondieron que es muy alto, 11 alto, 16 medio, dos bajo y una persona no contestó.

### Discusión de resultados

Explorar la comprensión que los gerentes y empresarios tienen acerca de la RSE ayuda a entender sus prácticas (Moreno y Graterol, 2008, p.185). Cuestión que fue la base para cumplir con el objetivo de la investigación, pues se determina que si se cumple con el propósito planteado al inicio del estudio.

Los resultados de esta investigación comprueban que el grado de conocimiento de los empresarios respecto a la temática de RSE es medio a bajo, considerando que entre estas respuestas se encuentra el 78.2 % de las empresas analizadas (tabla 16). Este nivel de conocimiento se manifiesta en el hecho de que los empresarios parecen no tener una percepción clara de lo que es la RSE, según lo que ellos saben que es, y se determina que tienen una opinión muy limitada sobre los conceptos específicos que se engloban en el término general de RSE, y se observa que dan más importancia a preocuparse por el medio ambiente (tabla 17).

Pese a que sus respuestas dejan ver que ellos consideran tener conocimientos insuficientes sobre el tema, los resultados de la tabla 18 son favorables cuando se les pregunta sobre qué consideran que deberían hacer las empresas sobre ser socialmente responsables. Los empresarios conocen que debe hacerse y tienen clara percepción sobre las acciones que deben desarrollarse, sin embargo no lo hacen, ya que en la tabla 19 se aprecia que ellos mismos consideran bajo/medio el grado de desarrollo de las empresas de la localidad en materia de RSE.

Observando los resultados de la figura 2 se aprecia que consideran más importantes los beneficios que la RSE les puede acarrear en términos productivos y de rentabilidad. Y respecto a los beneficios sociales, los empresarios se inclinan por aspectos que beneficien al trabajador y contribuyan a su desempeño laboral (tabla 21).

Si se analizan los resultados de la tabla 16 y la tabla 22, se aprecia claramente cómo afecta el hecho de que los empresarios tengan un conocimiento bajo sobre RSE; si no tienen un concepto claro de RSE es muy difícil que puedan conocer que actividades o acciones socialmente responsables pueden implementar en sus empresas.



Entre más alto es el porcentaje de empresarios que no están enterados de estos temas, más alto es el porcentaje de empresas que no se desarrollan en un ambiente socialmente responsable.

En la tabla 23 se observa la importancia que dan a los objetivos que se plantearían cumplir si adoptan acciones de RSE y claramente se aprecia que no dan mucha importancia a los objetivos que contribuyan con el desarrollo de la comunidad, su preferencia va más en relación al cumplimiento de objetivos internos como el desarrollo de los empleados y la calidad de sus productos o servicios, a excepción de que gran parte de los empresarios le dan mucha importancia a la protección del medio ambiente.

Por último se cuestiona a los empresarios sobre el grado de responsabilidad que tienen ante la sociedad de la empresa; más de la mitad consideran que es medio o bajo.

Es aquí donde rápidamente se puede hacer una comparación de todos los datos obtenidos a través del cuestionario; si no conocen que es la RSE y que actividades implican y su percepción no va más allá de los beneficios económicos que puedan traer a su organización, cómo es que las empresas podrán ser socialmente responsables.

Haciendo una correlación con el estudio de Barroso (2008), la similitud se encuentra en que las empresas de ambas investigaciones perciben los beneficios de la RSE en mejoras para la imagen y rentabilidad de la empresa.

### Recomendaciones

Adoptar medidas de responsabilidad social como parte de la estrategia de las organizaciones, contribuye a la permanencia, fortalece la imagen, reputación y contribuye el crecimiento de la empresa. Además de que el considerarse como una empresa socialmente comprometida, provoca un incremento en la demanda de bienes y servicios. Debido a la falta de conocimiento sobre la RSE, es necesario que los empresarios acudan a pláticas informativas, cursos o se acerquen a organizaciones que les ayuden a reforzar y adquirir nuevos conocimientos respecto al tema. Esto contribuirá a que más empresarios empleen prácticas sustentables dentro de su organización.

Posteriormente a la conceptualización sobre el tema, los empresarios deberán ser capaces de conocer e identificar que conceptos se incluyen dentro de RSE, y adoptar medidas relacionadas a informar a la comunidad, ayudar a la sociedad y la transparencia. Es necesario que las organizaciones adopten acciones para proteger el medio ambiente como; reducción en el consumo de energía eléctrica y agua, optimizar el uso de recursos naturales y reciclaje de materiales. Las empresas pueden incorporar normas sobre las medidas anteriormente mencionadas, además de realizar auditorías ambientales como parte del control interno de la empresa. Asimismo, realizar actividades que promuevan la convivencia entre empleados y contribuyan a su desarrollo cultural y educativo, tales como: capacitaciones periódicas, evaluación del desempeño, actividades recreativas, etc.

### Referencias

- Barroso Tanoira, F.G. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, (226), 83-85. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39522605>
- Berger, G., Reffico, E., Hemelo, R. (2005). Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina. 55-67. Recuperado de: <https://www.comunicarseweb.com/biblioteca/encuesta-de-responsabilidad-social-empresarial-en-argentina-foro-sector-social-gallup-san>
- Centro Mexicano para la Filantropía. (2001). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de: [https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas. Recuperado de: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1488204560202&uri=C\\_ELEX:52001DC0366](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1488204560202&uri=C_ELEX:52001DC0366)
- Mans Unides: ONG contra la pobreza del mundo (2016). Historia de la RSC. Recuperado de: <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc>

Moreno Freites, Z., & Graterol, D. (2011). Prácticas de responsabilidad social empresarial en la Pyme. Un estudio en el sector metalmeccánico de Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela. *Contaduría y Administración*, (235), 185-189. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39519916009>

Reyno Momberg. (2006). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva (tesis de maestría). Universidad Técnica Federico Santa María, Valparaíso, Chile. Recuperado de: <http://www.eumed.net/librosgratis/2008c/436/index.htm>

Rodríguez, A. (2013). Gestión de Stakeholders. Gestión de grupos de interés. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (75), 209. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20629981011>