

Responsabilidad social empresarial para el desarrollo sostenible de las pequeñas y medianas empresas

Corporate social responsibility for the sustainable development of small and medium-sized enterprises

Dra. María Lizett Zolano Sánchez¹, Dra. Ana Bertha Martínez Durán², Dr. Félix Ayala Álvarez³, Dr. Martín Guillermo Durán Acosta⁴

¹maria.zolano@unison.mx. ORCID: 0000-0001-7526-2038. Universidad de Sonora.

²Anabertha.martinez@unison.mx . ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1501-0629>.
Universidad de Sonora, Unidad Norte

³Felix.ayala@unison.mx. Universidad de Sonora, Unidad Norte

⁴martin.duran@unison.mx. ORCID: 0000-0002-8716-7713. Universidad de Sonora.

DOI: <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi38.439>

Recibido 26 de noviembre 2021.

Aceptado 12 de mayo 2022

Publicado 15 de julio de 2022

Resumen

Esta investigación, por su diseño, es descriptiva y exploratoria y tiene como objetivo identificar el uso de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las pymes que ayude a determinar, a partir de la percepción de los gerentes, la importancia que tiene como aporte activo en el desarrollo sostenible de la sociedad y la generación de ventajas competitivas para la empresa. Los resultados, de carácter exploratorio, nos permiten sostener que, si bien los directivos de las pymes no tienen claros los beneficios de un modelo de RSC, tienen una actitud positiva y están abiertos a generar compromiso para su aplicación si tienen una propuesta para su aplicación en sus negocios.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial, Pymes, Sustentabilidad.

Abstract

This research, due to its design, is descriptive and exploratory and its objective is to identify the use of Corporate Social Responsibility (CSR) in SMEs that helps to determine, based on the perception of managers, the importance it has as a contribution

active in the sustainable development of society and the generation of competitive advantage for the company. The results, of an exploratory nature, allow us to maintain that although SME the managers are not clear about the benefits of a CSR model, they have a positive attitude and are open to generate commitment for its application if they have a proposal for its application in their businesses.

Key words: Corporate Social Responsibility, SMEs, Sustainability.

Introducción

Hoy en día, el mundo se encuentra en un estado de constante transformación, por ende, las empresas han evolucionado de tal manera que surge una necesidad de adaptación al medio en el cual desarrollan su actividad económica, por esta razón se deben aplicar modelos de responsabilidad social empresarial los cuales contribuyan al mejoramiento continuo de la empresa y cuyo impacto logre marcar la diferencia y a la vez se incline por el bienestar de la sociedad en general (Dorado, 2018). La RSE se concibe como una reingeniería y pieza clave del movimiento de la responsabilidad social corporativa al mismo tiempo que establece a la sustentabilidad como el principal valor (Latapí, Jóhannsdóttir y Davídsdóttir, 2019).

En Latinoamérica, la responsabilidad social posee una configuración diferente de las prácticas en países llamados desarrollados y, por ende, no se debería hacer comparaciones entre ellos. Los distintos criterios y marco conceptual en los que se basan los modelos de gestión de la RS son resultado de las diferencias en la evolución del desarrollo económico-social y la historia de las distintas regiones y países, así como también de sus diferentes tradiciones culturales y, en consecuencia, la RS dirigida a las organizaciones se inserta igualmente bajo el mismo esquema interpretativo diverso y plural (Benites y Gremaud, 2016).

La medida de éxito de la introducción de la responsabilidad social en una empresa es, precisamente, que la empresa cambie su forma de actuar, de tomar decisiones y por definición, su aporte y relación con el mercado y la sociedad en la que se desenvuelve (Correa, 2010). El problema de la responsabilidad social empresarial es integral y

complejo, porque tiene impacto en todas las acciones que las empresas hacen, en todas las dimensiones de la sociedad en las cuales actúan y en las que trabajan. Es un problema que empieza en la calidad y la eficiencia que presentan los bienes y servicios que las empresas proveen a la comunidad (Rey, 2010). Un negocio tradicional considera la Responsabilidad Social Empresarial un gasto y uno responsable, la considera un medio para alcanzar sus fines y contribuir a una sociedad más armónica (Pérez, 2015).

Pérez, Garzón, & Ibarra (2015), afirman que existe la necesidad de crear un código de ética empresarial y sensibilizar a los empresarios de las pymes, sobre la importancia que tiene el integrar en el modelo económico empresarial al medio ambiente y al desarrollo social en los procesos de negocios, y proporcionar herramientas necesarias para que se implemente este enfoque sostenible en las pequeñas y medianas empresas de América latina. Una buena política de responsabilidad social puede generar dinámicas de innovación en acciones de índole social y ambiental, con la posibilidad de lograr cambios en la cultura organizacional que fomenten espacios de mayor participación y colaboración, impulsando la creatividad y una mayor cultura de la innovación en las pymes (Salaiza, Osuna, Joya y Alvarado, 2020).

La RSE es un estilo de gestión de muchas empresas, que incorpora y reconoce la relación que permanentemente existe entre las empresa y sus colaboradores, cuyo fines se asumen para beneficios mutuos, es por ello que las empresa deben armonizar en sus actividades de producir o comercializar el escenario de la rentabilidad económica para el bienestar de la sociedad y de esa manera garantizar la protección del medio ambiente (Ramos, 2021). En el caso de las pymes, es importante realizar un abordaje sistémico que permita otorgarle competitividad suficiente para posicionarse en el mercado de forma diferente a sus competidores y, la única forma de hacerlo es aplicando innovación donde se involucre al capital humano, mismo que es una dimensión que es parte del componente social de la RSE, la cual es una herramienta estratégica para incrementar su competitividad (Salaiza, Joya y Sánchez, 2018).

Basado en lo anterior, se deduce la importancia del presente trabajo de investigación, debido a que el resultado del proyecto ayudará a cumplir con el objetivo de identificar el uso de la RSE en las pymes que ayude a determinar con base en la percepción de los gerentes, la importancia que tiene como contribución activa al

desarrollo sostenible de la sociedad y la generación de ventaja competitiva para la empresa.

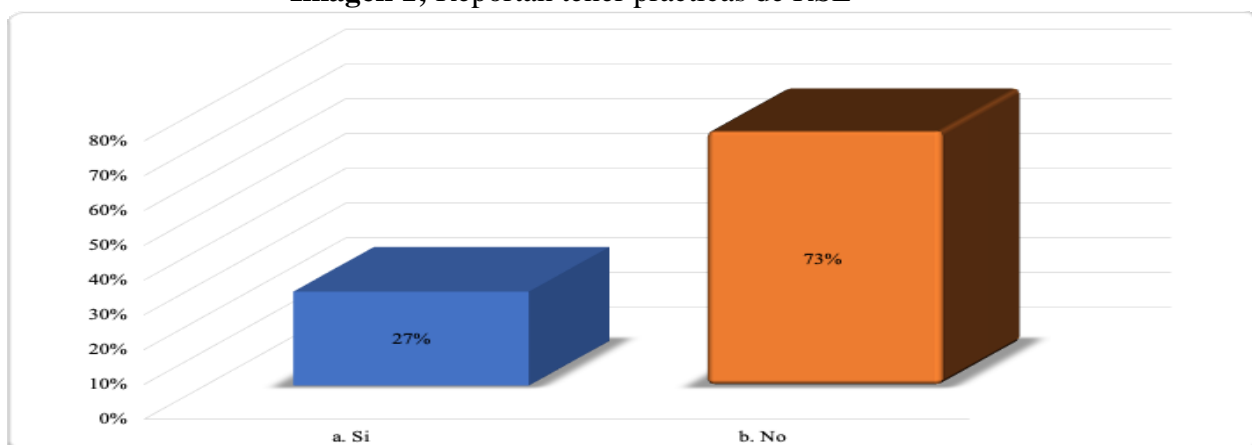
Materiales y métodos

En este documento se presentan los resultados de una investigación de campo bajo un enfoque metodológico descriptivo y exploratorio con el objetivo de identificar, con base en la apreciación que tienen los gerentes pymes, sobre el uso de la RSE en las pymes que ayude a determinar con base en la percepción de los gerentes, la importancia que tiene como contribución activa al desarrollo sostenible de la sociedad y la generación de ventaja competitiva para la empresa. Para este estudio se aplicó mediante un Google form (González-Díaz et al., 2016), un cuestionario estandarizado (validado a juicio de expertos y con un coeficiente de confiabilidad Alpha de Cronbach de 0,92 Muy Alta) por (González-Díaz & Perez, 2015) con 15 *items* a 50 empresas Pymes con una fuerza laboral entre 10 y 250 trabajadores, una antigüedad mínima de cinco años de actividad en el mercado y ubicadas en la ciudad de Magdalena de Kino, Sonora.

Resultados

Se presentan a continuación los resultados más relevantes de los avances de la investigación basados en el objetivo central de esta investigación.

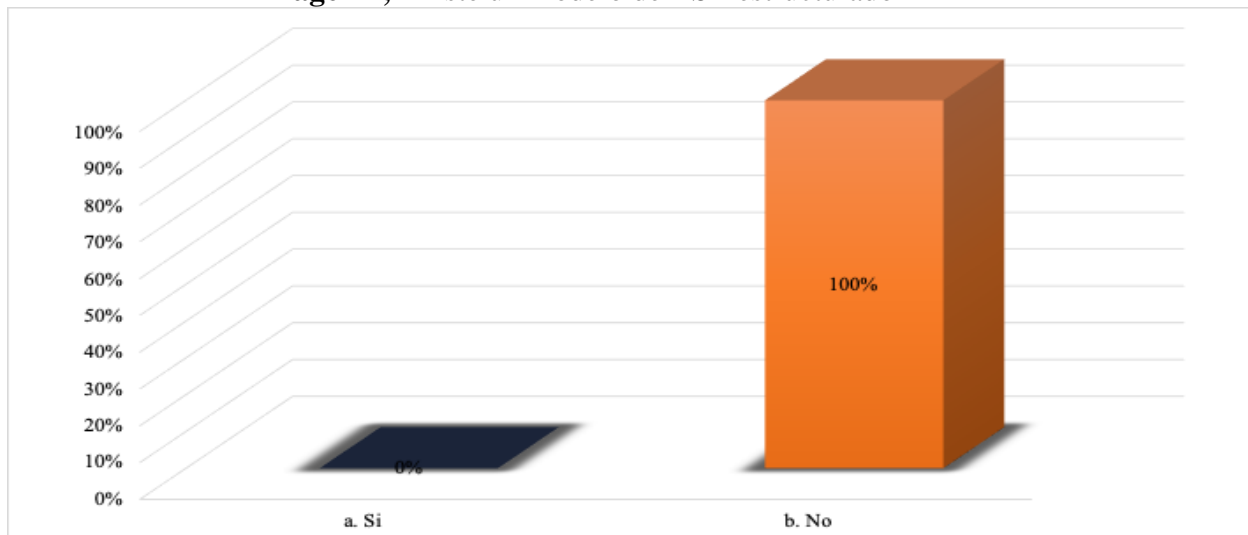
Imagen 1; Reportan tener practicas de RSE



Fuente: Elaboración propia con base a los resultados estadísticos.

La imagen 1, muestra a las empresas que mencionan tener prácticas de RSE. El 73% reporta no tener práctica de RSE y el 27% menciona tenerla.

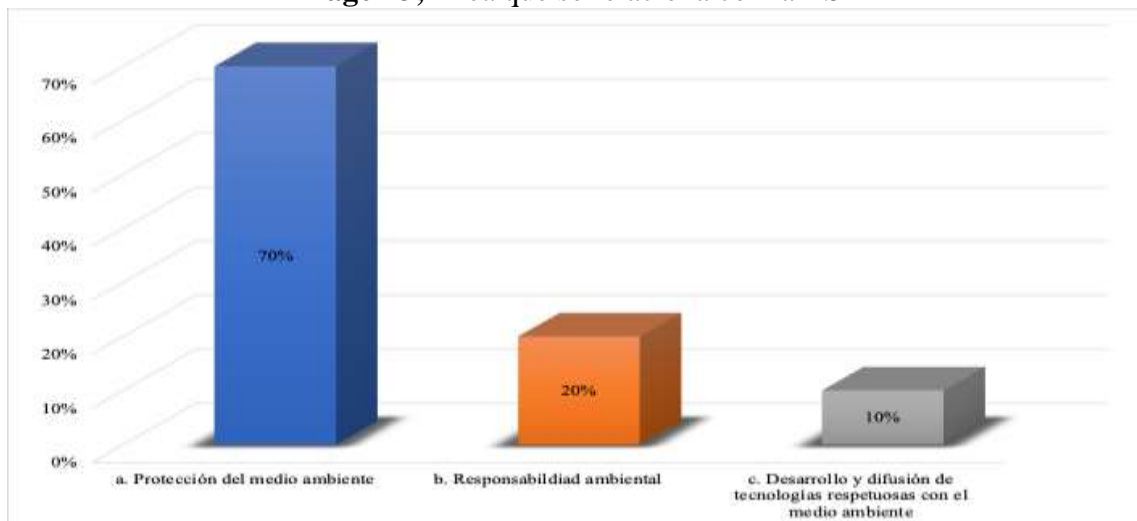
Imagen 2; Existe un modelo de RSE estructurado



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

La imagen 2, muestra la información relacionada a la existencia de un modelo de RSE estructurado dentro de la empresa. El 100% menciona que no cuentan con este modelo.

Imagen 3; Área que se relaciona con la RSE

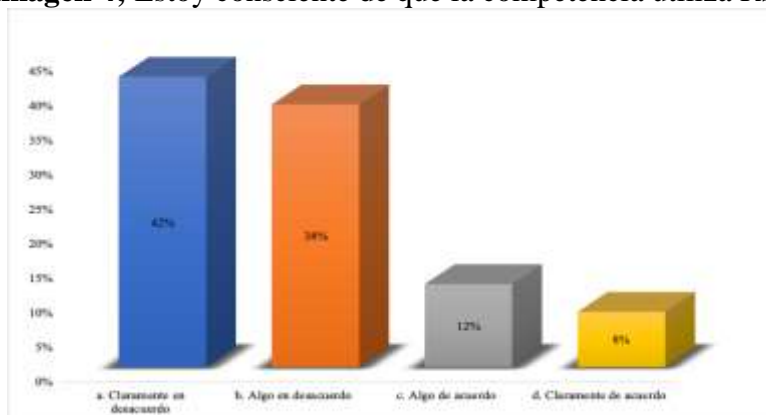


Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

La imagen 3, muestra el área que de acuerdo a la percepción de los gerentes de las pymes de la muestra analizada, se relacionan con la RSE. La información muestra que el

70% lo relaciona con el área de protección del medio ambiente, el 20% con la responsabilidad ambiental y el 10% con el desarrollo y difusión de tecnología respetuosa con el medio ambiente.

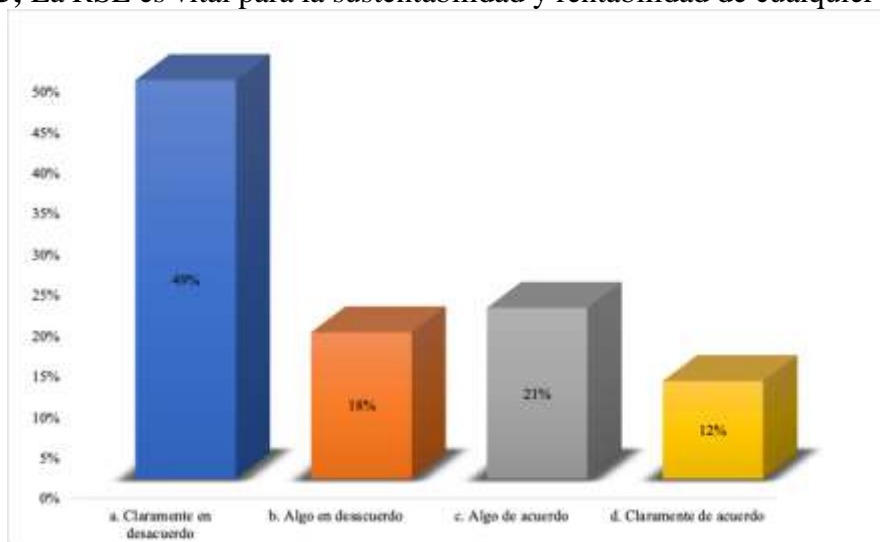
Imagen 4; Estoy consciente de que la competencia utiliza RSE



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

La imagen 4, muestra la información que está relacionada con saber si estas empresas están conscientes de que la competencia utiliza RSE. El 42% menciona que está claramente en desacuerdo, el 38% algo en desacuerdo, el 12% algo de acuerdo y el 8% claramente de acuerdo.

Imagen 5; La RSE es vital para la sustentabilidad y rentabilidad de cualquier empresa

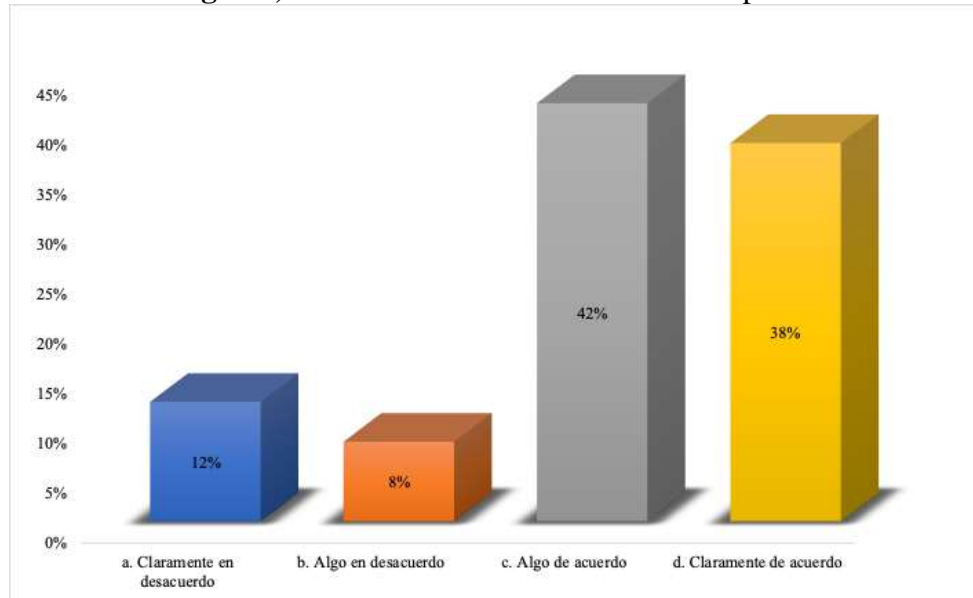


Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

La imagen 5, muestra la percepción del gerente de las pymes de la muestra analizada en referencia si la RSE es vital para la sustentabilidad y rentabilidad de

cualquier empresa. Los resultados muestran que el 49% está claramente en desacuerdo, el 21% algo de acuerdo, el 18% algo en desacuerdo y el 12% está claramente de acuerdo.

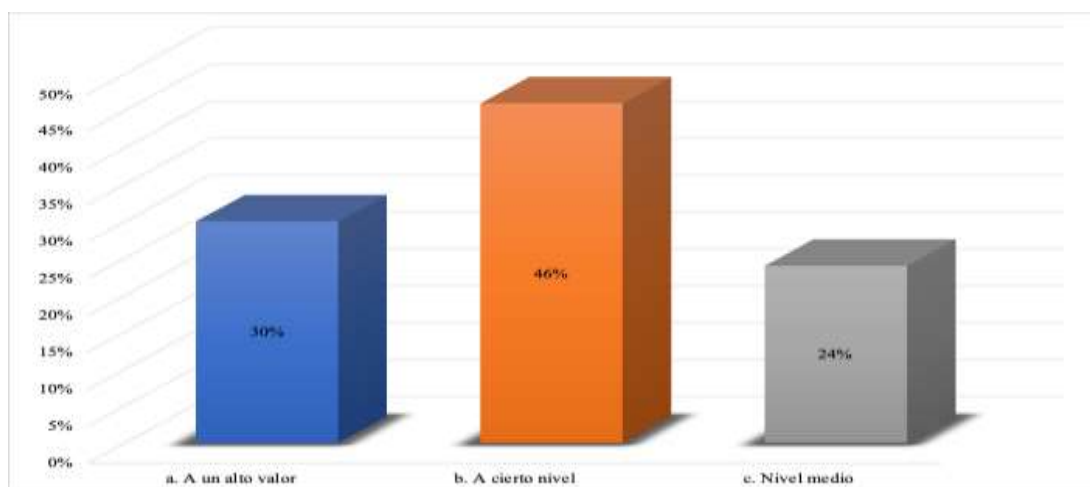
Imagen 6; La RSE es un asunto de relaciones públicas



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

La imagen 6, muestra la percepción del gerente de las pymes de la muestra analizada, en relación a si la RSE es un asunto de relaciones públicas. El 42% está algo de acuerdo, el 38% claramente de acuerdo, el 12% menciona que está claramente en desacuerdo y el 8% algo en desacuerdo. Los resultados muestran que para el gerente de las pymes la RSE es asunto de relaciones públicas, lo anterior hace suponer este contexto, el uso real que puede darle es en las relaciones públicas ya que ésta ha pasado de ser una actividad, a una necesidad para garantizar el éxito y la rentabilidad de la empresa.

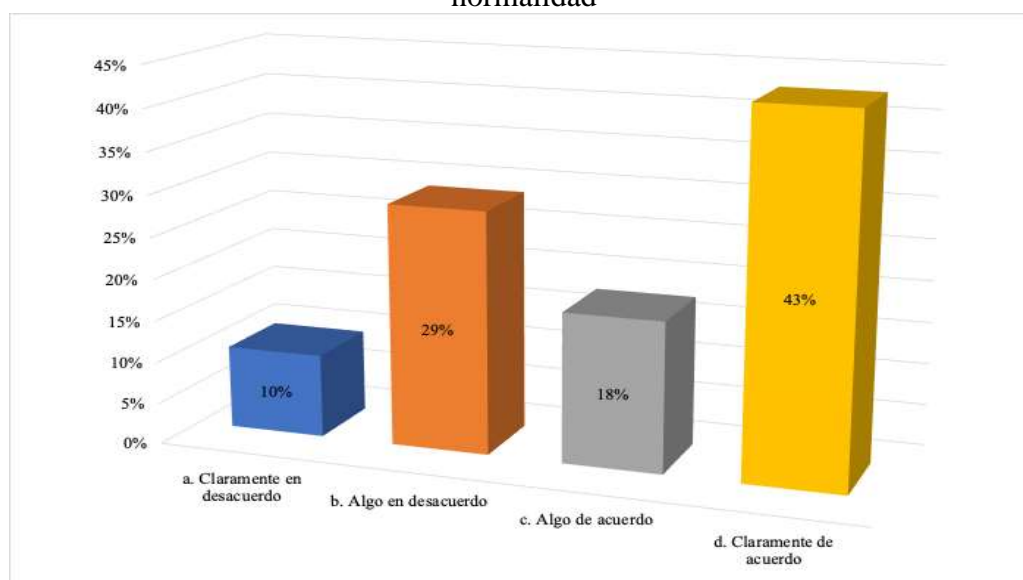
Imagen 7; Nivel de percepción de la empresa como proveedora de reputación social positiva



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

La imagen 7, muestra el nivel de percepción de la empresa como proveedora de reputación social positiva. El 46% menciona que es a cierto nivel, el 30% es a un alto nivel y el 24% a nivel medio. Los resultados obtenidos muestran que se tiene buena percepción sobre el nivel de prestigio social positivo, lo anterior hace suponer que tal vez el prestigio social que mide el empresario puede estar basada en trabajo de marketing y no del trabajo de RSE.

Imagen 8; Prioridad de la RSE para el clima económico de la empresa en la nueva normalidad



Fuente: Elaboración propia en base a resultados de la investigación.

La imagen 8, muestra cual es la prioridad de la RSE para el clima económico de la empresa en la nueva normalidad. El 43% menciona que esta claramente de acuerdo en su prioridad, el 29% algo en desacuerdo, el 18% algo de acuerdo y el 10% claramente en

desacuerdo. Los resultados obtenidos muestran que al parecer existe una conciencia clara de la prioridad que tiene la RSE para el clima económico de la empresa, lo anterior hace suponer la importancia que reviste generar el diseño de un Modelo de RSE para estas empresas.

Discusión

Los resultados hacen ver que las pymes de la muestra analizada no cuentan con un modelo o actividades relacionadas con la RSE, lo que hace suponer que desconocen la influencia que puede tener en la rentabilidad de sus negocios. Para la gerencia, la RSE está relacionada con protección del medio ambiente, lo que hace suponer no existe información suficiente que le permita contar con la habilidad necesaria para lograr una interacción con las otras dos áreas que son parte del modelo y que son: responsabilidad ambiental y, desarrollo y difusión de tecnología respetuosas con el medio ambiente. Es importante destacar que, el gerente de las pymes tiene un desconocimiento tal de la utilidad del modelo de RSE, que no se preocupa por conocer el uso que la competencia le da, de tal forma que pudiera ser información valiosa para poder generar su propio modelo.

Asimismo, los resultados muestran que existe una evidencia clara que estas empresas no ven la RSE como un elemento vital para la sustentabilidad y rentabilidad de su negocio, lo anterior hace suponer que desconocen la ayuda que puede brindarles un modelo de RSE, posiblemente porque no está consciente de que la sustentabilidad está integrada en lo que hacemos, innovando desde el nivel económico más alto hasta el más bajo. Para la gerencia de las pymes, la RSE es asunto de relaciones públicas, y bajo este contexto, el uso real que puede darle a las relaciones públicas ya que ésta ha pasado de ser una actividad, a una necesidad para garantizar el éxito y la rentabilidad de la empresa. Existe una conciencia clara de la prioridad que tiene la RSE para el clima económico de la empresa, por lo que se asume la importancia que reviste generar el diseño de un Modelo de RSE para la rentabilidad de las pymes.

Conclusiones

La RSE es el compromiso permanente de las empresas para aumentar su competitividad mientras contribuyen activamente al desarrollo sostenible de la sociedad mediante

acciones concretas y medibles dirigidas a solucionar los problemas prioritarios del país. La tendencia en la actualidad es alinear e integrar iniciativas sociales y ambientales con la actividad empresarial, ya que la responsabilidad social impulsa el fortalecimiento de la empresa y genera valores como la lealtad y el reconocimiento de los consumidores. La conciencia social de las empresas y su deseo de hacer un aporte a la sociedad, han impactado la manera de hacer negocios y provocado un cambio en el entorno empresarial durante la última década.

Los avances de la investigación que aquí se presentan, dan validez a los primeros resultados obtenidos previamente en la investigación durante la etapa exploratoria y, al momento de contrastarlo con percepción de los gerentes pymes de la ciudad de Magdalena de Kino, Sonora sobre uso e importancia de la RSE, nos permite probar el objetivo de poder identificar el uso de la RSE en las pymes que ayude a determinar con base en la percepción de los gerentes, la importancia que tiene como contribución activa al desarrollo sostenible de la sociedad y la generación de ventaja competitiva para la empresa.

Los resultados demostraron como en las pymes no se tiene claro el verdadero significado de RSE, y adicional a esto no existe una aplicación de modelos de RSE de forma estructurada, debido al desconocimiento de los diferentes modelos existentes y sumado a esto se puede observar la falta de información y compromiso acerca del tema. Debido a esto, las organizaciones realizan ciertas actividades, las cuales son tomadas como prácticas de RSE y hasta el momento no se encuentra estipulada dentro de la organización como una política de impacto social por la falta de un modelo estructurado y formal. Las pymes, deben concientizarse y entender que la RSE debe estar inmersa en su cultura y aprovechar la ventaja que ofrece la flexibilidad y cercanía entre la gerencia, comunidad local y trabajadores, para integrarla en sus actividades empresariales, por lo que los resultados aquí presentados podría ayudar a conocer qué actuaciones están realizando y cuáles podrán ejecutar a futuro.

A modo de conclusión final, y con los resultados y planteamientos aquí presentados, se pone de manifiesto la viabilidad del presente proyecto de investigación y, considerando la situación actual que se vive por la nueva normalidad se propone el desarrollo y diseño de un modelo de RSE estructurado. La Responsabilidad Social

Empresarial ha pasado de ser una actividad, a una necesidad para garantizar el éxito y rentabilidad de la empresa, por lo que la realización de este proyecto se considera viable ya que Sonora, cuenta con un sector económico muy dinámico que podría ayudar en la economía del estado, porque se refleja en el apoyo de estrategias para lograr la rentabilidad de las pymes, por lo que para lograrlo, también en escenarios de crisis generalizada, se requiere el apoyo extraordinario del Estado, para garantizar la continuidad de la actividad productiva.

Este estudio presenta varias limitaciones que sugieren sean trabajos en vías de investigación futuras. La percepción del diseño y desarrollo de modelos de RSE estructurado que utilizan en empresas de mediano y mayor tamaño, es un resultado que debe analizarse para descartar la relatividad a su tamaño y éxito empresarial. Posteriormente, sería interesante profundizar en los efectos de la correlación entre otras variables que complementen este trabajo y ayude a la mejora del trabajo que realizan las pymes para poder enfrentar la nueva normalidad del mercado actual al que pertenecen.

Referencias

- Benites Lázaro, L. L. y Gremaud, A. P. (2016). A responsabilidade social empresarial e sustentabilidade na América Latina: Brasil E México. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 9 (1), 138-155.
- Correa, M. E. (2010). *Cambio y oportunidad: la responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe*. Washington, D.C.: Publicación de las Naciones Unidas.
- Dorado, A. (2019). Percepciones de los gerentes frente a la aplicación de modelos de responsabilidad social empresarial. *Económicas CUC*, 40(2). 43-52. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/econuc.40.2.2019.03>
- González-Díaz, R. R., y Perez, L. A. B. (2015). Análisis financiero empresarial del sector comercio como factor de competitividad través de la lógica difusa. *Estrategia*, 1(1), 1-10.
- González-Díaz, R. R., Lara, R. J. V., López, R. O., y Hernández-Royett, J. (2016). Tax on advertising and commercial advertising: An analysis from Municipal Tax Management. *Globalciencia*, 2(1), 20-34.

- Latapí M, Jóhannsdóttir L, y Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history an evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 4(1), 1-23.
- Pérez, G. (2015). 7 claves para incorporar la RSE a tu marca. *Entrepreneur*, 20.
- Pérez, Romero, L. A., Garzón Castrillón, M. A., & Ibarra Mares, A. (2015). Código de ética empresarial para las Pymes: marco de referencia para la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial (RSE). *Espacios*, 36 (2), 11-24.
- Ramos Vazquez, N. (2021). *Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*. *Bachiller en Administrar y Negocios Internacionales*. Repositorio de tesis de la Universidad Peruana Unión, Facultad de Ciencias Empresariales. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4534/Nerly_Trabajo-Bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rey L. F. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial: Entre el Pragmatismo y las Buenas Intenciones*. Santiago de Chile: Colección de Libros de la Empresa EXECUTIVE Business School.
- Salaiza F, Joya I y Sánchez, A. (2018). El capital intelectual como factor clave para la innovación en pymes. *Revista ICA. Investigación en Ciencias Administrativas*. 8 /15), 126- 154.
- Salaiza, F., Osuna, L., Joya, I. y Alvarado. L. (2020). Responsabilidad social empresarial en la innovación de pymes en Sinaloa México. *Orbis: revista de Ciencias Humanas*, 16 (46), 72-84.
- Zolano, M. L., Martínez Durán, A., Ayala Alvarez, F., & Durán Acosta, M. . (2022). Responsabilidad social empresarial para el desarrollo sostenible de las pequeñas y medianas empresas. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (38). <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi38.439>



[Neliti - Indonesia's Research Repository](#)

