

Una aproximación a la RSE que prevalece en las Pymes de Tabasco, México

Marbella Araceli Gómez Lemus

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

marbella.gomez@ujat.mx

Elsa Rueda Ventura

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

elsa.rueda@ujat.mx

Candelaria Pérez Acosta

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

candelaria.perez@ujat.mx

Eric Ramos Méndez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Eric.ramos@ujat.mx

Resumen

Actualmente los países se enfrentan a importantes retos para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, a nivel mundial diversas empresas han implementado programas exitosos de Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa con la finalidad de apoyar al desarrollo económico de las comunidades en las que operan, de forma rentable y benéfica para su competitividad. No obstante la RSE aún no es conocida y aplicada ampliamente en la totalidad de las empresas mexicanas. El Cuerpo Académico de Informática en las Organizaciones de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, realizó una investigación para conocer la situación de RSE que prevalece en las Pequeñas y Medianas Empresas

tabasqueñas; éste trabajo presenta los principales resultados obtenidos. El estudio contempló nueve sectores que agrupan a las principales cabeceras municipales del Estado, que incluyen a 422. Debido a que la RSE ocupa ya un lugar importante en las agendas económico, político y social, existe interés por hacer progresar éstas prácticas en las Pymes tabasqueñas.

Palabras clave: Responsabilidad Social empresarial o Corporativa, Calidad de vida y Cuidado y preservación del Medioambiente.

Introducción

Actualmente los países se enfrentan a importantes retos para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, a nivel mundial diversas empresas han implementado programas exitosos de Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa (RSE/RSC) con la finalidad de apoyar al desarrollo económico de las comunidades en las que operan y a la vez que ellas mismas se vean beneficiadas tanto en su rentabilidad como en su competitividad. No obstante la RSE aún no es conocida y aplicada ampliamente en la mayoría de las empresas.

En virtud de que el objeto de estudio de la investigación que se realizó fue conocer la situación de RSE que prevalece en las pequeñas y medianas empresas tabasqueñas, se considera importante destacar que se entiende por RSE y por pequeñas y medianas empresas, así como el criterio de clasificación se utilizó en éstas últimas.

El concepto de RSE ha tenido una larga historia, sin embargo, es en los últimos 50 años que se ha documentado formalmente este tema, a través de investigaciones que se han enfocado en su mayoría a países desarrollados. (Carroll, 1999).

“La decisión voluntaria de las empresas para contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio,... ser socialmente responsable no es sólo cumplir plenamente con las obligaciones jurídicas, sino ir más allá invirtiendo en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores,...enfatisa que la RSE no debe ser considerada sustitutiva de las normas y reglamentaciones sociales o medioambientales”. (Unión Europea, 2001: pp. 4-7).

El World Business Council on Sustainable Development, sin pretender elaborar una definición oficial de la RSC, la considera como el compromiso de las empresas a comportarse éticamente y contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. (WBCSD 2010).

Las líneas directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico tampoco definen expresamente el concepto de RSC no obstante mencionan que su objetivo es potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible” para que de esta forma sea posible “garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y ambientales” (OCDE 2007).

El Global Reporting Initiative, GRI (2006), es un organismo que presenta los principales estándares internacionales para la elaboración de memorias de sustentabilidad, y aun cuando tampoco proporciona una definición expresa de la RSC, estas memorias tienen relación directa con ella. Una memoria de sustentabilidad es un instrumento que permite a una compañía “rendir cuentas” a la comunidad y transparentar todo lo relacionado con la RSE, abarcan aspectos económicos, ambientales y sociales del desempeño de una organización y comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas. Dentro de los beneficios de las empresas que presentan Memorias de sostenibilidad el GRI señala los siguientes:

- Transparentar la relación con sus diferentes grupos de interés;
- Contribuir a medir y mejorar el impacto de la gestión de la RSE;
- Mejorar su reputación corporativa;
- Identificar elementos de valor y diferenciación;
- Proporcionar información que puede generar confianza en los stakeholders (interlocutores de la empresa).

Según el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), la RSE es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común. (CEMEFI, 2005).

Respecto a las características que se consideran para que una empresa sea considerada como pequeña y medianas, existen varios criterios, algunos de ellos se expresan a continuación:

La Agencia Federal para el desarrollo de la Pequeña Empresa [Small Business Administration, SBA], las concibe como aquellas que poseen un dueño en plena libertad, manejada autónomamente y que no es dominante en la rama en que operan. (US SBA, 2007).

La Comisión Económica para América Latina. [CEPAL], las define en relación al número de empleados, considerando como micro a aquellas que cuentan con menos de cinco trabajadores, pequeñas las que tienen entre cinco y 49 y mediana entre 50 y 250. (CEPAL, 2003)

La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en su artículo 3º

fracción 3 reformado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) del 30 de junio de 2009, estratifica a las mencionadas empresas como se muestra en la tabla No. 1 (DOF 2009, Jun. 30)

ESTRATIFICACIÓN				
TAMAÑO	SECTOR	RANGO DE NÚMERO DE TRABAJADORES	RANGO DE MONTO DE VENTAS ANUALES (MDP)	TOPE MÁXIMO COMBINADO*
Micro	Todos	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicio	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicio	Desde 51 hasta 50	Desde \$100.01 hasta \$250	
	Industria	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	250
* Tope máximo combinado = (Trabajadores) x 10% + (Ventas anuales) x 20%				

Tabla No. 1 Estratificación de las empresas

Fuente: DOF (2009, Jun. 30)

Para efectos de investigación realizada el criterio de clasificación que se adoptó fue este último.

La responsabilidad social es cada vez de mayor consideración por las empresas mexicanas, sin embargo siguen siendo las empresas multinacionales las que tienen el liderazgo en estas actividades. No obstante con el paso del tiempo, un mayor número de empresas nacionales están tomando conciencia de la importancia que reviste el actuar con RSE.

La Informática y las tecnologías de la información no son ajenas a las acciones de responsabilidad social que imperan en la actualidad en las empresas y en general en todo tipo de entidades incluyendo las gubernamentales y no gubernamentales, desde que la web se ha vuelto un canal que genera retornos de inversión y prestigio para las empresas, el esfuerzo se ha centrado en entregar servicios o productos con calidad.

Desarrollo

En los últimos años, la empresa se ha constituido en una institución social muy importante, porque lo que una empresa haga o deje de hacer afecta directamente a sus trabajadores, el entorno y la comunidad con la que interactúa. Esta responsabilidad las lleva por tanto, a una actuación consciente y comprometida de mejora continua, que permita a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en que opera y del entorno, atendiendo las expectativas de todos sus stakeholders (trabajadores, inversionistas, colaboradores, directivos, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad). La acción responsable integral de las empresas debe darse en varias líneas estratégicas de competencia: ética empresarial, calidad de vida de sus trabajadores, inclusión, equidad de género, vinculación y compromiso con la comunidad y preservación del medioambiente.

Diversos factores impulsan o deben impulsar a las empresas a trabajar bajo entornos de responsabilidad social, tales como: las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, inversores y gobiernos, en el contexto de la globalización y el cambio industrial a gran escala; los criterios sociales que influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas o de las instituciones tanto en calidad de consumidores como de inversores; la preocupación creciente sobre el deterioro del medio ambiente provocado por las actividades industriales y la transparencia de las actividades empresariales propiciada por las nuevas tecnologías de información y comunicación.

De manera general los análisis éticos; la consolidación y transmisión de valores de directivos y fundadores hacia todos los integrantes; el surgimiento de documentos éticos como un medio para explicitar dichos valores y la actuación de la empresas en un entorno de responsabilidad social, se ha centrado en las grandes empresas y transnacionales. En especial en el estado de Tabasco, poco se ha investigado en relación a estudios de ésta

naturaleza, es por eso que éste trabajo se enfoca a detectar el campo de acción de las pequeñas y medianas empresa en materia de RSE.

Su desarrollo se basó en un enfoque mixto, ya que se analizaron tanto aspectos cuantitativos como cualitativos, mismos que se obtuvieron a través de la investigación de campo, en donde se utilizaron como instrumentos de recolección de datos el cuestionario y la observación. Se cuantificó y depuró la población de estudio y de ésta se determinaron de forma aleatoria las empresas que integrarían la muestra; de igual forma de éstas últimas se seleccionaron las empresas que integrarían la prueba piloto. Por otra parte se diseñaron los instrumentos y las tablas para la tabulación de datos; posteriormente se procedió a aplicar el cuestionario a la prueba piloto, llevando además una bitácora de las notas obtenidas mediante la observación que se generó durante su aplicación. Los resultados obtenidos permitieron validar y reestructurar el cuestionario, así como adecuar las tabulaciones.

Posteriormente se aplicaron los cuestionarios a la totalidad de la muestra y se concluyó con la tabulación, para continuar con el análisis y obtención de resultados, los cuales se describen en ésta investigación. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2005), mencionan que una investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno que se someta a un análisis”, sobre esta base, fue posible describir los datos y características de la población objeto de estudio, constituida por las pequeñas y medianas empresas del estado de Tabasco.

La población de estudio se conformó por 850 pequeñas y medianas empresas de las principales cabeceras municipales que integran el estado de Tabasco que en su totalidad cuenta con 17 municipios. Para su estudio el Estado se dividió en nueve sectores que agruparon a 13 de las principales cabeceras municipales, como se muestra en la tabla 2:

INTEGRACIÓN DE LA POBLACIÓN DE ESTUDIO				
SECTOR	PRINCIPALES CABECERAS MUNICIPALES	TAMAÑO DE LAS EMPRESAS		
		PEQUEÑAS	MEDIANAS	TOTAL
Sector 1	Villahermosa	256	50	306
Sector 2	Cárdenas	119	24	143
Sector 3	Comalcalco	71	14	85
Sector 4	Jalpa de Méndez	20	4	24
	Nacajuca	13	3	16
	Paraiso	35	7	42
	Total	68	14	82
Sector 5	Tacotalpa	10	2	12
	Teapa	37	7	44
	Total	47	9	56
Sector 6	Cunduacán	26	5	31
Sector 7	Jalapa	5	2	7
	Macuspana	33	2	35
	Total	38	4	42
Sector 8	Centla	34	7	41
	Jonuta	9	2	11
	Total	43	9	52
Sector 9	Huimanguillo	44	9	53
Población Total		712	138	850

Tabla No. 2 Integración de la población de estudio

Una vez cuantificada la población se procedió a determinar la muestra que integraría las unidades de análisis. La muestra que es en esencia un subgrupo de la población, es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (Selltiz, 1980, citado en Hernández et al. 2003).

La muestra que se determinó es de tipo probabilística estratificada, en la que un subgrupo de la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento de la población. (Hernández, et. al. 2003). La población a estudiar que se determinó fue de 520 PyMES, de las cuales 83.2% corresponden a pequeñas empresas y el resto a medianas, para su determinación se aplicó la fórmula que se muestra en la Fig. 1, y quedo integrada como se muestra en la tabla No. 3

$$n = \frac{pq}{\frac{\epsilon^2}{Z^2} + \frac{pq}{N}}$$

Fig. 1 Fórmula para determinar la muestra

Fuente: Fuentelsaz (2004)

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA POR SECTOR						
SECTOR	MUESTRA EN UNIDADES			MUESTRA EN PORCENTAJES		
	PEQUEÑAS	MEDIANAS	TOTAL	PEQUEÑAS	MEDIANAS	TOTAL
Sector 1	142	28	170	83.5%	16.5%	100.0%
Sector 2	87	17	104	83.7%	16.3%	100.0%
Sector 3	58	12	70	82.9%	17.1%	100.0%
Sector 4	56	12	68	82.4%	17.6%	100.0%
Sector 5	41	8	49	83.7%	16.3%	100.0%
Sector 6	24	5	29	82.8%	17.2%	100.0%
Sector 7	35	7	42	83.3%	16.7%	100.0%
Sector 8	38	8	46	97.0%	3.0%	100.0%
Sector 9	39	8	47	83.0%	17.0%	100.0%
Total	520	105	625	83.2%	16.8%	100%

Tabla No. 3 Determinación de la muestra para cada sector de estudio

Para la obtención de información se diseñó un cuestionario que contemplo cuatro campos de estudio, que se explican a continuación:

Aspectos Generales. Tiene como finalidad obtener información general y sondear si la empresa está familiarizada con la RSE

Beneficios para la comunidad. Los beneficios que obtiene la comunidad provienen tanto de la manera en que la empresa incorpora su estrategia de responsabilidad social y adecua su organización y funcionamiento, como de la inversión social que efectúe hacia la

comunidad. Interesa identificar los ámbitos de actuación social de la empresa en materia de salud, educación, Arte, Cultura y Deporte; y como éstos impactan a la comunidad.

Organización. La integración de éste campo tiene como finalidad establecer variables que permitan detectar si las empresas tienden a incorporar la RSE como parte de su estrategia de dirección.

Medio ambiente. El manejo de los recursos ambientales de la comunidad en la cual se establece una empresa impacta en las condiciones de vida de sus habitantes. La responsabilidad de la contaminación de una zona urbana en la que existe una concentración de población y organizaciones que producen bienes se puede distribuir entre los diversos agentes que intervienen. El peso específico de cada agente variará con el volumen de actividad que desarrolla; con el proceso productivo empleado y con el tipo de manejo de sus residuos y desechos. Si los insumos que se emplean para producir un bien o servicio son contaminantes y no se tratan los residuos, su aporte a la contaminación tendrá un mayor peso. El supuesto que se maneja es que mientras más medidas tome una empresa para reducir la contaminación mayor es su compromiso de responsabilidad social. Esta investigación no pretende medir el nivel de contaminación en una zona. Sólo pretende conocer si las empresas están o no comprometidas en la protección del medio ambiente.

Antes de proceder a la aplicación del cuestionario a la totalidad de las empresas se aplicó una prueba piloto al 10% de la muestra con la finalidad de validar el cuestionario y hacerle las adecuaciones pertinentes para que fuera más fácil la comprensión del mismo por parte de los empresarios.

Posteriormente se aplicó el cuestionario, sin embargo no fue posible hacerlo a la totalidad de la muestra y sólo se aplicó a 422 empresas, debido a que algunas empresas se negaron a colaborar, además de que en la primera parte del estudio fue cuando el Estado tuvo problemas de inundación y muchas empresas sobre todo en el municipio del Centro

estaban en una situación difícil que les impedía la dicha colaboración, sin embargo esos mismos problemas permitieron observar la solidaridad de algunas empresas para con la comunidad. La tabla No. 4 muestra las empresas encuestadas por cada sector de estudio.

EMPRESAS ENCUESTADAS						
SECTOR DE ESTUDIO	EMPRESAS ENCUESTADAS			EMPRESAS ENCUESTADAS EN %		
	PEQUEÑAS	MEDIANAS	TOTAL	PEQUEÑAS	MEDIANAS	TOTAL
Sector 1	75	15	90	83.3%	16.7%	100.0%
Sector 2	16	12	28	57.1%	42.9%	100.0%
Sector 3	45	20	65	69.2%	30.8%	100.0%
Sector 4	45	22	67	67.2%	32.8%	100.0%
Sector 5	35	5	40	87.5%	12.5%	100.0%
Sector 6	25	4	29	86.2%	13.8%	100.0%
Sector 7	17	7	24	70.8%	29.2%	100.0%
Sector 8	36	4	40	90.0%	10.0%	100.0%
Sector 9	32	7	39	82.1%	17.9%	100.0%
Total	326	96	422	77.3%	22.7%	100.0%

Tabla No. 4 Empresas encuestadas por sector

Resultados

A continuación se presentan algunos de los principales resultados del estudio realizado:

Relacionados con el campo de información general. El 100% de los encuestados fueron los propietarios principales directivos de las PYMES; 77% fueron pequeñas empresas y 23% medianas. En promedio 30.7% pertenecen al sector comercial, 9.5% al Industrial, y 23.8% al de servicio. El 70.7% de las empresas cuentan con documentos éticos, en el 12.6% se encuentran en proceso de elaboración y el resto carece de ellos. Lo anterior se puede apreciar en las figuras 2 a 4.

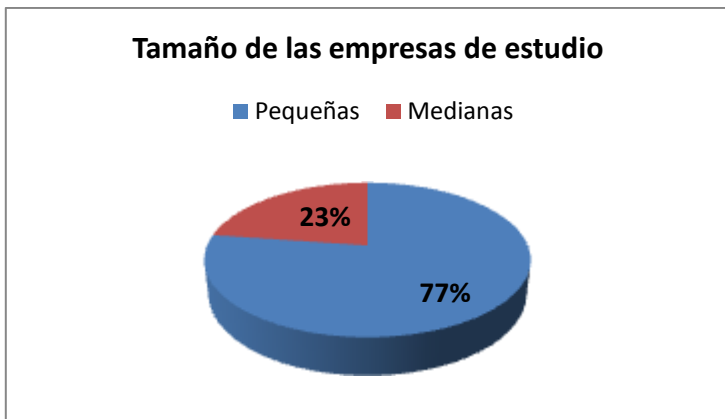


Fig. 2 Tamaño de las empresas de estudio

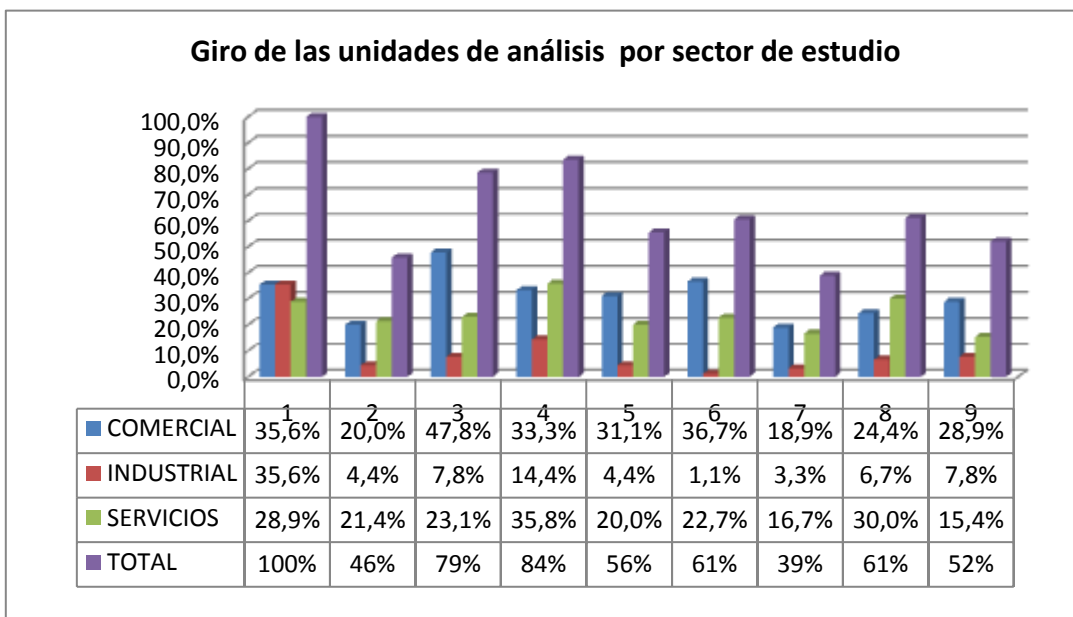


Fig. 3 Sector al que pertenecen las empresas de estudio

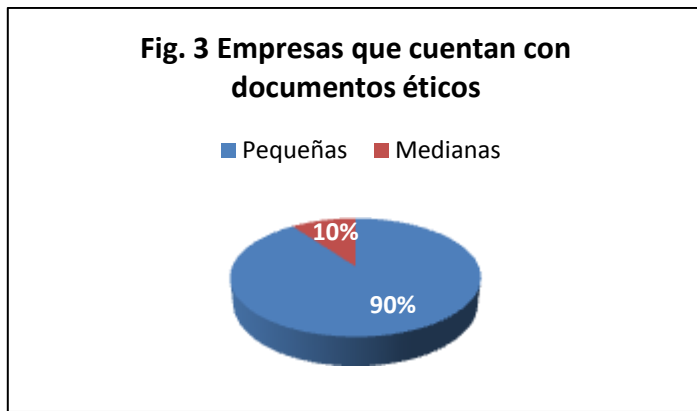


Fig. 4 Empresas que cuentan con documentos éticos

En promedio los empresarios proporcionan importancia a más de una acción de RSE, concediendo diferente niveles importancia a cada. así se tiene que el 18.9% consideraron como muy importante el compromiso social con el medio ambiente; continuando las acciones de RSE relacionadas con sus clientes en un 18%; la honestidad y transparencia con proveedores y subcontratistas en un 17.6%, la RSE relacionadas con sus socios o propietarios de otras empresas en un 15.3% y el resto 10% con la comunidad.

Por otro lado los empresarios expresaron que las empresas tienen diferentes opiniones respecto a que tamaño de empresas son las que tienen mayor compromiso de ser socialmente responsables, teniendo así que el 27.4% opina que deben ser las grandes empresas; 22.2% las nacionales; 20% las internacionales; 15.5%; las medianas; 9.9% las pequeñas y sólo el 5% opina que todas tienen obligación de ser socialmente responsables sin importar su tamaño, estos aspectos se perciben en las figuras 5 y 6.

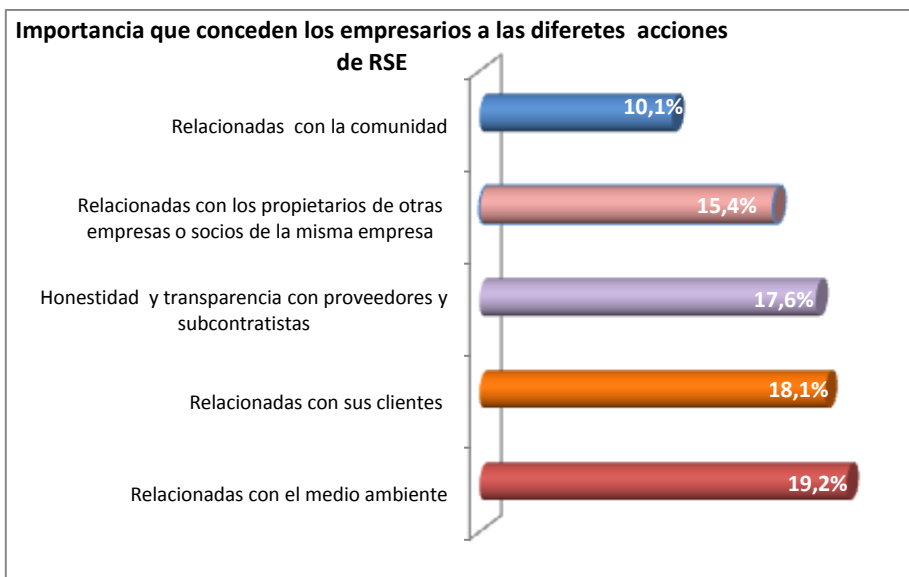


Fig. 5 Importancia que conceden los empresarios a las diferentes acciones de RSE

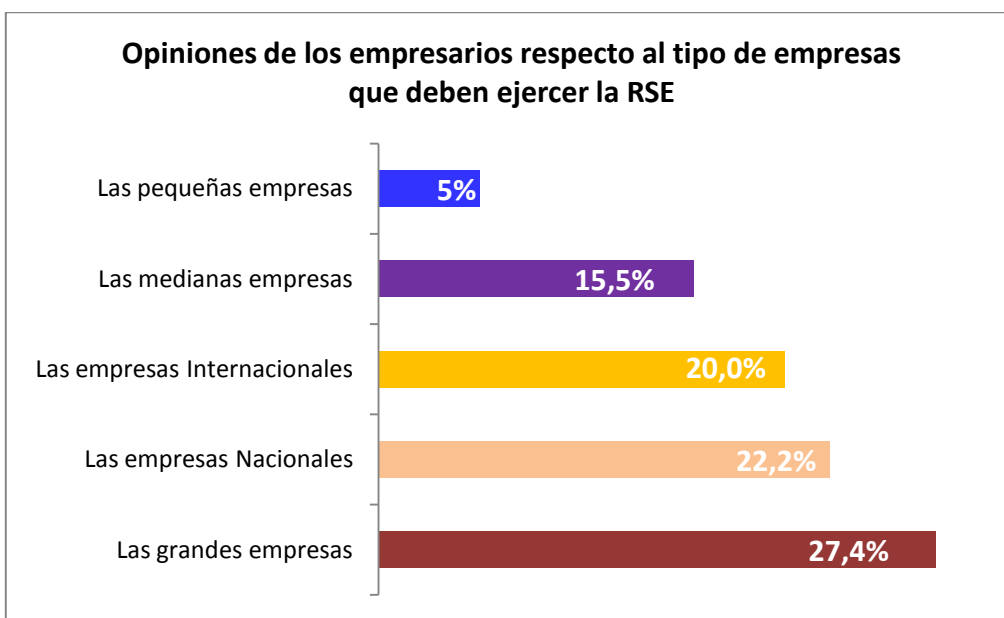


Fig. 5 Opiniones de los empresarios respecto al tipo de empresas que deben ejercer la RSE

Resultado relacionados con el campo de beneficiados. En Las acciones relacionadas con la salud existen empresas que realizan más de una de estas acciones, se detectó que 30.3% benefician a sus trabajadores; 47.2 % benefician tanto al trabajador como a su familia; 18.6% benefician además a la comunidad. Y sólo un 6% no realizan acciones de RSE relacionadas con la salud.

En cuanto a las acciones de RSE enfocadas a la educación, los empresarios también realizan más de una acción para apoyar este rubro, dentro de las cuales se tiene que el 45.8% proporcionan cursos de capacitación a sus trabajadores; 80% les proporcionan facilidades en el horario para que estudien; 7.6% apoyan a los trabajadores con recursos económicos, 7.1% extienden además éstos recursos a la familia del trabajador, 9.3% realiza acciones que apoyan a la educación de la comunidad y el resto 12% no realiza acciones relacionadas con éste rubro.

Referente a las acciones que benefician el arte y la cultura, el 23.9% solo las realiza al interior de la empresa; el 39.2% las extiende hacia la comunidad, y el resto 36.8% no realiza actividades en éste ámbito.

El 30% de las empresas ha recibido por lo menos alguna vez el Distintivo de Empresas Socialmente responsable que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía. Lo anterior se puede apreciar en las figuras 6 al 9.

El 44.8% de los empresarios declararon que uno de los beneficios que buscan obtener al realizar acciones de RSE es mejorar su reputación e imagen ante la sociedad.

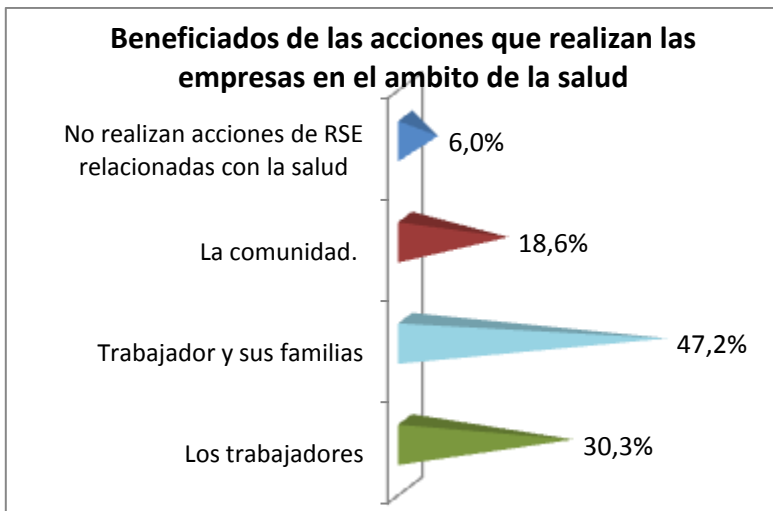


Fig. 6 Beneficiados de las acciones que realizan las empresas en el ámbito de la salud

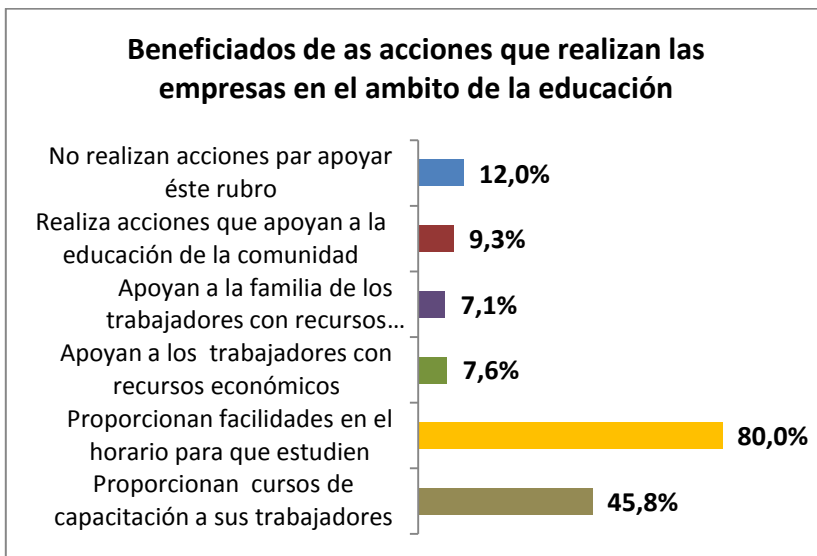


Fig. 7 Beneficiados de las acciones que realizan las empresas en el ámbito de la educación



Fig. 8 Beneficiados de las acciones que realizan las empresas en el ámbito del Arte-Cultura

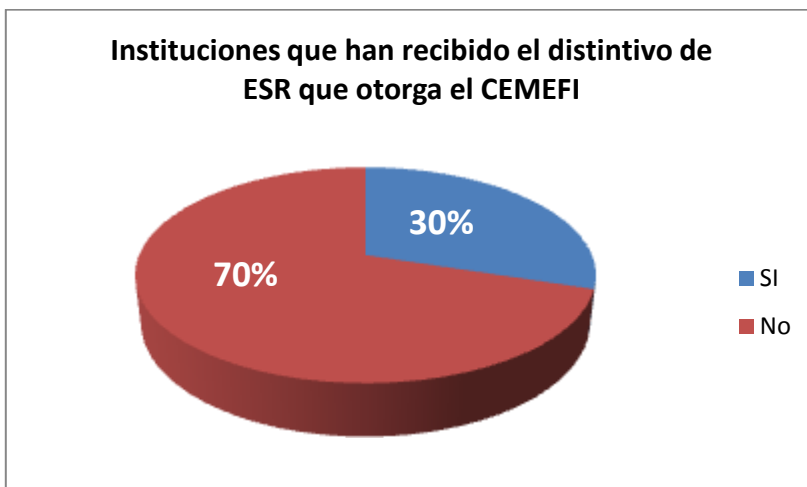


Fig. 9 Instituciones que han recibido el distintivo de ESR que otorga el CEMEFI

Relacionados con el campo de organización. Los empresarios mencionaron que realizar acciones de RSE también beneficia a la organización, teniendo así que el 45.5% menciona que uno de los beneficios para la organización, es que se genera orgullo en los trabajadores por pertenecer a una empresa que se preocupa por realizar acciones de RSE y un 54.5% expresaron que se incrementa además el prestigio de la empresa.

38% de los empresarios mencionaron que son los propietarios los que intervienen para determinar las acciones relacionadas con la RSE, un 47% indicó que estas decisiones las deciden los directivos y un 15% se abstuvo de opinar al respecto. Referente a quienes intervienen para aplicar las acciones de RSE 77.3% mencionaron que lo hace la propia empresa, 14.9% cuentan con una Fundación que se en carga de aplicar estas acciones y un 7.8% solicita apoyo de terceros especializados.

43% de los empresarios mencionaron que la finalidad de realizar acciones de RSE que beneficien a la sociedad sólo es atender a quienes se los solicitan, 51% busca que estas acciones les generen recursos propios que les permitan a los ciudadanos que apoyan, seguir realizando acciones productivas que mejoren su calidad de vida, y un 6% no contesto cuál era su propósito al realizar acciones en beneficio de la comunidad.

Referente a los recursos que utilizan para realizar acciones de RSE que beneficien a la comunidad 67.3% mencionó que de las utilidades de la empresa cuando las hay, de lo contrario se abstienen de realizarlas, 28.3% mencionó que tiene asignado un presupuesto para su realización y 4.4% no respondieron al respecto. Las figuras 10 a la 14 ilustran los aspectos mencionados.



Fig. 10 Razones por lo que las empresas realizan acciones de RSE

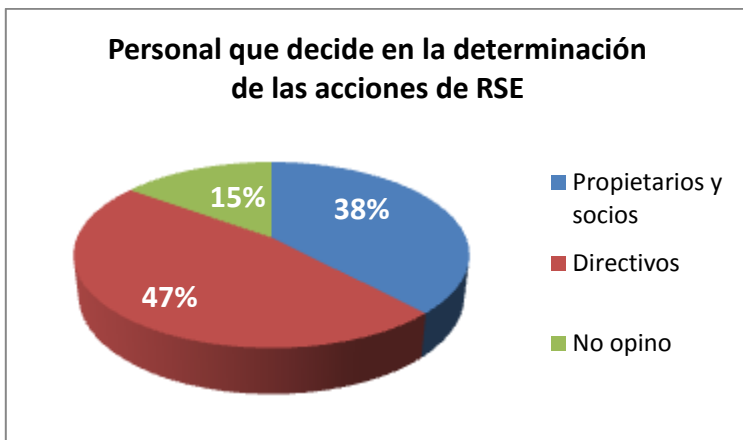


Fig. 11 Personal que decide para determinar las acciones de RSE

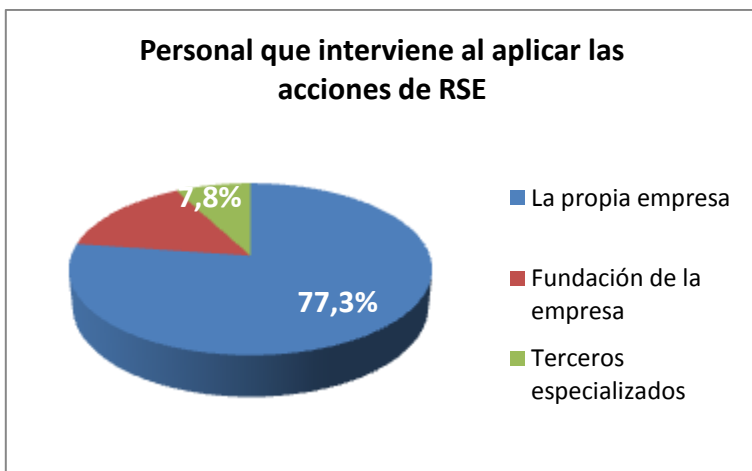


Fig. 12 Personal que interviene para aplicar las acciones de RSE

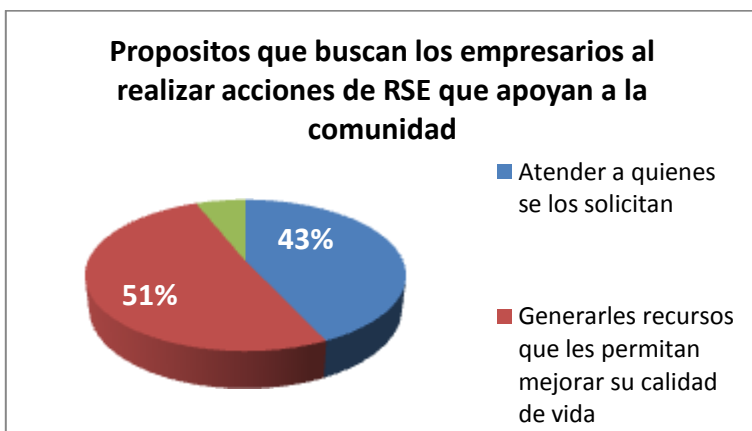


Fig. 13 Propósitos que buscan los empresarios al realizar acciones de RSE que apoyan a la comunidad

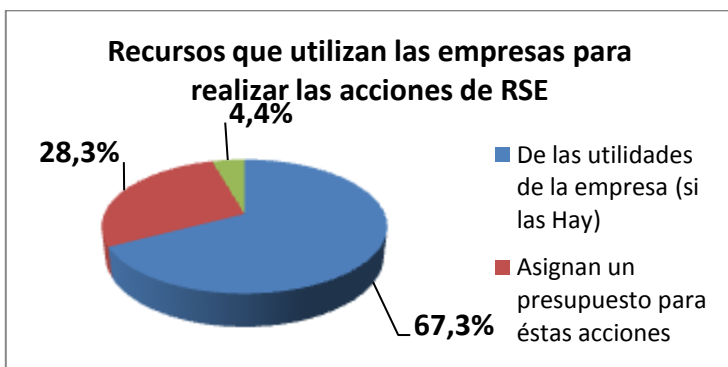


Fig. 14 Recursos que utilizan las empresas para realizar las acciones de RSE

Campo de protección al medio ambiente. El 81.2% de las empresas no utilizan materiales tóxicos para el desarrollo de sus actividades y el resto (18.8%) si los utiliza. De las empresas que utilizan materiales tóxicos sólo el 29% los procesa o bien los canaliza a empresas especializadas para que les den tratamiento.

Dentro de las acciones que realizan las empresas para contribuir a disminuir la contaminación originada por sus procesos, 12% procura la utilización de insumos ecológicos, 7% hace preocupa por mejorar sus procesos para aminorar la contaminación, y el resto se abstuvo de opinar al respecto.

Conclusión

Si bien gran parte de las PYMES señalan que realizan acciones de RSE, se pudo constatar que en algunos casos confunden las responsabilidades legales con acciones de RSE, tal es el caso de las acciones relacionadas con la salud en las cuales no se ven beneficiados el 100% de los trabajadores, siendo que por Ley es requisito que las empresas los inscriban al Seguro Social. Otras acciones de RSE que se ven desfavorecidas son las relacionado con la protección del medio ambiente, situación crítica y que está afectando en gran medida a los ecosistemas, otro campo desfavorecido es el relacionado con el arte y la cultura, en donde si bien es cierto que el 100% de las empresas menciona que realizan acciones relacionadas con éste ámbito, se percibió que lo hacen de manera ocasional.

No obstante lo anterior se observa que gran parte de las PyMES tabasqueñas han introducido regularmente acciones de RSE en varios ámbitos, comenzando a percibir las como un beneficio para la reputación e imagen de la empresa, lo demuestra el hecho de que hay un 14.9% de PYMES que han creado Fundaciones para la aplicación de la RSE, igual lo destacan que en la gran mayoría de estas (70.7%) se cuentan con documentos éticos que regulen las actividades tanto de los trabajadores como de los directivos o accionistas.

Bibliografía

Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa. U.S. Small Business Administration (2003), disponible en: cSBA <http://archive.sba.gov/espanol/>

Centro Mexicano para la Filantropía, A. C., CEMEFI (2005). Disponible en: <http://www.cemefi.org>.

Carroll (1999). "Corporate Social Responsibility. Business and Society". Chicago, USA: Business & Society.

Diario Oficial de la Federación (2009). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009

Fuentelsaz (2004). Cálculo del tamaño de la muestra. Matronas Profesión. Volumen 5.

Global Reporting Initiative, GRI. (2006) Sustainability Reporting Guidelines. Disponible en: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

Hernández, Fernández y Baptista (2003). Metodología de la investigación. Tercera edición. Ed. Mc-Graw-Hill. México.

Hernández, Fernández, y Baptista (2005). Metodología de la investigación. (4ta. Ed.). México: Ed. Mc-Graw-Hill.

Organization for Economic Co-operation and Development. OECD (2007). Disponible OECD: <http://www.oecd.org/>

Revista de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Abril 2003, Núm. 79: Santiago de Chile. Ed. Naciones Unidas.

Unión Europea (2001): “Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”: Bruselas. Ed. Naciones Unidas.

US Small Business Administration, SBA. (2007). Disponible en: <http://www.sba.gov/>

World Business Council on Sustainable Development (2010). Disponible en: <http://www.wbcsd.org/home.aspx>