

Las MIPYMES comerciales y el ejercicio de la responsabilidad social empresarial

Mónica Teresa Espinosa Espíndola

Universidad Tecnológica De La Mixteca

monitte@mixteco.utm.mx

Fidel José Chávez García

Universidad Tecnológica De La Mixteca

dbsrlmjor87@hotmail.com

Adolfo Maceda Méndez

Universidad Tecnológica De La Mixteca

admm@mixteco.utm.mx

Resumen

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) define la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables y reconoce los intereses de los distintos grupos con los que interactúa. En México este es un tema aún reciente y se realizan pocas acciones de RSE, ya que este tipo de prácticas no son legalmente obligatorias y muchos empresarios desconocen los beneficios de su aplicación. Esta situación es más evidente en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMes), por diversas causas como la poca actualización y resistencia al cambio de sus propietarios, los bajos niveles de profesionalización con los que cuentan y el desconocimiento que tienen de diversas herramientas de las que podrían hacer uso para ser más competitivas. Esta es una investigación exploratoria descriptiva que cuyo objetivo es conocer la conceptualización que tiene el empresario propietario de Mipymes comerciales de la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca en torno a la RSE para ver si conoce sus beneficios y de ser así, qué acciones que lleva a cabo.

Palabras clave: Mipymes comerciales, Responsabilidad Social Empresarial, Oaxaca

Introducción

El tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México es relativamente nuevo, de hecho el reconocimiento a la puesta en práctica de acciones de este tipo se dio por primera vez en el año 2001 (ALIARSE, 2011). A pesar de ello, México figura entre los países latinoamericanos con mayor implementación de actividades de RSE junto con Ecuador, Colombia, El Salvador, Bolivia y Perú (Pérez, 2007, p. 7). Sin embargo en el panorama internacional, de acuerdo con Bull (2004, p. 3), este tipo de prácticas se han puesto en marcha en Europa y Estados Unidos desde los años 1950 y 1960 cuando la RSE fue concebida como una obligación moral del dueño de la empresa.

Mellado (2009), afirma que la manera tradicional de administración en las empresas de gran parte del mundo está determinada por el cumplimiento de sus objetivos y metas, los cuales muchas veces no contemplan temas de RSE. Sin embargo, como afirma el CEMEFI en su definición sobre RSE, existen recientes corrientes de pensamiento administrativo que consideran este tema como una nueva forma de gestionar y hacer negocios.

En la actualidad se tiende a relacionar el concepto de responsabilidad social con las grandes empresas y multinacionales, pero los principios de responsabilidad social pueden y deben integrarse en cualquier tipo de organización, incluidas las micro pequeñas y medianas empresas (MiPyMes) (Benito, 2008, p. 7). En realidad las empresas más pequeñas, empezando por las microempresas presentan ventajas en las que pueden apoyarse para la creación de políticas de responsabilidad social, a fin de poder gestionar las relaciones con los diferentes agentes económicos.

La escasez de recursos de las microempresas en comparación con las grandes, hace que las acciones de RSE se concentren en un ámbito local y sean menos complejas que las realizadas por la gran empresa (Mellado, 2009). Sin embargo, eso puede ser una ventaja que impacte en el ámbito local. Además, las micro, pequeñas y medianas empresas están presentando cambios en su funcionamiento, por ello, a partir del año 2009, se inició en México el reconocimiento a las MiPyMes Socialmente Responsables (CEMEFI, 2011).

El censo económico del INEGI (2009), arrojó que en el país, el 97.7% de las empresas son microempresas y de acuerdo con datos de la Secretaría de Economía del Gobierno del Estado de Oaxaca, en este estado hay un 98% de microempresas, el 1.5 % son pequeñas, las medianas empresas alcanzan el 0.4% y las grandes solo el 0.1%. Tomando en cuenta este dato, es prioritario estudiar y analizar las prácticas de RSE que se están realizando en las microempresas.

Esta investigación se llevó a cabo en la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca (a partir de aquí Huajuapán de León), la cual se encuentra ubicada en la región mixteca del estado (INEGI, 2012). En cuanto a su composición empresarial, ésta no es diferente a la tendencia estatal y nacional, es decir que se tiene un predominio de microempresas. Destacan las empresas comerciales en un 55%, seguidas del sector servicios con un 43% y el 2% restante tiene que ver con microempresas industriales.

El objetivo de esta investigación es conocer cómo conciben la Responsabilidad Social Empresarial los dueños de MiPyMes del ramo comercial de la Ciudad de Huajuapán, si conocen los beneficios que pueden obtenerse de esta, así como las prácticas de este tipo que se llevan a cabo.

Esta investigación está integrada por cuatro apartados: 1.El sustento teórico de la investigación, 2 La metodología utilizada para realizar esta investigación, 3. Los resultados de la investigación y 4. Las conclusiones.

Contenido:

1. SUSTENTO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Definición y clasificación de micro, pequeñas y medianas empresas

Sablich (2007) señala que la palabra empresa tiene su raíz etimológica del Latín *prehendere*, que significa emprender una actividad que implica trabajo o que presenta dificultades y que la empresa es la célula creadora de riqueza de que dispone la sociedad y permite el desarrollo económico y el consiguiente acceso a la cultura, la salud, la seguridad y los elementos que proporcionan calidad de vida (p. 5). Por lo tanto desde la definición misma de empresa puede verse la relación de esta con la RSE.

En México, la Secretaría de Economía estableció la estratificación más reciente que divide a las empresas en Micro, Pequeñas y Medianas, dependiendo del sector al que pertenecen, el número de trabajadores y el monto de ventas anuales, misma que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación (2009).

De acuerdo con William, citado por Tunal (2003, p. 83), las microempresas son un tipo de organización en la que predomina el individuo y un grupo de ayudantes, se trata del modelo de hombres orquesta, y en términos generales, de la forma más simple de estructura organizacional la cual permite cambiar de estrategia rápidamente si el cambio está dentro de la capacidad y los intereses de la persona.

De acuerdo con la Secretaria de Economía (2012), las principales características de las microempresa son: que representan el 95 por ciento de las empresas del país, generan el 40% de empleos, producen el 15 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y se constituyen con poca inversión.

Por otra parte la clasificación antes citada de la Secretaría de Economía, define a una pequeña empresa como aquella que ocupa de 11 a 50 personas y cuyo volumen de ventas anuales oscila entre los 4.01 hasta los 100 millones de pesos. De acuerdo con Fleitman (2000, p. 54), las principales características de las pequeñas empresas

comerciales, son las siguientes: poseen un ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de las medianas y grandes empresas; tienen mayor división del trabajo, originada por una mayor complejidad de las operaciones; pueden traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.

La Secretaría de Economía (2012), en su portal de Internet define a las medianas empresas comerciales, como los negocios dedicados al comercio que tienen desde 31 hasta 100 trabajadores, y generan anualmente ventas que van de los 100 hasta los 250 millones de pesos. Son unidades económicas con la oportunidad de desarrollar su competitividad en base a la mejora de su organización y procesos, así como de mejorar sus habilidades empresariales. Las principales características de las medianas empresas de acuerdo con la Secretaría de Economía (2012), son las siguientes: poseen competitividad en materia de coordinación y control; incorporan personas que puedan asumir funciones de coordinación, control y decisión; representan casi el 1 por ciento de las empresas del país; generan casi el 17 por ciento del empleo del país y más del 22 por ciento del Producto Interno Bruto.

1.2 Definición de Responsabilidad Social Empresarial

La gran mayoría de los autores coinciden en que el mero cumplimiento de las normas jurídicas no es RSE. La RSE se entiende como la obligación ética y moral, asumida voluntariamente por la empresa. Putterman (2006), hace alusión a la norma ISO 26000 en la cual se define a la RSE como: las acciones de una organización para asumir su responsabilidad por los impactos que sus actividades tienen en la sociedad y el ambiente, las cuales deben ser consistentes con los intereses de la sociedad y el desarrollo sostenible; estar basadas en el cuidado ético y cumplimiento con las leyes aplicables e instrumentos intergubernamentales además de estar integradas en las actividades cotidianas de la organización.

En México, el CEMEFI en su página de Internet, define la RSE como: 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 buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

Según la investigación realizada por la Universidad de Navarra (2009), y su documentación sobre la evolución del concepto de stakeholders, se establece que este término puede aplicarse a cualquier grupo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una empresa. Los stakeholders o grupos de interés están conformados por empleados, clientes, proveedores, accionistas, bancos, gobierno u otros grupos que puedan ayudar o dañar a la empresa (Freeman 1984, p. 37).

En México, se creó el CEMEFI en 1992, quien para 2001, realizó la primera entrega de galardones a las empresas que cumplieron con las exigencias, lineamientos y principios de RSE considerados en su convocatoria. Año con año son más las empresas que con sus trabajos en materia de RSE se integran a la lista de empresas galardonadas por el CEMEFI, que por doce años ha reconocido el esfuerzo de los empresarios que han sabido incorporar esta filosofía como forma de gestión en sus empresas.

De acuerdo con información del INEGI (2012), los estados con mayor aportación al Producto Interno Bruto (PIB), son diez y al revisar la información del CEMEFI respecto a ESR, se puede observar una coincidencia entre los estados con mayor riqueza y aquellos cuyas empresas cuentan con distintivos ESR. Desafortunadamente en el estado de Oaxaca no se cuenta con empresas que ostenten el distintivo ESR. Es importante mencionar que actualmente ya se está reconociendo y premiando el trabajo realizado por las MiPyMes en materia de RSE. Desde el año 2009 cuando se reconocieron por primera vez los trabajos de estas empresas, se les brindó el premio a 100 MiPyMes y en el año 2011 se duplicó esta cifra, con 202 empresas de este tipo que fueron galardonadas (CEMEFI, 2012).

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación se llevó a cabo en la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca (a partir de aquí Huajuapán de León), la cual se encuentra ubicada en la región mixteca del estado (INEGI, 2012). En cuanto a su composición empresarial, ésta no es diferente a la tendencia estatal y nacional, predominando las microempresas. En cuanto a los giros de actividad más importantes de este tipo de empresas, destaca el giro comercial en un 55%, seguido del sector servicios con un 43% y el 2% restante tiene que ver con microempresas industriales.

El objetivo de esta investigación fue determinar cómo perciben la Responsabilidad Social Empresarial los dueños de MiPyMes comerciales de la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. El objetivo general se dividió en tres partes; 1. determinar si tales empresarios saben qué es la RSE y lo que implica; 2. evaluar si conocen los beneficios que pueden obtenerse una ESR y 3. conocer cuáles son las acciones de RSE que este tipo de empresas lleva a cabo.

La metodología empleada en esta investigación fue la siguiente: En primer lugar se llevó a cabo investigación documental referente al tema, posteriormente se determinó una muestra estadísticamente representativa de las microempresas comerciales que operan en la Ciudad de Huajuapán de León, de acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), y se consideró un censo de las empresas pequeñas y medianas, por ser pocas. Así la muestra con la que se llevó a cabo esta investigación estuvo integrada por las siguientes empresas de giro comercial: 64 microempresas, 32 empresas pequeñas y 6 empresas medianas. Como siguiente etapa se elaboró un instrumento de investigación para realizar las entrevistas.

3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado se analizan los resultados de las entrevistas realizadas a los empresarios de la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, con la finalidad de cumplir

con los objetivos de la investigación. Las entrevistas fueron aplicadas del 17 de diciembre del 2011 al 14 de mayo del 2012.

En primer lugar se les preguntó ¿Conoce el significado de la frase Empresa Socialmente Responsable? o ¿Responsabilidad Social Empresarial? a lo que el 93% de los microempresarios y el 61% de los propietarios de Pymes dijeron no. En cuanto a su significado ambos grupos de empresarios coinciden en que la RSE se trata de una forma de colaboración, retribución y agradecimiento hacia la sociedad por su consumo. Solamente el 15% de los propietarios de Pymes ven a la RSE como una forma de promocionar sus negocios, mientras que el 3% de microempresarios asocian a la RSE con actos de caridad.

También se preguntó a los empresarios si estaban concientes de que sus empresas podrían recibir beneficios por ser ESR, a lo que el 41% de los propietarios de Pymes y tan sólo el 3% de microempresarios respondieron que sí tenían conocimiento de lo que podría representar ser ESR. También se planteó la pregunta ¿En qué aspectos le beneficiaría contar con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR)?, el 64% de los microempresarios y el 49% de los propietarios de Pymes afirmaron que los beneficios se verían reflejados en el fortalecimiento de sus valores institucionales y el 30% de los propietarios de Pymes respondieron que utilizar el distintivo ESR les favorecería para incrementar sus ventas, en tanto que el 21% piensan que les ayudaría a mejorar su prestigio social como empresa.

Por otra parte, ante la pregunta de ¿Cuál sería el principal motivo por el que no realizarían prácticas de RSE?, el 68% de propietarios de Pymes y el 84% de los microempresarios, manifestaron que la principal razón para no poner en práctica acciones de RSE es la falta de dinero. A pesar del desconocimiento sobre el tema, el 73% de propietarios de Pymes y el 57% de los microempresarios mostraron interés en recibir mayor información sobre el tema.

Al plantear la pregunta de ¿Qué acciones está realizando para beneficiar a sus empleados?, el 78% de los propietarios de Pymes dijeron no tener mayor comunicación con sus empleados fuera del horario de trabajo. El 81% de los propietarios de Pymes y el 61% de los microempresarios, dijeron no promover acercamientos de los empleados y sus familias con la empresa debido a que el horario laboral no es propicio y tendrían que destinar recursos a este fin. En cuanto a lo relacionado con los empleados, los microempresarios no tienen la cultura de actuar en cumplimiento de la ley, si bien es cierto que la carga tributaria los puede llevar a cerrar sus negocios, esto se ha convertido en una excusa para desligarse de tales obligaciones. Sin embargo, ante la falta de oportunidades laborales en la zona, los empleados deciden aceptar trabajos aún sin todas las prestaciones de ley. Por otra parte, los propietarios de empresas medianas, tratan de cumplir y apegarse a la ley en mayor medida, ya que por sus mismas operaciones están sujetas a una mayor revisión por parte de las autoridades, lo que no sucede con el microempresario. Entre las acciones relacionadas con la RSE que realizan los empresarios, el 94% de los propietarios de Pymes y el 79% de los microempresarios respondieron que han otorgado algún tipo de apoyo económico a escuelas, clubes deportivos, casas hogar y a la Cruz Roja. También se apoya por todos los empresarios a actividades deportivas, iglesias y bomberos, pero siempre a solicitud de los interesados y se otorga a título personal no empresarial.

A continuación se mencionan las acciones que realizan los empresarios entrevistados:

- ü Apoyo a la Cruz Roja

- ü Donaciones a casas hogar

- ü Aportaciones económicas o en especie a centros de rehabilitación

- ü Apoyo económico a bomberos y paramédicos

- ü Apoyos a estudiantes universitarios

- ü Becas a su personal para que continúe estudiando

- ü Apoyos económicos a escuelas

- ü Apoyos económicos o en especie a clubes deportivos

- ü Contribuciones al municipio para mejoras en la ciudad

- ü Fomento de la convivencia de los empleados y sus familias en eventos de la empresa

Conclusión

El objetivo principal de esta investigación fue analizar la conceptualización que tienen los propietarios de MiPyMes comerciales de la Ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, sobre la RSE, si saben qué es, qué implica, si conocen los beneficios que pueden tener sus empresas por la puesta en práctica de acciones de este tipo, así como analizar las prácticas de RSE que estas empresas llevan a cabo.

En la Ciudad de Huajuapán de León no se cuenta con empresas industriales que pudieran estar generando desechos contaminantes, sin embargo las empresas comerciales que como lo ha establecido Putterman, son principalmente sociales, tienen que poner énfasis en el cuidado ético y en el pleno cumplimiento a las leyes ligadas a las actividades cotidianas y al interior de la organización y deben llevar a cabo acciones de RSE.

Los resultados de esta investigación muestran que los empresarios de esta ciudad no tienen conocimiento respecto a lo que es la RSE, ya que el 93% de microempresarios y el 68% de pequeños y medianos empresarios dijeron no tener conocimiento acerca de la RSE. Sin embargo pudimos constatar que a pesar de no tener conocimiento sobre el

tema, sí realizan algunas acciones que pueden considerarse de RSE, aun cuando dichas acciones son esporádicas y se realizan a partir de solicitudes de apoyo o donación.

Por otra parte, las MiPyMes consideran que la RSE es la colaboración y retribución a la sociedad por el consumo de sus productos o servicios. Como era de esperarse a partir de los resultados de la primera pregunta, los empresarios entrevistados de esta ciudad no saben lo que implica ser una ESR.

Los empresarios también desconocen los beneficios que sus empresas pueden alcanzar si son socialmente responsables. Los empresarios de la Ciudad de Huajuapán de León, deberían considerar esta nueva forma de gestión en los negocios para integrarla al momento de hacer su planeación.

Considerando el tercer objetivo específico, relacionado con analizar las prácticas de RSE que llevan a cabo actualmente las microempresas del ramo comercial de la Ciudad de Huajuapán de León, se concluye lo siguiente:

El desconocimiento de la RSE no ha sido impedimento para que se apoye a la sociedad aunque sea de manera mínima. Cabe señalar que la mayoría de empresarios entrevistados realizan ciertas acciones de RSE a título personal, por otra parte, de acuerdo con los resultados de las entrevistas ninguna empresa contempla en sus planes realizar acciones de este tipo de manera institucional.

La responsabilidad social va más allá del simple cumplimiento de las obligaciones legales, pero entre los empresarios entrevistados existe confusión al abordar el tema de la RSE ya que muchos piensan que cumplir con lo legalmente establecido es actuar en un marco de la RSE.

Ante estos resultados lo primero que se debería hacer es buscar las formas para informar a los empresarios de la ciudad sobre la RSE recuperando en principio su significado y sus beneficios. La RSE por sí sola adquiere para la empresa múltiples

beneficios como la lealtad y atracción de nuevos clientes potenciales y prestigio para la empresa, lo que se traduce en un incremento de los flujos de efectivo, satisfacción personal del empresario, atracción y retención de personal calificado, entre muchos otros beneficios. Una vez que las MiPyMes huajuapeñas hayan comenzado a trabajar con la filosofía de una ESR se podrá utilizar la difusión de todas las acciones que realizan en beneficio de la sociedad y del medio ambiente a través de campañas mercadológicas y estrategias publicitarias para fortalecer la imagen del negocio.

Bibliografía

Benito, H., Esteban, S. (2008). Aplicación de los principios de responsabilidad social en las empresas de participación de menos de diez empleados. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, pp. 7-26. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/367/36711202001.pdf>

Brooks, N., Pérez F., Pérez R., Ingrid E. (2009). Responsabilidad social empresarial en las franquicias farmacéuticas Revista Venezolana de Gerencia, Vol. 14, Núm. 46, abril-junio, 2009, pp. 274-286 recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/290/29011523009.pdf>

Bull, B. (2004). Responsabilidad Social de las Empresas: ¿Una solución para el Desarrollo de América Latina? pp. 1-24. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=29092802>

Centro Mexicano para la Filantropía (2012). Programas, Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de <http://www.cemefi.org/proyectos/responsabilidad-social-empresarial.html> 30 de marzo de 2012.

Diario Oficial de la Federación (2009). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Recuperado de <http://www.mercadodedeuda.com/pdf/estratificacion.pdf>

Fleitman J. (2000). *Negocios Exitosos*. Ed. Mc Graw Hill. Interamericana Editores

Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston. Ed. Pitman.

INEGI (2012). *Perspectiva Estadística Oaxaca*. pp. 28. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/estd_perspect/oax/Pers-oax.pdf

Mellado, C. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial en las Pequeñas y Medianas Empresas Latinoamericanas*. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, Vol. XV, Núm. 1, enero-marzo, 2009, pp. 24-33. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=28011674003>

Pérez, T. (2007). *La Responsabilidad Social y Medioambiental de la Microempresa en Latinoamérica*. Ikei Research and Consultancy. Recuperado de <http://www.iadb.org/csramerica/2007/documents/timoteopez-ikei.pdf>

Putterman, P. (2006) *La responsabilidad social: un compromiso mundial*. Ponencia presentada en el Foro “El Futuro de los sistemas de gestión: la clave para el desarrollo y la sostenibilidad de las empresas”, organizado por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación. Cartagena, 8 de septiembre. pp. 37

Sablich, C. (2007). *Modulo de Administración y Dirección de empresas*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/modulo-administracion-direccion-empresas-libro.pdf>

Secretaria de Economía (2012). *México Emprende, Empresas, Microempresas*. Recuperado de <http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario>

Secretaría de Economía (2012). México Emprende, Empresas, Pequeñas empresas.
Recuperado de <http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/pequena-empresa>