

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA**  
**UNIDAD AZCAPOTZALCO**  
**DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**  
**DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION**

**REPORTE DE INVESTIGACION**

Responsabilidad Social Empresarial: Oportunidad de Desarrollo y crecimiento para las Mipymes, de la industria aeroespacial en el estado de Querétaro, México

M.A. MARICELA LOPEZ GALINDO

M.F. SILVIA OFELIA PEREZ RUEDA

## PRESENTACIÓN

El presente reporte de investigación intitulado “Responsabilidad Social Empresarial: Oportunidad de Desarrollo y Crecimiento para las Mipymes, de la Industria Aeroespacial en el estado de Querétaro, México.” es un avance que presentan las profesoras Maricela López Galindo y Silvia Ofelia Pérez Rueda, como un resultado parcial del proyecto de investigación “¿Existe la Responsabilidad social en las Mipymes de la industria aeroespacial en el Estado de Querétaro, México?”, registrado con el número 990, por el Consejo Divisional de Ciencias Sociales y Humanidades.

En este trabajo las profesoras López Galindo y Pérez Rueda, presentan un estudio sobre los orígenes y conceptos de La Responsabilidad Social Empresarial y cómo ésta debe ser asumida por las Mipymes para lograr su crecimiento y desarrollo ya que ellas están siendo diseñadas con nuevas tecnologías de información, conocimientos, nuevos valores, cambios en el estilo de liderazgo, a través de incluir en su desarrollo la cooperación, formación, investigación, conocimiento, y responsabilidad social tema central del presente reporte.

Mtra. Maricela López Galindo

Coordinadora del Grupo Gestión del Cambio y Desarrollo Humano

# **Responsabilidad Social Empresarial: Oportunidad de Desarrollo y Crecimiento para las Mipymes, de la Industria Aeroespacial en el estado de Querétaro, México.**

M.A. MARICELA LOPEZ GALINDO<sup>1</sup>

M.F. SILVIA OFELIA PEREZ RUEDA

## **Introducción**

El proceso de mundialización abrió una nueva prospectiva para los estudios sobre el medio ambiente y la responsabilidad social de las empresas para su preservación, pero esto va más allá del cuidado del medio ambiente, pues se han suscitado una serie de cambios que han venido afectando a las organizaciones y sus relaciones con la sociedad, y las empresas como entidades generadoras de economía, trabajo, producción y transformación de bienes y servicios, juegan una parte muy importante dentro del desarrollo de la sociedad y su modo de actuar,

Por otro lado, se hizo evidente la necesidad de modelos capaces de construir escenarios alternativos basado en una relación armónica entre la sociedad y su naturaleza, abriendo posibilidades de desarrollo ecológicamente y socialmente más sustentables, dando paso desarrollo sustentable, concepto que surgía de una acción concertada de las naciones para impulsar un modelo de desarrollo mundial compatible con la conservación de la calidad del medio ambiente y con la equidad social (Gutiérrez,2010:122), y más allá de la alta polémica sobre su uso con fines políticos, fue concebido como un proceso que trataría de balancear las consideraciones socioeconómicas con los aspectos ambientales a fin de no

---

<sup>1</sup> PROFESORAS - INVESTIGADORAS DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION UAM-AZC

comprometer el futuro del planeta en el largo plazo. (Astier, Marta coord. Galvan-Miyoshi 2008:41) por ello, se hace necesaria la gestión de las organizaciones a través de un conjunto de políticas, que no hagan insignificantes u oculten los daños ecológicos ocasionados por la actividad económica y las decisiones administrativas, y estén en condiciones de “cambiar a fondo los criterios de gestión y los patrones de comportamiento, que los originan” (Naredo, 2006), también es importante considerar las actuaciones y disposiciones necesarias para lograr el mantenimiento de un capital ambiental suficiente para que la calidad de vida de las personas y el patrimonio natural sean lo más elevados posible, todo ello dentro del sistema complejo de relaciones económicas y sociales que condicionan ese objetivo. (Ortega y Rodríguez, 1994). Actuaciones que deben buscar: Responsabilidad, Transparencia, Comunidad, Honestidad, Sustentabilidad, y Diversidad. (Hargreaves, 2006, en Gutiérrez, 2010), a decir de Kliskberg, (2011, p. 5), también es importante ponerr en práctica: Políticas de personal que respeten los derechos de los integrantes de la empresa, y favorezcan su desarrollo; Transparencia y buen gobierno corporativo; Juego limpio con el consumidor; Políticas activas de protección del medio ambiente; Integración a los grandes temas que hacen el bienestar común y No practicar un doble código de ética, medidas que forman parte de lo que hoy se conoce como Responsabilidad Social Empresarial, que aunado a las estrategias de desarrollo empresarial deben considerarse para el crecimiento de las Mipymes mexicanas, Para esta investigación se sigue el criterio de La Secretaría de Economía (SE) que modificó su clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas (pymes), por lo cual

en lo futuro, además de considerar el número de trabajadores de cada unidad productiva, también se ha integrado un criterio de ventas anuales.

Cabe hacer mención que este reporte forma parte de un primer acercamiento a los conceptos que sobre responsabilidad social existen, y que servirán de partida para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: ¿Existe la Responsabilidad social en las Mipymes de la industria aeroespacial en el Estado de Querétaro, México? , aprobado por el Consejo Divisional de Ciencias Sociales y Humanidades con el No. 990 del Catálogo de Investigación de la División de CSH.

## **Los orígenes de la RSE**

Desde siempre las empresas llevaron a cabo acciones que hoy se conoce como de RSE, término que apareció en el terreno empresarial no hace mucho. La RSE se ha convertido en un concepto muy potente, transversal en toda la estructura de la empresa y cada vez con mayor difusión en la opinión pública.

Los orígenes de la RSE moderna pueden rastrearse desde los años '70, en que aparece con mucha fuerza el tema ambiental en EEUU. Es el tema ambiental la punta de lanza de la moderna RSE. Hasta esos años el tema del medio ambiente no estaba muy difundido en la opinión pública ni era preocupante para los gobiernos a nivel nacional. (Fernández:2010)

Con la aparición de ciertos casos judiciales muy importantes en EEUU, que concluyeron en grandes indemnizaciones por daños, las grandes empresas petroleras, mineras y petroquímicas comenzaron a darse cuenta que en muchos países en los que operaban no había legislación suficiente como para prevenir daños importantes al medio ambiente. Es decir, no bastaba con cumplir con la ley de un país para asegurarse que en el futuro no iban a ser hechas responsables de un daño ambiental. Esto hizo que las empresas incorporaran voluntariamente normas ambientales más estrictas que las del país anfitrión. Y el “voluntariamente” es clave para definir las acciones de RSE. Algunos llaman a esto “autorregulación”. (Fernández:2010)

Esta adopción voluntaria por parte de las empresas de normas ambientales más estrictas que las legales indica también que los Estados no estaban técnicamente

preparados para regular el tema mientras que las empresas sí lo estaban y actuaron en consecuencia.

Dice Zygmunt Bauman en (Fernández:2010), en su último libro Mundo-Consumo: “Podemos decir que el poder ha huido de aquellas instituciones –desarrolladas a lo largo de la historia- que ejercían un control democrático sobre los usos y los abusos de poder en los Estados - Nación modernos. (Fernández:2010)

Las empresas en general, y las multinacionales en particular, son organizaciones que vienen demostrando desde hace años gran eficacia en ampliar sus mercados y expandirse geográficamente, así como su capacidad de adaptarse con rapidez a entornos cambiantes y diferentes. Pero un aspecto importante para el tema de la RSE es la capacidad para planear en el largo plazo. mientras que a las empresas micro, pequeñas y medianas (Mipymes) les resulta cada vez más necesaria para asegurar su supervivencia, crecimiento y desarrollo. .

Resumiendo la primera parte de la tesis, o sea la del cambio en el mundo real, se puede decir que la RSE moderna se origina en dos fenómenos vinculados: por una parte en el debilitamiento relativo de los Estados y la simultánea necesidad de las empresas en modelar su entorno para poder expandirse, y por otra parte en una demanda creciente de la sociedad por ciertos bienes públicos que en el pasado eran provistos por el Estado.

La segunda tendencia a la cual se le atribuye la aparición y aceptación de la RSE como una actividad natural de la empresa moderna es consecuencia de varios cambios de paradigmas culturales que se producen en Occidente durante el siglo XX..

El concepto racionalista-positivista y economicista de la empresa está magistralmente expuesto en el famoso artículo de Friedman. Hay que reconocer que el artículo tiene una lógica impecable y parece dar una definición clara y contundente de lo que debe ser la esencia de una empresa. (Fernández:2010)

En el mismo sentido, el artículo de Friedman sobre RSE es brutalmente crudo, simple e incompleto, definiendo los fines de la empresa. El artículo describe a la empresa como una organización cuya esencia y único objetivo es la de maximizar la renta para sus dueños. Cualquier acción con otro objetivo, según Friedman, equivale a malversar el patrimonio de los dueños. (Fernández:2010)

En la disciplina de la administración de empresas se han sucedido una serie de enfoques teóricos y prácticos sobre el tema, algunos exitosos y permanentes y otros efímeros y sin evidencia práctica de su éxito.(Vargas 2006:15)

Cabe señalar que en el ámbito de preocupaciones sobre la conducta de las empresas en relación a su entorno, han existido enfoques opuestos a la RSE como el centrado en los shareholders, en el que operan criterios netamente financieros y donde el centro de la preocupación está en los intereses de los accionistas de la compañía. Este enfoque parece ser el más enraizado en la cultura empresarial moderna, sobre todo latinoamericana. No obstante debido al peso y capacidad demostrada por el movimiento de consumidores, es posible pensar que habrá en el futuro cambios en los enfoques empresariales.

El enfoque de RSE plantea (sin poner en tela de juicio los intereses de los shareholders) que no es incompatible la creación de valor con un comportamiento

socialmente responsable. Esta perspectiva reconoce que “el gobierno de la empresa es un proceso complejo de negociación que busca equilibrar todos los intereses de los grupos<sup>23</sup> (a los cuales el quehacer de la empresa afecta)”. (Vargas 2006:16)

Actualmente las empresas se desenvuelven en una economía nacional e internacional cada vez más competitiva, donde las exigencias de productividad y las leyes del mercado las obligan a profundizar y cambiar estrategias, a planear, crear e innovar, a tener capacidad de adaptación, velocidad de respuesta y sensibilidad para anticipar necesidades futuras y poder sobrevivir, desarrollarse y crecer en un entorno complejo y cada vez más competido.

En el escenario mundial, los procesos de cambio son cada vez más dinámicos, en donde las estructuras, las formas, los instrumentos y los medios se están renovando, donde es imprescindible que las empresas y los gobiernos estén actualizando constantemente los modelos, sistemas, procesos, procedimientos, tecnologías y personal, escenario bajo el cual las Mipymes deben generar estrategias para hacerle frente y evitar el fracaso, saber gestionar sus recursos, adaptarse y reaccionar rápidamente a esos cambios, y entre las estrategias que debe desarrollar se encuentra, el implementar o adherirse a un programa de responsabilidad social que incluya en primer lugar la gestión del medio ambiente, entendiendo ésta como un conjunto de actividades, medios y técnicas, tendientes a conservar los elementos de los ecosistemas y las relaciones ecológicas entre ellos, en especial cuando se producen alteraciones debidas a la acción del

hombre. (Conesa Fernández, 1997:44), también llaman a mantener los derechos de los trabajadores, clientes, accionistas, etc.

Como resultado de los debates ambientales, y de los cuestionamiento de modelos de desarrollo que se orientan predominantemente hacia el crecimiento económico, industrial y tecnológico, y que implican altos costos sociales, económicos, culturales y ambientales vinculados al consumo y manejo irracional e indiscriminado de los recursos del medio; surge como alternativa la teoría del “Desarrollo Sustentable”, y como consecuencia la “Responsabilidad Social Empresarial.”

Como es sabido, la idea predominantes sobre el papel de la empresa en la sociedad, durante décadas era la que sostenía que la única responsabilidad de la empresa privada era generar beneficios económicos a sus dueños, y que sólo debía rendirles cuentas a ellos, lo cual fue legitimado doctrinariamente por Milton Friedman (1962), al sostener que, pedirle otra cosa era perjudicar su trabajo, a esto se le denominó etapa de la “empresa narcisista”. Kliskberg, (2011, p. 5) al respecto Fernández (2010) opina que hasta hace poco se pensaba que el único objetivo de la empresa era maximizar la rentabilidad para sus accionistas, pues así lo cristalizó el famoso y polémico artículo de Milton Friedman en 1970, pero las grandes organizaciones empresariales se dieron cuenta que solamente cumpliendo con la ley y dando rentabilidad a sus accionistas les resultaba más difícil seguir creciendo y ampliar sus mercados.

Desde una perspectiva estratégica, la responsabilidad social corporativa puede convertirse en una fuente de enorme progreso social, a medida que las empresas

aplican sus vastos recursos, experticia y conocimiento a actividades que benefician a la sociedad.(Porter 2006:3-4)

Una buena práctica de Responsabilidad Social Empresarial, recae en la reputación corporativa, pues la construcción de una reputación sólida mediante actuaciones socialmente responsables se ha convertido no sólo en deseable, sino en obligatoria para hacer frente a la fuerte competencia para captar a los grupos de interés y convertirlos en consumidores. (Méndez 2005:145)

La reputación está estrechamente ligada a la imagen que cualquier empresa obtiene de su relación con el entorno, sus proveedores, sus accionistas, la ciudadanía, la competencia. Es una de las cuestiones que más debería importar de cara a las proyecciones de éxito de la acción corporativa. (Vargas 2006:20)

Villafañe define la reputación como “el estadio de consolidación definitiva de la imagen corporativa de la empresa”. La reputación, entonces, deviene de los buenos resultados financieros ligados a una política auténtica de responsabilidad social que provoca el reconocimiento de los actores que se ligan de distinta forma a esas empresas y a las que sus públicos y, especialmente los consumidores, le van reconociendo una cultura y valor corporativo, producto de su buena reputación. (Vargas 2006:20)

Un papel decisivo, que ha impulsado una evolución rápida de la idea de RSE, es el de la opinión pública. Una encuesta realizada en 2005 en 18 países, encontró que tres de cada cuatro personas dicen que su respeto por las empresas subiría si se asociaran a la ONU para enfrentar los problemas sociales.(Kliksberg 2006:3)

La RSE es parte de un proceso de evolución de la concepción misma de la empresa privada en las últimas décadas. Este proceso está movilizado por poderosas demandas sociales, mismas que parten del reconocimiento de que la empresa privada es un motor esencial de la economía, y que sus actividades deben ser promovidas y facilitadas pero que, justamente por eso, por su enorme incidencia en la vida de los ciudadanos, tiene que ser considerada como una institución social con responsabilidades calificadas, y debe autoconsiderarse de este modo. (Kliksberg 2006:2)

Al respecto, Fernández (2010) dice que se debe tener en cuenta en la aparición de la moderna RSE, la opinión pública ya que percibe todos los cambios y transiciones en las relaciones de poder. La opinión pública comienza a preocuparse porque percibe que muchas cosas se están yendo fuera del control de los Estados y entonces aparece su reclamo legítimo de ¿quién se hace cargo? Se comienza a mirar a las empresas y a las ONG como organizaciones eficaces para dar respuesta a problemas y ayudar a las comunidades. Se comienza a demandar a las empresas bienes que tradicionalmente eran provistos por el Estado, como educación, salud, seguridad etc. Pero la sociedad no solo demanda bienes tangibles a las empresas y a las ONG, reclama conductas más éticas. Esto se produce, al menos, por dos causas:

- 1) cuanto más grande es la empresa mayor poder e impacto tienen sus decisiones sobre la comunidad y mayor debe ser su responsabilidad ética,
- 2) Los grandes escándalos empresarios de 2001, Enron, Worldcom, Parmalat etc. sumados a los que desataron la crisis de 2008, hicieron perder confianza en las empresas. (Fernandez:2010)

## **Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial**

Se podría definir a la RSE como un modelo de gestión que contempla los impactos económicos, sociales y ambientales derivados de la actividad empresarial, como una filosofía organizacional en la que el éxito implica ir más allá de los buenos resultados económicos para incluir la responsabilidad de la empresa en el desarrollo social y ambiental, Sin embargo, (Guidi, 2006:2)

No hay consenso en los distintos organismos internacionales que trabajan en torno al tema de la responsabilidad social empresarial, sobre una definición precisa del término. Muchos de los organismos eluden definirlo, y algunos utilizan principalmente otros términos que para efectos prácticos, consideran sinónimos, como el de “ciudadanía corporativa” o “sostenibilidad”. Algunas instituciones han empezado a desarrollar definiciones operativas, que se van consolidando con la práctica y con el desglose de los aspectos incluidos en el término. (Benbeniste 2002:3)

Aquí se analizarán las definiciones (o aproximaciones al tema) desarrolladas por organismos de carácter internacional, tanto públicos (UE, ONU y OCDE) como privados (WBCSD y CSR Europe), (Benbeniste 2002:3)

En el Libro Verde, la Responsabilidad Social Empresarial se define como la “integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Unión Europea, 2001, página 7). (Benbeniste 2002:3)

La Unión Europea la define, en un sentido más amplio, como “un concepto con arreglo la cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” (Benbeniste 2002:3)

En enero de 1999 Kofi Annan, Secretario General de Naciones Unidas propuso por primera vez la idea del Global Compact (GC) o Pacto Mundial ante el Foro Económico Mundial de Davos, con el objetivo de impulsar la “adopción de principios y valores compartidos que den un rostro humano al mercado mundial”, promoviendo la construcción de los pilares social y ambiental necesarios para mantener la nueva economía global.

Promovida desde 1997 por la Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) y por el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), la Global Reporting Initiative (GRI) es desde el 4 de abril del 2002 una institución internacional independiente, dotada de una estructura de gobierno en la que participan diversos grupos interesados (empresas, instituciones internacionales, organizaciones de la sociedad civil, asociaciones empresariales, consultores, etc.). Su principal objetivo es el desarrollo de informes corporativos de sostenibilidad (incluyendo aspectos de ámbito ambiental, social y económico) armonizados, impulsando la información sobre cuestiones sociales y ambientales al mismo nivel que la información financiera. (Benbeniste 2002:4)

Para el cumplimiento de su misión la GRI elabora y difunde las Directrices para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad (en adelante, Directrices), aplicables

de forma voluntaria por “organizaciones que deseen informar sobre los aspectos económicos, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios. Y cuyo objetivo es “ayudar a las empresas y a sus stakeholders a describir y articular mejor su contribución global al desarrollo sostenible”. (Benbeniste 2002:5)

Las Líneas Directrices promueven la responsabilidad y transparencia corporativas a través del enunciado de “principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables”.

Los gobiernos se han comprometido a promover estas Líneas Directrices y su puesta en práctica se articula en cada país a través del Punto Nacional de Contacto (PNC). La OCDE ha insistido en que supone una buena práctica para todas las zonas geográficas donde operan las empresas, no solo en el área de la OCDE. (Benbeniste 2002:6)

Aunque las Líneas Directrices no definen expresamente el concepto de responsabilidad social empresarial, entre sus objetivos menciona el de “potenciar la contribución de las empresas multinacionales al desarrollo sostenible” para “garantizar una coherencia entre los objetivos sociales, económicos y ambientales”. (Benbeniste 2002:6)

El WBCSD, reconociendo que no pretende elaborar una “definición oficial” de la RSE, la define como el “compromiso de las empresas de 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” (Benbeniste 2002:6).

El libro verde, por su parte, divide las áreas de contenido de la RSE en dos grandes bloques, el primero relativo a aspectos internos y el segundo a aspectos externos, estableciendo que la “responsabilidad social incluye, además de los trabajadores y accionistas, a un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. (Benbeniste 2002:7)

### **Cuatro justificaciones predominantes para la RSE**

En términos generales, los partidarios de la RSE han recurrido a cuatro argumentos para presentar su tesis: obligación moral, sustentabilidad, licencia para operar y reputación. El argumento moral –argumentar que las empresas tienen el deber de ser buenas ciudadanas y de “hacer lo correcto”– es prominente en los objetivos de Business for Social Responsibility, la principal asociación de actividades de RSE sin fines de lucro en Estados Unidos. Pide a sus miembros “lograr el éxito comercial en formas que honren los valores éticos y respeten a las personas, las comunidades y el ambiente natural”. La sustentabilidad enfatiza la tutoría medioambiental y comunitaria. Una excelente definición fue desarrollada en la década de los 80 por el Primer Ministro noruego Gro Harlem Brundtland y usada por World Business Council for Sustainable Development: “Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras

generaciones para cubrir sus propias necesidades”. La noción de licencia para operar se deriva del hecho de que toda empresa necesita permiso tácito o explícito de los gobiernos, comunidades y muchos otros stakeholders para hacer negocios. Finalmente, la reputación es utilizada por muchas empresas para justificar iniciativas de RSC bajo el argumento de que mejorarán la imagen de una empresa, fortalecerán su marca, elevarán la moral e incluso incrementarán el valor de sus acciones. Estas justificaciones han hecho progresar el pensamiento en este campo, pero ninguna ofrece suficiente orientación para las difíciles decisiones que deben tomar los líderes corporativos. (Porter 2006:5)

### **La Responsabilidad Social Empresarial en las Mipymes**

Ante el ambiente cambiante en México, es necesario describir la realidad que está enfrentando la micro, pequeña y mediana empresa; el objetivo de clasificar a las empresas en micro, pequeña, mediana y grande radica en el hecho que entre éstas existen diferencias en los niveles de inversión, empleo, tecnología, organización, ventas, estructura organizacional, toma de decisiones, innovación, entre otras, por lo que se busca formar niveles homogéneos para facilitar los marcos legales que las legislen, y para su estudio y ubicación dentro de los diferentes programas de apoyo, principalmente gubernamentales, así como para facilitar su manejo estadístico. Cabe señalar que para motivos de clasificación, será retomado el criterio de la Secretaría de Economía, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio de 2009.

Para esta investigación se sigue el criterio de La Secretaría de Economía (SE) que modificó su clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas (pymes),

por lo cual en lo futuro, además de considerar el número de trabajadores de cada unidad productiva, también se ha integrado un criterio de ventas anuales.

Bajo el nuevo esquema, se define como una microempresa aquella que tenga 10 trabajadores y registre ventas anuales hasta por 4 millones de pesos, en cualquier sector de la economía nacional.

La pequeña empresa en el sector comercio será aquella con 11 y hasta 30 empleados, además de reportar ventas anuales que oscilen desde 4.01 hasta 100 millones de pesos.

En tanto que la pequeña, pero dentro de industria y el sector servicios, deberá ser una unidad que tenga desde 11 hasta 50 empleados, y registrar ventas de 4.01 hasta 100 millones de pesos anuales.

Para la clasificación de una mediana empresa, se ubican tres rubros: comercio, servicios e industria. En el primero caso, se establece que se tratará de un negocio con 31 y hasta 100 empleados; en el segundo caso, con 51 hasta 100 trabajadores y en el tercero, desde 51 hasta 250 empleados.

En los tres casos, deberán presentar ventas de 100 hasta 250 millones de pesos al año.

La dependencia publicó en el Diario Oficial de la Federación el acuerdo por el establece la estratificación de este sector productivo, en el cual se busca evitar la discriminación en contra de empresas intensivas en mano de obra y de empresas que tienen ventas significativamente altas. Dicho cambio será efectivo a partir del este martes.

Para el presidente de la Confederación Nacional de Cámaras Industriales (Concamin), Salomón Presburguer, dijo que se debe tener una clasificación

coherente, pues la anterior a la publicación en el Diario Oficial no estaba bien definida, con lo cual muchos apoyos no son bien distribuidos.

México. Antonio Hernández (<http://impreso.milenio.com/node/8600744#>)

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) constituyen la columna vertebral de la economía nacional por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, al año 2010 en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MIPYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. ([http://www.institutopyme.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=134&Itemid=177](http://www.institutopyme.org/index.php?option=com_content&view=article&id=134&Itemid=177))

Desde hace algunas décadas la micro, pequeña y mediana empresa ha venido tomando mayor importancia y se ha vuelto objeto de atención, sobre todo cuando las crisis de los últimos años, han provocado cambios en estas organizaciones, para lo cual en este caso, la idea de la SE es promover a México como destino de inversiones ofreciendo la experiencia y calidad de la mano de obra en el complejo productivo relacionado con la aviación comercial y privada, pero sobre todo al megacomplejo de la industria aeroespacial; enfatizando la inversión en los Estados de Baja California, Sonora, Chihuahua, Nuevo León, Jalisco, y Coahuila al igual que Querétaro y Yucatán.

En el Estado de Querétaro en el año de 2009, 250 de los 600 millones de pesos irían a un fondo para la Mipymes administrado por la iniciativa privada con la participación del gobierno como observador, lo que permitiría crecer en 2 o 3

puntos porcentuales adicionales (COPARMEX del Estado de Querétaro)  
[http://canalabierto.blogspot.com/2009/05/elecciones-queretaro-2009\\_27.html](http://canalabierto.blogspot.com/2009/05/elecciones-queretaro-2009_27.html)

En cuanto a la clasificación por tamaño, el Directorio Empresarial de Querétaro contiene registros de un 6.7% de empresas grandes, 15.0% de empresas medianas, 23.1% de empresas pequeñas y 55.2% de micro empresas que se clasifican conforme a los criterios de estratificación establecidos por la Secretaría de Economía (SE) del Gobierno Federal.

De acuerdo a datos publicados por el Gobierno de Querétaro donde manifiestan que México necesita transformar su sector productivo a bienes y servicios del más alto valor agregado, la industria aérea es considerada como productores de bienes de alta tecnología exportando uno de cada diez que se importan y contribuyendo junto con la industria farmacéutica, nutracéutica, equipo electrónico, biotecnología, software avanzado y materiales avanzados en un 7% del PIB manufacturero en México [WWW:queretaro/sedesu](http://www.queretaro/sedesu).

En base a las últimas estadísticas (2010:[www.queretaro/sedesu](http://www.queretaro/sedesu)) la composición de recursos asignados por sector (mdp) a la industria aeroespacial fue de 67.5 de un total de 693 mdp., que refleja el monto ejercido de proyectos apoyados en dicho año.

En los últimos años en el Estado de Querétaro ha sido notoria la inversión ejercida por empresas privadas apoyadas por el gobierno estatal hacia el sector aeroespacial, esto ha beneficiado al estado ya que se promueve la infraestructura,

la creación de nuevos empleos, y la inclusión de otras empresas que provean de bienes y servicios a esta industria, entre otros aspectos; además de contemplar los beneficios, económicos y sociales de este sector, resulta importante investigar si cumplen con los requisitos para ser Empresas Socialmente Responsables, dichos requisitos están contemplados en la delimitación de la temática del proyecto.

Es necesario analizar las inversiones llegadas a México sin olvidar las nuevas tendencias ambientales que han hecho que las empresas sean socialmente responsables. Tema que definirá el futuro de la sociedad y su entorno, entendiéndose por este último, calidad de vida y calidad ambiental, ya que en muchas ocasiones se fomenta la inversión extranjera, pero las empresas que llegan no procuran el cuidado del medio ambiente, explotando recursos no renovables, no hay transparencia en la información que proporcionan, implementan políticas de personal no respetando los derechos laborales y remuneraciones justas a sus empleados, y practican doble código de ética.

Por lo tanto, habría que investigar si existen coherencia entre los objetivos empresariales y la práctica de Empresa Socialmente Responsable.

En base a lo anterior, se puede decir, que las Mipymes para ser competitivas en el sector aeroespacial, deben establecer como parte de su gestión estrategias, encaminadas a la práctica de la responsabilidad social

Desde hace algunas décadas, la micro, pequeña y mediana empresa ha tenido una mayor importancia, siendo una alternativa para el crecimiento económico, por lo que resulta ser motivo de análisis debido al cambio estructural de la economía mexicana.

Hoy en día, en una época de grandes transformaciones caracterizadas por crisis globales y por vertiginosos cambios tecnológicos y sociales, las empresas pasan por una profunda transformación al intentar afrontar los retos que implica el operar dentro de un mercado global, siendo un punto clave dentro de esta globalización, las exportaciones, que repercuten a su vez en la situación económica, los costos de producción y de ventas, los altos estándares de calidad, la creciente tecnología y procesos productivos, y sin olvidar todos los aspectos de mercadotecnia implícitos en este campo, éstos aspectos a su vez son sólo algunos de los principales problemas a los que se enfrentan este tipo de empresas. De ahí la necesidad de hacer investigación de campo en este sector, como se plantea dentro de los objetivos a cumplir por el grupo de investigación.

En los últimos años, el tema de la responsabilidad social ha sido ampliamente discutido, no solamente en esferas académicas, sino también en distintos niveles de gobierno, organismos internacionales, empresas, organizaciones no gubernamentales, incluyendo la sociedad civil. También se han realizado una gran variedad de reuniones internacionales, estableciéndose a nivel mundial organizaciones privadas y diversas universidades han creado centros de

investigación, licenciaturas y posgrados, cambiando así la cultura de la sociedad en su conjunto.

Algunos aspectos a considerar en el mundo actual, que tienen un fuerte impacto en los aspectos culturales y por ende en la responsabilidad social son:

- La globalización de la economía, de los mercados y de la competencia.
- La rápida difusión de los conocimientos y de las tecnologías de información y de comunicación.
- Valores, aspiraciones y capacidades personales.
- Relación de la sociedad con el medio ambiente.
- Responsabilidad y solidaridad.
- Proyección a futuro de las organizaciones.

Un estudio del BID señala que: “Conviene tener en cuenta que la RSE es una temática que no nace desde la base empresarial propia latinoamericana, si no que se trata más bien de un tema importado por parte de las filiales de las grandes multinacionales extranjeras al que progresivamente, las empresas nacionales (especialmente las grandes) y los gobiernos nacionales están prestando una atención creciente... Desgraciadamente, el conocimiento existente sobre la temática de RSE desde la perspectiva pyme puede calificarse de escasa y muy parcial, donde la disponibilidad de informes comparativos entre países y basados en una metodología común es prácticamente inexistente”. (Vargas 2006:25)

Este estudio revela que las pymes desarrollan actividades de RSE con un carácter predominantemente reactivo y esporádico, sin estar incorporadas a su estrategia

empresarial, obedeciendo ese tipo de acciones a razones de índole ética o religiosa y a un deseo de mejorar las relaciones con la comunidad o autoridades públicas.

En relación a los ámbitos de protección al consumidor y las normas medioambientales, el estudio señala que las pymes son particularmente menos sensible (o menos “cumplidoras”), señalando en muchos casos que los bajos grados de cumplimiento de estas regulaciones se deben al desconocimiento de las normas. (Vargas 2006: 26)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México ha evolucionado e implementado en forma paulatinamente, apegándose a una tendencia mundial que ya tiene varios años.

Este proceso ha sido principalmente adoptado por las grandes empresas, con algunas excepciones de Mipymes que han avanzado en la temática.

Las grandes sumas de dinero y el esfuerzo, en términos de organización y tiempo de los integrantes de las empresas, harían presuponer que las acciones de RSE solo pueden ser afrontadas por las grandes organizaciones.,

Luego, entonces, ¿La RSE solo puede ser aplicada por grandes empresas?

Para responder a esta pregunta cabe explorar la situación de las Mipymes, ya que como se mencionó con anterioridad, generan casi el 72% del empleo del país, lo que las convierte en una gran fuente de generación de iniciativas y alberga una masa crítica de potenciales impulsores de RSE.

Otra ventaja fundamental que tienen las Mipymes con respecto a una gran empresa es que mucha de la gente que trabaja en ellas, lo que permite

personalizar el vínculo entre la organización y la sociedad. En consecuencia es natural que hasta los mismos dueños se encuentren comprometidos con la realización de acciones de RSE. En estos casos las acciones de RSE tienen que emanar de sus dueños. A diferencia de grandes donde dichas acciones vienen planteadas desde la casa matriz.

Por lo tanto, pese a no contar con los amplios recursos de una gran compañía, en las Mipymes es posible apalancar los esfuerzos de miles de personas comprometidas para realizar mejoras en su comunidad, convirtiéndolas en una fuerza vigorosa para lograr cambios significativos.

No hace mucho tiempo que el germen de la RSE está presente en las acciones de los empresarios de las Mipymes. Sin embargo en algunos casos, no hay plena conciencia de que algunas de las acciones que realizan constituye RSE. Pues anteriormente se le concebía a la RSE como filantropía,- aunque de hecho esta es solo parte de la RSE-. Muchos empresarios tienen arraigado este concepto. El paso que se debe concretar en la actualidad es convertir ese estado primigenio y parcial de la RSE en un concepto integrado a la estrategia.

Ligado a esto, se debe hacer énfasis y comprender que este paso brinda mayor competitividad a las empresas y en definitiva esto se traduce en rentabilidad. Naturalmente se dificulta para un “empresario Mipyme” que trabaja con bajos márgenes el dedicar recursos para la RSE. Sin embargo, cuando la fuerza de los hechos los convenza de que aplicando la RSE se beneficia también la empresa, de a poco se afianzará la tendencia de que no solo las grandes corporaciones apliquen la RSE, sino también las Mipymes.

La posibilidad de conectarse, que tienen las Mipymes a través de sus con todos los actores de la comunidad es potencialmente grande, ya que las mismas conocen los problemas locales y saben cómo solucionarlos.

### **Lo que se juegan las empresas que no trabajan bajo el marco de RSE**

El intercambio comercial y la competitividad, en el contexto de la globalización, presentan niveles de exigibilidad cada vez mayores, en la cual la imagen corporativa y la reputación que de ella se construye pasa a jugar un papel consustancial al éxito mismo de las empresas. La imagen corporativa es, ni más ni menos, el concepto negativo o positivo que tiene la gente respecto de una compañía. La buena imagen corporativa y una reputación positiva es una exigencia perentoria en estos tiempos, está relacionada estrechamente con la forma en cómo actúa, como dirige, en cómo comunica sus comportamientos y contribuciones al beneficio general y no sólo al interés particular de los resultados económicos para sus accionistas.(Vargas 2006:27)

El concepto de imagen corporativa se puede definir como el conjunto de significados que una persona asocia a una organización, es decir, las ideas utilizadas para describir o recordar dicha organización. Dowling (1994: 8) define la imagen corporativa como la impresión total (creencias y sentimientos) que una organización genera en la mente del público. En realidad no debería hablarse estrictamente de imagen corporativa, sino más bien de imágenes corporativas, ya que están conformadas por las percepciones, impresiones y experiencias de un conjunto muy variado de personas. No resulta difícil entender, por tanto, que el manejo y análisis de la imagen corporativa pueda convertirse en algo complicado,

pues además de estos componentes afectivos o emocionales tan intangibles, se debe de tener presente en muchas ocasiones una heterogeneidad constituida por elementos casi irreconciliables

Ello se ha venido internalizando progresivamente en grupos significativos de consumidores conscientes o “consumidores activistas” y otras organizaciones de ciudadanía, que se organizan territorialmente e intercambian información sistemáticamente a través de redes globales de organizaciones interesadas en la dimensión ética del mercado, que pueden hablar bien o mal de un organización, creando buena o mala imagen corporativa..

Estos grupos han avanzado en instancias de dialogo, reflexión y acciones concretas con empresas interesadas en la promoción del enfoque de RSE. No obstante, ampliar iniciativas de esta naturaleza se vuelve un imperativo ético. (Vargas 2006:27)

El enfoque de RSE, continúa Vargas (2006) debería comprenderse por tanto como una acción proactiva que se adelanta al cumplimiento de la legalidad, las normas y la institucionalidad, dado que exige una determinada conducta donde los dobles estándares quedan eliminados de los comportamientos empresariales, ya que el actual desafío para las empresas es demostrar en los hechos y con una práctica permanente que son capaces de reconquistar, mantener o forjar confianzas en el mercado donde sus productos y servicios serán adquiridos por consumidores conscientes e informados.

Se trata de “profundizar la confianza en el mercado”, es decir se debe propender a un comportamiento leal, honesto y transparente de las empresas, esta certeza se transmitirá al resto de la sociedad, generándose por tanto un “bien público” que garantice estabilidad y credibilidad en el mercado y sus instituciones. El resultado de ello se traducirá en mayores volúmenes de ventas, amplia competencia, tanto en el mercado nacional como internacional, lo que redundará en que los consumidores haciendo uso de su poder de compra, recompensen o castiguen a las empresas por medio de su elección. (Vargas 2006:27-28)

Sin confianza se dificulta la creación de mercados estables y negocios duraderos que informen de modo coherente y transparente el modo de gestión de una empresa, y todo ello con el fin de alcanzar el desarrollo tanto económico como humano. Asimismo, de la integridad de las empresas y de sus ejecutivos, cuando actúan en el mercado, depende la confianza que el cliente les tenga. Es tan poderosa esta razón que se transforma en una de las claves fundamentales de la existencia y de la imagen de toda empresa (Carrau Gallinal: 2010)

Por ello, el enfoque de RSE debe ser concebido como un acto “social” consensuado, aceptado comúnmente, que no debería aplicarse por propia decisión gerencial, sino que debiera ser reconocida por el conjunto de los stakeholders, las autoridades y la ciudadanía. Así concebido la RSE produciría el efecto no sólo de aumentar el prestigio, la imagen y la reputación de la empresa frente a la sociedad sino que generaría mayor credibilidad y por consiguiente, gobernabilidad y convivencia social. (Vargas 2006:28)

Las prácticas de RSE podrían contribuir a construir una 'imagen' y 'reputación' en la que la sociedad reconozca la búsqueda de la armonía del crecimiento y el desarrollo, donde las relaciones entre la responsabilidad ambiental, los asuntos sociales y económicos de la gestión empresarial, provocan un equilibrio mayor en las políticas de equidad y la distribución de los frutos del crecimiento y el desarrollo. En este sentido, la apropiación y captura del enfoque de RSE se puede transformar en un factor de desarrollo reconocido socialmente. Las mayores exigencias que piden los consumidores a las empresas no son fruto de una postura de confrontación, sino que surgen de la comprensión de los ciudadanos sobre el creciente poder económico de las empresas, lo que las obliga a establecer relaciones de simetría, asumiendo que el bienestar general y que la implementación de las políticas sociales ya no es responsabilidad exclusiva del Estado, sino también de las empresas y de los consumidores. (Vargas 2006)

Un aspecto fundamental, a decir de Vargas (2006), que deben tomar en cuenta los empresarios respecto a los consumidores es que éstos tienen el derecho a disponer de información confiable acerca de la calidad y seguridad de los bienes y servicios, situación que se concatena con el uso por parte de las empresas de una publicidad que en algunos casos es abusiva, fraudulenta o engañosa. Al realizar una compra o una adquisición, los consumidores tienen el derecho a conocer lo mínimo necesario para elegir o seleccionar con precisión y con pocas posibilidades de equivocación.

## **Conclusiones**

Como se ha señalado a lo largo del desarrollo de este trabajo, la responsabilidad social corporativa ha empezado a ocupar un importante espacio en las relaciones entre los distintos agentes económicos. En este sentido, la transparencia en la actuación de las empresas y en la información clara, veraz y oportuna sobre la misma se ha convertido en un factor relevante, por otro lado, el comportamiento moral en la empresa suele utilizarse como estrategia y estar acompañado de una mejora en los resultados, por ello la insistencia de organismos reguladores, en la elaboración y presentación de esta información. (Méndez 2005:149)

La responsabilidad social, entonces podría significar una oportunidad de generar un entorno propicio para el crecimiento de la sociedad en su conjunto, y las Mipymes no están exentas de esta oportunidad, existen muchos proyectos de desarrollo social que se adaptan a las posibilidades de la mipyme, garantizando el profesionalismo y la transparencia que el entorno actual exige, y que generan programas dirigidos a resolver las problemáticas que el país enfrenta, de manera integral e incluyente.

Sin embargo, existen importantes esfuerzos en este sentido, especialmente en cuanto a la valoración de intangibles y a los efectos medioambientales. Pero si realmente se pretende que la información sobre actuaciones morales en las empresas sea de utilidad para los usuarios, debe valorarse e integrarse en el sistema contable, de forma que las cuentas anuales sirvan no sólo para reflejar la imagen fiel de su patrimonio, su situación financiera y sus resultados, sino también sus actuaciones en materia medioambiental y social.

Se proponen nuevas acciones que son posibles de realizar por parte del Estado y los actores involucrados en el desarrollo económico y social, entre ellas se pueden destacar:

- a) El Estado debe perseverar en la promoción y mantenimiento de un clima adecuado para los negocios, distribuyendo adecuadamente las cargas y beneficios entre los actores del mercado.
- b) Debe perfeccionar los instrumentos institucionales para enfrentar la corrupción y adecuar la institucionalidad, con el objeto de que las regulaciones básicas del mercado efectivamente se cumplan.
- c) Se vuelve indispensable que el Estado promueva prácticas de transparencia y rendición de cuentas de las empresas públicas, para generar efectos de demostración en el ejercicio de la RSE.
- d) Se deben establecer lineamientos generales sobre RSE como diseño básico para la difusión a los ciudadanos y generar incentivos para el desarrollo de las actividades socialmente responsables: Generar Políticas de fomento productivo que incorporen explícitamente las prácticas de RSE como factor distintivo a la hora de facilitar créditos o subsidios.
- e) Promover e incentivar la transferencia de conocimientos y buenas prácticas de RSE de las grandes empresas y empresas transnacionales a objeto de adecuarlas a empresas de menor tamaño.
- f) Incentivar la asociación de pymes para el desarrollo de prácticas de RSE.
- g) Desarrollar compromisos con asociaciones empresariales y organizaciones de la sociedad civil para implementar programas explícitos, estructurados y participativos de RSE.

- h) Convocar al sector empresarial comprometido con el enfoque de RSE a incorporarse en el diseño de estrategias.
- i) Promover la capacitación y el acceso a información especializada por parte de las organizaciones de la sociedad civil sobre RSE, prácticas éticas y estándares de medición.
- j) Adicionalmente se debería promover la investigación especializada en materias vinculadas al enfoque RSE, dado que aún resulta incipiente el esfuerzo investigativo en esta área.
- k) Los programas educativos (especialmente los de educación superior) deberían incorporar crecientemente la dimensión ética de los negocios, de forma tal que vayan generando una trayectoria de validación institucional de los enfoques de RSE.

Para que la RSE se valide socialmente, no se puede actuar sobre una sola variable del mercado como la oferta, se hace necesario desarrollar a nivel social una cultura de la RSE. Para ello el estado conjuntamente con el sector privado y la sociedad civil pueden promocionar iniciativas de formación y difusión de los aspectos centrales de la RSE en las diversas agrupaciones de stakeholders existentes en la sociedad. (Vargas 2006:30-31)

Por otro lado, la dimensión ética debe ser parte de las organizaciones ciudadanas, en particular los movimientos de consumidores, lo que implica nuevos desafíos para el propio Estado.

Frente a la inminente demanda de comportamiento responsable por parte de los stakeholders se constata que las grandes empresas transnacionales han vuelto sobre las dimensiones éticas y sociales porque impactan en sus negocios de largo plazo. Por tanto el enfoque de RSE puede ser una gran oportunidad para que a partir de intereses aparentemente contrapuestos converjan nuevas formas de ordenar la convivencia entre Estado, empresas y stakeholders.

Si lo anterior es un aspecto significativo de la nueva forma de convivencia social, el enfoque de RSE podría convertirse en un pilar que permita afianzar las bases de ésta, y establecer un nivel de gobernabilidad más estable y una sustentabilidad de largo plazo. Aún cuando nadie duda de la potencia del enfoque de RSE es difícil que sea absorbido por entidades empresariales de menor tamaño, por lo que el Estado debe emplear sus esfuerzos para desarrollar instrumentos de promoción del Enfoque en pymes y, por supuesto, en las organizaciones ciudadanas. (Vargas 2006:)

La RSE no debe verse como un nuevo paradigma de las ciencias administrativas, sino como una forma particular de replantear los roles de los distintos actores de la sociedad, de forma tal que la convivencia entre las personas que la conforman sea más justa y, consiguientemente, más armoniosa.

Si bien se hace hincapié en el papel del empresario en el progreso de la sociedad, que esto suceda requiere de la participación de todos los miembros de la misma, conscientes de que sus acciones u omisiones, en mayor o menor medida, repercuten en los otros. (redunirse.org: 2006)

## **Bibliografía**

### **Fuentes Bibliográficas**

Astier, M. y Galvan, M., (2008), Evaluación de sustentabilidad. Un enfoque dinámico y multidimensional

Conesa Fernández, Vicente (1997) Instrumentos de la gestión ambiental en la empresa, Madrid, ediciones mundi-prensa.

Dowling, G. (1986). Managing your corporate image. *Industrial Marketing Management*.

Fernández Horacio (2010) Ponencia presentada en la Cátedra Abierta de Responsabilidad Social y Ciudadana, que organizó el Foro Ecuménico Social Buenos Aires, Argentina..

Guidi Marta (2006) Estado, Empresas, Sociedad Civil. Reflexiones a partir de una experiencia. Ibero Forum Otoño núm II, año I,

Gutiérrez, E y González E. (2010), De las Teorías del Desarrollo al Desarrollo Sustentable, México Universidad Autónoma de Nuevo León y siglo XXI Editores,

Kliksberg Bernardo (2006) Ética Empresarial: ¿Moda O Demanda Imparable? Fundación Carolina Washington DC, Junio

Kliskberg, B. (2011). V Programa Iberoamericano de Formación de Formadores en RSE, PNUD Aula Virtual de la Red Iberoamericana de Universidades por la RSE (REDUNIRSE), Buenos Aires Argentina

Méndez Picazo M. Teresa (2005) Ética Y Responsabilidad Social Corporativa, Ética Y Economía Junio No.823 Ice

Naredo, José Manuel (2006), Raíces económicas del deterioro ecológico y social. Más allá de los dogmas, Siglo XXI Editores, España.

Ortega, R. y Rodríguez, I.: Manual de gestión del medio ambiente. Madrid 1994

Porter Michael y Mark R. Kramer (2006) Estrategia y sociedad Harvard Business Review, América Latina Diciembre, Reimpresión r0612d-e

Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial. (2006), Responsabilidad Social Empresarial desde la perspectiva de los consumidores, Documento elaborado para el libro del Congreso Internacional “Responsabilidad Social Empresarial, Universidad y Desarrollo”, Buenos Aires, Argentina.

Vargas Niello José (2006) Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) Diciembre Nueva York, Estados Unidos.

### **Páginas electrónicas**

([http://www.institutopyme.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=134&Itemid=177](http://www.institutopyme.org/index.php?option=com_content&view=article&id=134&Itemid=177))

[http://canalabierto.blogspot.com/2009/05/elecciones-queretaro-2009\\_27.html](http://canalabierto.blogspot.com/2009/05/elecciones-queretaro-2009_27.html)

(<http://impreso.milenio.com/node/8600744#>)

<http://www.queretaro/sedesu>