

La Microempresa y su responsabilidad social: caso ISA en Morelia, México

The Small business and its social responsibility: ISA case in Morelia, Mexico

^a.Glafira Vázquez-Olarra, ^b.Ignacio Arroyo-Arroyo, ^c.Ameyalli Mitzi Gonzáles-Vázquez, ^d.Eva Angelina Hernández-Oceguera.

^a a. Doctora en Negocios Internacionales, gvazquez@uppenjamo.edu.mx, Universidad Politécnica de Pénjamo, Guanajuato, México.

^b b. Doctor en Administración, iarroyo@uppenjamo.edu.mx, Universidad Politécnica de Pénjamo, Guanajuato, México.

^c c. Estudiante de la licenciatura en Relaciones Industriales, am.gonzalezvazquez@ugto.mx, Universidad de Guanajuato, Guanajuato, México.

^d d. Maestra en Administración, eahernandez@uppenjamo.edu.mx, Universidad Politécnica de Pénjamo, Guanajuato, México.

Recibido: Marzo 15 de 2022 Aceptado: Agosto 25 de 2022

Forma de citar: G.Vázquez-Olarra, I.Arroyo-Arroyo, A.M Gonzáles-Vázquez, E.A Hernández-Oceguera “La Microempresa y su responsabilidad social: caso ISA en Morelia México”, *Mundo Fesc*, vol. 12, no. S2, pp. 38-50,

Resumen

La responsabilidad social empresarial es aplicable a todo tamaño de empresas; con la finalidad de aplicar un modelo para la gestión de la responsabilidad social corporativa que sea la base de acciones sostenibles que beneficien a la comunidad, se realizó un estudio con enfoque cualitativo que, mediante el diseño de investigación-acción, se intervino en una micro empresa para implementar estrategias de responsabilidad social empresarial como parte de su gestión, mismas que se lograron con el asesoramiento al empresario y a los grupos de interés; se realizaron entrevistas individuales y en grupos focales, aplicando un modelo de gestión de la responsabilidad social corporativa (RSC). La limitación del estudio radica en que, los resultados, pueden ser replicables en una organización con características similares, estilo de liderazgo y compromiso del dirigente; no obstante, es una muestra de que una microempresa puede participar en acciones de RSE, contrario a la idea que se ha asumido acerca que la RSE solo puede ser desarrolladas por grandes organizaciones. La empresa en cuestión implementó el sistema de gestión de RSC, incluyendo a los grupos de interés y participando activamente en el desarrollo de la comunidad con sus trabajadores, estudiantes, competidores y clientes, siendo corresponsables del cuidado de la sociedad.

Palabras clave: Grupos de interés, Microempresa, Responsabilidad social empresarial.

Autor para correspondencia:

*Correo electrónico: gvazquez@uppenjamo.edu.mx



Abstract

Corporate social responsibility is applicable to all sizes of companies; in order to apply a model for the management of corporate social responsibility that is the basis of sustainable actions that benefit the community, a study was carried out with a qualitative approach that, through the research-action design, a micro company was intervened to implement corporate social responsibility strategies as part of its management, which were achieved with advice to the entrepreneur and interest groups; Individual and focus group interviews were conducted, applying a corporate social responsibility (CSR) management model. The limitation of the study is that the results can be replicated in a company with similar characteristics, leadership style and entrepreneur commitment; however, it is a sign that a micro-enterprise can participate in CSR actions, contrary to the idea that has been assumed that CSR can only be developed by large companies. The company in question implemented the CSR management system, including interest groups and actively participating in the development of the community with its workers, students, competitors and customers, being co-responsible for caring for society.

Keywords: Corporate social responsibility, Microcompany, Stakeholders.

Introduction

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha dejado de ser una moda y se ha convertido en una variable fundamental en las compañías, independientemente al tamaño, actividad económica, antigüedad o características de la organización. Se sabe que, al crear una firma, se tienen objetivos financieros, laborales, materiales y sociales, no solamente la generación de utilidades como se pensó durante décadas. Las entidades saben que su compromiso con el entorno implica apoyar con acciones sociales, ambientales, el diálogo y la interacción con los grupos de interés de la empresa. Las microempresas constituyen un grupo importante en México, representan el 94% de las entidades económicas en el país y el 4.5% en el estado Michoacán respecto al total del país; algunas de ellas, han incorporado las tendencias de la RSE en su visión, objetivos, ética empresarial, entre otros [1].

Por otra parte, la definición de RSE está envuelta en una serie de acciones que llevan a cabo las empresas y que por lo general son económicas, sociales y medioambientales, que tienen como fin último el beneficio social de su comunidad [2] [3]. Tomando en cuenta lo anterior se puede afirmar que la RSE es una filosofía organizacional donde se hace énfasis en la necesidad de ejecutar inéditas formas de orientar a las empresas, por medio

de una gestión responsable con los grupos de interés. En este sentido, la responsabilidad social analizada desde el punto de vista de varios autores tiene que ser vista como un fenómeno de gestión empresarial con el que se oriente su rentabilidad y la satisfacción de los grupos de interés tanto internos como externos, pero construida desde una perspectiva de voluntariado, es decir que no debe ser vista como una obligación legal y normativa [3].

La RSE no solo tiene que responder ante el cumplimiento de las obligaciones legales, de contribución con el gobierno, la gestión, las estrategias, sus políticas y procedimientos que buscan mejorar la preocupación social, laboral, medioambiental y de respecto a los derechos humanos que tiene su origen en la relación basada en un diálogo transparente con los stakeholders asumiendo sus las consecuencias e impactos que se generen de sus actividades [4]. Para que las empresas se conduzcan con Responsabilidad Social, desde una perspectiva amplia y sistémica, se requiere que el término forme parte de su proceso de gestión, en otras palabras se convierta en parte integral de las estrategias que se planifiquen en el negocio, en la actualidad las estrategias basadas en la RSE son una nueva y original manera de hacer negocios, donde las empresas se esfuerzan para que sus actividades operativas se han sustentables no solo en lo medio ambiental

sino también en lo económico y social, pudiéndose distinguir los intereses de los diferentes grupos con los que tienen alguna relación [5].

Uno de los documentos que pueden utilizar las empresas como una Guía para gestionar la Responsabilidad social es la Norma internacional ISO 26000, donde se busca armonizar las normas que le ayudarán con su intento por gestionar y operar de la forma más socialmente responsable posible que la sociedad está exigiendo. Esta Guía puede aplicarse a cualquier tipo de empresas y casi en cualquier tipo de condiciones, ya que está basada en un consenso internacional de expertos de todo el mundo y la información no sólo proviene de las empresas sino también de clientes, proveedores, gobiernos, asociaciones y del público. Sin embargo, estas acciones deben estar basadas en prácticas creíbles, donde actividades como la explotación laboral, contabilidad fraudulentas, entre otras se han cosa del pasado [6].

En una investigación llevada a cabo por Ríos et al., [7], en Celaya, Guanajuato, México, se demostró que la RSE en las microempresas familiares no son capaces de reconocer y aplicar la responsabilidad social empresarial como estrategias empresariales, debido a que sienten que sus acciones tienen que estar ligadas al aspecto económico porque es el que les impulsa a sobrevivir, por lo tanto, no sienten que deban realizar actividades en beneficio de sus grupos de interés. Se puede afirmar que las microempresas suelen tener un impacto en la economía local y que estas empresas familiares ponen el énfasis en lograr una reputación que perdure en el tiempo y la calidad de su producto/servicio [8]. Sin embargo, también se demostró que este tipo de empresa siente preocupación por los problemas de su localidad y suele prestarse para resolverlos, lo que permite entender que si bien no reconocen la RSE como políticas internas de la organización si aplican la RSE como una manera de ayudar a la comunidad donde hace vida de forma totalmente voluntaria.

Desde el punto de vista de esta investigación

la RSE en poblaciones pequeñas suelen tener un mayor impacto positivo que en la ciudad, ya que las personas ignoran las actividades de las organizaciones realizan sobre RSE, provocando que las empresas se involucren cada vez menos en este tipo de acciones responsables, dejando de lado temas como el cambio climático, la desigualdad y la pobreza que son realidades del contexto socio-económico mundial que las empresas deben ayudar a mejorar si quieren garantizar su sostenibilidad en el tiempo. [9]. De acuerdo con lo que se observa en el párrafo anterior, la RSE no es adoptada por pequeñas organizaciones porque su enfoque se centra en la generación de empleos y utilidades.

La presente investigación se realizó a petición del empresario quien requería implementar acciones que evidencian la responsabilidad social que la organización ha tenido con el entorno. Se sabe que estas acciones han impactado a diversas familias, trabajadores, estudiantes, clientes y proveedores, en términos económicos, de voluntariado, fabricación de muebles ecofriendly, además, la empresa ha recibido un premio a la Sustentabilidad otorgado por uno de sus clientes principales, una entidad multinacional de quien se omitirá el nombre, misma que ha acordado seguir contratando los servicios de ISA por cumplir con los lineamientos de la RSE. Con ello se observa que la estrategia basada en la RSE impacta en el reconocimiento social, de los clientes y proveedores, ya que se proyecta compromiso y responsabilidad de sus integrantes con el entorno.

A través del diseño investigación-acción, en el que se emplearon entrevistas y grupos focales, se realizaron una serie de acciones para implementar las estrategias de RSE en la microempresa, quien ofrece servicios industriales, cuya intención es adoptar a la RSE como parte de su gestión, involucrando a diferentes grupos de interés. El propósito del estudio es aplicar un Modelo para la Gestión de la Responsabilidad Social acorde con las características de la microempresa, que sea la base de acciones sostenibles que beneficien a la sociedad. Su limitante radica en que, los resultados, podrían ser replicables únicamente

en organizaciones con características similares, el estilo de liderazgo y compromiso similar al que presenta el dueño de ésta; no obstante, es una muestra de que una micro entidad puede participar en acciones de RSE, contrario a la idea que se ha asumido acerca que la RSE sólo puede ser aplicada por grandes firmas.

El presente estudio se contextualiza en una empresa de la ciudad de Morelia, Michoacán, México, sitio en el que existen 42,207 microempresas, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), estas representan el 18.2% de las compañías de Michoacán. [1]. Según datos del Censo Económico 2019, las principales problemáticas que enfrentan las unidades económicas con hasta 10 trabajadores, en Michoacán, México, son: Otros problemas (27.3%), inseguridad pública (15.1%), baja demanda de bienes o servicios (12.2%) y altos costos de materias primas (10.8%). [10]. Desde algunas décadas atrás, el estado de Michoacán ha reflejado bajos niveles en educación, empleo e ingresos aunado a los altos índices de inseguridad, [10] es considerado uno de los estados con mayor rezago social en México.

Las ocupaciones con más trabajadores durante el tercer trimestre de 2022 fueron: Trabajadores de Apoyo en Actividades Agrícolas (218k), Empleados de Ventas, Despachadores y Dependientes en Comercios (148k) y Comerciantes en Establecimientos (129k) [11]; este tipo de empleos obtienen una remuneración baja, lo cual sigue reflejando el rezago del estado. Evidentemente, las microempresas presentan diferentes problemáticas urgentes de resolver y, son una prioridad, sin embargo, la RSE también es un elemento importante de considerar en la planeación, operaciones y control de las microempresas.

La entidad en estudio denominada ISA, ofrece servicios de mantenimiento a industrias y empresas; está comprometida con el desarrollo sostenible y el cuidado del ambiente. Su política ambiental define el compromiso de realización de su actividad dentro de los parámetros ambientales que cada cliente disponga. Su servicio incluye el

cumplimiento de los requisitos de los clientes, en materia ambiental.

Para cumplir estos compromisos, ISA se rige en los siguientes principios:

- Acatar la normatividad, en materia ambiental, de cada empresa e industria a quienes prestamos servicio.
- Contribuir a que nuestros clientes minimicen su impacto ambiental.
- Siempre que sea posible, reutilizar y reciclar materiales.
- Participar con grupos sociales que trabajen con objetivos de mejora ambiental [12].

La Responsabilidad Social Corporativa debe comprenderse como todas esas acciones y políticas que forman parte de las operaciones normales de una corporación e incluye una dimensión interna, enfocada hacia las relaciones con los empleados y las prácticas gerenciales; y una dimensión externa, dirigida al medio ambiente y al compromiso de contribuir con el desarrollo económico y social de la comunidad. [13] , [14]. “Supone que las empresas incorporan voluntariamente criterios sociales y medioambientales en las actividades económicas y en las relaciones con los grupos de interés” [15] , [14]. La mayor implicación de la empresa en los retos y problemas económicos tanto sociales como medioambientales de la sociedad actual, es que la sociedad es más exigente y demanda a la empresa una responsabilidad con todos los grupos de interés con los que se relaciona con el fin de contribuir al objetivo común de un desarrollo más sostenible del planeta. [16] [14]. Se trata de la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones.

La gestión de la RSC se sustenta principalmente en políticas, estrategias, actuaciones o procedimientos, así como las relaciones con grupos de interés. En este sentido [17] en su Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa define la gestión de RSC como aquella cuya finalidad es satisfacer las necesidades y expectativas

manifestadas por los grupos de interés a través de la implantación de las estrategias económicas, sociales, medioambientales y sistemas de gestión específicos. [14].

Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Barrio [14] propone un Modelo Dinámico de Gestión de la RSC:

Fase 1. Evaluación del entorno

- Paso uno. Identificación de los stakeholders: beneficiarios y partners (compañero, socio).
- Paso dos. Identificación de las expectativas y necesidades e intereses.
- Paso tres. Priorización de intereses.

Fase 2. Planificación

Etapa uno. Fijación de objetivos a partir de:

- Intereses de los stakeholders.
- Visión, misión y valores de la organización.

Etapa dos. Planteamiento de las estrategias.

Etapa tres. Determinación del plan de acción. (Diseño de los programas y acciones).

Fase 3. Implementación

Etapa única. Establecer en cada programa:

- Responsable.
- Departamentos implicados.
- Partners que colaboran.

Fase 4. Seguimiento y control

- Paso uno: Establecimiento de indicadores de medición.
- Paso dos: Integración de la evolución en un cuadro de mando de la RSC.
- Paso tres: Sometimiento a verificación externa.

Fase 5. Comunicación

- Divulgación de las políticas y acciones de RSC y de su grado de cumplimiento a los stakeholders.
- Públicos internos: Reuniones periódicas,

intranet, periódicos, monitores TV.

- Públicos externos: Memoria RSC, Web corporativa, redes sociales, publicación en medios en forma de noticia.

Fase 6. Feedback

Etapa única. Seguimiento de las reacciones de los stakeholders (beneficiarios y partners) ante las acciones de RSC [18].

Se observa que el modelo de gestión de la RSC consta de pocas fases que pueden ser aplicadas y desarrolladas por la empresa en estudio cuyos apartados se muestran en el apartado correspondiente.

Materiales y métodos

La investigación se desarrolló desde el enfoque cualitativo, aplicando el diseño de investigación-acción para cambiar algunas actividades de la empresa en relación con la RSC; como afirma [19], este diseño pretende propiciar el cambio social, transformar la realidad (social, educativa, económica, administrativa, etc.) y que las personas tomen conciencia de su papel en esa transformación. Las tres fases esenciales de los diseños de investigación-acción son: observar (construir un bosquejo del problema y recolectar datos), pensar (analizar e interpretar) y actuar (resolver problemáticas e implementar mejoras). Para plantear el problema es necesario conocer a fondo su naturaleza mediante una inmersión en el contexto o ambiente, cuyo propósito es entender qué eventos ocurren y cómo suceden, lograr claridad sobre la problemática específica y las personas que se vinculan a ésta. [20], [21].

Se empleó el modelo Dinámico de Gestión de la RSC propuesto por [14] para diagnosticar, analizar y evaluar las condiciones que presentaba la empresa en relación con la Responsabilidad Social Corporativa. Se eligió este modelo por su bajo nivel de complejidad y porque su implementación puede ser amigable en los trabajadores. La unidad de análisis se integró por el empresario y tres colaboradores quienes forman parte de la

compañía. Para obtener información, se utilizaron entrevistas y cuestionarios para empleados y grupos de interés, así como grupos de enfoque. Por su parte, la compañía concluyó este modelo con una evaluación externa realizada por una entidad de auditoría en responsabilidad social.

Resultados y discusión

Con base en los elementos que integran el Modelo Dinámico de Gestión de la RSC, a continuación, se describirán las acciones que se realizaron en la empresa para documentar y desarrollar el enfoque socialmente responsable.

La primera fase del Modelo Dinámico de Gestión de la RSC es la evaluación del entorno que rodea la empresa o institución, es decir, comprende todas aquellas actividades encaminadas a explorar el contexto en el que se ubica la organización, para ello, se divide en tres pasos: (1) La identificación de los stakeholders; (2) la identificación de sus necesidades

y (3) la priorización de intereses. En el primer paso, la compañía no solo debe identificar a los stakeholders, sino que, es necesario que los clasifique entre aquellos a los que irán dirigidas sus acciones de RSC, principales beneficiarios y aquellos que pueden ayudar a la organización en el proceso de gestión de la RSC, denominados partners.

Mediante el diálogo empresarial realizado en reuniones y conversaciones, se identificaron los diferentes grupos de interés, mismos que se muestran en el mapa de stakeholders (figura 1); cada uno expuso sus intereses particulares que fueron solicitados a través del diálogo personal. La empresa evaluó que algunos intereses pueden ser cumplidos y otros, definitivamente, se consideraron inalcanzables. Se determinaron los intereses prioritarios y comunes entre todos los stakeholders con el propósito de establecer cuáles eran las prioridades y aquellos en los que ISA podría incursionar.

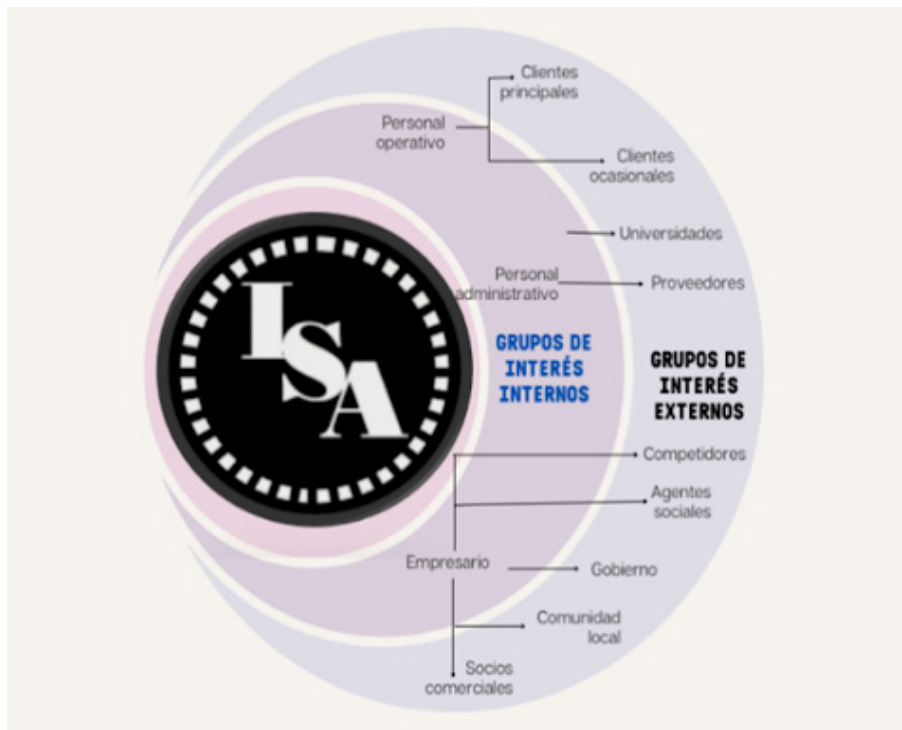


Figura 1. Mapas de grupos de interés

Una vez determinados y clasificados los stakeholders, el segundo paso es identificar sus expectativas, necesidades e intereses. Los puntos coincidentes en este aspecto fueron:

- Apoyo económico a grupos vulnerables de la comunidad. (Personas en situación de calle, orfanatorios)
- Ayuda en alimentos a familias de escasos recursos.
- Atención a necesidades específicas o temporales de estos grupos.
- Cuidado ambiental en el entorno. (Limpieza de ríos; pintar bardas, banquetas y postes).
- Asesoría a estudiantes universitarios en reuso de materiales.
- Becas para los hijos de familias de escasos recursos.
- Compra de material de salud, medicamentos, silla de ruedas, muletas y prótesis para enfermos.
- Reparación y mantenimiento de hogares de personas de la tercera edad.
- Campañas para evitar o disminuir el consumo de alcohol y drogas.

En la segunda fase, Planificación, se establecen los objetivos del plan de RSC, partiendo de los intereses de los stakeholders de la visión, misión y valores. Posteriormente, se plantea la estrategia y se determina el propio plan de acción diseñando los diferentes programas y acciones que lo componen. Uno de los intereses comunes de los stakeholders fue la necesidad de ofrecer apoyo a la comunidad y su contribución en el cuidado ambiental; su ayuda a las personas de escasos recursos de manera periódica, dado que otras organizaciones (familia, instituciones religiosas, deportivas o culturales) han dejado de hacerse cargo. Considerando que ninguna de ellas tiene la capacidad de resolver todos los problemas sociales porque tiene limitación de recursos, se seleccionaron las acciones relacionadas con el ámbito de la empresa. En la priorización de intereses, se evaluó la capacidad intelectual, económica, temporal y espacial de la empresa y sus integrantes; en consecuencia, se seleccionaron los intereses mayoritarios para los diferentes stakeholders, atendándose los siguientes:

Apoyo económico a grupos vulnerables de la comunidad. (Personas en situación de calle, orfanatorios)

Ayuda en alimentos a familias de escasos recursos. Atención a necesidades específicas o temporales de estos grupos.

Cuidado ambiental en el entorno. (Limpieza de ríos; pintar bardas, banquetas y postes).

Asesoría a estudiantes universitarios en reuso de materiales.

El objetivo del plan de RSC es: Brindar apoyo a la comunidad en aspectos sociales y ambientales. Se reformuló la Visión, Misión y Valores de la organización, se definieron las estrategias y el plan de acción para cumplir con las expectativas e intereses los stakeholders, quedando como se muestra en la tabla I:

Tabla 1. Plan de acción

Visión
Seremos reconocidos por la calidad en el servicio, la atención y disponibilidad para atender los requerimientos de los clientes y de la comunidad.
Misión
Somos una empresa comprometida con el servicio de calidad al cliente, satisfaciendo sus necesidades y de la comunidad; trabajando acorde a nuestros valores y cuidado del personal.
Valores
Compromiso. Cumplir los acuerdos con responsabilidad, precisión y responsabilidad.
Calidad. Ofrecer resultados que superen las expectativas de cliente y de la comunidad.
Servicio. Brindar asistencia en el momento solicitado con cortesía, calidez y entusiasmo.
Puntualidad. Iniciar y concluir nuestro servicio con cuidado, prontitud y cumplimiento.
Honradez. Ser íntegros en nuestras acciones y decisiones, siempre favoreciendo los intereses de nuestros clientes y la comunidad.
Política de RSE
ISA integra de forma voluntaria acciones de Responsabilidad Social Empresarial, comprometiéndose con el cuidado ambiental y de la comunidad a través de nuestros servicios y acciones que favorezcan a nuestros grupos de interés.

Fuente: elaboración propia con base en [12].

Planteamiento de estrategias.

Con base en las prioridades se establecieron las estrategias, los programas y el plan de acción para atender las necesidades de los grupos de interés (Tabla II).

Tabla II. Estrategias de Responsabilidad Social Corporativa

Estrategia	Programa	Plan de acción
Atención a las necesidades de la comunidad.	1. Brazos unidos por la comunidad	a) Entrega de recursos a comedores infantiles
		b) Recoleccion y donación de ropa, clazado y juguetes a familias de escasos recursos
		c) Apoyo económico y en especie en posadas navideñas
		d) Limpieza de ríos
		e) Cmabio de lámparas y pinturas de postes de luz en la colonia
Atender situaciones emergentes de un sector de la sociedad.	2. DON-A-MOR	f) Entregas despensas a familias de colonias marginadas
		g) Asesoría a empresas e instituciones educativas en la fabricación de muebles eco-friendly
		h) Mantenimiento y reparación de accesorios en una casa de adultos mayores
		i) Pintar las banquetas y postes de luz de las calles aledañas a la empresa
		j) Comprar útiles para hijos de familias de escasos recursos

Fuente: elaboración propia(2022) con base en [12].

En la fase número tres, Implementación, se ejecutan los diferentes programas y acciones de RSC que conforman el plan de acción.

El gerente de ISA fue el responsable de ejecutar cada acción establecida. Los trabajadores, algunos clientes y proveedores, así como estudiantes de la Universidad de Guanajuato, se involucraron en los diferentes programas (Tabla III).

Tabla III. Áreas de trabajo en la Responsabilidad Social Corporativa

Stakeholders	Áreas de participación
Cientes	<ul style="list-style-type: none"> Se especifican los niveles de calidad y servicio. Se vigila el cumplimiento de las normas de seguridad y salud. Se cuida el respeto a la privacidad y uso de datos personales. Se mantienen relaciones comerciales duraderas a través de la honestidad, atención y solución de quejas.
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> No existe ningún tipo de discriminación, se evita a través de prácticas responsables de contratación y el Código de Ética, Igualdad y Responsabilidad Social. Conciliación de la vida laboral y familiar. Se brinda seguridad y salud laboral. Capacitación permanente. Salarios justos y acordes al puesto. Permanencia en el puesto. Fomento al voluntariado.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdo para la selección transparente de materiales y equipos. Condiciones comerciales basadas en el beneficio común. Se eligen proveedores de forma transparente. Las condiciones de precios y pagos se mantienen dentro de expectativas equitativas.
Competidores y universidades	<ul style="list-style-type: none"> Se crearon alianzas para buscar sinergias y colaborar mediante el intercambio del personal y servicios mancomunados.
Comunidad local	<ul style="list-style-type: none"> Cuidado de ríos e imagen de la localidad. Colaboración con proyectos comunitarios. Integración de la empresa en el entorno a través de las donaciones, apoyos económicos y creación de eco-muebles.

Fuente: elaboración propia(2022) con base en [12].

Las imágenes 1, 2 y 3 muestran las evidencias de la implementación de las acciones de RSC, teniendo como resultado la gestión adecuada de la responsabilidad social, misma que fue auditada por una empresa certificadora externa.



**POLÍTICA
AMBIENTAL**

ELABORA	AUTORIZA	FECHA DE ACTUALIZACIÓN
MARCO A GONZÁLEZ VÁSQUEZ	MARCO A GONZÁLEZ VÁSQUEZ	20-03-22

Imagen no. 1



**CÓDIGO DE ÉTICA,
IGUALDAD DE GÉNERO
Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL**

ELABORA	AUTORIZA	FECHA DE ACTUALIZACIÓN
MARCO A GONZÁLEZ VÁSQUEZ	MARCO A GONZÁLEZ VÁSQUEZ	24-03-22

Imagen no. 2



Imagen no. 3

Fuente: elaboración propia(2022) con base en [12].

En la fase número cuatro, referente al Seguimiento y Control, se evalúa si los objetivos se han alcanzado o no; mediante el establecimiento de indicadores de medición que permitan determinar el nivel de cumplimiento y desviaciones de los objetivos de RSC establecidos. Para la empresa ISA, se generaron los siguientes indicadores (Tabla IV).

Tabla IV. Indicadores de cumplimiento de la responsabilidad social

Stakeholders	Áreas de participación
Cientes	<ul style="list-style-type: none"> • Antigüedad de la relación comercial con cada cliente. • Número de reclamaciones. • Número de reclamaciones solucionadas.
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Número de quejas por discriminación. • Número de permisos solicitados para atender eventos familiares. • Número de accidentes laborales. • Número de horas de capacitación. • Antigüedad de los trabajadores • Número de acciones de voluntariado en las que participaron.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Número de acuerdos firmados para establecer condiciones comerciales benéficas para ambas partes.
Competidores y universidades	<ul style="list-style-type: none"> • Número de alianzas con universidades y competidores. • Número de proyectos colaborativos realizados.
Comunidad local	<ul style="list-style-type: none"> • No. de proyectos comunitarios en los que se participa. • Número de acciones limpieza de ríos. • Número de horas de voluntariado

Fuente: elaboración propia(2022) con base en [12].

Por sugerencia de un cliente principal de la empresa, ISA se sometió a verificación por parte de una auditoría externa, cuyo resultado fue 99/100, como se muestra en la imagen 4.



Imagen no. 4
Fuente: [22].

En la fase número cinco, Comunicación, se incluyen las actividades que realiza la organización para dar a conocer entre sus públicos el plan de RSC, tanto las diferentes iniciativas que lo componen como el grado de cumplimiento de los objetivos. Para el caso de ISA, la divulgación interna se realizó a través de reuniones periódicas; la externa, a través del informe de resultados que fueron presentados

a los stakeholders. Las imágenes 5 y 6 muestran la evidencia de las acciones implementadas de acuerdo con el modelo. Asimismo, se realizó una encuesta para conocer la opinión de los grupos de interés respecto a los programas de RSC, con la finalidad de conocer su opinión y planificar las estrategias a implementar. Con esta acción, se culminó la implementación del Modelo de Gestión de la RSC en la empresa.



Imágen no. 5

Informe de las acciones del voluntariado



Imágen no. 6

Involucramiento de stakeholders

Fuente: elaboración propia con base en [12].

Para que una empresa actúe con responsabilidad social, desde una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que ese concepto sea incorporado a sus procesos de gestión y forme parte integral de sus estrategias de negocio y de su sistema de planeación interna. La compañía que actúa con responsabilidad social lo hace porque ha incorporado este concepto al proceso de gestión y en sus estrategias, considerando las opiniones de los grupos de interés. Pocas microempresas creen que la responsabilidad social les genera algún tipo de beneficio, sin embargo, es importante notar que los pequeños negocios tienen un impacto en la economía local y, por ende, puede generar un impacto social en la comunidad que se encuentran. Las empresas incorporan voluntariamente criterios sociales en las actividades económicas y con los grupos de interés, la decisión de ser socialmente responsables proviene de la voluntad del dirigente, quien es un elemento fundamental para que se genere la gestión de la RSC.

Se aprecia que este modelo es relativamente

sencillo de aplicar en entidades con pocos trabajadores, pocos ingresos y bajo margen de operación. El modelo guía a acciones que las microempresas pueden realizar para obtener resultados en el corto plazo; en contraste, la norma ISO 26000 alude a realizar acciones que se conviertan en mejores prácticas en las compañías, sin embargo, algunos de los estándares no son alcanzables por pequeñas o microempresas, por lo que se deduce que el modelo de gestión de la RSC ayuda a iniciar el proceso de cambio y transición para que una organización se convierte en Socialmente Responsable. Se hace evidente que todo empresario y empresa que decida adoptar acciones que beneficien a la sociedad, puede hacerlo, ya que se trata de un tema de voluntad, por lo tanto, resulta fundamental analizar desde la academia, la consultoría, asesoría y la capacitación en las empresas, las distintas formas de fomentar y aplicar la RSC con la finalidad de que, cada integrante de toda organización sea consciente y responsable del ambiente y la comunidad. Asimismo, crear planes formativos en materia de RSE para líderes, gerentes, administradores,

Conclusiones

Establecer estrategias de gestión dentro de una organización es relativamente una actividad sistematizada, sin embargo, se dificulta plantear estrategias de responsabilidad social corporativa porque no es una acción que genere resultados o utilidades inmediatas, por lo tanto, algunas empresas se rehúsan a participar en este tipo de acciones, sin embargo, se ha visto que, integrar un plan de gestión dependerá del compromiso social del empresario, por ser un acto voluntario; asimismo, el involucramiento y la corresponsabilidad de los grupos de interés -quienes también forman parte de la compañía- es esencial, porque cada uno puede ser partícipe del cuidado de la sociedad, incluyendo los consumidores.

Pese al rezago en el estado, las organizaciones ubicadas en Michoacán han logrado subsistir y continuar con sus operaciones manteniendo su compromiso con la sociedad y el gobierno para generar empleos, atraer nuevas empresas, atender el turismo y cuidar el ambiente. La RSC como estrategia de gestión es una oportunidad y una vía para que las organizaciones sigan participando con el entorno, desde un enfoque de responsabilidad colectiva en el que se involucran todos los stakeholders, y paulatinamente, las empresas sean reconocidas o identificadas por la comunidad y, en un segundo momento, perfeccionar sus estrategias y postularse para obtener el distintivo ESR, que se otorga en México a las compañías Socialmente Responsables.

La sociedad, proveedores, clientes, empleados y demás entes que forman parte de los grupos de interés de las organizaciones, tienen un papel importante en el desarrollo y cuidado de la misma, al observar sus operaciones, acciones, tareas y decisiones que pudieran afectar o beneficiar al entorno, por ello, es necesario que la compañía tome conciencia de su papel y la influencia que tiene, puede convertirse en una líder que influye positivamente en el entorno o una organización indeseable. Se aprecia en los resultados de este trabajo, el beneficio que obtuvieron aquellas personas que se favorecieron con los recursos o actividades que la empresa destinó para ellos. En tal contexto y los resultados obtenidos en este proyecto, se afirma que es posible que las empresas en el estado adopten acciones

y estrategias de RSE, independientemente del tamaño, sector o actividad económica de las organizaciones.

Es posible apreciar también, que el cumplimiento de acciones relacionadas a la RSC beneficia a las organizaciones al crear lealtad en clientes incluso en proveedores, como en este caso, que su proveedor principal ha generado el compromiso de continuar con la relación comercial debido a la coincidencia de filosofías orientadas a la RSE. Asimismo, al finalizar este artículo, la empresa ha recibido un premio a la Sustentabilidad, resultado de la aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa.

Agradecimientos

Agradecemos a la empresa ISA por la oportunidad y la confianza para realizar este proyecto en sus instalaciones.

Referencias

- [1] INEGI-DENUE, “Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas”, 2022. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- [2] M. Ríos, A. López y M. López, “Ética y calidad laboral: impacto en el desempeño empresarial. Un estudio empírico”, *Holos*, vol. 31, no. 3, pp. 308-320, 2015.
- [3] M. Hernández, J. Mendoza y B. Salazar, “La responsabilidad social en la empresa familiar”, *Holos*, vol. 5, pp. 174-185, 2017.
- [4] J. Quintana, *Responsabilidad Social en las Empresas Familiares*, Madrid: Forética, 2005.
- [5] J. Cajiga, *El concepto de responsabilidad social empresarial*. CEMEFI, México, s.f.
- [6] ISO, *ISO 26000 visión general del proyecto*. Organización Internacional de Estandarización, Ginebra, Suiza, 2010.
- [7] M. Ríos, J. Ferrer y A. López, “Participación de las empresas familiares en actividades de Responsabilidad social sostenible”, *Revista Panorama Administrativo*, no. 12, 2013.
- [8] T. Berrse y S. Jarnagin, “Corporate social

- responsibility: Small business and small towns”, 2010, *Business Ethics*, vol 21, no. 2, pp. 129-139. Disponible en DOI:10.1111/j.1467-8608.2011.01649.x
- [9] J. Lizcano y J. Lombana, “Enfoques de la responsabilidad social empresarial en los agronegocios”, *Estudios Gerenciales*, vol. 34, no. 148, pp. 347-356, 2018.
- [10] DATA, “Data México”, México, 2021. [En línea]. Disponible en: <https://datamexico.org/es/profile/geo/michoacan-de-ocampo-mi?indicatorCensus1=Total%20Empleados%20Depends%20on%20the%20Economic%20Unit&yearCensus1=year2019>
- [11] DATA, “Data México”, México, [En línea]. Disponible en: <https://datamexico.org/es/profile/geo/morelia#empleo-evolucion-poblacion-ocupada>
- [12] M. González, “Interviewee, Contexto general de ISA”. Entrevista.
- [13] A. Castillo, *Relaciones públicas. Teoría e historia*, Barcelona: Editorial UOC, 2009. Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=-W24pmYiVesC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- [14] E. Barrio, *Responsabilidad social corporativa: de la noción a la gestión*, Barcelona: Editorial UOC, 2019.
- [15] A. Cuervo, “Responsabilidad social corporativa, gobierno de la empresa y stakeholders”, en: *Responsabilidad social: una reflexión global sobre la RSE*, Madrid: Prentice Hall, pp. 39-50, 2009.
- [16] M. Cuesta y C. Valor, “La responsabilidad social empresarial vista por las organizaciones sociales”, en *Responsabilidad social: una reflexión global sobre la RSE*, Madrid, Prentice Hall, pp. 135-146, 2009.
- [17] AECA, “Marco conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa”, Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2004.
- [18] E. Barrio, “La gestión de la responsabilidad social corporativa: propuesta de un modelo teórico”, *Questiones publicitarias*, no. 22, pp. 59-68, 2018.
- [19] P. Sandín, *Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y Tradiciones*, Madrid: Mc Graw Hill, 2003.
- [20] E. Stringer, *Action Research*, Thousand Oaks: SAGE Publications, 1999.
- [21] R. Hernández y B. Collado, *Metodología de la investigación*, D.F: McGraw-Hill Interamericana, 2014.
- [22] Ikus Solutions, *Programa de Abastecimiento Sostenible*, Ikus Solutions, 2022.