

Artículo 3. Las MiPyMEs frente al reto de la Responsabilidad Social Empresarial; panorama en San Luis Potosí.

SMEs face the challenge of Corporate Social Responsibility; panorama in San Luis Potosí.

Morin García, Dora Yoloxochitl;
Reynoso Ibarra, Omayra Yolanda;
Martínez, Areli Fabiola.

Instituto Tecnológico Superior de
San Luis Potosí, Capital.

Resumen

El trabajo está relacionado con la posición que adoptan las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) frente al reto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). El objetivo es identificar si estas empresas están familiarizadas con la RSE, si desarrollan sus actividades productivas en apego a los principios de esta filosofía, si se realizan de manera intencionada, si se persigue un objetivo específico, y por último, conocer si están interesadas en obtener el reconocimiento oficial de RSE. La información se obtuvo de 343 (trescientas cuarenta y tres) MIPyMES, mediante un cuestionario aplicado por entrevista. Los resultados que se obtienen indican que no hay una percepción única e integral de RSE, la mayoría de las MIPyMES están más interesadas en aspectos de orden financiero, comercial y legal, que en aspectos de orden social, ambiental o comunitario o bien en buscar obtener el distintivo oficial de RSE.

Palabras clave

Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, (MIPyMES), Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Abstract

The work is related to the position adopted by Micro, Small and Medium Enterprises (MIPyMES) in the face of the challenge of Corporate Social Responsibility (CSR). The objective is to identify if these companies are familiar with CSR, if they develop their productive activities in adherence to the principles of this philosophy, if they are carried out intentionally, if a specific objective is pursued, and finally, to know if they are interested in obtain the official recognition of CSR. The information was obtained from 343 (three hundred and forty-three) MSMEs, by means of a questionnaire applied by interview. The results obtained indicate that there is no single and integral perception of CSR, most MSMEs are more interested in aspects of financial, commercial and legal, than in aspects of social, environmental or community order or in seeking to obtain the official RSE badge.

Keywords

Micro, Small and Medium Enterprises, (MIPyMES), Corporate Social Responsibility (CSR).

Introducción

La RSE empresarial es un concepto que, quizás por costumbre o por desconocimiento, se ha ligado más a las grandes empresas; sin embargo, es fácil deducir que, derivado de la enorme cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas que constituyen el universo económico-productivo en México, todas las

ISSN: 2594-1674

acciones que estas empresas realicen tienen un gran impacto en el entorno ambiental, social y cultural.

A pesar de la relevancia que significa para el desarrollo económico, el mejoramiento de las condiciones ambientales y el incremento en la calidad de vida, el conocimiento de la RSE desde la perspectiva de las MIPYMES sigue siendo escaso, la participación misma de este grupo de empresas no es clara y el concepto, así como el ejercicio de la RSE es confuso.

Por otro lado, es posible que la aplicación de prácticas de RSE se manifiesten de manera casi natural en las MIPYMES, debido a que interactúan más de cerca con clientes y grupos de interés, sin embargo, no siempre están conscientes de esa actuación, o no se percatan de la trascendencia o de los beneficios que dichas prácticas pueden representar tanto hacia el exterior como al interior de la empresa misma.

El interés de este estudio se centra precisamente en conocer cómo se entiende el concepto de RSE y qué prácticas relacionadas con este concepto realizan de manera habitual estas empresas, es decir, en qué medida las MIPYMES han adoptado prácticas de RSE de manera intencionada. En este sentido, se busca conocer cuál es el objetivo que persigue la empresa al adoptar esta filosofía empresarial.

Revisión de la Literatura.

La evolución de la actividad productiva empresarial.

Tradicionalmente, el objetivo primordial de toda empresa ha sido la generación de utilidades. La forma de lograrlo ha ido modificándose con el

paso de los años. Así, una empresa es creada, en primera instancia, para generar beneficios traducidos en utilidades económicas para sus dueños.

A finales del siglo XVIII, durante la revolución industrial y como producto de las pésimas condiciones en las que los obreros desarrollaban sus tareas, se origina en Inglaterra el movimiento obrero, que se expande por Europa y Norteamérica, no tan rápidamente como pudiera creerse. Este movimiento da lugar al nacimiento del sindicalismo como una forma de organización a través de la que los trabajadores buscan “defenderse” de sus empleadores y exigir condiciones laborales dignas. De ahí que, en una primera instancia, forzados más por las circunstancias que por la propia conciencia, las empresas empiezan a proporcionar a sus trabajadores condiciones bajo las cuales estos pudieran desarrollar sus actividades en mejores ambientes, favoreciendo su productividad e impactando positivamente en la rentabilidad. En este sentido, existe suficiente base teórica desde el enfoque de la administración.

Posterior a la segunda guerra mundial, dadas las condiciones de devastación y pobreza de los pueblos europeos, se constituyeron organizaciones que buscaron fomentar la paz, la salud, la alimentación y el bienestar humano. Esto provocó un cambio en la visión de las organizaciones, incluyendo a partir de entonces el propósito de satisfacer plenamente las necesidades de los compradores. Con esto, los objetivos de las empresas quedan conformados por tres aspectos importantes: generar utilidades, ofrecer a sus empleados condiciones laborales dignas y satisfacer las necesidades del mercado y de sus consumidores.

En esta evolución acerca de la concepción y desempeño de una buena empresa, capaz de mantener su competitividad dentro de un mercado que pasó de ser local a global en un periodo sumamente corto, se incorporan infinidad de prácticas administrativas dentro de las que se pueden mencionar la implementación de valores y filosofías productivas, políticas, normas, reglas, procedimientos y metodologías, orientados a la estandarización de los procesos, hacia el mejoramiento de la calidad, hacia una producción limpia, hacia el crecimiento y permanencia en el mercado, y, como corolario, el logro del reconocimiento y aceptación internacional mediante la obtención de una certificación o más, que dé fe de lo confiable de las prácticas productivas de la organización.

En este sentido, otra práctica empresarial que cada vez gana más terreno es la que se refiere a ofrecer apoyos sociales, es decir, beneficios que brinda la empresa a la comunidad vía acciones como apoyar al deporte, a la educación, combate a la pobreza o cualquier otra que no esté relacionada con la obtención de beneficios económicos, sino con contribuir en la medida de lo posible a mejorar las condiciones de vida de grupos sociales poco favorecidos.

En su conjunto, todas las prácticas empresariales antes mencionadas, sumadas al cumplimiento de las obligaciones legales, han desembocado en lo que hoy se denomina Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La noción de Responsabilidad Social.

En la actualidad, es inaceptable que las entidades económicas no tomen en cuenta las posibles afectaciones positivas y particularmente las negativas, que sus actividades productivas

puedan ocasionar en la calidad de vida tanto de sus colaboradores como en el entorno social y ambiental. Sin embargo, la responsabilidad social es un tópico que está más allá de las acciones sociales y/o ambientales, ya que debe abordarse con una perspectiva sistémica, desde el eje rector de la planeación interna y su estrategia de negocio, sin afectar el equilibrio con las necesidades del exterior.

En estricto sentido, la RSE está íntimamente ligada al Desarrollo Sustentable, entendido éste como una forma de operar en la que las esferas económica, social y ambiental son atendidas de manera equilibrada. En esta visión de empresa, coexisten en perfecto equilibrio los valores éticos, el respeto hacia las personas, la comunidad y el medio ambiente con la gestión del negocio, más allá del tipo de productos o servicios que ofrece, de su tamaño o del origen de su capital.

En México, la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) se integra por empresas que promueven las prácticas sustentables, bajo el argumento de lograr que sean percibidas como creadoras de valor y generadoras de bienestar en común. En este tenor, las empresas que constituyen AliaRSE coinciden en que:

La Responsabilidad Social Empresarial, es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus

participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común.

En términos generales, se puede afirmar que la RSE implica vinculación y compromiso con el desarrollo de la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente, calidad de vida en el trabajo, cumplimiento de las obligaciones legales y valores firmes en el desempeño de sus actividades productivas.

De esta manera, para asegurar la implementación exitosa de prácticas productivas socialmente responsables, es preciso apegarse a los principios de la RSE, que se presentan en el siguiente recuadro.

Principios de la RSE	
<i>Respeto a la dignidad de la persona, incluyendo el fomento al desarrollo personal.</i>	<i>Ética en los negocios</i>
<i>Empleo digno</i>	<i>Prevención de negocios ilícitos</i>
<i>Solidaridad, en especial con los menos favorecidos.</i>	<i>Vinculación con la comunidad</i>
<i>Subsidiariedad; crear las condiciones y oportunidades que favorezcan el desarrollo propio para mejorar la calidad de vida</i>	<i>Transparencia</i>
<i>Contribución al bien común</i>	<i>Honestidad y legalidad en la gestión de todos los</i>

	procesos y actividades
<i>Corresponsabilidad</i>	<i>Justicia y equidad</i>
<i>Confianza</i>	<i>Desarrollo social; el factor humano y el capital social como elementos fundamentales de una sociedad funcional.</i>
<i>Empresarialidad; cultura empresarial vibrante y responsable en la generación y diversificación de proyectos como fuente de riqueza nacional.</i>	

Tabla 1

Fuente Elaboración propia adaptada de RSE/ Juan Felipe Cajiga Calderón, publicado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).

Por tanto, a partir de estos principios, se deduce que una empresa socialmente responsable es aquella que establece compromisos para minimizar el impacto negativo de sus actividades y basa sus acciones en una abierta y constante comunicación con sus grupos de interés.

El distintivo ESR se otorga anualmente por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), y se basa en un proceso de autodiagnóstico que consta de 120 indicadores en cuatro áreas específicas: Derechos Humanos, Condiciones Laborales, Medio Ambiente y Transparencia. El distintivo es otorgado a las empresas que superan el 75% del índice de RSE.

MIPYMES

La importancia de las MIPYMES en la economía de cualquier país es ampliamente reconocida dada su aportación al producto interno bruto (PIB), su participación en la producción y distribución de bienes y servicios, su capacidad para generar empleos, así como su contribución al desarrollo regional y local.

En México, la suma de estas entidades supera los cuatro millones de empresas, mismas que representan aproximadamente el 99.8% de la totalidad de empresas que hay en el país, generan el 72% de las fuentes de empleo y aportan el 52% al PIB. (INEGI, 2014), por lo tanto, no hay duda de que las MIPYMES son un factor decisivo para la cohesión social, para la movilidad económica de las personas y constituye un eslabón fundamental indispensable para el desarrollo nacional.

La clasificación que se hace en México de este tipo de empresas se basa exclusivamente en el número de trabajadores y en el monto de ventas anuales, según lo señala el Acuerdo por el que se establece la Estratificación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 30 de junio del 2009 y ratificado en las Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2017, publicadas en el DOF el 30 de diciembre del 2016.

Tamaño	Sector	Número de Trabajadores	Monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado.*
Micro	Todos	Hasta 10	Hasta 4	4.6
Pequeña	Comercio	De 11 hasta 30	Desde 4.01 hasta 100	93
	Industria y Servicios	De 11 hasta 50	Desde 4.01 hasta 100	95
Mediana	Comercio	De 31 hasta 100	Desde 100.01 hasta 250	235
	Servicios	De 51 hasta 100		
	Industria	De 51 hasta 250	Desde 100.01 hasta 250	250

Tabla 2

Tope máximo combinado = (trabajadores) x 10% + (ventas anuales) x 90%

El tamaño de la empresa queda determinado por el puntaje obtenido según la siguiente fórmula: Puntaje de la Empresa = (Número de trabajadores) x 10% + (Monto de ventas anuales) x 90%, el cual debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de su categoría.

Fuente: DOF, junio 2009

Las MIPYMES en San Luis Potosí.

Para el estado de San Luis Potosí, al igual que para el país, las MIPYMES constituyen un importante motor de la economía estatal dada su comprobada capacidad para generar empleos, producir y distribuir bienes y servicios, así como su contribución al desarrollo local. Actualmente, en el directorio virtual de MIPYMES, PyMES y Empresas se encuentran registradas 105,294 unidades económicas de los 58 municipios con los que cuenta el estado, de las cuales corresponden al municipio de San Luis Potosí 44,999 empresas de todas las categorías.

Por su parte, el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) de la Secretaría de Economía cuenta con un registro actual de solamente 8,327 empresas en todo el estado, distribuidas en los siguientes sectores:

Agropecuario	Minería	Electricidad-y- Agua	Construcción	Manufactura	Comercio	Transporte;- Comunicaciones-y- Servicios
8	3	2	158	131	5860	2165

Tabla 3. Fuente Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) Secretaría de Economía. Julio, 2018

De la cantidad antes mencionada, 3,221 empresas se encuentran ubicadas en la capital potosina son del siguiente tipo:

MICRO EMPRESA Hasta 10 empleados		PEQUEÑA EMPRESA de 11 y hasta 50		MEDIANA EMPRESA de 51 a 250 empleados		GRANDE EMPRESA > 250 empleados	
2,735		322		101		63	
Industria	152	Industria	34	Industria	36	Industria	27 (+ de 250)
Comercio	1,944	Comercio	135	Comercio	36 (entre 31 y 100)	Comercio	14 (+ de 100)
Servicios	639	Servicios	153	Servicios	29 (entre 51 y 100)	Servicios	22 (+ de 100)

Tabla 4. Fuente Sistema de información Empresarial Mexicano (SIEM) Secretaría de Economía Julio, 2018

Cabe enfatizar que la información contenida en estas tablas corresponde sólo a las empresas registradas en el SIEM, y no a la totalidad de empresas existentes en el país, en el estado y en la capital potosina. Sin embargo, para efectos de este estudio, este registro es el que se toma como base para la selección de la muestra,

ya que se trata de un sitio oficial, actualizado a junio del 2018, que cuenta con la información completa de las entidades registradas y que por su número, permite un manejo más fácil de los indicadores.

Metodología

Esta investigación se hace con el propósito de identificar si las MiPyMEs instaladas en la capital potosina tienen claro el concepto de RSE, si desarrollan prácticas de RSE de manera intencionada, cuál es la finalidad de adoptar este tipo de prácticas, y si tienen la intención de obtener el reconocimiento de RSE.

El instrumento de investigación es un cuestionario a través del que se busca dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué es la RSE para las MiPyMEs? ¿Qué prácticas de RSE llevan a cabo en su actividad productiva? ¿Tienen conciencia de la RSE en sus prácticas productivas? ¿Con qué finalidad realizan esas acciones? ¿Están interesados en obtener el reconocimiento oficial de RSE?

La hipótesis que guía la investigación es: Las MiPyMEs realizan acciones de RSE para obtener beneficios comerciales o económicos, y no por contribuir intencionadamente al desarrollo de la comunidad.

El estudio es de tipo descriptivo, se orienta a las MiPyMEs instaladas en la mancha urbana de la capital potosina; se eligen por conveniencia sólo empresas registradas en el SIEM. Mediante este estudio se muestra una panorámica general de la postura que estas empresas adoptan frente a las prácticas de RSE y los objetivos que persiguen con su ejercicio.

De acuerdo al criterio elegido la población se constituye por un total de 3,158 MiPyMES. Con base en esto y considerando un nivel de confianza del 95% y un error máximo del 5%, la muestra quedó conformada por 343 empresas. La muestra se elige de manera aleatoria y por segmentos, así que, respetando las características de participación de los distintos tamaños y giros de las empresas, la muestra presenta las siguientes características:

Tamaño	Número	%	Sector						TOTAL %
			Industria		Comercio		Servicios		
			Número	%	Número	%	Número	%	
Micro	297	86.6	17	6%	211	71%	69	23%	100%
Pequeña	35	10.2	4	12%	15	43%	16	45%	100%
Mediana	11	3.2	4	37%	4	37%	3	26%	100%
TOTALES	343	100 %	25	7%	230	67%	88	26%	

Tabla 5

Como se puede observar en la tabla, la mayor participación en la muestra está dada por micro-empresas insertas en el sector comercio; sin embargo, se espera que los resultados globales puedan mostrar una panorámica general de la posición de las MiPyMES ante la RSE.

La técnica de investigación es la visita a la empresa para aplicar la encuesta a modo de entrevista personal directamente con el empresario. En algunos casos en que el dueño no se localizó, la entrevista se aplicó a la máxima autoridad en la empresa, que en la mayoría de los casos resultó ser familiar cercano del empresario. Para los casos en los que no se pudo concretar la entrevista personal, la encuesta se envió al correo personal del empresario. Al final, 327 entrevistas se lograron con el empresario, y solamente 16 se llevaron a cabo con el Director o Gerente. Del total

de cuestionarios aplicados, solamente 14 no se pudieron concretar personalmente, pero se recabó la información vía correo electrónico.

El cuestionario que se diseñó para recabar la información quedó estructurado con 23 preguntas que ofrecen entre 3 y 5 posibles respuestas cada una (Ver anexo 1). En algunas de ellas se puede elegir más de una respuesta y jerarquizar según el orden de importancia.

Resultados

Una vez concluido el periodo de investigación los resultados arrojan que el 100% de las empresas entrevistadas conocen qué es la RSE, sin embargo, no coinciden con la interpretación del concepto, quedando las apreciaciones de la siguiente manera:



Gráfica 1



Gráfica 2

En la quinta opción de respuesta se mencionaron aspectos como el establecimiento de una cultura empresarial, la estrategia organizacional, e incluso la obligación de la empresa a atender los reclamos sociales para proyectar una buena imagen hacia el público. Al ofrecerle al entrevistado ingresar su respuesta a la opción de Ética y Valores, mencionaron su desacuerdo, aludiendo que el concepto está más relacionado con aspectos de orden personal, y que no siempre se entienden igual en el ámbito empresarial.

Como corresponde a la constitución de la muestra, del 64% que respondió que la RSE está enfocada a minimizar el impacto negativo hacia el medio ambiente el 93% (204) corresponde a las respuestas de las microempresas, el 6% (13) a pequeñas empresas y el 1% restante a empresas medianas (2). Derivado de las respuestas obtenidas en la pregunta previa, presentadas en las gráficas que anteceden, se pide al empresario que mencione al menos dos acciones que su empresa realice dentro del área señalada. Las respuestas que más se repitieron se muestran la siguiente tabla:

Ética/Valores	Honestidad en los negocios Cumplimiento de obligaciones legales Ofrecer precios justos (relación precio/calidad) Práctica de la equidad de género
Medio Ambiente	Reciclaje, separación y depósito final de residuos Uso de productos no contaminantes (tecnología, equipos, materiales, etc) Mantenimiento de equipos de transporte Participación en campañas para el cuidado ambiental
Solidaridad con la sociedad	Patrocinios a equipos deportivos Donativos en especie y económicos Participación en campañas de concientización Apoyo a asociaciones que protegen los derechos de discapacitados.
Creación de empleos	Inversión de capital Capacitación a empleados Contratación de personas con necesidades especiales. Apoyo a estudiantes para entrenamiento
Otros	Establecimiento de una cultura empresarial Proyección de una buena imagen al público.

Tabla 6

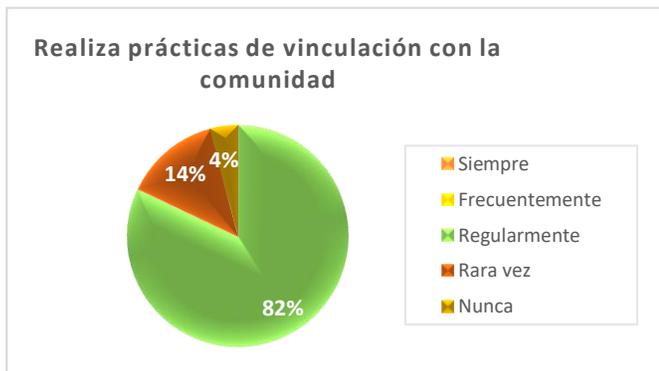
El 100% de las entrevistas arrojó que al interior de las mismas se promueve el respeto a la dignidad de las personas, el empleo digno, así como horarios y salarios justos; sin embargo, se registran comentarios adicionales de que “no siempre se los merecen”. Dicho comentario llama la atención, ya que hace suponer que, si no fuera por mandato de ley, el empresario podría castigar el salario del trabajador según su apreciación.

En el 12% (41 casos) se menciona que en algunos casos si existen diferencias en el salario que se paga a hombres y a mujeres; sin embargo 37 casos se deben al nivel de desempeño en las tareas y no con el género; lamentablemente en 4 casos se menciona que la diferencia en el salario se debe a que siempre se le ha pagado más a los hombres que a las mujeres, sin justificación alguna.

Todas las MiPyMEs de la muestra son solidarias con las causas sociales en favor de los menos favorecidos, pero no lo hacen de manera sistemática, ni con mucha frecuencia. El 96 % lo hace regularmente y el 4% participa rara vez. Sin

embargo, la coincidencia es que el área de participación es a través de donativos, y la especificación es donativos en especie otorgados en fechas conmemorativas como son día del niño y navidad.

Respecto de llevar a cabo prácticas de vinculación con la comunidad y ante las formas en que ésta se realiza, los resultados se muestran en la gráfica siguiente:



El 82% está representado por 281 MiPyMES; el 14% son 48 empresas y el 4% son 14 empresas

Gráfica 3

Descontando las 14 empresas (todas microempresas) que no practican acciones de vinculación con la comunidad, la distribución de las formas de vinculación son las siguientes:

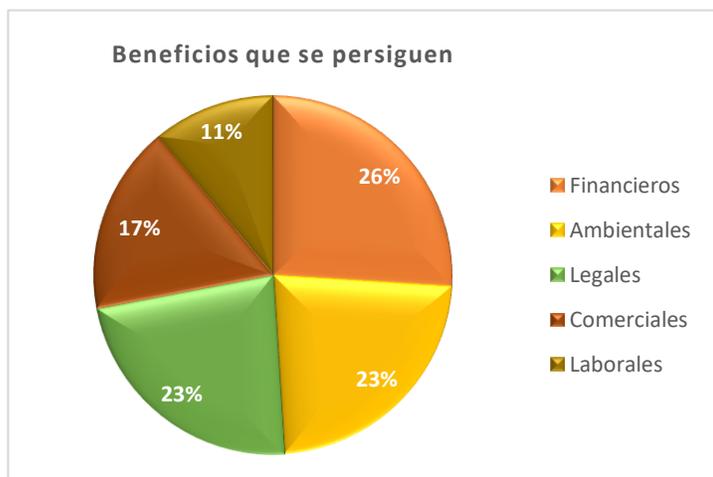


Gráfica 4

Las 14 empresas que dicen no tener actividades de vinculación son microempresas. 155 empresas, que corresponden al 47 %, respondieron que ofrecen apoyo al deporte, la forma más común es el patrocinio a equipos deportivos. 102 empresas (31%) se involucran en el mejoramiento de espacios comunes, como donativos de arbolitos para sembrar o pintura para bardas. Finalmente, 85 empresas, es decir, el 22%, mencionaron otra respuesta; a través convenios con escuelas para facilitar el acceso de los estudiantes para realizar prácticas escolares, mediante los empleos que generan y por medio de apoyo a los trabajadores y a sus familias con becas de estudio o con convenios con negocios para obtener descuentos especiales.

Todas las empresas de la muestra utilizan tecnologías ecológicas o ahorradoras en sus procesos productivos, y en las instalaciones generales de la empresa, sin embargo, en ningún caso la adopción de medidas de esta naturaleza está implementadas como regla en todas las áreas, procesos y procedimientos, así como en las conductas de los colaboradores, salvo en el caso de los fumadores, que se les prohíbe fumar dentro de las instalaciones y del perímetro de la empresa. En este caso, las medidas son adoptadas para reducir costos en la mayoría de los casos, y solo en unos pocos se realizan con la finalidad primaria de reducir el impacto ambiental. Las acciones que se promueven son básicamente el reciclaje y la reutilización de materiales.

Ante la pregunta sobre los beneficios que se persiguen con la implementación de medidas y/o acciones como las que se señalan en el cuestionario, las respuestas quedaron de la siguiente manera:



Gráfica 5

De manera general, los empresarios están de acuerdo en que las MiPyMES deben tener una mayor participación en acciones orientadas hacia la sustentabilidad a través de la conducción de empresas socialmente responsables.

El 89% de las empresas incluidas en la muestra afirman estar incorporados a alguna organización empresarial, y solamente el 11% no se encuentran registradas en alguna asociación de empresarios. La intención de esta pregunta es solamente para confirmar si, a través del Consejo de la Comunicación, a la que pertenecen casi todas las asociaciones de empresas y empresarios, están contribuyendo al mejoramiento de la relación empresa sociedad y a la reconstrucción del tejido social, como una expresión más de responsabilidad social empresarial. Las empresas que no pertenecen a ninguna agrupación responden que no cuentan con la información sobre cómo se debe hacer el registro y tienen la falsa percepción de que se pagan cuotas muy elevadas para poder afiliarse.

Tipo de beneficio	Beneficio específico
Financieros	Reducir costos
	Mejorar sus utilidades
Ambientales	Reducir el impacto ambiental
	Hacer más eficiente el uso de los recursos
Legales	Cumplir con la normatividad
	Evitar sanciones
Comerciales	Reconocimiento de los clientes
	Ampliar su cartera de clientes
	Proyectar una buena imagen
	Incrementar las ventas
Laborales	Reducir la rotación de personal
	Mejorar la Productividad
	Aumentar el sentido de pertenencia

Tabla 7

Por último, al indagar acerca del interés del empresario por obtener el distintivo de ESR el 78% (267 empresas) dice no estar interesado. De este grupo 258 son microempresas, 7 son pequeñas empresas y 2 son medianas empresas. La razón que sustenta este desinterés es el costo y la no obligatoriedad. Sólo 76 empresas manifiestan que eventualmente si buscarían obtener ese distintivo, agregando que el motivo podría ser el de atender a los requerimientos de sus clientes. En este grupo hay 39 microempresas y 9 medianas empresas. En la siguiente tabla se aprecia a qué sector pertenece cada empresa según su interés por obtener o no el distintivo ESR.

Tamaño	Si-buscarían-obtener-el-distintivo-RSE				No-buscarían-el-distintivo-RSE				Suma
	Total	Sector			Total	Sector			
		Industria	Comercio	Servicios		Industria	Comercio	Servicios	
Micro	39	12	4	23	258	5	207	46	297
Pequeña	28	4	10	14	7	0	1	6	35
Mediana	9	4	2	3	2	0	2	3	11
Total	76	20	16	40	267	5	210	55	343

Tabla 8

Según los datos obtenidos y de acuerdo a la forma en que se constituye la muestra, las MIPYMEs que se encuentran dentro del sector industrial manifiestan mayor interés en ser reconocidas como empresas socialmente responsables, seguidas de las empresas de servicios y al final las empresas del sector comercio. Cabe puntualizar que la muestra se obtuvo de las empresas que están registradas en el SIEM, y que está constituida principalmente por microempresas, de ahí que los números de este tipo de empresas sean mayores, en tanto que los que corresponden a pequeñas y medianas empresas son muy inferiores.

De manera general, todas las empresas que fueron encuestadas realizan actividades relacionadas con la RSE, lo hacen conscientes de que son prácticas necesarias para mejorar aspectos relacionados con la empresa y su entorno, pero no lo hacen de manera intencionada orientada hacia la obtención del reconocimiento oficial.

Así mismo, los resultados arrojan un mayor interés en obtener beneficios de tipo económico/financieros derivados de la implementación de medidas de RSE, pero en prácticamente todos los casos se han implementado acciones dentro del campo medioambiental y comercial, de tal manera que, por encima de otros motivos en la implementación de medidas, priva el interés del empresario por el afianzamiento de su empresa en el mercado. Lo mismo ocurre al señalar que muchas medidas se implementan con el objetivo de cumplir con la normatividad y evitar sanciones.

Discusión

Un aspecto que vale la pena destacar es que, según los resultados, no existe una conciencia social que lleve a las MIPYMEs a implementar medidas de RSE, por lo que la hipótesis guía queda confirmada.

De acuerdo a Cemefi y AliaRSE, la RSE es la integración de un conjunto de principios que rigen la toma de decisiones empresariales. Estos principios establecen un nexo entre los intereses empresariales y las necesidades socio-ambientales. Si no se practican todos los principios como un sistema, se asume que no hay RSE y, por lo tanto, una empresa no puede llamarse socialmente responsable ni podría acceder a ser reconocida con el distintivo ESR.

Conclusiones

En la realidad práctica, el concepto ESR está fragmentado, y las empresas desarrollan de manera parcial la responsabilidad social empresarial según lo define CEMEFI, inclusive las que ya han obtenido el mencionado distintivo. De ahí que la responsabilidad social de las empresas no tiene que consistir necesariamente en un conjunto de prácticas sistematizadas, demostrables, públicas y formalizadas, ya que puede haber niveles de RSE, y en este sentido, no existen empresas totalmente responsables, pero tampoco las hay completamente irresponsables.

De acuerdo con los resultados obtenidos, todas las MIPYMEs que formaron parte de este estudio realizan actividades a través de las que se manifiesta su RSE, algunas de manera consciente, otras no tanto; algunas con objetivos claramente orientados a obtener el codiciado distintivo y otras por obtener beneficios de otra índole, pero eso no significa que sus acciones

ISSN: 2594-1674

valgan menos. Como ya se mencionó, la responsabilidad social no se expresa sólo en actos de beneficencia, acción social o filantropía; puede verse expresado también en términos de eficiencia en el uso de recursos, respeto al medio ambiente o apego estricto a la normatividad legal, laboral o fiscal.

Por otro lado, es respetable que las MIPyMES se encuentren preocupadas por ocupar un lugar en el mercado y por mantenerse a flote, dadas las condiciones en las que laboran si son comparadas con el poderío económico de las grandes empresas nacionales y transnacionales, pero no se puede minimizar que, por su número y por su cantidad, son las que mejores oportunidades tienen de fomentar un cambio real en el entorno socio ambiental en el que desenvuelven su actividad económica, por lo que seguirán siendo el motor de cambio en la forma de pensar y actuar de sus grupos de interés. Por tanto, cuantas más acciones de RSE ejerzan, mayores posibilidades de subsistir y de crecer podrán encontrar.

Para finalizar, y haciendo énfasis en un importante principio administrativo relacionado con la dirección de las empresas, la única manera de dirigir bien es mediante la asunción de la RSE, aun cuando esta se encuentre fragmentada en su aplicación según del concepto que promueve AliaRSE en conjunto con CEMEFI.

Referencias

Argandoña, Antonio. (2008). La Responsabilidad Social de las Empresas Pequeñas y Medianas. Disponible en: https://www.iese.edu/es/files_html/5_40821.pdf.

Cajiga Calderón, Juan Felipe (n/d). El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía. Disponible en: https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf Consultado en marzo, 2018.

López Salazar, Alejandra. (2013). Hacia la Responsabilidad Social Empresarial de pequeñas Empresas: Caso México. Revista Internacional Administración y Finanzas. Volumen 6 No. 6. Consultado en Mayo, 2018. Disponible en <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=pdf>

Secretaría de Economía. México Emprende. Disponible en: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende> Consultado en Febrero, 2018

<https://www.siem.gob.mx/siem/intranet2017.asp>
Fecha de consulta: Abril, 2018

<https://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/ActXedo2017.asp> Fecha de Consulta: Junio, 2018

<https://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/liagas2017.asp?Tem=5> Fecha de Consulta: Junio, 2018

<https://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/estatal2017.asp?gpo=1> Fecha de consulta Julio, 2018

<http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/1718/MPYMEM.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Fecha de consulta: Marzo, 2018

Diario Oficial de la Federación, junio 2009, disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009 Consultado en junio, 2018

ISSN: 2594-1674

<https://mkt.impactum.mx/blog/pymes-en-san-luis-potosi> Consultado en Junio, 2018

http://www.consultatlcans.senado.gob.mx/docs/MI_PyMES.pdf

<https://pymes.org.mx/municipio/san-luis-potosi-80bb.html>

<https://pymes.org.mx>

INEGI censos económicos 2014 en http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825077952.pdf Consultado en marzo 2018

La Responsabilidad Social en las PYMEs; Una nueva cultura de competitividad sostenible. Disponible en <http://www.mas-business.com/docs/La%20Social%20en%20pymes.pdf> Consultado en Marzo, 2018