

### Artículo 3. La competitividad y el crecimiento empresarial en pymes manufactureras ¿están relacionados?

*Are competitiveness and business growth in manufacturing SMEs related?*

*Cruz, Dorie; Perez Castañeda, Suly Suly; Sauza Ávila, Beatriz; Lechuga Canto, Claudia Beatriz.*

*Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*

#### INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

*Historia del Artículo:*

Recibido 01 de septiembre 2019

Aceptado 01 de octubre 2019

Disponible en línea

01 de mayo 2020

#### RESUMEN / ABSTRACT

Se presentan resultados del estudio de 32 PYMES manufactureras de Cd. Sahagún, Hgo., con más de 5 años de existencia, dichos resultados son obtenidos después de haber realizado un análisis descriptivo, correlacional por medio de la estadística inferencial y utilizando el método de Spearman. El objetivo de este trabajo consiste en presentar los resultados obtenidos entre competitividad y crecimiento empresarial, con base a 7 indicadores de competitividad y 9 de crecimiento empresarial, obteniendo el nivel de correlación entre ambos, determinando que indicadores tiene mayor representatividad e impacto, generando una propuesta como reforzamiento (generación de un modelo), para las empresas sujetas a estudio.

#### Palabras clave:

Crecimiento empresarial,  
Competitividad y PYME  
Manufacturera

#### Keywords:

Business Growth,  
Competitiveness and  
Manufacturing SMEs

Results are presented from the study of 32 manufacturing SMEs of Cd. Sahagún, Hgo., with more than 5 years of existence, these results are obtained after having performed a descriptive, correlate analysis by means of inferential statistics and using spearman's method. The objective of this work is to present the results obtained between competitiveness and business growth, based on 7 competitiveness indicators and 9 of business growth, obtaining the level of correlation between the two, determining which indicators has greater representativeness and impact, generating a proposal as reinforcement (generation of a model), for the companies under study.

### Introducción

Un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países son las PYMES, principalmente por su contribución al empleo y la aportación al producto interno bruto. En México, este tipo de empresas representan un porcentaje importante en relación al total de las inscritas en los padrones comerciales. En la localidad de Cd. Sahagún, en el Estado de Hidalgo, la PYME manufacturera es considerada una organización de suma importancia principalmente por el número de empleos que genera sin mencionar el impacto económico que hay en el estado y la localidad, por lo anterior expuesto se hace necesario contar con estudios que apoyen las decisiones de los empresarios en relación a que factores influyen de manera indispensable en su crecimiento empresarial.

Pero la pregunta obligada es ¿Por qué si son tan importantes las PYMES para el país estas desaparece dentro de los primeros años de su constitución? bajo esta interrogante se genera la intención de realizar un estudio sobre la competitividad y el crecimiento empresarial de estas empresas y para ello se realizan revisiones bibliográficas sobre el tema en cuestión, arrojando información que existen factores tanto internos como externos que traen como consecuencia que este tipo de empresas no sean competitivas, y por lo tanto no cuentan un crecimiento empresarial.

Derivado de lo anterior surge la necesidad de realizar un proyecto de investigación para impulsar la competitividad e innovación en la PYME manufacturera en Cd. Sahagún, Hgo, y el objetivo general de dicho proyecto consiste en elaborar un modelo estratégico que permita a la PYME manufacturera de la localidad de Cd. Sahagún, Hgo, alcanzar el nivel de competitividad e innovación que requiere para crecer y permanecer en el mercado.

Para efectos de este documento solo se presentan resultados de una parte del proyecto, sobre la relación entre competitividad y crecimiento empresarial, es decir el nivel de correlación entre ambas variables, esto derivados de un análisis estadístico inferencial, que permitió medir el nivel de correlación por medio de la prueba Spearman y haciendo uso de una matriz de correlación bivariada, permitiendo identificar los indicadores que impactan tanto positiva como negativa en la PYME manufacturera de la localidad.

## **Revisión de Literatura**

### **Competitividad**

#### *Conceptualización*

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. Esta depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado (Zona económica, 2019 p.1)

#### *Indicadores para medir la competitividad*

Martínez (2003) quien establece como indicadores: Desempeño, Recursos humanos, Calidad ambiental, Producción, negocios, Dirección y administración, Comercialización y servicios, Calidad, Investigación y desarrollo concluyendo con Capacidad directiva.

De la Cruz, Morales y Carrasco (2006), los indicadores que citan son: Selección de cartera de productos, Selección de tecnología y equipo, Organización interna, Adquisiciones, Proyectos de investigación y desarrollo, Sistemas de control de calidad, Contratación y capacitación de los recursos humanos, Comercialización y distribución, y por último Financiamiento y administración

Rubio y Aragón (2011), Recursos humanos, capacidad directiva, capacidad de marketing, Recursos tecnológicos, Sistemas de información, Gestión financiera, Valores culturales y Estructura organizativa.

### **Crecimiento Empresarial**

#### *Conceptualización*

De acuerdo a la EA Business School, (2019) La conceptualización de crecimiento empresarial representa el proceso de mejora de una compañía que la impulsa a alcanzar determinadas éxitos. Y este puede lograrse de dos formas: aumentando los ingresos percibidos por la organización por el aumento del volumen de venta de productos o servicios; o bien por el incremento de la rentabilidad de las operaciones, lo que permite reducir los costos.

## *Factores que influyen en el desarrollo y el crecimiento empresarial en la PYME*

Existen diversas investigaciones donde coincidentemente establecen que existen factores que influyen en el crecimiento de las pequeñas empresas y dichos factores son: Adquisición de insumos, ya que derivado a la pequeña escala de adquisición los precios son elevados; Mercado, la sobrevivencia de este tipo de empresas es limitada; Clientes, derivado de la excesiva competencia requieren de mayor captación de ellos; Competencia, existen grandes retos en materia de competitividad y requiere de acciones importantes para ser competitivos; Financiamiento, dificultad para obtener créditos; Carencia de información financiera: no hay información suficiente, muchos negocios trabajan de manera informal; Falta de liquidez, el problema radica en las ventas y en recuperar lo antes posible su facturación y cobranza, así como reducir sus costos.

## *Indicadores para medir el crecimiento empresarial*

Martínez (2010), menciona como indicadores para medir el crecimiento empresarial los siguientes: Entorno, Estrategia emprendedora, Recursos, Motivación, Internacionalización, Edad, Tamaño, Rentabilidad, Localización, Empleo y Mercado.

Blazquez, Dorta y Verona (2006), por su parte establecen como indicadores, La perspectiva de configuración de crecimiento, Perspectiva del ciclo de vida, Perspectiva basada en los negocios y la Perspectiva basada en la motivación.

## **Pequeñas y Medianas Empresas**

### *Conceptualización de PYME*

De acuerdo a Economipedia (2019), pequeña o mediana empresa a aquellas que cuenta con una plantilla de hasta 50 personas, habitualmente.

Samaniego (2018), establece que al hablar de PYME siempre viene a la mente el tamaño, pero hay que tomar en cuenta los efectivos de la empresa (empleados), así como el volumen de ingresos.

### *Importancia de la PYME*

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) tienen particular importancia para las economías nacionales, no sólo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos, de ahí que representen un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza.

### Clasificación de la PYME

Según BANCOMEXT, La unidad de observación de la ENAPROCE 2015, realizó estudios para la estratificación de las empresas aplicando los criterios basados en el número de personas ocupadas y presento la siguiente información.

Tamaño de Empresa	Número de Personas Ocupadas		
	Manufacturas	Comercio	Servicios
Micro	1 – 10	1 – 10	1 – 10
Pequeña	11 – 50	11 – 30	11 – 50
Mediana	51 – 250	31 – 100	51 – 100

*Tabla 1 Estratificación de las empresas por sector económico*

*Fuente: ENAPROCE 2015*

### *Problemáticas de las PYMES*

Se realiza un breve análisis de la PYME manufacturera, este sector es considerado uno de los motores principales del desarrollo y crecimiento económico del país, (Centro de estudios de las Finanzas Publicas, 2004). Dentro de dicho análisis se detectaron las problemáticas que enfrenta este tipo de empresas y que traen como consecuencia el alto grado de mortandad (no más de 5 años de vida), autores como De la Rosa, 2000; Carrasco, 2005; Hernández, 2009; coinciden en que algunos factores que influyen en el desarrollo y crecimiento empresarial de la PYME como son la falta de insumos, falta de mercado, problemas con los clientes, excesiva competencia, falta de fuentes de financiamiento, carencia de información financiera, así como falta de liquidez.

### *Importancia del sector manufacturero en el Estado de Hidalgo y el Municipio de Tepeapulco, Hgo.*

Según datos que establece el INEGI (2012), Las actividades que más destacan dentro de este sector son: productos metálicos, maquinaria y equipo, que generan el 24.0 %. Los minerales no metálicos, excepto derivados del petróleo, tuvieron un aporte del 24.7 % del producto industrial de la entidad.

De lo anterior se desprende que la industria manufacturera en Hidalgo no sólo se encuentra ligada con la producción primaria del Estado, como en el caso de la refinación de hidrocarburos, sino que se ha desarrollado en sectores independientes al primario, como en la fabricación de locomotoras, carros de ferrocarril y camiones en el complejo industrial de Ciudad Sahagún, dicha localidad ha sido considerada un importante corredor industrial de la entidad, en buena medida debe su crecimiento a la ubicación geográfica de la entidad, que lo sitúa cerca del principal centro de consumo nacional, como lo es Distrito Federal, es reconocida a nivel nacional e internacional por la alta diversificación industrial, cuyas líneas de producción incluyen la construcción de equipo ferroviario, fabricación y ensamble de vehículos e industrias básicas del hierro y del acero. Actualmente la industria manufacturera dentro del municipio de Tepeapulco, Hgo, es de gran importancia, en este momento se encuentran vigentes según datos del INEGI (2012), 287 unidades económicas, PYME, que van de 0 a 250 trabajadores, de este sector económico.

### **Metodología**

El proyecto de investigación presenta la siguiente hipótesis de investigación y variables sujetas a estudio:

## **Hipótesis de trabajo**

H1 El diseño de un modelo estratégico transversal coherente permitirá que a mayor innovación y/o competitividad, mayor posibilidad de crecimiento empresarial en la PYME manufacturera de Cd. Sahagún, Hgo.

### **Identificación de variables**

Variable dependiente o endógena: Crecimiento empresarial

Variáveis independientes o exógenas: Competitividad e Innovación

### **Tipo de estudio.**

El tipo investigación que se aplicó fue mixto, ya que se empleó investigación cualitativa y cuantitativa para la obtención de resultados. Hablamos de una investigación cualitativa, porque se pretendió analizar actitudes y opiniones de los directamente involucrados, para ello se elaboró un instrumento de investigación de campo, por medio de la aplicación de un cuestionario, dirigido a personal de la PYME que posea conocimiento del desarrollo empresarial de la empresa en la que labora y para concluirse se realizó una investigación cuantitativa debido a que los datos obtenidos se les tienen que asignar un valor para poder obtener un resultado. Así también para el nivel requerido para esta problemática, corresponde a un estudio tanto descriptivo y correlacional, como explicativo. Por lo tanto se pretendió “comprender” las variables, a fin de conocer las “causas” (variables independientes), que determinan los efectos (variable dependiente), es decir, determinar las causas que generan la problemática. Se midió el nivel de correlación, tomando en cuenta que, aun cuando existan niveles significativos de correlación entre distintas variables, no se podrá afirmar específicamente que una variable determina a la otra (causalidad), sino que, únicamente permitirá afirmar que un factor (variable independiente) está en “función” de otro (variable dependiente) que en el caso específico de la investigación es el crecimiento de las PYME manufactureras. La investigación está preponderantemente en marcada en el aspecto micro-social, debido a que está orientado al análisis de unidades administrativas, que son PYME (de 11 a 250 empleados), del sector manufacturero en la localidad de Cd. Sahagún Hgo. Fue una investigación no experimental, ya que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, fue una investigación transaccional debido a que se pretende estudiar los fenómenos en un momento en destiempo.

### **Universo de estudio.**

El objeto de estudio, fueron PYMES manufactureras en Cd. Sahagún, Hgo. Esto debido a que este tipo de empresas son de gran importancia económicamente hablando, para la localidad y de ellas deriva un gran número de empleos. Existen según datos de INEGI 287 unidades económicas registradas. Para efectos de la investigación solo se tomaron en consideración el universo de 36 PYME que cumplen con las siguientes condicionantes: Ubicación geográfica solo en Cd. Sahagún Hgo., con una planta trabajadora de 11 a 250 trabajadores.

### **Tamaño de la muestra.**

Para esta investigación en particular la población total sujeta a análisis fue de 36 unidades económicas y de acuerdo al empleo de una fórmula matemática aplicable a una muestra probabilística para una población finita conocida, fueron 32 PYMES encuestadas, que representan el 88% del universo de estudio. El tipo de muestreo que se aplicó fue probabilístico.

### **Diseño del instrumento de investigación**

Los ítems, que integran el instrumento de investigación se diseñó con base a los resultados de revisar información bibliográfica, en relación a que se ha medido, como lo han medido, y con base a dicha revisión documental se va construyendo la validez de contenido del instrumento.

### **Descripción del instrumento de medición**

Se elaboró un cuestionario inicial el cual se sometió a evaluaciones previas para determinar su grado de confiabilidad por medio del análisis de expertos y validez por medio de prueba piloto.

### **Confiabilidad y validación del instrumento**

La confiabilidad del instrumento se llevó a cabo por medio con la aplicación de este, a 6 expertos en investigación. Cada uno de los expertos, otorgó una calificación a los ítems que integran el instrumento, de acuerdo a su consideración y experiencia, dicha calificación expresó el orden de importancia (Muy importante con una calificación de 5 a sin importancia con 1). Los datos obtenidos de dicha aplicación se cargaron al sistema SPSS y se analizaron por medio del estadístico de fiabilidad denominado Alfa de Cronbach, arrojando un puntaje de .845, tomando en consideración que la regla para su validación va de 0 a 1 y si el puntaje obtenido se acerca a 1 se valida como confiable el instrumento. Las respuesta obtenidas se encontraron dentro un rango de 4 hacia arriba, lo que se considera que los ítems esta valorados de importantes a muy importantes. Una vez evaluado el instrumento, se realizaron las correcciones pertinentes tales como eliminación de dos ítem que no se consideraban relevantes, y la reestructuración de algunos ítems en relación con la formulación de la preguntas para evitar confusiones. Para realizar la validación del instrumento se aplicó al 15% del tamaño de la muestra (5 empresas PYME, que cumplen los requisitos de la investigación), lo que dio la validez del instrumento. Posteriormente se volvió a aplica el estadístico de fiabilidad denominado Alfa de Cronbach, arrojando un puntaje de .948, por los resultados obtenidos se consideró satisfactoria dicha prueba de validación.

### **Escala de medición y procesamiento de datos**

El cuestionario final en 30 ítems distribuidos en 4 bloques de preguntas, con una escala de valoración por Likert, escala de nivel ordinal con escala de valuación de 5 a 1. Y en relación al procesamiento de datos, una vez aplicadas los cuestionarios se procedió a la captura de datos en usando Office (Word y Excel) y SPSS versión PASW Statistic 18.

### **Determinación del coeficiente de correlación por rangos de Spearman (Rho)**

#### *Prueba de Spearman:*

Es una técnica estadística no paramétrica de la dependencia, que se caracteriza por el hecho de que alguna o algunas de las variables de estudio destacan como dependiente principal. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 332), el coeficiente Rho de Spearman, es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal, de tal modo que los individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos (jerarquías). "Coeficiente de correlación por rangos ordenados de Spearman, permite explicar la dirección (positiva o negativa) de una relación, así como la proporción de la variación en los rangos de Y, explicada por el conocimiento de los valores del rango de X. Aplica sólo para variables de carácter ordinal" (García, 2009, p. 89).

El coeficiente de Spearman toma valores que varían de -1.0 a +1.0. El signo del coeficiente indica la dirección de la relación (positiva o negativa), y el valor absoluto del coeficiente indica el grado de la relación entre las variables analizadas (por pares); los valores absolutos mayores indican que la relación es mayor. El valor cero indica la ausencia de relación. Cabe mencionar que la interpretación final de los resultados permitió determinar cuáles son las combinaciones de pares de variables (ítems) más influyentes en el fenómeno de estudio (los de mayor valor absoluto de correlación), así como las combinaciones que menos influyen.

## **Resultados**

Con base la teoría analizada y al tipo de empresas que se estudian, se tomo la decisión que los indicadores que se determinaron para medir la competitividad fueron: (1) Investigación y desarrollo de nuevos procesos, (2) Nuevos software para la producción, (3) Nueva maquinaria de tecnología de punta, (4) Vinculación con Instituciones de educación Superior, para probar nuevos productos y/o procesos, (5) Situación económica de empresa en la actualidad (6) Situación organización actual y (7) Conocimiento de funciones y obligaciones de cada gente dentro de la empresa. Y los indicadores utilizados para medir el crecimiento empresarial fueron: (1) Satisfacción de necesidades del mercado, (2) Importancia de exportación de productos, (3) Calidad de productos exportados, (4) Tamaño adecuado de la empresa, (5) Situación financiera, (6) Importancia de realizar proyecciones financieras, (7) Ubicación de la empresa, (8) Ubicación inicial en contraste con la actual y por último (9) Generación de nuevos empleos.

Haciendo uso de la tabla de hipótesis de 2 colas, (esto significa que no se conoce la dirección de la relación, puede ser negativa o positiva, sube una sube la otra, o sube una y baja la otra), se determinó el grado de correlación, donde se estableció el grado de asociación de las variables independientes hacia la dependiente, aplicando la prueba de Spearman, obteniendo un total de 625 datos, esto es una matriz de 25 por 25. Al contrastar los datos de la investigación:  $n$  que representa el número de empresas encuestadas y para esta investigación como se ha mencionado son 32 empresas y con un nivel de significancia de .05, que es el aplicable a investigaciones del área de ciencias sociales, se establece que el Rho crítico de tabla, (Tabla de valores críticos del coeficiente de correlación Spearman), le corresponde el valor (+ / -) 0.350, lo que quiere decir que cantidades por debajo de dicho indicador no tienen correlación estadísticamente significativa, debido a que el valor de Rho, calculado es menor al Rho crítico.

### **Correlación de competitividad y crecimiento empresarial.**

Se procede a analizar los 7 ítems de la competitividad y su grado de correlación, con los 9 ítems del crecimiento empresarial, arrojando la siguiente información: El indicador de investigación y desarrollo de nuevos productos y la vinculación con las instituciones de nivel superior para probar nuevos productos, (ítems que forman parte de la variable independiente de competitividad), no tienen correlación con la mayoría de los indicadores que analizan con el crecimiento empresarial. Así mismo el indicador de la importancia de la exportación de productos y la consideración de generación de nuevos empleos (variable dependiente de crecimiento empresarial), no tiene correlación alguna con ningún ítem de competitividad, esto es no tiene importancia significativa ni positiva ni negativamente. Por consiguiente se establece que los indicadores de competitividad se encuentran correlacionados con el crecimiento empresarial en un 67% en relación al 100% de sus indicadores. Por su parte al medir los indicadores de crecimiento empresarial con respecto a la competitividad, nos da por resultado que, dicha competitividad no existe una correlacionen su totalidad con el crecimiento empresarial, ya que de 63 datos obtenidos solo 28 de ellos muestran una correlación, lo cual permite tener 44.44% de predicción del comportamiento de las variables estudiadas, pero también es importante mencionar que esta correlación es positiva en todos ellos, lo que quiere decir que si los indicadores de competitividad incrementan, de igual forma lo hará el crecimiento empresarial.

### **Comprobación de hipótesis**

Después de haber realizado un análisis general de la correlación existente entre las variables independientes y dependientes, se procede a realizar la comprobación de hipótesis y está se realiza convirtiendo la hipótesis de trabajo en hipótesis estadísticas correlacionales.

Hipótesis de trabajo:

H1 El diseño de un modelo estratégico transversal coherente, permitirá que a mayor innovación y/o competitividad, mayor posibilidad de crecimiento empresarial en la PYME manufacturera de Cd. Sahagún, Hgo.

Quedando de la siguiente manera:

Hipótesis estadísticas correlacionales:

H1 La innovación y/o competitividad y están correlacionadas con el crecimiento empresarial.

La realización de la contrastación de hipótesis se puede aplicar 2 procedimientos:

1. A través del método de correlación de Spearman haciendo uso de variables compuestas.

2. A través de la correlación de variables de Spearman por bloques (este método es el más adecuado, debido a que la correlación es indicador por indicador)

Por ambos métodos la hipótesis se aceptó y al aceptar esta, se confirma la información obtenida en el marco teórico, de las observaciones directas por medio del instrumento de investigación, en relación a que existen indicadores tanto de competitividad como de innovación que generan crecimiento empresarial a la PYME, para la situación específica de Cd. Sahagún, Hgo. de manera general, esto es tomando todos los indicadores.

### **Indicadores que favorecen el crecimiento empresarial en relación a la competitividad.**

Acorde al estudio realizado es importante analizar a través de una matriz de doble entrada, los indicadores de la variable competitividad de acuerdo al grado de correlación ( $\rho$  crítico superior a .350), que tienen mayor correlación positiva en cada uno de los indicadores del crecimiento, esto es aquellos que si impactan el crecimiento empresarial de la PYME.

Los resultados arrojan que el indicador de investigación y desarrollo de nuevos procesos de la variable competitividad, no cuenta con ningún grado de correlación en ningún indicador de crecimiento empresarial, así como los indicadores de la variable crecimiento empresarial: Importancia de exportación de productos y la consideración de generación de nuevos empleos, con relación a los indicadores de competitividad, esto se debe a que a la PYME manufacturera de Cd. Sahagún, no muestran interés en estas áreas. Por otra parte los 6 indicadores restantes de competitividad, cuentan por lo menos en un indicador o más con un grado de correlación superior en relación a  $\rho$  crítico de .350, y siguiendo el análisis de Spearman, cuando el valor de correlación es cercano a la unidad indica que existe mayor grado de correlación. (Ver tabla núm. 2)

VARIABLE INDEPENDIENTE COMPETITIVA		INVESTIGACION Y DESARROLLO DE NUEVOS PROCESOS	NUEVOS SOFTWARE PARA LA PRODUCCIÓN	NUOVA MAQUINARIA DE TECNOLOGIA DE PUNTA	VINCULACION CON INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR PARA PROBAR NUEVOS PRODUCTOS	SITUACION AECONOMICA DE LA EMPRESA ACTUAL	SITUACION ORGANIZACIONAL ACTUAL	CONOCIMIENTO DE FUNCIONES Y OBLIGACIONES DE CADA GENTE
VARIABLE DEPENDIENTE "CRECIMIENTO EMPRESARIAL"	CONSIDERACION SATISFACCION NECES MERCADOS	-.209	.456	.541	.332	.486	.716	.462
	CONSIDERACION IMPORTANCIA DE EXPORTACIÓN PRODUCTOS	.180	.178	-.013	.198	.039	.254	-.142
	CONSIDERACION DE CALIDAD DE PRODUCTOS EXPORTADOS	.231	.509	.470	.294	.458	.394	.167
	TAMANO ADECUADO DE LA EMPRESA	.223	.215	.418	.173	.707	.567	.500
	CONSIDERACION SOBRE SITUACION FINANCIERA	-.198	.467	.643	.565	.549	.482	.476
	IMPORTANCIA DE REALIZAR PROYECCIONES FINANCIERAS	.210	.231	.285	.466	.221	.464	.095
	CONSIDERACION SOBRE LA UBICACION DE LA EMPRESA	.209	.268	.376	.431	.260	.400	.051
	CONSIDERACION SOBRE UBICACION INICIAL Y ACTUAL	.291	.148	.403	.327	.455	.362	.436
	CONSIDERACION GENERACION NUEVOS EMPLEOS	-.330	.289	.136	.160	.007	.066	-.316

Tabla 2 Indicadores de competitividad favorables para el crecimiento empresarial (Análisis estadístico inferencial)  
ANÁLISIS ESTADÍSTICO INFERENCIAL (PRUEBA DE SPEARMAN)  
Fuente: elaboración propia

Con base a los resultados obtenidos y con la finalidad de incrementar el crecimiento empresarial en la PYME manufacturera en Cd. Sahagún, y después de realizar un análisis de los coeficientes de correlación de los indicadores de la variable competitividad en relación a los indicadores de crecimiento empresarial, se decidió desechar 3 indicadores, (1 de la variable competitividad y 2 de la variable crecimiento empresarial), debido a que no existe grado de correlación entre ellas y dejar únicamente aquellos que cuentan con un coeficiente de correlación superior al rho crítico de .350 que de acuerdo a datos estadísticos es el indicador del grado de correlación positivo, que muestran que cuando el indicador es más cercano a la unidad mayor impacto tiene en relación al crecimiento empresarial.

Por lo tanto la propuesta para incrementar el crecimiento empresarial de la PYME manufacturera en Cd. Sahagún, las unidades económicas debe de trabajar en relación a la competitividad con:

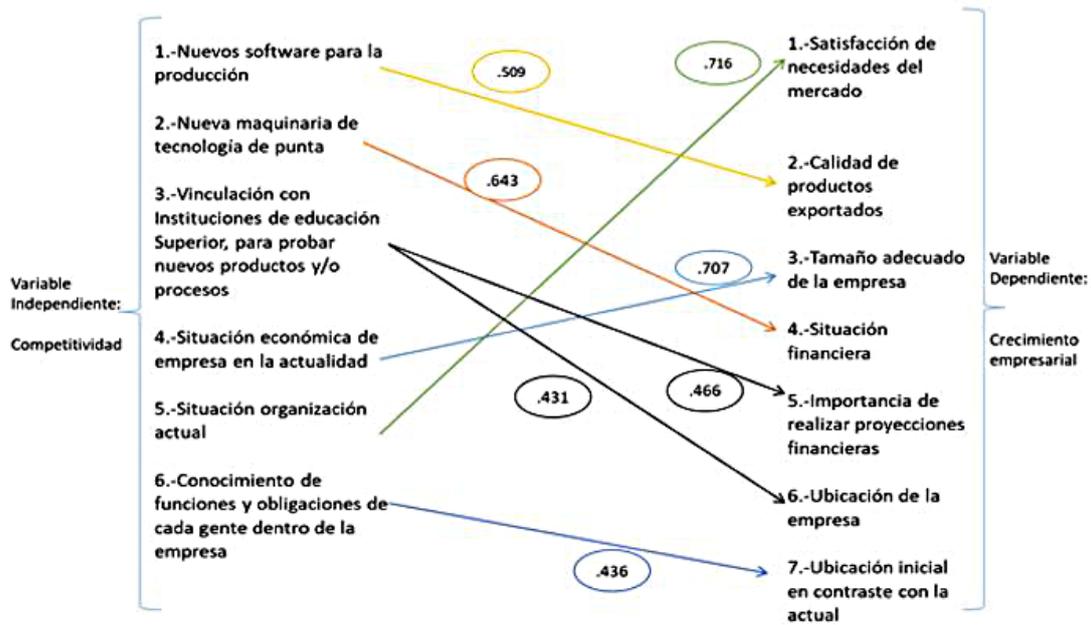


Diagrama 1 Coeficientes de correlación de la variable competitividad con la variable crecimiento empresarial

Competitividad en correlación con crecimiento empresarial

Fuente: Elaboración propia, según datos del sistema SSPS.

Lo que indica que solo 6 indicadores de competitividad están directamente correlacionados positivamente con 7 indicadores del crecimiento empresarial y en caso de disminuir estos, afectaría el negativamente el crecimiento de la PYME manufacturera, por mencionar un ejemplo: si disminuye la organización actual de la empresa, no podría satisfacer las necesidades y demandas del mercado, si disminuye la situación financiera de la empresa, tiende a disminuir su tamaño; si la empresa no invierte en nuevo software para la producción, se verá disminuida la calidad de sus productos para la exportación.

## Discusión

Para que una PYME manufacturera pueda ser competitiva en Cd. Sahagún, debe de trabajar con: La vinculación con instituciones de educación superior, que le permita actualizar sus procesos, sus sistemas, sus manuales de producción; así también mejorar sus sistemas administrativos y de toma de decisiones, organizar de manera adecuada su organigrama, sus manuales de procedimientos, de funciones y obligaciones de cada uno de los miembros que integran la organización; debe de apostarle a invertir en la adquisición de nuevo software y maquinaria de tecnología de punta, que le permita una producción de mejor calidad ya que en la actualidad los sistemas informáticos están revolucionando la industria; debe generar análisis de costos ocultos que le permitan mejorar su situación económica. Si las PYMES manufactureras trabajan con los indicadores de competitividad e innovación, alcanzaran un crecimiento empresarial esperado que permeara en todos los indicadores que se analizaron.

## Conclusiones

Al aplicar un instrumento de investigación a 32 empresas PYME del sector manufacturero, de la localidad de Cd. Sahagún, Hgo., cumpliendo las condicionantes de contar con 11 a 250 trabajadores y un periodo de vida de 5 años, son consideradas que han sobrepasado el periodo crítico de vida de una PYME, y han experimentado un crecimiento. Se hizo uso de la estadística inferencial por medio del método Spearman, se determinó el grado de asociación de la variable competitividad con la variable crecimiento empresarial, se llegó a la conclusión que existe un grado de correlación entre ambas variables de un 67% en relación al 100% de los indicadores analizados, pero cabe mencionar que aun cuando esta correlación no es total, esta es positiva para cada indicador, lo que quiere decir que si los indicadores de competitividad incrementan, de igual forma lo hará el crecimiento empresarial, es por ello que se puede establecer que la hipótesis de investigación y estadística correlacional, se acepta a través de la aplicación de los 2 procedimientos aplicados, comprobando así la teorías que existen indicadores que permiten medir tanto la competitividad como el crecimiento empresarial. Por lo tanto se determinaron que 6 indicadores de competitividad tienen influencia en los 9 del crecimiento empresarial, permitiendo la generación de un modelo que sirva a las empresas de la región para la toma de decisiones empresariales para impulsar su crecimiento.

## Referencias

- BANCOMEX (2014). Se difunden estadísticas detalladas sobre el micro, pequeñas y medianas empresas del país. Recuperado el 12 de mayo de 2016. De <https://www.bancomext.com/comunicados/14237>
- Blazquez, F., Dorta, J & Verona, M. (2006) Concepto, Perspectivas y Medidas del Crecimiento empresarial. Colombia. Cuadernos de Administración, Pontificia Universidad de Javeriana.
- Carrasco, A. (2005). La micro y pequeña empresa mexicana. Observatorio de la Economía Latinoamericana, (45), 11-19
- De la Cruz, Morales y Carrasco (2006). Determinación de la competitividad en la PYME Latinoamericana. Revista de investigación Institucional, pp. 3. Recuperado el 19 de marzo de 2017. De <http://www.alafec.unam.mx/docs/pymes.pdf>
- De la Rosa, A. (2000). La micro, pequeña y mediana empresa en México: sus saberes, mitos y problemática. Iztapalapa, (48), pp. 183-220
- INEGI (2012). Encuesta Industrial mensual
- Economipedia (2019). Pyme. Pequeña y mediana empresa. Recuperado el 18 de Septiembre de 2019. De <https://economipedia.com/definiciones/pyme.html>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2003) Metodología de la investigación. México, 3ra. Edición. Mc. Graw. Hill.
- Hernández, J. (2009). Políticas de Apoyo a la Internacionalización de las PYMES Mexicanas. Recuperado el 22 de enero de 2015, de [http://caterina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lni/hernandez\\_t\\_ja/capitulo3.pdf](http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/hernandez_t_ja/capitulo3.pdf)
- Martínez, E. (2003). La Competitividad de la empresa. Recuperado el 08 de marzo de 2017 de [www.azc.uam.mx/csh/economía/.../presentación\\_04\\_em.ppt](http://www.azc.uam.mx/csh/economía/.../presentación_04_em.ppt)
- Martínez, S. (2010). Competitividad, innovación y empresas de alto crecimiento en España. España. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Rubio A. y Aragón A. (2008). Recursos Estratégicos en las Pymes, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 17, núm. 1, pp. 103-126.
- Samaniego, J. (2018). Qué es una PYME. Concepto Europeo. Recuperado el 18 de Septiembre de 2019. De <https://hablemosdeempresas.com/pymes/que-es-una-pyme/>
- Zona económica (2019). Competitividad .Recuperado el 18 de Septiembre de 2019. De <https://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>

## **Artículo 4. Conciencia de la responsabilidad social como práctica cotidiana en las micro empresas: el caso del Municipio de Banderilla, Veracruz.**

*Awareness of social responsibility as a daily practice in micro-enterprises: the case of the Municipality of Banderilla, Veracruz*

*Arce Castro, Bertha Alicia; Bonilla Hernández, Nora María; García Banda, Agustín Jaime; Arroyo Grant, María Georgina.*

*Universidad Veracruzana.*

### **INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO**

*Historia del Artículo:*  
Recibido 01 de septiembre 2019  
Aceptado 01 de octubre 2019  
Disponible en línea  
01 de Mayo 2020

### **RESUMEN ABSTRACT**

La investigación se focaliza en las Mypime en el municipio de Banderilla, Veracruz, México, geográficamente conurbado con la capital del estado Xalapa, el objetivo: conocer si la responsabilidad social es práctica cotidiana en las micro empresas, se utilizaron parte de los ítems capturados de la encuesta diseñada por Relayn, para medir el efecto de la delincuencia y la corrupción en la micro y pequeña empresa de latino américa, utilizándose específicamente los apartados 35 RSC principios de la ISO 26000, 36: RCS Asuntos de la ISO 26000 y la tercera parte del instrumento intitulado Insumos del Sistema, en específico Recursos Humanos y Análisis del Mercado.

### **Palabras clave:**

Responsabilidad Social, ISO26000, Micro, Pequeña Empresa, Veracruz

### **Keywords:**

Social Responsibility, ISO26000, Micro, Small Business, Veracruz

The research focuses on the Mypime in the municipality of Banderilla, Veracruz, Mexico, geographically conurbed with the capital of the state Xalapa, the objective: to know if social responsibility is daily practice in micro-enterprises, some of the captured items of the survey designed by Relayn were used, to measure the effect of crime and corruption on the micro and small business of Latin America , using specifically paragraphs 35 CSR principles of ISO 26000, 36: RCS ISO 26000 Affairs and the third part of the instrument entitled System Inputs, specifically Human Resources and Market Analysis.

## **Introducción**

La norma ISO 26000 surge como respuesta a las inquietudes de la sociedad respecto al cómo evitar o minimizar el deterioro creciente del medio ambiente producto de las actividades del ser humano, así como propiciar el desarrollo sostenible y el bienestar de la sociedad, a través de un comportamiento ético y transparente, esta actitud se identifica como responsabilidad social.

La ISO 26000, aún en proceso de depuración, es un parámetro universalmente consensuado que ayuda a las organizaciones en el deber ser de la responsabilidad social, esto independientemente del tamaño, giro o sector. Esto es muy importante, porque toda empresa genera impacto en el ámbito social, económico y ambiental producto de sus decisiones y este se transmite a toda su cadena de valor. Por lo que es fundamental que en las políticas de la organización la responsabilidad de la empresa con la sociedad se contemple e institucionalicen, esta práctica garantiza y legitima el éxito de una gestión responsable. (Lerner, K., 2016).

En esta investigación se aborda el tema sobre la conciencia que los microempresarios del municipio de Banderilla, Veracruz, tienen sobre la responsabilidad social y su correlación al abordarla en la práctica cotidiana.

## Revisión de la Literatura

En el año 2001, ISO se comenzó a estudiar la necesidad de desarrollar una norma de responsabilidad social, surgiendo la norma ISO 26000. Esta es una norma internacional que ofrece una guía para integrar la responsabilidad social en todo tipo de organizaciones, con el fin de ayudarlas a contribuir al desarrollo sostenible. Esta no es una norma de sistema de gestión y no es certificable. La única norma certificable hasta la fecha es SA 8000, desarrollada por la Social Accountability International. Los cinco principios que conforman la Norma ISO 26000 son: Rendición de cuentas; Transparencia; Comportamiento ético; Respeto a los intereses de las partes interesadas y Respeto al principio de legalidad, que se plasman en 7 materias fundamentales que toda organización que declare la responsabilidad social deberá abordar: Gobernanza organizacional, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad. Toda organización que adopte estas políticas tendrán resultados reflejados en mayor competitividad, mejor reputación a nivel social, facilidad en atraer y retener colaboradores, clientes y usuarios, mantener la motivación, compromiso y productividad. (ISO 26000). La ISO 26,000 si bien no es de aplicación obligatoria, tiene la virtud de establecer el cómo deben hacerse las cosas y propiciar las mejores condiciones de desempeño de las empresas con sus trabajadores, con el medio, con los consumidores, con sus proveedores, con el gobierno y con ellas mismas. La responsabilidad social es una categoría muy popularizada, bastante aceptada e interiorizada por las empresas, pero al mismo tiempo, muy divergente en su conceptualización (Vásquez, 2011), entre algunas definiciones De la Cuesta y Valor (2003) afirman que la responsabilidad social es “el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medio ambiental y de derechos humanos”, en este sentido Villafañe (2004), coloca la responsabilidad social en una clara relación con sus grupos de interés, al considerar que la misma se puede entender como “el compromiso de una empresa de mantener un comportamiento corporativo autoexigente con todos sus grupos de interés”. No obstante, si bien existe concepciones claras del deber ser, la responsabilidad social se ve afectada por los intereses económicos, privilegiándose los costos de oportunidad y costo-beneficio, por encima del rol de los agentes privados en la sociedad desde una perspectiva sistémica. (De la Cruz et al.). La norma define siete materias fundamentales de la responsabilidad social, las cuales aborda con un enfoque holístico y de interdependencia: Participación activa y desarrollo de la comunidad, asuntos de los consumidores, prácticas justas de operación, medio ambiente, prácticas laborales, derechos humanos y gobernanza de la organización. (ISO 26000)

Participación activa y desarrollo de la comunidad: La ISO 26000 invita a considerar la Declaración de Copenhague, las Metas del Milenio y la Declaración de Río en Ambiente y Desarrollo como guías orientadoras de la participación en la comunidad. La norma pone de relieve los grandes problemas que afrontamos en el siglo XXI: pobreza, exclusión social, mortalidad infantil, deterioro del ambiente y la necesidad de trabajar en conjunto para superar estos problemas (ISO 26000).

Para contribuir con el desarrollo de la comunidad, la norma promueve seis áreas de acción: i) Participar en la mejora de la calidad de la educación y el acceso a ella por parte de los miembros de la comunidad, en especial las poblaciones vulnerables y los niños.

ii) Favorecer la generación de empleo por medio de decisiones de inversión, selección de tecnologías e identificación de oportunidades de negocio. iii) Propiciar el desarrollo de tecnologías que contribuyan a resolver problemas sociales y ambientales iv) Impulsar iniciativas que produzcan riqueza en la comunidad, con una adecuada distribución de esta. v) Participar, por parte de las organizaciones, en la promoción de estilos de vida saludables y en la prevención de enfermedades, y facilitar el acceso a servicios de salud públicos. vi) Propiciar que empresas e instituciones inviertan en proyectos de la comunidad relacionados con la educación, la cultura, el cuidado de la salud y la infraestructura. (D. Gómez, 2010). La participación de la comunidad en los procesos de toma de decisiones es muy importante e influye en la actuación de los gobernantes y del comportamiento del mercado, por lo tanto, su participación en la toma de decisiones puede considerarse, dependiendo del contexto, como un elemento dinamizador o amenazador de las normales prácticas urbanísticas o de ordenamiento territorial. En la actualidad, cada vez es más relevante la organización sustentada en los principios equidad, justicia, empoderamiento, participación y autodeterminación de los ciudadanos. (Alinsky, 1962; Chávez et ál., 2007; Freire, 1970; Wallerstein et ál., 2006)

**Asuntos de consumidores.** relación entre la empresa y los consumidores se sustenta en los siguientes principios: seguridad, privacidad, transparencia, apoyo a consumidores vulnerables, manejo quejas y protección al entorno; para velar por su cumplimiento existen acciones como las encabezadas por el Comité del Codex Alimentarius sobre Etiquetado de Alimentos (CCFL), en Ottawa, Canadá, las “piezas de lego” que facilitan la gestión digital por diseño de los procedimientos preservando la seguridad jurídica, las firmas electrónicas de persona, los sellos electrónicos de empresa, los sistemas de conservación digital de documentos electrónicos. (INZA. 2019), el 75% de las personas desconfían de la forma en que se comparten los datos se realizan investigaciones y averiguar qué es lo más importante para los consumidores al comprar dispositivos conectados y quién es responsable de una mejor privacidad y seguridad. (Consumers I, Internet, 2019).

**Derechos humanos.** Los derechos humanos, deben de ser respetados y reconocidos, por todas las organizaciones alrededor del planeta, su universalidad va más allá de las fronteras. Desafortunadamente aún existen países donde estos derechos no son reconocidos y se da abuso de las personas y trabajadores. Los derechos humanos son inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de raza, sexo, nacionalidad, origen étnico, lengua, religión o cualquier otra condición. Entre ellos se incluyen el derecho a la vida y a la libertad; a no estar sometido ni a esclavitud ni a torturas; a la libertad de opinión y de expresión; a la educación y al trabajo, entre otros muchos. Estos derechos corresponden a todas las personas, sin discriminación alguna. (ONU. 1948). Hoy es imposible plantearse una política de responsabilidad social empresarial (RSE) válida sin tener en cuenta los derechos humanos. Éstos no son algo ajeno a la empresa, sino que tienen que ver con las obligaciones jurídicas y el compromiso ético que todos los agentes políticos, sociales y económicos tienen con valores universales en el desarrollo cotidiano de sus actividades. (M. Prandi, 2009).

**Prácticas laborales.** Comprenden todas aquellas políticas y prácticas que están relacionadas con el trabajo en nombre de la organización, incluyendo le trabajo subcontratado, dentro de estas se encuentran: el reclutamiento y promoción de los trabajadores; procedimientos disciplinarios; transferencia y traslado de trabajadores; finalización de la relación de trabajo; formación y desarrollo de habilidades; salud; seguridad e higiene industrial, así como cualquier política o práctica afecte las condiciones de trabajo, en particular la jornada laboral y la remuneración.

Dichas prácticas incluyen también el reconocimiento de la organización de trabajadores y la representación y participación tanto de empleadores como de empleados en las negociaciones colectivas o en todos aquellos problemas sociales relacionados con el empleo. (Secretaría Central de ISO, 2010).

Las prácticas laborales y la responsabilidad social implican la creación de puestos de trabajo, los salarios y otras compensaciones que se pagan por el trabajo que se ha realizado, se encuentran entre las contribuciones económicas y sociales primordiales de una organización. El trabajo enriquecedor y productivo se considera un elemento esencial en el desarrollo humano; los niveles de vida mejoran gracias al pleno empleo y el empleo seguro. Las prácticas laborales socialmente responsables son esenciales para la justicia social, la estabilidad y la paz (OIT 2008)

**Medio Ambiente.** Tanto las decisiones como las actividades de las organizaciones indiscutiblemente generan un impacto en el medio ambiente. Éstas podrían estar asociados al uso que la organización hace de los recursos, la localización de las actividades de la organización, la generación de contaminación y residuos y los impactos de las actividades de la organización sobre los hábitats naturales. Para reducir sus impactos ambientales, las organizaciones deberían adoptar un enfoque integrado que considere la implicación directa e indirectas de carácter económico, social, de salud y ambiental de sus decisiones y actividades. (Secretaría Central de ISO, 2010). La sociedad hace frente a desafíos ambientales que incluyen, el agotamiento de los recursos naturales, la contaminación, el cambio climático, la destrucción de hábitat, la extinción de especies, el colapso de ecosistemas completos y la degradación de los asentamientos humanos y rurales. A medida que la población mundial crece el consumo aumenta, esto es una amenaza creciente para la seguridad humana, la salud y el bienestar de la sociedad. (Secretaría Central de ISO, 2010). Un aspecto importante de la responsabilidad social, es la responsabilidad ambiental, la cual es una condición previa tanto para la supervivencia como para la prosperidad de los seres humanos. La existencia de técnicas como lo es la ISO 14000 pueden ser utilizadas como marco de referencia para apoyar a una organización a abordar aspectos ambientales de forma sistémica y debería tenerse en cuenta al realizar evaluaciones del desempeño ambiental, la cuantificación y el informe de emisiones de gases de efecto invernadero, y en el diseño ambiental, el etiquetado ecológico y la contaminación ambiental. (Secretaría Central de ISO, 2010).

**Prácticas Justas de operación.** Las prácticas justas de operación hacen referencia a la conducta ética de una organización en sus transacciones con otras organizaciones. Incluyendo las relaciones que se establecen entre organizaciones y agencias gubernamentales, así como entre organizaciones y sus socios, proveedores, contratistas, clientes, competidores, y las asociaciones a las cuales pertenecen o son miembros (Secretaría Central de ISO, 2010). Los asuntos relacionados con esta práctica presentan aspectos de anticorrupción, participación política responsable, competencia justa, comportamiento socialmente responsable, relaciones con otras organizaciones y respeto a los derechos de la propiedad (Secretaría Central de ISO, 2010).

## **Metodología**

El diseño de la investigación es transversal, es decir, una recolección de datos en un tiempo determinado; el alcance es descriptivo – correlacional. Lo cual, tiene como objetivo indagar el nivel de una o más categorías, en el caso de este estudio, fue conocer la correlación entre algunos de estos constructos, a partir de un análisis sistémico.

El enfoque de la investigación es cuantitativo, ya que por medio de la recolección de datos se contrasta una hipótesis con base en la medición numérica y análisis estadístico (Hernández-Sampieri, Fernández & Baptista, 2014).

El instrumento de investigación fue diseñado para ser contestado en papel por el empresario o director de la organización (escala de Likert de 5 niveles), dando la opción a que los encuestadores pudieran leerlos y rellenarlos de acuerdo a la información proporcionada por la persona entrevistada. Los alumnos que participaron en el proyecto fueron responsables de capturar los datos en una plataforma, vía Internet, creada ex profeso. El instrumento de investigación para el análisis sistémico fue tomado de investigaciones previas de la red Relayn.

La muestra fue representativa con un nivel de confianza del 95%, para el municipio de Banderilla, Veracruz, contabilizando 194 empresas. La recopilación de la información fue llevada a cabo por alumnos capacitados, tanto en la aplicación del cuestionario como en la captura del mismo en una plataforma virtual. La información fue recabada del 13 de febrero al 10 de marzo del 2019. Cabe mencionar que, de varios rubros comerciales, el más representativo es el correspondiente al comercio al mayoreo y menudeo con un 43% de empresarios participantes, seguido de las industrias manufactureras con un 25% y finalmente, con un 5.6% de pymes encuestadas, están los servicios

de alojamiento y servicios de comida. El resto, tiene variantes como programación informática y consultoría, suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado, entre otros.

La hipótesis de investigación a contrastar se expone a continuación:

Hi: La responsabilidad social se práctica de forma cotidiana en las micro empresas del Municipio de Banderilla, Veracruz.

## **Resultados y Discusión**

Con la finalidad de conocer cuál es el grado de conciencia respecto de la responsabilidad social como práctica cotidiana en las micro empresas del Municipio de Banderilla, Veracruz, se les preguntó a los empresarios si conocen los principios de la ISO a través de los siguientes cuestionamientos, empleando la escala de Likert, las respuestas se muestran en las columnas de la Figura No 1 : ¿están dispuestos a responder ante la sociedad por el impacto de sus actividades?, la respuesta se muestra en la primera columna de la figura 1. Donde un 79.39% de los encuestados están de acuerdo. Asimismo, se les preguntó sobre si están dispuestos a dar a conocer sus actividades, particularmente las que pudieran impactar a la sociedad, el 78.35% contestó estar de acuerdo (columna 2), de la figura citada.

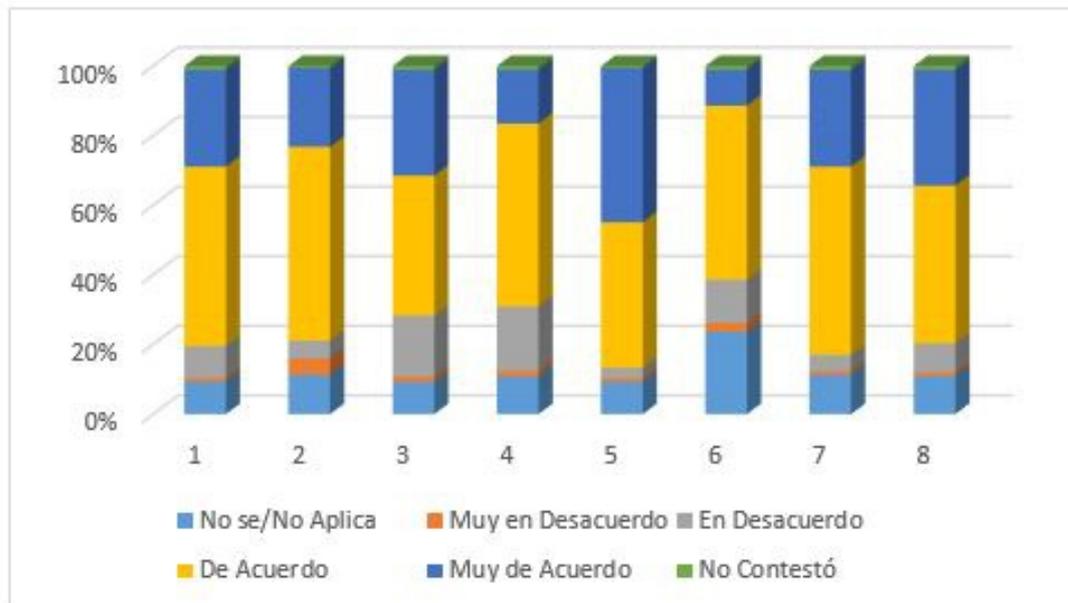


Figura 1. Gráfica acumulada sobre la conciencia respecto a los principios de Responsabilidad Social.

Fuente: Elaboración propia de la encuesta aplicada a empresarios

La columna número 3, responde al cuestionamiento ¿tienen reglas que promueven el comportamiento con ética? donde sumadas las respuestas muy de acuerdo y acuerdo, hacen un total del 70.60 %, En la siguiente columna el número 4 la respuesta a si ¿se interesan por los que pueden ser afectados por sus operaciones? el 86.8 % manifestaron estar de acuerdo, en la columna 5 se muestra que el 88.66% manifestaron que procuran acatar todo lo que las normas y leyes exigen. Asimismo, los resultados plasmados en la columna 6 expresan el grado de compromiso para respetar las normas de comportamiento internacional por el 85 % de los entrevistados.

La columna 7 muestra que el 78.96 % de los empresarios realizan esfuerzos para que los empleados se comporten socialmente responsables y en la columna número 8, se puede apreciar que el 77.84 % se consideran socialmente responsables.

La información que se presenta a continuación corresponde a la obtenida a través de preguntas elaboradas para conocer si el conocimiento declarado respecto a la responsabilidad social, se refleja en el cumplimiento de la norma a través de las siete materias fundamentales de la responsabilidad social, habiéndose encontrado los siguientes hallazgos:

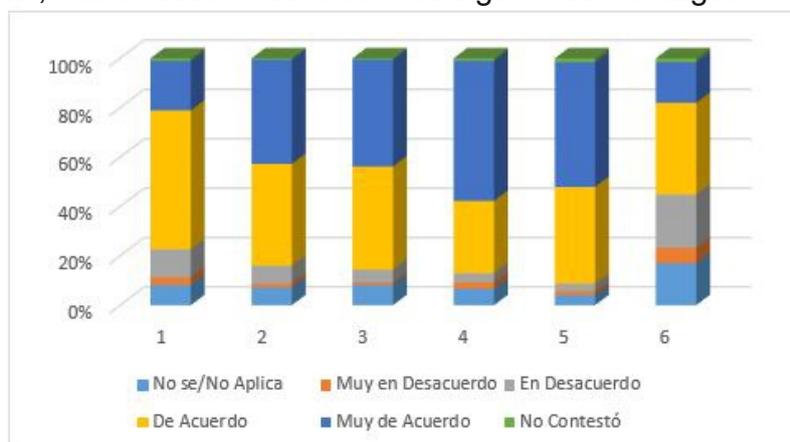


Figura 2. Gráfica acumulada sobre la aplicación práctica ISO 26000. Fuente: Elaboración propia de la encuesta aplicada a empresarios.

## Derechos humanos

Respecto a los derechos humanos, una de las siete materias fundamentales de la responsabilidad social, se encontró que el 76.29 % los empresarios entrevistados respondieron que tienen políticas y procedimientos diseñados para el respeto a los derechos humanos, así como los mecanismos para evitar complicidad en actos de agravio a los derechos civiles, políticos, económicos, sociales, culturales, discriminatorios y laborales, sólo el 14.43% dice no tenerlos. Lo anterior se muestra en la columna 1 de la figura 2.

### Participación activa de la organización y desarrollo de la comunidad

Como se puede apreciar en la figura 2, existe una discrepancia muy marcada en los datos de la columna 6, que corresponden a las preguntas ¿se promueven actividades de desarrollo comunitario con gente de la comunidad? ¿se preocupan por no provocar e incluso solucionar problemas sociales locales?, además de preferir proveedores locales que foráneos. Solo el 53.6% de los encuestados están de acuerdo, muy bajo del 80% manifestado en la columna 1 de la figura 1. Estas diferencias tienden a mover la correlación entre ambas dimensiones e indican que lo dicho en la dimensión Principios no se aplica al 100% en la aplicación práctica ISO 26000. La tabla 3 describe esta práctica con un coeficiente de correlación entre los principios y la aplicación de ISO 26000 con 0.665, esto considera una determinación  $r^{*2}$  del 44%.

Principios de ISO 26000 VS la aplicación práctica ISO 26000	
Coeficiente de correlación	= 0.665 Correlación directa
Determinación $r^{*2}$	= 44% (más de 20% existe relación, 44% indica relación media)

Tabla 3. Coeficiente de correlación de las dimensiones Principios y Asuntos de la ISO 26000

Fuente: Elaboración propia de la encuesta aplicada a empresarios

## Bienestar de los trabajadores

Otro aspecto no menos importante corresponde al cómo consideran Bienestar de los Trabajadores, donde se les preguntó a los encuestados si escuchan las necesidades de éstos, dan un ambiente seguro, acceso a servicios de salud y una vida personal balanceada. Para el 85 % es importante procurar el bienestar de los trabajadores, escuchando sus necesidades, dándoles un ambiente seguro, acceso a servicios de salud y una vida personal balanceada, esto se observa en la columna 3 de la figura 2.

Para obtener mayor información se establecieron cuatro variables: Var01: mejorar la productividad de los empleados, Var02: Evaluar la satisfacción laboral de los empleados Var03: Mejorar el bienestar de los empleados Var04: Pagar sueldos muy superiores a los de otras empresas de la zona, de las respuestas obtenidas se elaboró la tabla 4, que contrastan todas ellas con la correspondiente del estándar de calidad. Se puede observar que solo la Var01 y la Var03 tiene una relación media con un coeficiente de correlación de 0.451 y 0.486, respectivamente. Lo cual indica una discrepancia en alguno de los empresarios al ejecutar acciones en la vida laboral de los empleados. Cabe mencionar que, en la var04, no indica un salario inadecuado, sino es una comparativa con otras PYMES.

<b>Var01: mejorar la productividad de los empleados</b>		
Coefficiente de correlación	0.451	
Determinación r**2	20%	Relación media
<b>Var02: Evaluar la satisfacción laboral de los empleados</b>		
Coefficiente de correlación	0.322	
Determinación r**2	10%	Relación baja
<b>Var03: Mejorar el bienestar de los empleados</b>		
Coefficiente de correlación	0.486	
Determinación r**2	24%	Relación media
<b>Var04: Pagar sueldos muy superiores a los de otras empresas de la zona</b>		
Coefficiente de correlación	0.044	
Determinación r**2	0%	Relación nula

Tabla 4. Coeficiente de correlación Recursos Humanos vs Bienestar de los Trabajadores de ISO 26000

Fuente: Elaboración propia de la encuesta aplicada a empresarios

### Asuntos de consumidores.

Son responsables con sus clientes: Cuidan su confidencialidad, atienden sus quejas, comunican sin engaños la información que les interesan respecto a precios, costos, términos del servicio, contratos y ofrecen productos que son seguros (Columna 4 figura 2) En esta sección, se presentan porcentajes procesados de las frecuencias absolutas del conjunto de actividades donde los empresarios usan métodos eficaces que evalúen y den a conocer precios, calidad de productos, necesidades y operaciones de la competencia en beneficio de los clientes y la empresa. En la tabla 4, se puede observar que un 69.9% de los encuestados utilizan estos procedimientos para evaluar los precios de los productos y/o servicios y precisar que tan adecuados son. Asimismo, un 46.4% realiza actividades para detectar las fortalezas y debilidades de la competencia, vea la variable Var4e. Un bajo porcentaje se puede detectar cuando se les preguntó si hacen comparaciones frecuentes de los resultados de sus empresas con otras del mismo giro comercial. Es importante observar la variable de responsabilidad con los clientes que presenta casi un 80% contra la variable Var4d que especifica un 66%, indicando una diferencia, donde algunos empresarios no aplican sus métodos propuestos dentro de la calidad que confirman en la dimensión de Asuntos ISO 26000.

Asuntos de consumidores.	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo	No se/No Aplica	no contestó
Var4a Evaluación de precios	20.6%	44.3%	26.8%	2.6%	5.2%	0.5%
Var4b Evaluar calidad de productos	26.8%	56.2%	12.9%	0.5%	3.1%	0.5%
Var4c Conocer a los clientes y necesidades	27.3%	46.4%	21.1%	0.5%	4.1%	0.5%
Var4d Evaluar atención a clientes	23.2%	42.8%	30.4%	0.5%	2.1%	1.0%
Var4e Detectar fortalezas y debilidades de la competencia	13.9%	32.5%	36.6%	8.2%	7.2%	1.5%
Var4f Comparar resultados con otras empresas	12.4%	35.1%	30.9%	13.4%	7.2%	1.0%
Var4g Facilidad de creación de otras empresas similares	28.4%	43.3%	17.0%	4.1%	6.2%	1.0%
Var4h Facilidad de suplir productos similares	24.7%	50.5%	13.9%	5.7%	3.6%	1.5%
Var4i seguimiento a acciones de la competencia	20.1%	30.4%	22.7%	12.9%	11.9%	2.1%
<b>Asuntos ISO 26000 Variable:</b>						
Responsable con los clientes	50.5%	39.2%	3.1%	1.5%	4.1%	1.5%

Tabla 4. Frecuencias relacionadas con un análisis de mercado en las empresas vs la variable responsabilidad con los clientes

Fuente: Elaboración propia de la encuesta aplicada a empresarios

## Medio Ambiente

A los encuestados se les pregunta ¿procuran prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan en el medio ambiente, y procuran reciclar y cuidar el medio ambiente un 83.51% están de acuerdo, porcentaje bastante alto y que expresa en la Figura 2 columna 2 Es notorio que los empresarios expresan su sentir y aplicación de actividades sustentables a favor del medio ambiente. Puede observarse en la figura 5 que los encuestados expresan un 79.39% en responder ante la sociedad por el impacto de sus actividades y de forma casi similar dan un 83.51% en prevenir la contaminación y la producción de desechos que pueden impactar en el medio ambiente, asimismo comentan que procuran reciclar.

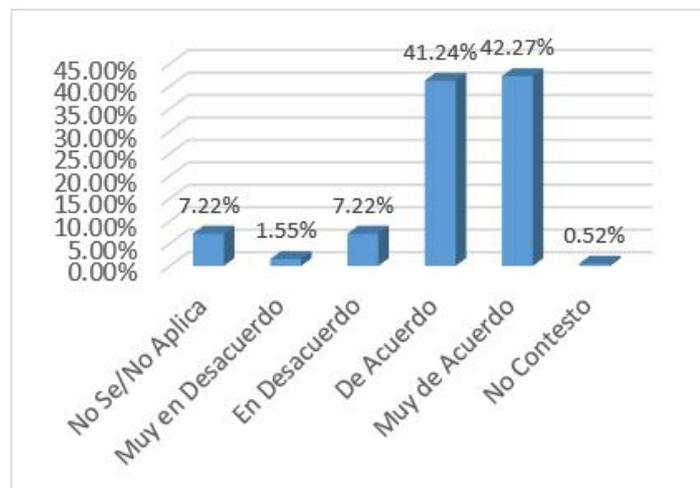
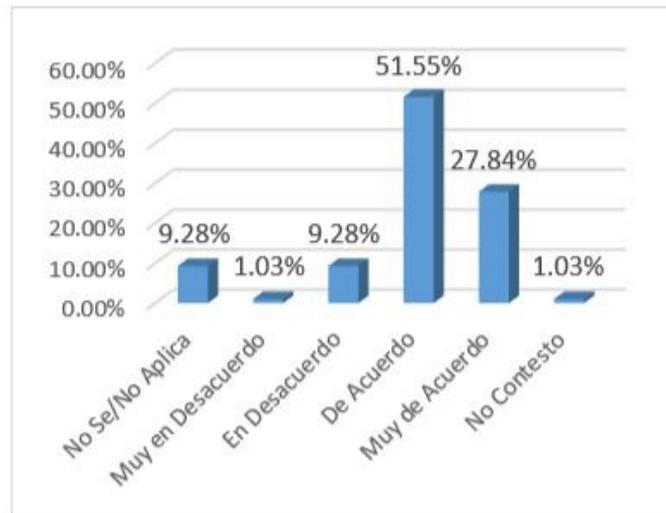


Figura 5. Gráfica a) Responder ante la sociedad por el impacto de actividades, b) Prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan en el medio ambiente. Fuente: Elaboración propia de la encuesta aplicada a empresarios

## Conflictos internos

Es importante identificar el nivel de conflictos internos en las empresas estudiadas en la zona de Banderilla, como parte de prácticas laborales. Como se presenta en la figura 5, donde la existencia de armonía dentro de la empresa y amistad entre las personas de laboran suman mas de un 90% y un 85%, respectivamente. En contraste, las peleas sobre quién debe hacer algún trabajo y las tensiones entre personas son bajas con un 15% en promedio. Es necesario, un análisis exhaustivo para corregir dichas anomalías

	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo	No se/No Aplica	no contestó
Var5a Armonía	47.9%	48.5%	2.1%	0.0%	0.0%	1.5%
Var5b Peleas por el control	6.2%	7.2%	28.4%	38.1%	18.6%	1.5%
Var5c Diferencias de opinión	6.7%	21.1%	23.7%	32.0%	15.5%	1.0%
Var5d Tensiones	6.2%	11.3%	29.9%	34.0%	17.0%	1.5%
Var5e Apoyan ideas	11.9%	57.7%	18.0%	3.6%	7.2%	1.5%
Var5f Choque entre grupos	4.6%	9.8%	25.3%	37.1%	22.2%	1.0%
Var5g Amistad	43.3%	42.8%	4.1%	1.0%	5.2%	3.6%
Var5h Sentimiento de "nosotros"	26.8%	53.1%	4.1%	1.0%	10.8%	4.1%

*Tabla 5. Respuesta a los conflictos internos en la empresa  
Fuente: Elaboración propia de la encuesta aplicada a empresarios*

### Gobernanza en acciones concretas

Evitan involucrarse en malas prácticas como en sobornos, corrupción, piratería o competencia desleal y tampoco la permiten en sus clientes y proveedores (columna 5, figura2). Las decisiones de nuestros clientes, repercute en las finanzas de las PYMES, por ello, una nueva gobernanza en acciones concretas en un punto a considerar hoy en día en nuestras transacciones. Como se puede observar en la tabla 6, la mayoría y con un promedio del 80% de las ventas son a su barrio y su ciudad, con un promedio que supera el 50% según los encuestados hacen ventas a otras poblaciones u otras empresas. Es relevante observar que un 48.9% están en desacuerdo de vender al extranjero. Dentro de la dimensión Principios ISO 26000, específicamente en la variable donde se les pregunta si hacen acciones concretas, que son socialmente responsables, los encuestados expresan un 77.8%. Por otro lado, en la dimensión Asuntos de ISO 26000, en la variable que expresa lo siguiente: 1) promueven actividades de desarrollo comunitario con gente de la comunidad en donde se encuentra ubicada, 2) se preocupan por no provocar e incluso solucionar problemas sociales locales y 3) prefieren proveedores locales que foráneos. Los empresarios responden con un 53.6%.

	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo	No se/No Aplica	no contestó
Var6a Importancia de ventas a clientes del barrio	33.5%	46.4%	13.9%	2.6%	2.1%	1.5%
Var6b: A clientes de la ciudad	37.6%	50.5%	7.7%	1.0%	1.0%	2.1%
Var6c: A otras poblaciones	23.7%	41.2%	18.6%	7.7%	6.2%	2.6%
Var6d: Ventas al extranjero	6.2%	15.5%	24.7%	24.2%	27.3%	2.1%
Var6e: A otras empresas	19.1%	34.5%	13.9%	8.8%	21.6%	2.1%
Var6f: Ventas al gobierno	12.4%	18.6%	24.7%	16.0%	26.8%	1.5%
Acciones Concretas	33.0%	44.8%	8.2%	2.1%	10.8%	1.0%
Desarrollo Comunitario	16.5%	37.1%	21.6%	6.2%	17.0%	1.5%

*Tabla 6. Porcentajes que representan la importancia del Ámbito de Ventas versus las Acciones concretas y el desarrollo comunitario  
Fuente: Elaboración propia de la encuesta aplicada a empresarios*

## Conclusiones

Como se aprecia en el resultado del primer bloque de cuestionamientos, respecto al grado de conocimiento que sobre responsabilidad social tienen, la mayoría de los empresarios manifiestan conocer y ser socialmente responsables, dato que se aprecia en la Figura 1.

En el segundo bloque, referente al cumplimiento de la norma a través de las siete materias fundamentales de la responsabilidad social se puede afirmar que los encuestados de acuerdo a pregunta específica cumplen con la norma, aunque habría que constatar hasta qué punto los resultados se aplican a la práctica, ya que en preguntas de sondeo, se encontró con una discrepancia entre la manera conceptual y la práctica respecto a los principios de la ISO 26000, resultado que afecta la correlación entre el deber ser y hacer, si bien se puede afirmar que se da una relación media con un determinante  $r^2$  igual al 44 %.

La discrepancia es más notoria en la columna acumulada número 6, de la figura 2, donde la respuesta respecto a la participación activa y desarrollo de la comunidad difiere de lo declarado como deseo de participación de los entrevistados (80 %) con un 53.6% que efectivamente lo hacen.

### Limitaciones

Esta investigación es solo una muestra y carece de mayores criterios que confirmen o desechen si la norma ISO 26,000 sería factible implementarla, por lo que se requiere investigación de mayor profundidad y cobertura.

## Referencias

- Alinsky SD (1962) Citizen participation and community organization in planning and urban renewal. Chicago: Industrial Areas Foundation.
- Chávez V, Minkler M, Wallerstein N, Spencer MS. (2007). Community organizing for health and social justice En: Cohen L, Chávez V, Chehimi S (redactores). Prevention is primary: strategies for community well-being (Primera edición, págs 95-120) San Francisco: John Wiley y Sons
- Daira Gómez : Participación y desarrollo de la comunidad. La guía que brinda la ISO 26000. Éxito Empresarial / No. 118, 2010
- De la Cuesta, M. y Valor C. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. Boletín Económico de ICE, nº 2755, p. 7-19.
- Etiquetado de Alimentos, 2019. <https://es.consumersinternational.org/>
- Consumers I, Internet, 2019 : <https://es.consumersinternational.org/what-we-do/digital/internet-of-things/>
- Fracasso, Liliana (2000). Planificación comunitaria y participación en los procesos de decisión: categorías de análisis y argumentos. Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales
- INZA, 2019: <https://inza.wordpress.com/2019/04/28/digital-por-diseno/>
- ISO 26000: Principios <https://www.globalstd.com/certificacion/responsabilidad-social>
- Karina Lerner Heilbraun. La súper ISO 26000 parte I: Qué y para qué <https://www.piensaprofuturo.com/articulo/la-super-iso-26000-parte-i-que-y-para-que-56>
- ONU. (1948) Carta de las Naciones Unidas y en la Declaración Universal de los Derechos Humanos <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/index.html>
- ONU. (2016) <https://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CESCR.aspx>
- Universidad de Barcelona [ISSN 1138-9796]. Nº 216, 8 de marzo de 2000
- Organización Internacional del Trabajo (OIT): Declaración de la OIT sobre las justicia social para una globalización equitativa 2008. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/genericdocument/wcms\\_371206.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/genericdocument/wcms_371206.pdf)

Organización y la responsabilidad social: <https://www.globalstd.com/networks/blog/guia-iso-26000-responsabilidad-social>

Prandi, María (2009) Los derechos humanos en la empresa: ¿qué son y para qué sirven? DEBATES IESA Volumen XIV Número 4 [https://www.fundacionhenrydunant.org/images/stories/biblioteca/derechos\\_humanos\\_empresa/nuevo/QL-gNggLLnz.pdf](https://www.fundacionhenrydunant.org/images/stories/biblioteca/derechos_humanos_empresa/nuevo/QL-gNggLLnz.pdf)

Secretaria Central de ISO (2010). Norma Internacional Traducción oficial Guía de responsabilidad social. <http://americalatina genera.org/newsite/images/U4ISO26000.pdf>

Vásquez, O. (2011). Responsabilidad social empresarial: matices conceptuales. Lan Harremanak. Revista de Relaciones Laborales, (14).

Villafañe J. (2004). La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas, 1ra. Edición, Pirámide, Madrid.