



**TECNOLÓGICO NACIONAL
DE MÉXICO**



SEP
SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CELAYA
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

**“Modelo de responsabilidad social empresarial,
aplicado a las MIPyMES de alimentos.”**

-TÉSIS-

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

**PRESENTA:
DÁNAE JUÁREZ LÓPEZ**

**DIRECTOR DE TESIS:
DRA. MA. TERESA DE LA GARZA CARRANZA**

**CODIRECTOR DE TESIS:
DR. JORGE ARMANDO LÓPEZ LEMÚS**

CELAYA, GTO.

NOVIEMBRE, 2019



“2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata”

Celaya, Gto.,

20/noviembre/2019

DEPTO. DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
POSGRADO EN ADMINISTRACIÓN
OFICIO-CIRCULAR No. CEA/PA 053/2019
ASUNTO: Autorización de Impresión.

M.C. JOSÉ DE JESÚS MORALES QUINTERO
JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
PRESENTE

Comunicamos a usted, que de acuerdo con a la convocatoria hecha por esta Jefatura a su digno cargo, se determinó aprobar la impresión del Proyecto de Tesis de Maestría, titulado:

“MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, APLICADO A LAS MIPyMES DE ALIMENTOS”

Que para obtener el Grado de:

Maestra en Gestión Administrativa

Presenta:

Dánae Juárez López

Lo que comunicamos a Usted, para los efectos consiguientes.

ATENTAMENTE

La técnica por un México mejor®



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
en Celaya

DRA. MARÍA TERESA DE LA GARZA CARRANZA
Presidente

ÁREA DE POSGRADO
EN ADMINISTRACIÓN

EUGENIO GUZMÁN SORIA
Secretario

DR. JOSÉ PORFIRIO GONZÁLEZ FARÍAS
Vocal

DR. DANIEL HERNÁNDEZ SOTO
Vocal Suplente

JPCG/lemd.





EDUCACIÓN

SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
en Celaya

"2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata"

Celaya, Gto., a **20/noviembre/2019**
DEPTO. DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
POSGRADO EN ADMINISTRACIÓN
OFICIO-CIRCULAR No. CEA/PA 052/2019
ASUNTO: Liberación de Tesis.

DR. JOSÉ LÓPEZ MUÑOZ
DIRECTOR
PRESENTE

Por este conducto me permito comunicarle que el (la) C. Dánae Juárez López, ha terminado satisfactoriamente la realización de su Proyecto de Tesis titulado: "MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, APLICADO A LAS MIPyMES DE ALIMENTOS"; con el cual cubre el total de los créditos marcados en el plan de estudios de la Maestría en Gestión Administrativa, por lo tanto, puede seguir adelante con los trámites legales que procedan.

Sin otro particular reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE

La técnica por un México mejor

DRA. MARÍA TERESA DE LA GARZA CARRANZA
DOCTORA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
DIRECTOR DE TESIS

C.c.p. Depto. Servicios Escolares
Expediente

JPGF/lemd.



EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO
en Celaya

AREA DE POSGRADO
EN ADMINISTRACION



AGRADECIMIENTOS

A mis asesores de tesis. Dra. María Teresa de la Garza Carranza, Dr. Eugenio Guzmán Soria, Dr. José Porfirio González Farias, Dr. Jorge López Lemus, por su infinita paciencia, apoyo, confianza y consejos, para la realización de este trabajo porque siempre han estado ahí cuando las dudas eran inmensas y los errores “garrafales” siempre ahí. Gracias por toda su ayuda y amistad durante este tiempo.

Al personal del Instituto **Tecnológico de Celaya** por su ayuda y buena disposición.

A mi familia: Mi mamá, Vic, mi abuelita pequeñita, mis hermanos, Mi Feli, y mi pequeño Ik quienes han sido una enorme motivación y me han acompañado durante toda esta travesía.

Al **Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT-México)** por el apoyo para realizar el presente trabajo.

RESUMEN

El presente estudio cualitativo analiza la frecuencia de actividades que las empresas del giro alimenticio, adoptan dentro de su organización con base en la norma de responsabilidad social ISO26000:2010. El objetivo es determinar las principales acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que se implementan, así como la frecuencia de las mismas, con la finalidad de generar un modelo accesible a las empresas en crecimiento.

El estudio se enfoca en la RSE de 3 empresas de alimentos y una microempresa en expansión de la ciudad de Celaya-Guanajuato-México. Los resultados muestran que las empresas con el distintivo RSE, implementan actividades de RSE enfocándose principalmente a acciones relacionadas a fomentar la calidad laboral, al ámbito medioambiental y a la mercadotecnia social.

También se generan conclusiones respecto a los factores que determinan el comportamiento responsable, siendo la consciencia social la variable que resulta significativa junto con la percepción del empresario respecto los beneficios de la RSE. Así mismo, se obtuvieron resultados importantes en relación a las barreras del comportamiento responsable, especialmente en lo concerniente a las dificultades financieras. Se presentan las implicaciones del estudio a través de un modelo sintetizado de la norma ISO 26000:2010 para los investigadores, el sector empresarial y el sector público.

Palabras clave: Responsabilidad social, Certificación, Distintivo RSE, MIPyMES

ABSTRACT

This qualitative study analyzes the frequency of activities that companies in the food business adopt within their organization based on the social responsibility standard ISO26000: 2010. The objective is to determine the main Corporate Social Responsibility (CSR) actions that are implemented, as well as their frequency, in order to generate a model accessible to growing companies.

The study focuses on the CSR of 3 food companies and an expanding microenterprise in the city of Celaya-Guanajuato-Mexico. The results show that companies with the CSR badge, implement CSR activities focusing mainly on actions related to promoting quality of work, the environment and social marketing.

Conclusions are also generated regarding the factors that determine responsible behavior, with social awareness being the variable that is significant along with the perception of the entrepreneur regarding the benefits of CSR. Likewise, important results were obtained in relation to the barriers of responsible behavior, especially with regard to financial difficulties. The implications of the study are presented through a synthesized model of the ISO 26000: 2010 standard for researchers, the business sector and the public sector.

Keywords: *Social responsibility, Certification, CSR Distinctive, MSMEs*

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| AGRADECIMIENTOS..... | i |
| RESUMEN | iv |
| ABSTRACT | v |
| ÍNDICE..... | vi |
| ÍNDICE DE FIGURAS | ix |
| ÍNDICE DE GRÁFICAS..... | x |
| ÍNDICE DE CUADROS | xi |
| CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1.1. Antecedentes | 3 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 5 |
| 1.4. Justificación | 7 |
| 1.5. Objetivos | 8 |
| CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO | 9 |
| 2.1. Marco de referencia contextual..... | 9 |
| 2.2. Fundamentación teórica | 5 |
| 2.2.1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Enfoques teóricos. | 5 |
| 2.2.2. Los diez principios. | 7 |
| 2.2.3. Principales características de la RSE. | 8 |
| 2.2.4. Ventajas de la RSC para las empresas mexicanas. | 9 |
| 2.2.5. Panorama de la RSC en México..... | 12 |
| 2.2.6. El nivel de madurez de la responsabilidad social en México..... | 14 |
| 2.2.7. Distintivo Empresa Socialmente Responsable (por sus siglas RSE)..... | 16 |

| | | |
|--|---|----|
| 2.2.8. | Empresas con Responsabilidad Social establecida en México | 17 |
| 2.1.1. | RSC como estrategia competitiva en el sector alimenticio | 20 |
| 2.1.2. | MIPYMES en México..... | 24 |
| 2.1.3. | Importancia de las MIPyMES en la Economía. | 26 |
| 2.1.4. | Empresas alimenticias en Guanajuato..... | 27 |
| 2.1.5. | El sector alimenticio en Guanajuato y su relación con la RSC..... | 28 |
| 2.1.6. | NORMA ISO-26000:2010 | 34 |
| 2.1.7. | Medición de la responsabilidad social, con base en la norma ISO 26000 | 36 |
| 2.1.8. | NOM- SA- 8000 Condiciones de trabajo..... | 37 |
| 2.1.9. | NOM SGE-21. Gestión ética y Socialmente Responsable..... | 38 |
| CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA..... | | 42 |
| 3.1. | Tipo de estudio..... | 42 |
| 3.2. | Plan estratégico de la investigación. | 42 |
| 3.3. | Matriz cualitativa de análisis..... | 46 |
| 3.4. | Hipótesis..... | 47 |
| 3.5. | Diseño de la muestra | 48 |
| 3.6. | Instrumentos de evaluación..... | 49 |
| 3.7. | Procedimientos estadísticos | 51 |
| CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS | | 55 |
| 4.1. | Frecuencia de actividades que realizan las empresas que cuentan con el distintivo ESR. | 57 |
| 4.2. | Acciones que realizan las MIPYME de alimentos en materia de Responsabilidad Social..... | 58 |
| 4.3. | Relación de actividades preponderantes para cada variable establecida..... | 63 |
| 4.4. | Modelo propuesto de Responsabilidad Social Corporativa | 67 |
| CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | | 71 |
| 5.1. | Conclusiones | 71 |

5.2. Recomendaciones..... 73

6. REFERENCIAS 74

viii. ANEXOS 80

-

ÍNDICE DE FIGURAS

| Figura | Página |
|---|---------------|
| 1. Logo mexicano de Empresa Socialmente Responsable. | 17 |
| 2. México: Relación de empresas con distintivo RSE, 2013. | 20 |
| 3. México: Responsabilidad social en empresas alimenticias..... | 29 |
| 4. Principios de la responsabilidad social de acuerdo con la norma ISO 26000..... | 36 |
| 5. Matriz cualitativa de análisis..... | 46 |

ÍNDICE DE GRÁFICAS

| Gráfica | Página |
|--|---------------|
| 1. México: Nivel de importancia y madurez en que se encuentra la Responsabilidad Social en su organización 2013..... | 14 |
| 2. Principales sectores que realizan prácticas laborales..... | 16 |
| 3. México: Empresas que han obtenido el Distintivo RSE, 2001 – 2013..... | 18 |

ÍNDICE DE CUADROS

| Cuadro | Página |
|---|---------------|
| 1. Características de los diez principios del Pacto Mundial. | 8 |
| 2. Principales beneficios de la RSE en distintos ámbitos. | 11 |
| 3. México: Empresas con el distintivo ESR, 2014. | 19 |
| 4. México: Relación de la RSE con la edad de la organización, 2011. | 23 |
| 5. México: Grupos de interés que mayor influencia tienen en la estrategia de RSE, 2011. | 24 |
| 6. México: Tamaño por sector de las empresas comerciales, 2015. | 25 |
| 7. México: Tamaño por sector de las empresas comerciales, 2015. | 26 |
| 8. Guanajuato: Contribución económica por sub-rama de la industria alimentaria, 2010. | 30 |
| 9. Capítulos de la norma ISO 26000. | 35 |
| 10. Estrategia de la investigación. | 43 |
| 11. Datos generales de la población de estudio. | 49 |
| 12. Estructura del instrumento de evaluación. | 50 |
| 13. Recopilación de actividades que realizan las empresas que cuentan con el distintivo ESR en materia de responsabilidad social empresarial, Frecuencia en que realizan la actividad, porcentaje (%) de frecuencia. | 55 |
| 14. Recopilación de actividades que realizan las empresas objetivo ESR en materia de responsabilidad social empresarial, porcentaje (%) de frecuencia. | 60 |
| 15. Actividades para cada indicador. | 66 |
| 16. Modelo propuesto de Responsabilidad Social Empresarial. | 68 |

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social corporativa, también llamada responsabilidad social empresarial (por sus siglas RSE), se define como *“La contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido, mediante la contribución al desarrollo humano sostenible a través del compromiso y la confianza de los miembros que integran una organización”* (Gonzalez, 2015 p. 28). Dado que el bienestar social es también un reto de las multinacionales deben cumplir dentro de sus objetivos, (Solis, 2015) la metodología actual debe abarcar entre otras cosas la producción, la sociedad, y la responsabilidad medio ambiental, entre otros factores, con la finalidad de general propuestas de valor que realcen la calidad de vida de la comunidad, la organización, sus allegados y su entorno.

La responsabilidad social, medible, a través de distintos sistemas de control específicos, como lineamientos, buenas prácticas operacionales, rendición de cuentas y normativas internacionales, como la ISO 26000, es aplicable a todo tipo de empresas.

Dado que el desarrollo sostenible se ha convertido en un tema de interés mundial, la Responsabilidad Social Empresarial es una corriente en auge, sin embargo, en México no se ha logrado el esfuerzo necesario que permita tener los resultados deseados y como prueba de ello es que, aproximadamente, de las 4,048,543 empresas en México (ENAPROCE, 2015; INEGI, 2016) sólo 1354 de las empresas establecidas en el país ostentan el Distintivo RSE 2013 (EXPOK, 2016).

Es imperante el trabajo continuo, en pro de la RSC, sin embargo, y debido al grado de madurez de la sociedad mexicana, no basta con dejar en un nivel de voluntariedad las prácticas de responsabilidad corporativa, un factor clave para el éxito en este tema es la legislación, crear leyes que exijan su cumplimiento y penalicen su inobservancia, tal vez sea solo al inicio, hasta que se logre la sensibilización efectiva en el tema, o quizás hasta que aparezca una nueva corriente de pensamiento que se ajuste más a las necesidades reales de las compañías y a las de la sociedad.

A pesar que la Responsabilidad Social Empresarial ha cobrado importancia en nuestro país, desde ya hace varios años, no existen estudios que permitan conocer su grado de integración en la cadena alimentaria.

El presente trabajo, describe las acciones y la frecuencia que las empresas del ramo alimenticio de Celaya, emplean, con la finalidad de cumplir con un sistema de responsabilidad social empresarial, capaz de ejercer una metodología de control y cultura de prevención en el ámbito social, ambiental, y económico de la organización y su entorno. Se considera relevante identificar el fenómeno de la influencia entre los empresarios y directivos y sus colaboradores y cómo se va incorporando la RSE a la estrategia empresarial, tomando en cuenta la dimensión de la empresa; es importante también comprender qué situaciones son determinantes para la incorporación de buenas prácticas de RSE en el contexto específico de las empresas, a diferencia de otras que ni siquiera saben que existe esta opción de compromiso con la sociedad. Del mismo modo, el conocimiento de herramientas informativas de aplicación, para la correcta implementación de RS, son descritas, con la finalidad de conocer las alternativas viables de procedimientos sustentables de responsabilidad social.

Así mismo, se identifican las razones principales, por las que las empresas usualmente no implementan programas de RSC, en sus organizaciones.

Finalmente se identifican las características de las empresas que ya cuentan con el distintivo de responsabilidad social, con la finalidad de entender que propuestas aplicables llevan, para el mejoramiento de su organización y cuáles de ellas, pueden mejorarse, rediseñarse, de ser necesario, y tomarse como ejemplo para empresas en proceso de RS.

1.1. Antecedentes

Actualmente, Guanajuato, cuenta con 222, 969 establecimientos, 5.3% del total del país, de los cuales, el 31% corresponde a empresa de giro alimenticio (INEGI, 2009).

A pesar de que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en la industria alimenticia, es aún poco implementada, está se ha incrementado durante los últimos años, debido a que las empresa de manufactura alimenticia poseen un amplio rango de participación en el sector comercial y su importancia radica en la participación a nivel nacional del 25.9% de la población económicamente activa (INEGI, Foro consultivo Científico y Tecnológico, 2006) además que el estado de Guanajuato se ubica en el séptimo lugar a nivel nacional en términos de unidades económicas y personal activo. Salazar en 2013, identificó que las empresas alimenticias, con mayor prevalencia en el sector de RSE, son aquellas, que han logrado permanecer más años en el mercado debido a que las estrategias que implementan generan valor agregado y son preferibles por el consumidor.

Sin embargo a pesar de que algunas empresas en Guanajuato tienen prácticas ejemplares de RSE, estas pertenecen a la minoría, por ejemplo solo el 20% de las empresas de la muestra de la encuesta Estrategias Institucionales en la Economía Basada en el Conocimiento (por sus siglas EIEBAC), cuentan con presupuesto destinado al cuidado del medio ambiente; (Martínez, 2010; Sotelo, B. J. Jesús, y Durán G. Ma. Socorro, 2017) esto revela la importancia de que más empresas se sumen a este compromiso; *“Los estudios demuestran que las PYMES mexicanas, como en los otros países de Latinoamérica, tienen un entorno propicio para la integración de la responsabilidad social con un ambiente de interdependencia, solidaridad y cooperación, que demuestran una identidad colectiva”* (PROCEI, 2012 p. 2).

Sotelo, J. y García, J. en 2013, identificaron las mejores prácticas en empresas en León y México, y sus hallazgos revelaron que las empresas grandes aplican una metodología formal de RSE especialmente hacia sus colaboradores, teniendo una filosofía que las inspira; en cambio, las empresas medianas y pequeñas que practican la RSE tienden a hacerlo de manera poco estructurada y con criterios subjetivos por parte de sus socios y directivos, pero con mucha

claridad y compromiso hacia las buenas prácticas que realizan incluso sin que algunas tengan conocimiento del tema de la RSE.

Otras investigaciones se han centrado en aportar a las bases de la aplicación de modelos de gestión de la RSE con enfoque a la innovación social (Vives, A. y Corral, A., 2005) lo que contribuye a clarificar el impacto y el efecto positivo de las buenas prácticas en las empresas, esto a la vez es una referencia viable para la formulación de criterios de responsabilidad social en las empresas, y en el planteamiento de políticas públicas por parte de gobiernos en Latinoamérica.

En este sentido, López, Contreras y Sánchez, (2011), analizaron la efectividad de la RSE como estrategia de competitividad en el sector de alimentos en México, encontrando que la RSE no está implicada directamente en la penetración de mercado por parte de la empresa; además constataron que, si la organización asume un compromiso auténtico con las prácticas de responsabilidad social, ésta llega a ser determinante en la identidad de la empresa y de sus colaboradores.

Por su parte, Castaño (2011) planteó que las empresas comprometidas con la RSE redefinen su cultura organizacional explícita o implícitamente. Las consecuencias positivas, planeadas o no, de este compromiso en empleados y directivos se manifiestan en un sentimiento de orgullo y satisfacción por estar contribuyendo al desarrollo humano y social a nivel local y global.

La RSE es una implementación estratégica que se ha detallado durante los últimos años en cuestión de funcionalidad aplicada a las empresas celayenses a través de distintos instrumentos de evaluación entre las más importantes, la norma ISO 26000:2010 para la responsabilidad corporativa.

1.2. Planteamiento del problema

El territorio Laja-Bajío es una región con alto número de empresas comerciales, generadoras de empleo (SDES, 2010) de las más de 935 micro, pequeñas y medianas empresas registradas de la ciudad de Celaya (López, 2013) el 9.5% corresponde a empresas de giro alimenticio (INEGI, 2014) en numerosas empresas de la región, la responsabilidad social corporativa (por sus siglas RSC) como método predeterminado de aplicación, integrada a la estructura organizacional de las empresas del sector alimenticio, resulta ausente, deficiente, o es poco empleada en el plan de acción de las mismas, siendo la RSE, una parte primordial y necesaria para el mejoramiento, crecimiento, sustentabilidad y obligación de la empresa, con la comunidad y su entorno.

A pesar que el 98% de las empresas mexicanas, conoce el termino Responsabilidad Social Empresarial (EXPOK, 2015), menos del 5 % integra un plan de responsabilidad en su estructura organizacional, en general, sin importar el tamaño de la empresa la mayoría de éstas admitió que una de las principales razones por las que no están trabajando aún en temas de responsabilidad social empresarial es la falta de presupuesto sin embargo, menos del 15% de los consumidores y consultores opina lo mismo, ya que cerca del 60% de ellos considera que la principal barrera por la que las empresas no asumen acciones de RSC es porque se piensa que es un gasto que no contribuye al negocio (A. Aguilar., 2013), para argumentar esto último, las grandes empresas a diferencias de las MIPyMES, invierten más en programas de responsabilidad empresarial siendo únicamente las empresas que facturan más de 250 millones de pesos quienes invierten más de 1 millón de pesos por año en dichos temas (Aguilar, 2013). El conocimiento de las empresas alimenticias celayense, en cuestión de RS, fluctúa de manera constante, y se rige por la capacidad económica de la empresa, para poder solventar un programa de responsabilidad social efectivo, así como de la disponibilidad de acción por parte del dueño de las empresas y del personal.

Debido al poco o nulo conocimiento de las variables de RSE, y a no contar con un plan de mejoramiento continuo o una guía de aplicación de RSE, aplicados a su estructura organizacional, se merma la posibilidad de iniciar una estrategia efectiva en beneficio de las empresas alimenticias celayenses.

1.3.Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son las acciones que realizan las MIPyMES de alimentos en materia de Responsabilidad Social?
2. ¿Cuáles son las acciones que realizan las MIPyMES de alimentos en materia de Responsabilidad Social?
3. ¿Qué clase de modelo o protocolo se puede desarrollar, con la finalidad de implementar sistemas de RS en las empresas que nos son socialmente responsables, y de qué manera se puede ajustar este último a las MIPyMES de alimentos en Celaya?

1.4. Justificación

Actualmente la demanda de productos de valor agregado de las empresas multinacionales ha marcado la pauta para el empoderamiento del sector alimenticio en el sistema mercantil nacional y trasnacional, marcado por una tendencia actual en el mundo de las organizaciones a través de la preocupación por la responsabilidad social. La implementación de sistemas de responsabilidad corporativa vez más eficientes, por parte de las empresas alimenticias de Celaya, es primordial para el desarrollo, crecimiento y posicionamiento de las mismas, en un mercado dinámico y en constante expansión, como el actual, así mismo, una encuesta reciente aplicada a 250 empresas del corredor industrial en el estado de Guanajuato (Martínez y Arellano, 2010; García y Hernández, 2010; Vargas y Aguilar, 2010), Estrategias Institucionales en la Economía Basada en el Conocimiento (EIEBAC), muestra que el compromiso hacia la RSE depende de la dimensión de las empresas, siendo que a mayor tamaño de éstas, mayor tendencia al compromiso social formalmente establecido.

No obstante, el porcentaje de unidades económicas que asumen la RSE son la minoría; por ejemplo, menos del 20% dispone de un presupuesto asignado a medidas de protección ambiental en su entorno (CEMEFI, 2013), por lo que la difusión y promoción de buenas prácticas en este sentido representa una tarea muy importante para contribuir al desarrollo y la armonía social en la región; sobre todo ante la oportunidad que representa el entorno externo, ya que *“Los estudios demuestran que las PYMES mexicanas, como en los otros países de Latinoamérica, tienen un entorno propicio para la integración de la responsabilidad social con un ambiente de interdependencia, solidaridad y cooperación, que demuestran una identidad colectiva”* (PROCEI, 2012 p.2). La implementación de sistemas de responsabilidad social corporativa, generan un impacto positivo en la organización su comunidad y su entorno permitirán a las empresas celayenses el crecimiento y la expansión fructífera en el mercado, compitiendo ventajosamente con empresas nacionales y extranjeras. Además de beneficiar de manera directa a comunidad, el medio ambiente, la población circundante y a la misma organización, en todos sus puntos críticos de control.

1.5. Objetivos

Objetivo general:

Desarrollar un modelo de responsabilidad social, aplicado a las MIPYMES, de alimentos.

Objetivos específicos:

- Recopilar las acciones que realizan las MIPYMES de alimentos en materia de Responsabilidad Social.
- Establecer la correlación existente entre las actividades de mayor frecuencia que presentan las MIPYMES de alimentos en materia de Responsabilidad Social.
- Utilizar los datos obtenidos para la creación de un modelo de RS aplicado a las MIPYMES de alimentos de Celaya.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1.Marco de referencia contextual

El estado de Guanajuato cuenta con un total de 5 853 677 habitantes (INEGI, 2015), de los cuales 494 304 son habitantes de Celaya (Censo Económico y de Vivienda, INEGI, 2017), municipio del bajío con un amplio número de MIPyMES, que tienen presencia en todo el corredor Laja-Bajío.

El sector económico empresarial tiene gran importancia en México por su contribución a la economía y a la generación de empleos, lo cual representa el 35.38% de unidades económicas en la industria productora (López A. C., 2011). En particular el municipio de Celaya es una ciudad con gran potencial comercial, esto debido al hecho de contar con un número considerable de empresas productivas, que en su mayoría pertenecen al sector alimenticio siendo Celaya, cuna de manufactura de alimentos y exportaciones con una amplia gama de naves industriales, que en su mayoría, albergan empresas alimenticias de renombre, como Cuadritos Biotek, Capistrano Alimentari, Su Sazón, Asturias, por mencionar algunas, que predominan en la industria de los alimentos y generan un considerable porcentaje de empleos para los habitantes de las zonas aledañas, propiciando así mayor flujo económico e impulsando el ingreso bruto del estado, además brindar confiabilidad y apertura, al estado de Guanajuato, principal estado receptivo de inversión extranjera en el país.

De acuerdo al centro mexicano para la Filantropía (por sus siglas CEMEFI) de las 572 empresas que ostentan el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (RSE), un total de 2020 se encuentra en la categoría de MIPIMES, esto deja claro que la responsabilidad social no es exclusiva de las grandes empresas, por el contrario las MIPYMES han encontrado en la búsqueda y obtención del distintivo, un factor de diferenciación contra empresas competidoras, ofreciendo así, valor agregado y renombre a su organización mejorando competitivamente frente a su competencia.

En contraste con países desarrollados en México, la RSE es prácticamente voluntaria, pues la ausencia de leyes implica que el comportamiento responsable depende de quién dirige la organización por lo que la consciencia social (filantropía) cuya motivación es altruista y produce satisfacción en el empresario, es una de las principales causas por las que las empresas son

socialmente responsables. Otra variable que origina la RSE es la percepción que tiene el empresario sobre los beneficios que obtendrá con la RSE, es decir, en la medida en que la empresa considera que puede tener una mejora en la posición competitiva de la empresa, en el desempeño financiero, en la lealtad de los clientes, en la satisfacción laboral del personal, entre otras, la empresa tiene más probabilidad de adoptar un comportamiento responsable.

Por otro lado, el conocimiento que se tiene de la RSE desde la perspectiva de la MIPyMES (Micro, pequeña y mediana empresa) es aún más escaso a pesar de la gran relevancia que tiene para las economías latinoamericanas, no sólo por el número de empresas que representan sino porque generan el 65% del empleo nacional y el 75% del PIB nacional (Tueros, 2009).

Dado que el bienestar social es también un reto de las multinacionales deben cumplir dentro de sus objetivos, la metodología actual debe abarcar entre otras cosas la producción, la sociedad, y la responsabilidad medio ambiental entre otros factores, con la finalidad de generar propuestas de valor que realcen la calidad de vida de la comunidad, la organización, sus allegados y su entorno.

2.1.1. Panoroma de la responsabilidad social en el país.

La responsabilidad social, medible a través de sistemas de control específicos como lineamientos, buenas prácticas operacionales, rendición de cuentas y normativas internacionales como la ISO 26000 aplicable a todo tipo de empresas.

Dado que el desarrollo sostenible se ha convertido en un tema de interés mundial, la Responsabilidad Social Empresarial es una corriente en auge, sin embargo, en México no se ha logrado el esfuerzo necesario que permita tener los resultados deseados y como prueba de ello es que, aproximadamente, de las 4, 048, 543 empresas en México (ENAPROCE, 2015; INEGI, 2016) sólo 1354 de las empresas establecidas en el país ostentan el Distintivo RSE 2013 (EXPOK, 2016).

Es imperante el trabajo continuo en pro de la RSC sin embargo y debido al grado de madurez de la sociedad mexicana, no basta con dejar en un nivel de voluntariedad las prácticas de responsabilidad corporativa un factor clave para el éxito en este tema es la legislación, crear leyes que exijan su cumplimiento y penalicen su inobservancia, tal vez sea solo al inicio, hasta que se logre la sensibilización efectiva en el tema, o quizás hasta que aparezca una nueva corriente de pensamiento que se ajuste más a las necesidades reales de las compañías y a las de la sociedad.

2.1.2. Empresas participantes en el estudio

2.1.2.1.ASTURIAS-LASTUR-LASEM



Grupo de empresas fundado el 21 de noviembre de 1975 lleva 45 años en el mercado de la industria de la panificación en México con la misión de proveer soluciones integrales que contribuyan al desarrollo de la industria de la alimentación. Originalmente se planteó la existencia de una sola planta de producción dedicada a la elaboración de insumos para la panificación esta planta tuvo presencia durante 12 años en México hasta que, en el año de 1987, se acordó con nuevos socios y capital extranjero la apertura de dos plantas sucursales, una dedicada a la elaboración de mantecas y grasas y otra planta en cargada únicamente de la distribución y administración de manufacturas en el mercado.

Las tres plantas generaron la sociedad de capital variable Asturias, cuyo objetivo principal es responder con anticipación a la demanda del mercado con la más alta calidad apoyados en la tecnología de punta de sus plantas industriales.

Cuentan con más de 350 empleados distribuidos en sus tres plantas industriales es considerada como una empresa de tamaño grande. El 63% de sus clientes se encuentran el extranjero, el resto corresponde a mayoristas del territorio mexicano.

Cuentan con distintos certificados y distintivos que avalan su alto compromiso, entre ellos destacan certificación ISO9000:2015, ISO26000:2010 (esta no es certificable), 5 SIGMA, HACCP, ISO22000, RSE, SQF. Entre los principales. Además, cuentan con sistema de riego para áreas verdes, filtros purificadores de agua, mini planta de abastecimiento de agua.

Obtuvieron el distintivo de empresa socialmente responsable, el 14 de junio de 1990, por parte de CEMEFI, y lo mantienen vigente hasta ahora.

Cada una de sus plantas cuenta con los requerimientos de protección y emergencia, que los organismos certificadores, les obligan cumplir, como áreas destinadas de descanso, instalaciones seguras e inocuas, áreas básicas (baños, vestidores, comedor, etc.), salidas de emergencia, consultorio médico, entre otras. Además de mantener un estricto control en el manejo de sus alimentos, áreas de producción, requerimientos de salvaguarda de la integridad emocional y física de los empleados en todas sus áreas.

El grupo está conformado por:

COMPAÑÍA MANUFACTURERA ASTURIAS S.A. DE C.V.

Planta en Celaya, Guanajuato, cuenta con una gama muy amplia de marcas que se adaptan para atender el mercado de la panificación en México en los diferentes nichos de mercado industrial y doméstico en las siguientes categorías: margarinas, mantequillas, cremas y lácteos.

LASEM ALIMENTACIÓN DE MÉXICO S.A. DE C.V.

Planta en la ciudad de México, atiende el mercado de harinas preparadas, Productos especializados para decoración, cremas, jarabes y aditivos.

LASTUR, S.A. DE C.V.

Empresa comercializadora con oficinas corporativas en México y presencia en todo el país a través de 8 sucursales y una amplia red de distribuidores. Conscientes de la responsabilidad de liderazgo ayudamos a nuestros clientes al desarrollo de estrategias dando la máxima prioridad a la optimización de nuestros productos. Contamos con una red de proveedores cuidadosamente seleccionados y construidos con el paso del tiempo. Tenemos una atención personalizada con nuestros clientes para cubrir sus necesidades de manera flexible para mantener y respetar su identidad, apoyados por un gran equipo de capacitadores dedicados a cada una de nuestras 160 marcas.

2.1.2.2. La Mansión del Marisco



La Mansión del Marisco, es un restaurante de productos del mar, ubicado en Celaya, Guanajuato. Tienen alrededor de 100 empleados, entre meseros, capitanes, administradores y distribuidores es considerada una empresa de mediano tamaño, con 30 años en el sector de alimentos, en la ciudad. Cuentan con un expendio de distribución abierto al público, para la venta de productos del mar y complementos.

Fundado el 03 de agosto de 1989, fue el primer restaurante de mariscos en la zona que ofrece zona de comida y bar. Manejan un amplio horario de trabajo, con dos turnos al día, el primer turno de 8:00 am a 6:00 pm y el segundo de 6:00 pm a 2:00 am.

Su sistema de jerarquías comprende 6 departamentos: Dpto. de Administración, Dpto., de Compras. Dpto. de Ventas, Dpto. de RH, Dpto. de Publicidad y marketing, y Dpto. de producción y operaciones.

Son acreedores del distintivo H, otorgado por la Secretaria de Turismo, y la Secretaría de salud, otorgado el 12 de septiembre de 1995, distintivo otorgado a la industria restaurantera que cumple con las bases y los lineamientos establecidos, de calidad y servicio. El restaurante cuenta además con el distintivo de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) otorgado por Centro Mexicano de la Filantropía (Por sus siglas CEMEFI), otorgado el 24 de Abril de 1999, distintivo que reconoce a las empresas que cuenta con un sistema de responsabilidad social para el ambiente y para sus organización, así mismo, cuentan con el distintivo Marca GTO otorgado por la Secretaría de Economía del Estado de Guanajuato, el 21 de Mayo de 2001,

distintivo oficial que reconoce a las empresas con amplia trayectoria de servicio y que cumple con los lineamientos estándares de calidad en el proceso. La empresa cuenta también con una serie de lineamientos y normas, en las cuales se basa su estructura robusta de producción y servicio al cliente, como son Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Programas Operativos Estandarizados y de Saneamiento (POES, así como la implementación del sistema 5 SIGMA, el cual establece los pasos necesarios para generar una organización eficiente a través de la disciplina y el orden organizacional.

2.1.2.3. Juchia Superfoods



JüChía-Superfoods® inicia sus actividades en enero de 2016, incorporándose al sector comercial con un concepto diferente y únicos en cuestión de nutrición. Incorporada en el régimen fiscal, como persona física con actividad empresarial, se consolida JüChía-Superfoods® como una empresa mexicana celayense comprometida con el desarrollo de alimentos nutritivos para la población, con características únicas que fortalecen una correcta y sana alimentación. Cuentan con una amplia gama de productos desde polvos para mateadas nutritivas, hasta galletas o snacks nutritivos, para todas las edades. su objetivo, inculcar el hábito de consumo consiente y responsable, incorporando alimentos de consumo diario empleando ingredientes naturales y endémicos del país, como frijol, maíz, lenteja, chía y cereales seleccionados.

Cuentan con 8 empleados por lo que es considerada como micro empresa. Además de contar con el distintivo MarcaGTO.

No cuentan con el distintito de Empresa Socialmente Responsable, no está en sus planes próximos la obtención del mismo, debido al tamaño de la empresa, así como a factores económicos no destinados para la obtención del mismo. Sin embargo y debido al crecimiento como micro empresa, es de suma importancia para los administradores de la empresa contar

con lineamientos, manuales, códigos o modelos que ayuden a establecer las acciones que las empresas de mayor tamaño emplean para competir ventajosamente en el mercado.

2.2.Fundamentación teórica

2.2.1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Enfoques teóricos.

El concepto de responsabilidad social es un modelo relativamente nuevo que ha sido introducido en el sector empresarial desde hace algunos años, sin embargo, su mimetización con el medio administrativo no ha quedado del todo dilucidada. Se ha hecho hincapié en que la RSC es un concepto íntimamente ligado a la filantropía, conceptos humanistas cuyo objetivo es humanizar a las empresas con la finalidad de establecer criterios de importancia relativa al sector ambiental, social y organizacional de la empresa y su entorno. La responsabilidad para Brown (1997) está enfocada en la competencia o en la capacidad de llevar a cabo un proceso de toma de decisiones, para Cortina Orts (2006) la responsabilidad es una obligación moral de enfrentar las consecuencias de una toma de decisiones por haber realizado dicho proceso.

Dado la versatilidad del concepto se han empleado diversas definiciones que dan estructura al concepto de RSE, sin embargo, todas coinciden en que es realizar acciones que vayan más allá de lo establecido por la ley a favor del desarrollo sostenible. La definición más aceptada y adoptada a nivel mundial es la establecida por la Organización Internacional de Normalización en la Norma ISO 26000 Guía de Responsabilidad Social, la cual la define como:

“Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:

- Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad,
- Tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas;

- Cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y
- Esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones”.

Esta definición ya no se centra en lo que es la filantropía, concepto en que se tenía a la responsabilidad social en los inicios de esta corriente; actualmente, se abordan conceptos como derechos humanos, medio ambiente, derechos del consumidor, lucha contra la corrupción, los cuales han sido considerados debido a las exigencias recientes de la sociedad. Un aspecto primordial de la responsabilidad social es la voluntad que tienen las organizaciones para incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones, además de rendir cuentas por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente (ISO 26000:2010 p.14).

Debido al hecho de que la responsabilidad social tiene un enorme impacto últimamente en materia medio ambiental, y económica, por mencionar algunos es de gran interés el conocimiento de las partes interesadas o *stakeholders*, es decir, aquellos individuos o grupos que tienen interés en cualquier aspecto o decisión de la organización.

Todas esas acciones que lleve a cabo la empresa, deben estar orientadas al desarrollo sostenible, es decir, a satisfacer las necesidades de la misma, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Porras, 2014).

Si bien existen distintos puntos de vista, en cuanto a la definición exacta de RSC, es importante recalcar que todas las vertientes, están de acuerdo en que el empresario debe estar consciente de que el nuevo rol que tiene en la sociedad, es el de generar valor compartido, y no sólo ganancias, es decir, crear propuestas de valor para la sociedad (Kliksberg, 2008). Para que este objetivo se logre, es necesario que la RSE esté en el centro de la toma de decisiones empresariales; tal como lo mencionan Porter y Kramer, (2006) debe estar interrelacionada con las estrategias empresariales utilizando el mismo enfoque que guía las decisiones principales del negocio.

2.2.2. *Los diez principios.*

Una de las alianzas estratégicas que tiene por objetivo señalar las características básicas de implementación de la RSC, en las organizaciones administrativas, son numeradas por diez principios básicos, en dicha alianza se les solicita a las empresas que adopten y pongan en práctica una serie de valores referentes a Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

Los diez principios que se enuncian en el cuadro 1, están basados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en la Declaración relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, en la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, y en la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción (ISO 26000:2010).

CUADRO 1. Características de los diez principios del Pacto Mundial.

| Área | Principios |
|-----------------------------|--|
| Derechos humanos | 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional |
| | 2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos |
| Normas laborales | 3. Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva 4. Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio 5. Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil 6. Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación |
| Medio ambiente | 7. Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales 8. Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental 9. Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente |
| Lucha contra la corrupción. | 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno |

Fuente: Elaboración con información de (Compact, 2015).

2.2.3. Principales características de la RSE.

Todo empresario busca dar valor agregado a su organización, Fernando Legrand en su página web online menciona seis características de la responsabilidad social empresarial (Legrand, 2015):

1. Absorción de los problemas sociales. Educación, Comunidad y Medio Ambiente, siempre están a tope en las encuestas a ejecutivos cuando se les pregunta qué áreas trabajan más desde la empresa. Y siempre está la dicotomía de hacerse cargo de una parte de estos problemas y, por otro lado, quejarse de que la empresa “no es el Estado”. En el contexto de las necesidades latinoamericanas, la idea de fomentar

“alianzas público-privadas” es la que ha venido generando los mejores frutos ante esta situación.

2. Trabajo articulado con Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC). Uno de los puntos más sobresalientes del trabajo en RSE de las empresas es cómo se han articulado con las OSC. En muchos casos, se constituyen alianzas estratégicas que contribuyen a un mejor desarrollo e impacto de la región es necesario contar con más empresas que reporten sus impactos.
3. RSE Interna en estado embrionario. En América Latina la RSE inició sus pasos de la mano del modelo filantrópico anglosajón mayoritariamente. Eso provocó una “explosión” de acciones de las empresas hacia la Comunidad, centrando todo su accionar socialmente responsable en el plano externo. En los últimos dos años, se comenzó a revalorizar y reenfocar la importancia del ámbito interno, y la RSE comenzó a llegar hacia los colaboradores a través de distintos programas y acciones concretas.
4. Sostenibilidad aún no estratégica. Salvo Brasil que cuenta con “casos testigo” como la empresa Natura, en América Latina (por los contextos de inestabilidad de la región) es difícil plantearse un escenario a mediano y largo plazo. Pensar en la sostenibilidad de la sociedad, es pensar en la sostenibilidad del negocio en sí. Por ello también van ganando fuerza los programas de Negocios Inclusivos.
5. Capacidad para innovar. En América Latina la innovación fluye. Sabemos resolver los problemas con rapidez y readaptarnos al cambio en tiempos de crisis y en la gestión de la RSE también hay lugar para esto, sólo hace falta desarrollarlo más. Es por eso que muchas acciones de responsabilidad social en empresas latinoamericanas pueden ejecutarse prácticamente a costo \$ 0.

2.2.4. Ventajas de la RSC para las empresas mexicanas.

¿Es la RSC un gasto o una inversión?, es la pregunta retórica que la mayoría de los empresarios se realizan antes de implementar un sistema de RS en su organización (Aguilar Alejandra, 2013) a través del tiempo de ha detectado la reocupación de invertir en programas de calidad que brinden apoyo y eficiente a las empresas, con la finalidad generar un propuesta

de valor adquisitivo y al mismo tiempo, profundizar en el resguardo de la integridad empresarial por lo anterior son cada vez más frecuentes las organizaciones que implementan sistemas de innovación, desarrollo sustentable, reducción de impactos negativos, credibilidad, entre otros, a través de programas de RSC, esto trae consigo una serie de beneficios que se ven reflejados en la empresa que básicamente son el aumento de la información de la que disponen las organizaciones para su toma de decisiones, lo que produce un mayor control de los riesgos financieros, legales e incluso establecer los precedentes de las preferencias de los consumidores. Así mismo el informe denominado “Ganando con integridad” realizado por Marquet opinión Research International, en 1999, mostró que la percepción que tiene de una empresa el mundo, está más fuertemente vinculada a su responsabilidad social (56%), que a la calidad de su marca (40%) o la percepción de la gestión de su negocio (34%) (Vargas Sánchez, 2005). Cuando una empresa se comporta de manera responsable indirectamente desarrolla una ventaja competitiva que le genera beneficios cualitativos y cuantitativos reflejados en resultados económicos (Reyno Momberg, 2006). Con base en Reyno (2006), la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) impacta positivamente en la competitividad debido a:

- 1) El reconocimiento que se obtiene de los clientes al respetar los derechos de los trabajadores y del medio ambiente, generando una reputación positiva;
- 2) La percepción que se genera al entregar productos con valor agregado evidenciando acciones a favor de la comunidad.
- 3) La reducción de costos y mejora de la calidad en procesos, productos y servicios como respuesta a una gestión responsable.
- 4) La confianza que se fomenta en los accionistas respecto al buen uso de recursos y de la veracidad de los reportes presentados.
- 5) El potencial de internacionalización al cumplir con normas y estándares mundiales de calidad.

Los principales beneficios que obtiene una empresa socialmente responsable se ven reflejados en distintos ámbitos de la organización, y dependiendo de los procesos de gestión

implementados para apoyar el comportamiento responsable, la empresa obtendrá resultados en un menor periodo de tiempo.

En el cuadro 2 se muestran los principales beneficios que obtiene la empresa que se comporta responsablemente clasificado por las dimensiones comercial, financiera, laboral, medioambiental y legal:

CUADRO 2. Principales beneficios de la RSE en distintos ámbitos.

| Ámbito | Beneficios |
|----------------|---|
| Comercial | Reputación e imagen positiva Fidelidad de los clientes Posicionamiento y diferenciación de marca |
| Financiero | Acceso a nuevos mercados Atracción de inversiones Reducción de costos de operación Incremento de ventas Rentabilidad de largo plazo Disminución de la percepción del riesgo para posibles inversores |
| Laboral | Reducción de ausentismo Incremento del nivel de motivación para desarrollar tareas Compromiso en el trabajo (no sólo por obtener una compensación económica) Productividad laboral Captación y retención de talentos |
| Medioambiental | Eficiencia en el uso de recursos Calidad e innovación en productos Reducción de costos de producción (disminución de desechos) |
| legal | Disminución de costos por el respeto a la legislación Mejora las relaciones con la autoridad |

Fuente: Machado, 2004; Reyno, 2006; Murdock, 2008, y López-Salazar 2016.

2.2.5. Panorama de la RSC en México

Los problemas económicos, sociales y medioambientales han alertado a gobiernos, empresas e individuos a generar una visión distinta que apoye el desarrollo de la sociedad. Una visión donde se consideren las externalidades que generan con sus actividades económicas y sociales, donde el interés por la generación de recursos económicos no sea su premisa básica en su actuar cotidiano. En México, el sector industrial es ampliamente reconocido a nivel mundial, debido a los numerosos productos que se importan y exportan en el país, así como a las distintas industrias que participan en la producción, venta y distribución de estos en el mundo. El crecimiento numeroso y expansivo de la industria, ha traído consigo la consecuente adaptación al cambio, así como el aprovechamiento del entorno, dinamismo y versatilidad constantes por lo que la implementación de sistemas de calidad como la RSE es un auge que delimita las buenas prácticas comerciales y ofrece un valor agregado a las empresas mexicanas.

Las investigaciones de RSE en MIPyMES en América Latina se han centrado en evaluar el grado de adopción de prácticas de RSE de las empresas (López A. C., 2011); (Mercado, 2007); en analizar el concepto de RSE (Roitstein, F., 2004); en evaluar el impacto en los resultados empresariales (Barroso, 2008) y en definir las tendencias de la RSE en distintos países (Paladino, M. y Mohan, A, 2002)

Pero pocos estudios han planteado la necesidad de evaluar las variables que mayor impacto tienen en el comportamiento responsable de las MIPyMES, en conocer qué motiva a comportarse responsablemente, así como en los obstáculos a los que se enfrentan. La buena noticia es que 67% de la población mexicana considera que la Responsabilidad Social es una inversión frente a un 27% que se refiere a ella como un gasto. De las personas que se refieren a la RSE como una inversión, el 42.8% considera que es muy rentable a corto, mediano y largo plazo (Encuesta Responsable, p.37, 2013).

Otro estudio desarrollado por un grupo de investigación en México, aplicó una encuesta a una muestra de empresas asentadas en municipios industriales del estado de Guanajuato (Martínez y Arellano, 2010; García y Hernández, 2010; Vargas y Aguilar, 2010). El instrumento, denominado Estrategias Institucionales en la Economía Basada en el Conocimiento (EIEBAC), revela que la práctica de la RSE por parte de las empresas está

asociada al tamaño de éstas, pues las de mayor dimensión evidencian más conciencia y buenas prácticas. Sin embargo a pesar de que algunas empresas en Guanajuato tienen prácticas ejemplares de RSE, son la minoría, por ejemplo solo el 20% de las empresas de la muestra de la EIEBAC cuentan con presupuesto destinado al cuidado del medio ambiente; esto revela la importancia de que más empresas se sumen a este compromiso; *"Los estudios demuestran que las PYMES mexicanas, como en los otros países de Latinoamérica, tienen un entorno propicio para la integración de la responsabilidad social con un ambiente de interdependencia, solidaridad y cooperación, que demuestran una identidad colectiva"* (PROCEI, 2012, p. 2).

Por su parte el secretario de economía, Ildefonso Guajardo, menciona que las empresas mexicanas, han mostrado, mayor inclinación hacia prácticas de responsabilidad corporativa, esto debido a que los clientes, demandan diversos niveles de calidad en los productos y servicios que consumen a diario (Encuesta Responsable, 2013).

En tanto que Castaño, (2011) planteó que las empresas comprometidas con la RSE redefinen su cultura organizacional explícita o implícitamente (Sotelo Barroso, 2017). Las consecuencias positivas, planeadas o no, de este compromiso en empleados y directivos se manifiestan en un sentimiento de orgullo y satisfacción por estar contribuyendo al desarrollo humano y social a nivel local y global.

Ante lo anterior es importante recalcar, que distintos Ceos de empresas mercantil y profesionales en la materia están de acuerdo en firmar que México genera cada día la necesidad de adaptaciones debido al entorno dinámico en el que se desarrolla la economía actual, el uso de sistemas de índole filantrópico y responsable, genera realces en la economía, y sobre todo en el sector imperial, abriendo caminos para la sustentabilidad, transformación y crecimiento de las empresas socialmente responsables de México (ResponSable, 2013).

Así mismo en la reciente investigación realizada por la encuesta en línea ResponSable, (2013) se demostró que el 70% de los futuros líderes de México, jóvenes menores a 25 años, es muy entusiasta y califica a la RS como un tema importante para el país, sin embargo los líderes entre 26 y 50 años que delimitan un 57% de los individuos con actividad empresarial líder, en el país, considera que la responsabilidad social, es un tema poco relevante, sobre

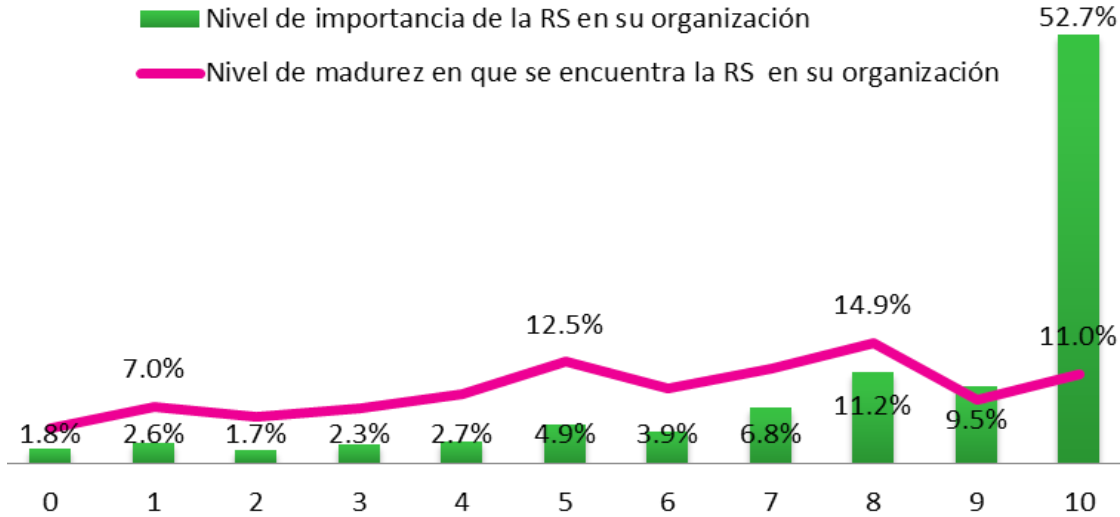
todo individuos que radican en la zona occidente, sur y golfo del país, quienes acuerdan que el tema en cuestión carece de importancia y no buscan por ahora implementar un sistema de RSE en sus empresas.

Afortunadamente el panorama actual arroja que actualmente, las empresas mexicanas han optado por familiarizarse de manera más comprometida con la RSE aplicada a sus organizaciones no sólo en el ámbito de obligación también por la generación de propuesta de valor aplicadas a la comunidad y al entorno donde se ubican sus empresas. Como ejemplos representativos de empresas en México con el distintivo RSE, se encuentra The Coca-Cola Company, Wal-Mart, ADECO.

2.2.6. El nivel de madurez de la responsabilidad social en México.

Adicional al grado de importancia de la RSE en el país, la madurez que precede este tema es un factor importante para dilucidar el grado de aceptación, implementación y, sobre todo, uso adecuado de la RSE en las organizaciones mexicanas (Grafica 1) ante esto un estudio arrojó que el 84,4% de una muestra poblacional de 1566 encuestados, considera que la responsabilidad social, esa importante para su organización.

GRAFICA 1. México: Nivel de importancia y madurez en que se encuentra la Responsabilidad Social en su organización, 2013



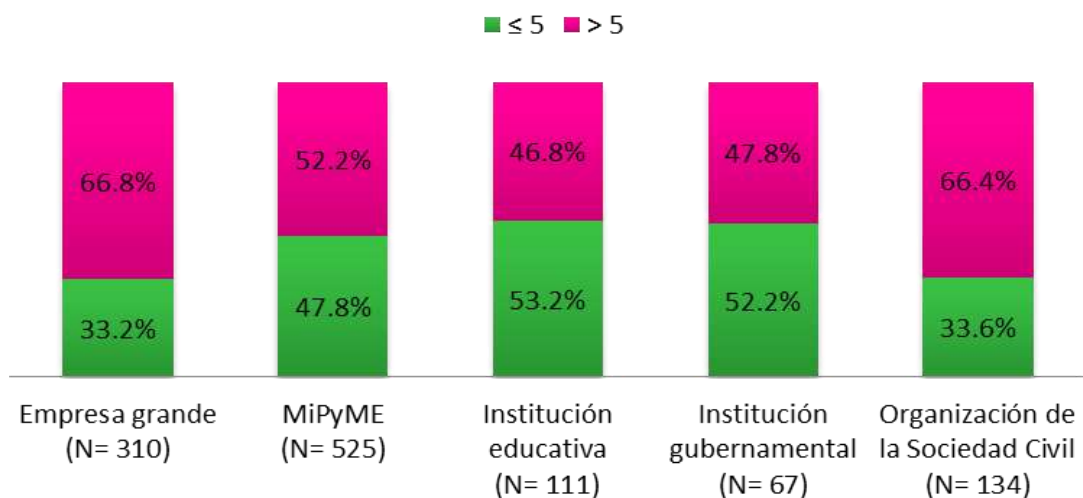
Fuente: ResponSable, 2013.

Un dato interesante es que el 50% de los encuestados que trabajan en empresas, ya sea MIPyMES o grandes, considera que la Responsabilidad Social es de máxima importancia en su organización. En las instituciones gubernamentales, el 46%; en las instituciones educativas, el 56% y en las OSC el 69% (Grafica 2).

Si somos críticos ante las respuestas de las instituciones gubernamentales que están a cargo del “bien común” y de las instituciones educativas que forman a los líderes del mañana; es evidente que estas organizaciones deberían también predicar con el ejemplo y hacer de la Responsabilidad Social un tema prioritario.

De igual forma el estudio indica la relación que existe entre el nivel de madurez de la RSE y el tipo de empresa que delimita la opinión (Grafica 2). El 66.8% de las empresas grandes que implementan el sistema de RSE en su organización aseguran que su nivel de madures en cuanto a responsabilidad social presentan valores más allá de la media normal, el 66.4% de las organizaciones civiles, aseguran que su nivel de madures en responsabilidad social, es superior al promedio esto, tomando en cuenta que las organizaciones civiles tienen por objetivo, implementar programas de calidad que favorezcan el desarrollo y las buenas prácticas a nivel empresarial así como la generación fehaciente de compras con su comunidad y el entorno, en tanto que las nipones, presenten un nivel de madurez inferior al de las grandes empresas, esto probablemente a la clasificación de su organización, pues antecedentes arrojan, que las empresas numerosas, son las que presentan mayor compromiso con la comunidad, en cuanto a responsabilidad social (López-Salazar, 2010).

GRAFICA 2. Principales sectores que realizan prácticas laborales



Fuente: ResponSable, 2013

2.2.7. Distintivo Empresa Socialmente Responsable (por sus siglas RSE)

En México, el Centro Mexicano para la Filantropía A. (por sus siglas CEMEFI) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliarSE), ofrecen a las empresas el conocido distintivo RSE: Empresa Socialmente Responsable para que las organizaciones que operan de manera responsable ante los grupos de interés como son gobierno, comunidad, sociedad civil, empleados, proveedores, entre otros, sean reconocidas como tales en la sociedad (López, Contreras, y Sánchez, 2011). Aunque cabe agregar que actualmente no existe una normatividad oficial con criterios específicos para acreditar el distintivo RSE.

Conforme lo publicado por el CEMEFI, el Distintivo RSE (Figura 3) *“Es un componente gráfico que acredita a las empresas ante sus espectadores por responsabilizarse de manera voluntaria y pública con el compromiso de implantar una gestión socialmente responsable y de mejora continua, como parte de su cultura organizacional y estrategia de negocio”* (Porras, 2014 p. 10).

FIGURA 1. Logo mexicano de Empresa Socialmente Responsable.



Fuente: ISO26000:2010.

La empresa integra en su expediente, los rubros necesarios que otorgan el distintivo, siempre y cuando estos sean comprometidos a la estructura principal de la RSE. Porras, (2014) en su trabajo de tesis de grado, menciona los siguientes:

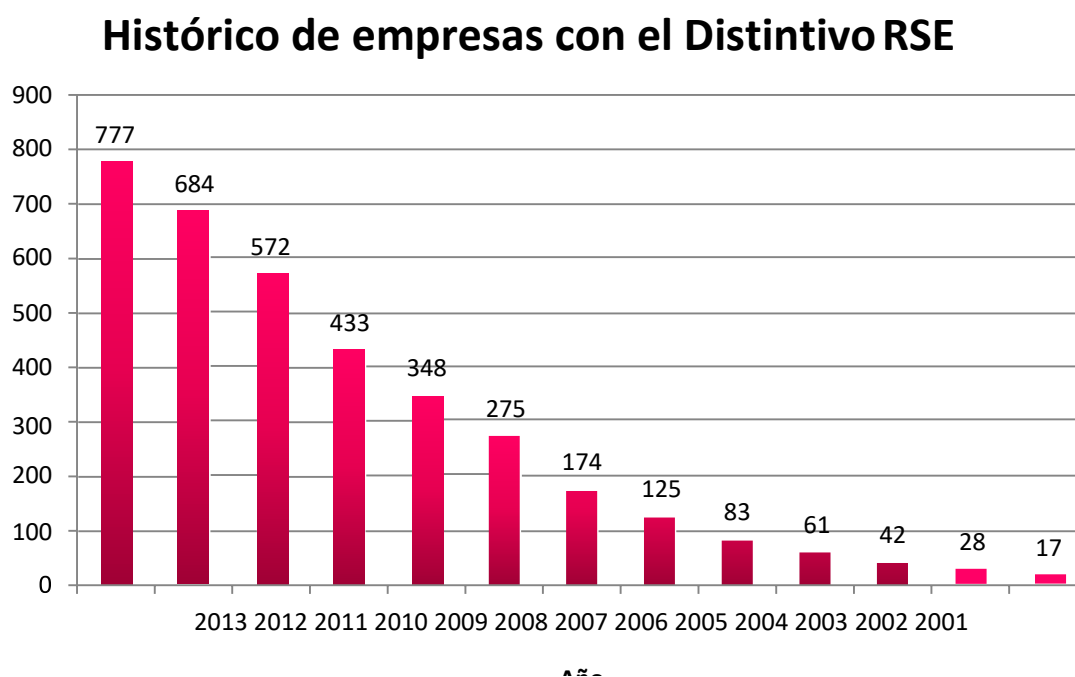
- Calidad de vida en la empresa
- Ética empresarial
- Vinculación de la empresa con la comunidad
- Cuidado y preservación del medio ambiente

El Cemefi hace hincapié en que el Distintivo RSE no es una certificación debido a que no considera algún procedimiento de auditoría por parte de los organismos promotores. En México es otorgado anualmente por el Centro Mexicano para la Filantropía y ALIARSE (CEMEFI, 2013) (Porras, 2014).

2.2.8. Empresas con Responsabilidad Social establecida en México

Al salir la primera convocatoria para la obtención del distintivo, se sabe que sólo 17 empresas obtuvieron el distintivo, según datos reportados por Porras, (2014); sin embargo, debido a que esta corriente ha adquirido mayor fuerza en el medio se ha elevado el número de empresas que han obtenido esta certificación como se muestra en la gráfica 3.

GRÁFICA 3. México: Empresas que han obtenido el Distintivo RSE, 2001 - 2013.



Fuente: CEMEFI, 2013 citado por Porras, 2014.

Tan solo en el último año, el número de empresas que obtuvieron el distintivo aumentó en un 13.60% en comparación con el año 2012 (Porras, 2014).

Para el año 2013, 777 empresas obtuvieron el Distintivo RSE, éstas se dividen en 12 categorías de acuerdo al número de años que han conservado dicho distintivo como se aprecia en la gráfica 3.

Por otro lado, la figura 5 muestra la relación entre el número de años de vida de la empresa y la obtención del distintivo RSE, notando que cerca del 20% de éstas ha obtenido el distintivos por primera vez, el 21% lo ha mantenido por 2 años, el 15% por tres años, las empresas que lo han conservado por 4 y 5 años representan el 11% en cada rubro, el 7% está constituido por las empresas que lo han conservado por 6 años, en cuanto a los períodos de 7 y 8 años cada uno representa el 4%, las empresas que lo han conservado por un período de 9 años representan tan solo el 3%, mientras que las que lo han sostenido 10 años apenas alcanza el 2%; finalmente, las que lo han sustentado durante 11, 12 y 13 años representan,

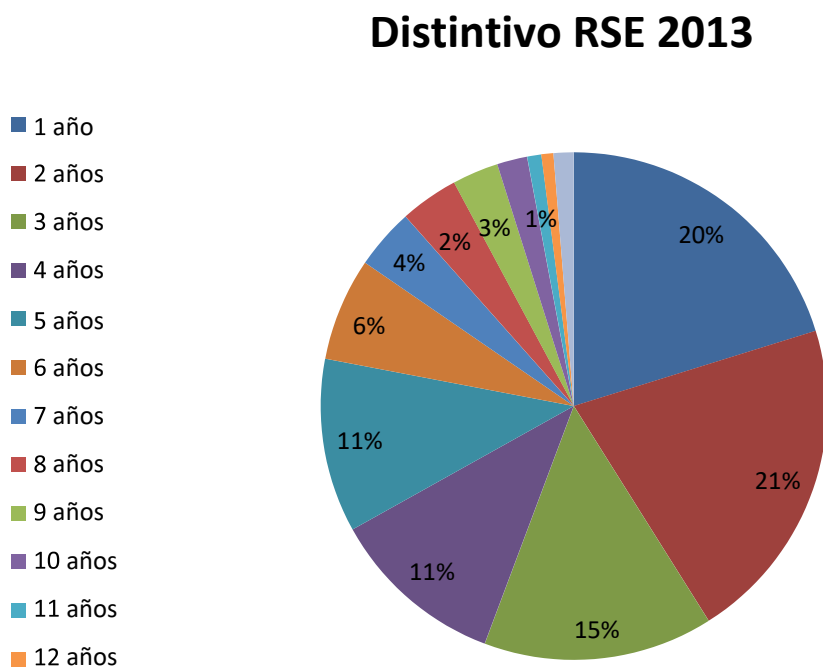
cada rubro, el 1% del total. Esto último reforzando la teoría de prevalencia en el mercado, desarrollada por López-Salazar, 2013.

CUADRO 3. México: Empresas con el distintivo ESR, 2014.

| Años con el Distintivo | Cantidad de empresas |
|------------------------|----------------------|
| 1 | 157 |
| 2 | 162 |
| 3 | 114 |
| 4 | 87 |
| 5 | 86 |
| 6 | 51 |
| 7 | 30 |
| 8 | 29 |
| 9 | 23 |
| 10 | 15 |
| 11 | 7 |
| 12 | 6 |
| 13 | 10 |
| Total | 777 |

Fuente: CEMEFI, 2013 citado por Porras. C., 2014.

GRAFICA 1. México: Relación de empresas con distintivo RSE, 2013.



Fuente: CEMEFI, 2013 citado por Porras, 2013.

2.1.1. RSC como estrategia competitiva en el sector alimenticio

Actualmente y ante un sistema económico dinámico y agresivo como el mercantil, las empresas de alimentos han generado un sistema cada vez más enfocado y adaptado a las necesidades de un sistema económico fluctuante. Es considerado que dentro de un entorno tan competitivo como el sector alimenticio, la innovación y la implementación de sistemas sostenibles y adecuados para la organización es primordial para su fortalecimiento y prevalencia en el mercado, sin mencionar que un gran número de clientes ha optado por el consumo en empresas que cuenten con distintos reconocimientos distintivos que evidencien su papel como organizaciones responsables y con desarrollo sostenible.

Ante este panorama, diversos autores han establecido referencias importantes respecto al uso de la competitividad empresarial, como Salazar-López (2013) quien sostiene que las empresas con mayor cantidad de tiempo con el distintivo RSE, son empresas medianas y grandes en su mayoría quienes al mismo tiempo han prevalecido posicionadas fuertemente en el mercado, así mismo cerca del 70% de las empresas alimenticias aunque

sea al mínimo nivel, emplean programas de responsabilidad social, dentro de este 70% el 48% de las empresas ha logrado exportar sus productos al extranjero, gracias, entre otras cosas a la implementación de sistemas de RSE mientras que el 30% no lo hace.

Un factor importante de consideración competitiva de las empresas es su prevalencia en el mercado dinámico, pues el 62% de las empresas socialmente responsables, han permanecido en el mercado por más de 16 años, en tanto que el 57% de las empresas que no son socialmente responsables, tienen menos de 10 años en el mercado (López, A.; Contreras, R. y Sánchez, R. M, 2011) (Cuadro 4). Esos resultados indican un comportamiento positivo entre la edad de la empresa y su comportamiento responsable.

Respecto a la idea de que las empresas generadoras de valor social son preferidas por los consumidores, el 50% de la muestra considera que las que son efectivamente goza de mayor tolerancia por parte de los clientes porque tienen una imagen positiva ante la sociedad debido al respeto a sus derechos, al de los trabajadores, al medio ambiente y al gobierno. Estos resultados concuerdan con los obtenidos por Reyno Momberg, (2006) donde el 22% de las empresas consideran que la RSE fortalece la fidelidad de los clientes.

En este sentido, la mayoría de las empresas (62%) afirman que son mayores los beneficios que se obtienen al invertir en prácticas de RSE que el costo que ello representa. Sin embargo, se debe tener en cuenta que la inversión en RSE no genera beneficios inmediatos, y algunos de ellos no son tan explícitos como deben ser sobre todo si no se desarrolla un buen modelo o guía, que mantenga los principios o normativas a seguir para alcanzar la meta. Según el análisis de correlación (0.582 con un nivel de significancia de 0.5) presentado por Reyno (2006), existe una relación positiva y significativa entre la percepción de un balance positivo en la inversión de RSE (costo-beneficio) y la influencia de las regulaciones institucionales en el comportamiento responsable, lo cual implica que las empresas que perciben mayores beneficios con la implementación de estrategias de RSE son aquellas que están de acuerdo con el enfoque que provee la institución.

López, Contreras y Sánchez, (2011) mencionan que el 58.3% de una población de análisis manifiesta que la empresa juega un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad ayudando al gobierno a resolver los problemas que puedan presentarse en la sociedad.

El cuadro 5 muestra que las empresas del sector alimentario consideran que los accionistas, los clientes actuales y los potenciales representan los grupos de interés que mayor influencia tienen sobre las prácticas de responsabilidad social que implementa la organización. Es por esto por lo que uno de los principales objetivos es generar valor a los accionistas ya que ellos influyen de manera significativa en las estrategias de RSE en la organización.

Ante esto es importante recalcar que el 46.2% de las empresas del sector alimentario consideran que las empresas se comportan de manera responsable como parte solamente, de su estrategia de relaciones públicas y no como un comportamiento real o de apoyo a su miembros o comunidad (López, Contreras y Sánchez, 2011). Estos resultados tienen varias implicaciones, la primera es que las organizaciones no se han percatado de las ventajas que representa un comportamiento responsable en todas las áreas y procesos de las empresas, la segunda es que la empresa no ha comprendido el impacto global que tiene la RSE sobre toda la organización, desde sus rutinas organizativas hasta su estructura organizacional, y no solo en la imagen corporativa que proyecta a la sociedad. La tercera implicación es que la visión del empresario concuerda con el enfoque microeconómico de la RSE, donde la organización implementa estrategias que generan valor social en la medida en que se genere un rendimiento económico.

Es importante recalcar que la RSE juega un papel primordial en el fortalecimiento de las empresas y su prevalencia en el sector comercial, así como la generación de lealtad de los clientes y la generación de clientes nuevos. Las ventajas competitivas nivel global en cuanto a exportaciones, importaciones, posicionamiento se ven fortalecidas con sistemas de responsabilidad adecuados. Y el crecimiento e innovación a nivel interno de la organización se ve incrementado y fortalecido para competir de manera estratégica en el mercado.

Finalmente, y a pesar de que el 62% de las empresas asegura que la RSE es un método óptimo de competitividad mercantil, el 61.2% no considera que las prácticas de RSE incrementen la competitividad de la organización. Estos resultados son contradictorios en cierto sentido cuando se comparan con los beneficios que genera la RSE, ya que solo el 17% de las empresas que niegan la relación de la RSE con la competitividad, manifiesta que son mayores los costos que los beneficios que obtiene la RSE (Pérez Espinoza, 2016).

Lo que queda claro es que a pesar de que la RS es una guía autónoma para fortalecer a las empresas, el seguimiento opcional no representa en gran medida el grado de efectividad de la empresa en cuestión independientemente del uso y aplicaciones de las normativas sugerentes de las normas de responsabilidad social.

CUADRO 4. México: Relación de la RSE con la edad de la organización, 2011.

| | | | Edad | | | | | Total |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|--------|
| | | | Menos de 6 años | De 6 a 10 años | De 11 a 15 años | De 16 a 20 años | Más de 20 años | |
| RSE | Sí | Empresas | 3 | 0 | 3 | 4 | 6 | 16 |
| | | % según RSE | 18.8% | 0.0% | 18.8% | 25.0% | 37.5% | 100.0% |
| | | % según edad | 75.0% | 0.0% | 100.0% | 80.0% | 75.0% | 69.6% |
| | | % del total | 13.0% | 0.0% | 13.0% | 17.4% | 26.1% | 69.6% |
| | No | Empresas | 1 | 3 | 0 | 1 | 2 | 7 |
| | | % según RSE | 14.3% | 42.9% | 0.0% | 14.3% | 28.6% | 100.0% |
| | | % según edad | 25.0% | 100.0% | 0.0% | 20.0% | 25.0% | 30.4% |
| | | % del total | 4.3% | 13.0% | 0.0% | 4.3% | 8.7% | 30.4% |
| Total | Empresas | 4 | 3 | 3 | 5 | 8 | 23 | |
| | % según RSE | 17.4% | 13.0% | 13.0% | 21.7% | 34.8% | 100.0% | |
| | % según edad | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | |
| | % del total | 17.4% | 13.0% | 13.0% | 21.7% | 34.8% | 100.0% | |

Fuente: López, A.; Contreras, R. y Sánchez, R. M, 2011.

CUADRO 5. México: Grupos de interés que mayor influencia tienen en la estrategia de RSE, 2011.

| Grupos de interés | Frecuencia relativa (%) |
|-------------------------------------|--------------------------------|
| Accionistas | 17 |
| Acreedores de la empresa | 7 |
| Clientes actuales | 19 |
| Clientes potenciales | 17 |
| Proveedores | 7 |
| Gobierno | 15 |
| Cámaras Industriales o Asociaciones | 6 |
| ONG | 2 |
| Competidores | 11 |

Fuente: López, Contreras y Sánchez, 2011.

2.1.2. MIPYMES en México

Dentro del sistema económico, las empresas formales han producido un gran número de soluciones mercantiles, y han ampliado el mercado bursátil y financiero año con año. En general, proporciona al público un abastecimiento oportuno y adecuado y una distribución más efectiva de bienes y servicios. A través de la difusión del crédito, ha incrementado la capacidad de compra de grandes sectores de la población y por medio de la publicidad han masificado el conocimiento de nuevos productos capaces de satisfacer sus necesidades sociales e individuales. La clasificación de las empresas radica en el número de empleados que estas tengan y su aportación en el sector económico-industrial, sin embargo, en el presente trabajo el enfoque está dirigido a las micro, pequeñas y grandes empresas.

Las empresas micro, pequeña y mediana son un importante segmento en la Economía de México. Se clasifican en dos tipos; negocios familiares y negocios no familiares, y son organizaciones que cuentan con 0 a 10, 11 a 50, y 51 a 250 empleados respectivamente como lo muestra el cuadro 6 (INEGI, 2014).

CUADRO 6. México: Tamaño por sector de las empresas comerciales, 2015.

| Tamaño/ sector | Industria | Comercio | Servicio |
|-----------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| Micro | 1 a 10 | 1 a 10 | 1 a 10 |
| Pequeña | 11 a 50 | 11 a 30 | 11 a 50 |
| Mediana | 51 a 250 | 31 a 100 | 51 a 100 |
| Grande | 251 o más | 101 o más | 101 o más |

Fuente: Encuesta Nacional de Comercio y Servicios, 2015.

De acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial para América del Norte (SCIAN, 2018) las actividades Comerciales están contempladas en dos sectores: Comercio al por mayor y Comercio al por menor. El Comercio al por mayor comprende las unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin realizar la transformación) de bienes de capital, materias primas y suministros y el comercio al por menor incluye a unidades dedicadas a la compra-venta de bienes para el uso personal o para el hogar (SCIAN, 2018).

Del total de empresas consideradas en la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE, 2017) 97.6% son microempresas y concentran el 75.4% del personal ocupado total, le siguen las empresas pequeñas que son un 2% y tienen el 13.5% del personal ocupado (cuadro 7). Las medianas representan 0.4% de las unidades económicas y tienen poco más del 11% de los ocupados. Durante el año 2014, en el país existen un poco más de 4 millones de micro, pequeñas y medianas empresas, clasificadas en los sectores de manufacturas, comercio y servicios.

CUADRO 7. México: Tamaño por sector de las empresas comerciales, 2015.

| Tamaño | Empresas | | Personal ocupado |
|--------------|------------------|-------------------|-------------------|
| | número | Participación (%) | Participación (%) |
| Micro | 3 952 422 | 97.6 | 75.4 |
| Pequeña | 79 367 | 2.0 | 13.5 |
| Mediana | 16 754 | 0.4 | 11.1 |
| Total | 4 048 543 | 100 | 100.0 |

Fuente: (ENAPROCE) 2015.

2.1.3. Importancia de las MIPyMES en la Economía.

En la actualidad las MIPyMES representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva de México, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas.

Según datos de la secretaría de economía, las MIPYMES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) (Vargas, 2013) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI) (Vásquez, 2013).

Constituyen el principal motor de desarrollo del México, su importancia se basa en que (Vargas, 2013):

1. Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
2. Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
3. Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
4. Son la principal fuente de desarrollo del sector privado. Mejoran la distribución del ingreso.
5. Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

2.1.4. Empresas alimenticias en Guanajuato

Actualmente el sector industrial en el estado de Guanajuato es significativamente numeroso y presenta un aumento constante. De las más de 179,867 unidades económicas presentes en el estado (INEGI, 2014), poco más de 17,0055, pertenecen al sector alimenticio, cuya producción bruta total es de cerca del 1.8% (SCIAN, 2017, INEGI, 2009). En 2012, la industria de los alimentos en Guanajuato, se incrementó en un 6.8% (Escalante, 2011) siendo unos de los principales sectores en expansión a nivel mundial, año con año.

Así mismo, las empresas alimenticias con capacidad de exportación al extranjero, lograron un flujo de efectivo de más de 44 mil millones de dólares, durante el 2016 (SAGARPA, 2017) introduciendo poco más del 80% de sus productos alimenticios a Estados Unidos de América.

2.1.5. El sector alimenticio en Guanajuato y su relación con la RSC.

Los problemas económicos, sociales y medioambientales han alertado a gobiernos, empresas e individuos a generar una visión distinta que apoye el desarrollo de la sociedad. Una visión donde se consideren las externalidades que generan con sus actividades económicas y sociales, donde el interés por la generación de recursos económicos no sea su premisa básica en su actuar cotidiano. Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una filosofía que ha obligado a las empresas a integrar en su visión el compromiso hacia la sociedad, a través de una nueva forma de hacer negocios donde *“No sólo importa cuánto gano, sino también cómo lo gano”* (Empresarial, 2012 p. 2). Por lo tanto, para que las empresas sean económicamente sustentables y logren utilidades duraderas deben considerar el aspecto social, medioambiental y económico en sus acciones (Sawyer y Evans, 2010). La RSE no es un fenómeno reciente, sin embargo, ha adquirido gran relevancia en los últimos años. Tal como lo indicó (Weyzig, 2010), en el 2010, México se encuentra en la fase de exploración, comprensión y adopción parcial de la RSE, los directivos de las empresas asocian el término con mera filantropía y no pretenden aun introducir un programa de RSE, como parte de su estructura medular. A pesar de que la visión del empresario respecto al tema de RSE ha ido evolucionando y cambiando con el tiempo. Los factores externos como la pobreza, recesiones económicas, inflaciones, la falta de cooperación empresarial (Jaén y Rivas, 2008) entre otros no favorecen el desarrollo de la RSE.

El replanteamiento de las teorías organizacionales, asegura que uno de los retos principales es involucrar de manera fehaciente al empresario con el uso de políticas responsables, que involucren nuevas dimensiones y nuevos esquemas de proactividad, con el entorno, el gobierno, y los grupos sociales, de tal forma que, si la empresa actúa en la solución de problemas de índole social, puede desarrollar mayor capital interno benéfico para su organización (Austin y Coatsworth, 2007).

FIGURA 2. México: Responsabilidad social en empresas alimenticias, 2013

LA RS EN EL SECTOR ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS



85% de las empresas cuenta con acciones de RS o relacionadas con el Desarrollo Sostenible



Razones por las que trabajan en RS



69% proteger y cuidar el medio ambiente



42% cumplir con leyes, normas y regulaciones

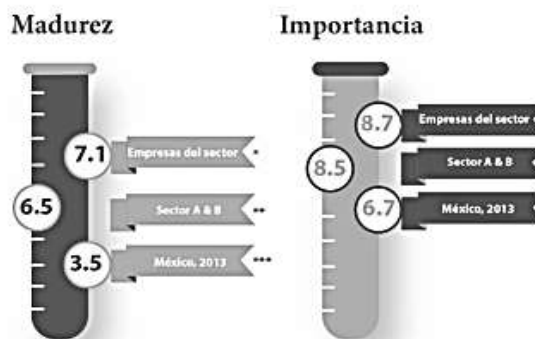


35% proporcionar a sus colaboradores mejor calidad de vida

3 materias fundamentales de la ISO 26000 más importantes para el sector Alimentación y Bebidas



Madurez e Importancia de la Responsabilidad Social (En una escala de 0 a 10)



Los consumidores evalúan con **4.8** la madurez de la RS en el sector



El **66%** de las empresas invierte entre 1 y 500,000 pesos anuales en RS (Medio ambiente, salud y nutrición)

El **50%** de las empresas tiene menos de **4 años** trabajando en RS



77% Medio ambiente

76% Consumidores

55% Prácticas laborales

Fuente: ResponSable, 2013.

El sector alimenticio en México, tiene gran importancia estratégica por su contribución a la economía, debido a que representa el 35.8% en cuanto a unidades económicas manufactureras, 16.5% del personal total ocupado y en cuanto a la producción bruta total (PBT en miles de pesos) representa el 14.85% (López-Salazar, 2011). La participación de la industria alimentaria y de bebidas en Guanajuato presenta gran importancia a nivel nacional, esto debido a que Guanajuato presenta el octavo lugar en unidades económicas, el sexto en personal que ocupa lugar en ellas (Personal ocupado total), y el sexto en lo referente a la producción bruta total. En el cuadro 8 se presenta la relación contribución económica que tiene la industria alimentaria en el estado.

CUADRO 8. Guanajuato: Contribución económica por sub-rama de la industria alimentaria, 2010.

| Giro | Unidades económicas | Personal Ocupado Total | Producción Bruta Total (miles de pesos) | Valor Agregado Censal Bruto (miles de pesos) |
|--|---------------------|------------------------|---|--|
| Industria alimentaria | 116.303 | 695.523 | 405.781.937 | 122.354.448 |
| Elaboración de alimentos para animales | 507 | 17.679 | 33.852.661 | 5.256.302 |
| Molienda de granos y semillas oleaginosas | 933 | 33.450 | 59.735.425 | 10.904.324 |
| Elaboración de azúcar, chocolates, dulces y similares | 1.383 | 72.141 | 49.482.539 | 15.336.605 |
| Conservación de frutas, verduras y guisos | 914 | 51.016 | 30.319.698 | 11.500.991 |
| Elaboración de productos lácteos | 12.922 | 78.094 | 75.570.570 | 23.981.366 |
| Matanza, empaclado y procesamiento de carne de ganado y aves | 2.486 | 59.241 | 38.109.258 | 10.190.453 |
| Preparación y envasado de pescado y mariscos | 346 | 15.340 | 6.301.929 | 1.366.899 |
| Elaboración de productos de panadería y tortillería | 94.034 | 320.614 | 64.584.906 | 27.834.167 |
| Otras industrias alimentarias | 2.778 | 47.948 | 47.828.951 | 15.983.341 |

Fuente: INEGI, 2010.

Desde el enfoque macroeconómico, la empresa, como unidad productiva, no tiene otra responsabilidad social más allá de la obtención de beneficios económicos para incrementar el valor de sus propietarios. De acuerdo con Adam Smith *“Es a través del beneficio propio como se satisfacen las necesidades sociales”* (López, Contreras, y Sánchez, 2011 p. 20). Los más críticos al enfoque de RSE son economistas como Hayek, Leavitt, Robbins y Friedman, quienes *“sostienen que la única función de las empresas es la actividad económica y que es un peligro asignarle a la empresa otras responsabilidades ya que disminuirá su competitividad”* (López, Contreras, y Sánchez, 2011, p 21).

Un ángulo de análisis sobre la RSE, se enfocan en determinar la prioridad que les dan a las actividades que realizan las empresas socialmente responsables, esto para lograr una imagen filantrópica con su consumidor. Este tipo de procedimientos, reflejan un compromiso con todas las partes interesadas de la organización (Moreno, 2011; Vargas, 2011). Los estudios revelan que los empresarios y directivos de empresas grandes tienen una filosofía sincera que les motiva a asumir un compromiso que se refleja en la estrategia de la RSE, independientemente de que ello les pudiera significar un beneficio secundario de mejorar su posicionamiento en el mercado.

Otro estudio similar, realizado por Nicolau Santos, (2010) afirma que las pequeñas y medianas empresas presentan cierto tipo de limitaciones, para la incorporación de todos los procedimientos sugeridos por la norma ISO26000:2010, y la posterior obtención del distintivo. Para superar esto, han buscado una mayor integración de estas empresas a los interesados, a bajo costo a fin de maximizar los beneficios potenciales, que está implícito en el concepto de capital social (Ojeda, 2010).

Interesantemente y a pesar de los inconvenientes presentados para micro, pequeñas y medianas empresas, la incorporación de prácticas de responsabilidad social, obtenidas de distintos medios, desde normas como la ISO26000:2020 hasta prácticas empíricas, fundamentadas en valores y ética, por parte de los líderes de las organizaciones, son cada vez más frecuentes, solo que estas empresas tienen una presión cotidiana por lograr resultados en el corto plazo, además del mediano y largo plazo (Mababu, R., 2010). Por ello la importancia de que la empresa cuente con guías, modelos, manuales, sintetizados, que faciliten la

generación de propuesta de valor, que cubran todos los ámbitos relacionados con el crecimiento orgánico de la empresa.

En el referido estudio en empresas manufactureras de en León Guanajuato, Sotelo y García (2013) identificaron que los empresarios y directivos que son conscientes de la relevancia de la responsabilidad social y que en su trayectoria han asumido valores humanistas, se esfuerzan por cumplir con las obligaciones de ley y además ven cómo compensar a los colaboradores más allá de las disposiciones legales. Esto pueden hacerlo de manera institucionalizada, sobre todo las empresas grandes; o de manera informal, principalmente las empresas medianas y pequeñas, y además ven cómo aprovechar las lecciones aprendidas de estas prácticas para tener una mejor posición en el entorno, lo cual implica la gestión del conocimiento como organización (Moreno y Vargas, 2004).

Por su parte, López (2013) encontró en un estudio en la ciudad de Celaya, sobre los motivos por los cuales las MIPyMES adoptan la RSE, encontró que la consciencia social y la percepción de los beneficios de las buenas prácticas de responsabilidad social son los factores clave que explican el comportamiento responsable.

Otro estudio afín, llevado a cabo en una ciudad cercana a León -Celaya-, se identificaron las razones por las que las micro, pequeñas y medianas empresas asumen prácticas de RSE, y se observó que la conciencia en el compromiso de ser responsable, así como la claridad sobre los beneficios de ello, explican en gran medida la incorporación de prácticas sociales redituables (López, 2013).

Por otro lado, autores como Porter y Kramer (2011) plantean el concepto de la RSE más bien como el compromiso por el valor compartido para el bien de la sociedad mediante filantropía, (*shared value*), a diferencia de (Cancino, 2008) quienes analizaron que la perspectiva de las organizaciones se centra en la aplicación de responsabilidad social dentro de su organización, con fines de generación de riqueza, por lo que estos autores sugieren que el inicio de la RSE debe establecerse con base en valores humanos y no en la búsqueda del beneficio económico. En este sentido se expresa Rodríguez (2008 p.23), quien afirma que *“La dirección empresarial no debe limitarse a considerar criterios técnicos y económicos en la toma de*

decisiones, sino también criterios humanos, sociales y éticos. No obstante, lo económico es soporte del resto de los aspectos inherentes a una empresa”

La RSE y el compromiso con la comunidad

Una manera primordial de representar la responsabilidad social interna, es con el beneficio de los empleados y partes interesadas, ya que son parte primordial en la estructura de la organización y de su buen funcionamiento. El cuidado de las partes interesadas, se ve reflejado en el bien común, el desarrollo de la comunidad y de la sociedad en general (Cajiga, 2009).

A la vez, la Norma ISO 26000:2010 incluye como buenas prácticas la participación activa de la empresa ya sea de forma directa o a través de organizaciones de la sociedad civil, y al desarrollo comunitario del lugar donde opera la empresa, ya que comparte el espacio y vivencias colectivas en forma cotidiana con su entorno inmediato ya que no está aislada, sino que forma parte del tejido social (Vázquez, 2019).

La RSE y el compromiso con el ambiente

Más allá de compromiso con la sociedad y la comunidad, la RSE implica el compromiso con el medio ambiente el cual se expresa en la manera en que la organización mantiene el debido cuidado con sus prácticas para el ambiente, buscando el mínimo o nulo impacto negativo al ambiente mediante la optimización de recursos y las tecnologías para evitar la contaminación ambiental; y otro del compromiso con el ambiente consiste en la aplicación de protocolos o prácticas en pro del beneficio social y su desarrollo sustentable, así como en la protección de los recursos medioambientales.

En este sentido, la Norma ISO 26000:2010 contiene como una de sus perspectivas la materia fundamental del medio ambiente, que expresa la relevancia de aplicar medidas preventivas a la contaminación, el uso sustentable de los recursos, las acciones de minimización y revestimiento del cambio climático, y el cuidado de los ecosistemas naturales y de los recursos naturales. Se concibe al medio ambiente como "el entorno natural en el cual una organización opera, incluyendo el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos, el espacio exterior y sus interrelaciones desde el interior de una organización hasta el sistema global" (ISO 26000, p. 2).

2.1.6. NORMA ISO-26000:2010

La Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés), altamente reconocida por las normas referentes a la gestión de la calidad (serie 9000) y a la gestión medioambiental (serie 14000), publica el 1 de noviembre de 2010 la ISO 26000 "Guía de Responsabilidad Social", la cual proporciona los lineamientos sobre cómo las empresas y las organizaciones pueden operar de una manera socialmente responsable, es decir, de manera ética y transparente que contribuya a la salud y el bienestar de la sociedad (*International Organization for Standardization, 2010*).

ISO 26000, tiene como objetivo el fomento en las organizaciones para que estas vayan más allá del cumplimiento legal, siempre en cuenta que el cumplimiento con la ley y el gobierno, siempre será un tema primordial que cuidar además de ser fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social (Barroso, 2017).

Esta Norma internacional, sirve como guía para incluir la Responsabilidad Social en cualquier tipo de organización ya sea público o privada, y sin discriminar tamaño, país (desarrollado o en vía de desarrollo), y finalidad social (con o sin ánimo de lucro) (IESALC, 2017).

Esta Norma Internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización como se muestra en la figura 7.

Esta Norma Internacional hace énfasis en la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la responsabilidad social y pretende ser de utilidad para todo tipo de organizaciones del sector privado, público y sin fines de lucro, con independencia de que sean grandes o pequeñas y estén operando en países desarrollados o en países en desarrollo.

A manera de resumen, se presenta el cuadro 9 con una breve descripción de los capítulos:

CUADRO 9. Capítulos de la norma ISO 26000.

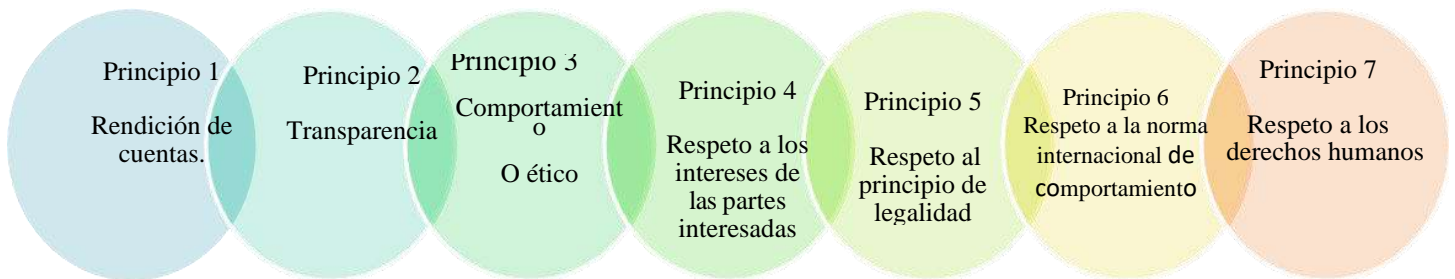
| Capítulo | Título | Descripción |
|-----------------|---|---|
| 1 | Objeto y campo de aplicación | En este capítulo se describe el objeto y el campo de aplicación de la presente norma, se describen las Limitaciones y las exclusiones. |
| 2 | Términos y definiciones | Se explica el significado de los términos clave y Fundamentales para comprender la responsabilidad social y para el uso de esta Norma. |
| 3 | Comprender la responsabilidad social | Se describen los elementos importantes y las condiciones que han influido en el desarrollo de la responsabilidad social. También, da orientación para las pequeñas y medianas organizaciones sobre el uso de Esta Norma. |
| 4 | Principios de la responsabilidad social | Explica los principios de la responsabilidad social. |
| 5 | Reconocer la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas | En este punto, se orienta sobre la relación entre una organización y sus partes interesadas, así como el reconocimiento de las materias fundamentales y los Asuntos de responsabilidad social. |
| 6 | Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social | Se describen las materias fundamentales de la responsabilidad social y sus asuntos asociados; se detalla su alcance, su relación con la responsabilidad social, los principios y las consideraciones relacionadas y las acciones y expectativas relacionadas. |
| 7 | Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización | Se proporciona orientación sobre cómo poner en práctica la responsabilidad social en una organización referentes la comprensión de la responsabilidad social de una organización, la integración de la responsabilidad social en toda la organización, la comunicación relativa a la responsabilidad social, el incremento de la credibilidad de una organización con respecto a la responsabilidad social. |

Fuente: Norma ISO 26000.

2.1.7. Medición de la responsabilidad social, con base en la norma ISO 26000

Según la ISO 26000, una organización es más o menos responsable con el medio en el que opera en función de siete principios corporativos. No son elementos que aspiren a ser definitivos, aunque sí miden, de alguna manera, la voluntad de cada compañía por generar prácticas que promuevan el desarrollo sostenible (Figura 4).

FIGURA 3. Principios de la responsabilidad social de acuerdo con la norma ISO 26000.



Fuente: ISO 26000:2010.

1. Rendición de cuentas:

Tiene que ver con la realización de informes internos que midan el impacto económico, político, social y medioambiental derivado de las actividades de cada organización. Al mismo tiempo invita a las empresas a aceptar el escrutinio público de sus acciones y a asumir responsabilidades si éstas llegaran a ser negativas.

2. Transparencia:

Habla de la disposición de una organización para suministrar toda la información que interese a las partes implicadas en sus actividades. A la vez, también se refiere al grado de claridad hacia instituciones estatales y órganos de control públicos.

3. Comportamiento ético:

Toda organización debe regirse, según la ISO, por los principios de honestidad, equidad e integridad, lo cual supone que sus objetivos no deben ser sólo económicos.

4. Respeto hacia las partes interesadas:

Se refiere a la correcta atención de los intereses y las demandas de todos los agentes que se involucren, de una u otra forma, en las actividades de la empresa. Por ejemplo, proveedores, distribuidores y, por supuesto, grupos de consumidores.

5. Legalidad:

Para la ISO 26000, es fundamental que toda organización conozca plenamente las leyes que amparan su actividad. Ninguna compañía puede operar fuera de la normativa, ya sea local, provincial, nacional o, incluso, regional.

6. Normativa internacional:

Que una actividad moralmente reprochable no suponga sanción a nivel local o regional no debe ser una excusa para que las empresas incurran en ellas. Por el contrario, cada organización debe tener en cuenta que sus acciones se enmarcan en un contexto global y que es necesario conocer las leyes y normativas al respecto.

7. Derechos Humanos:

Como último principio, la norma ISO 26000 habla del respeto y el reconocimiento de los Derechos Humanos que debería profesar cualquier organización en el desempeño de sus prácticas. Si por algún motivo hubiese fallos o vacíos legales para hacer efectivo dicho reconocimiento, las organizaciones deben hacer todo lo posible para corregirlos, tal como sucede con muchas multinacionales que operan en países con altos índices de violaciones de estos derechos.

2.1.8. NOM- SA- 8000 Condiciones de trabajo.

NOM SA 8000, norma certificable enfocada en las condiciones de trabajo, esta norma fue desarrollada en 1997 por *Social Accountability International* (SAI), una organización creada por varios grupos de interés que comparten el objetivo de mejorar el ejercicio de los derechos

humanos de los trabajadores en todo el mundo. SA 8000 fue creada para ofrecer una clarificación frente a la multitud de estándares que habían sido desarrollados para controlar las condiciones de trabajo en las cadenas de suministro. El objetivo era ofrecer una norma basada en acuerdos internacionales, por lo cual SA 8000 se apoya en las convenciones de la Organización Internacional de Trabajo y en los acuerdos de las Naciones Unidas. La norma se orienta hacia los impactos sociales de la empresa, y se ocupa principalmente del trabajo infantil, el trabajo forzoso y obligatorio, la seguridad y la salud en el trabajo, los derechos de sindicación y de negociación colectiva, la discriminación, las medidas disciplinarias, el horario de trabajo, la remuneración y los sistemas de gestión. La norma establece criterios específicos para cada asunto y también define claramente todos los conceptos que utiliza.

La norma es una de las pocas que es certificable, aunque sólo certifica a nivel de instalaciones y no toda la empresa. La iniciativa establece diferencias en sus exigencias para con las instalaciones de producción de menor capacidad, tales como menos días de auditorías y sistemas de gestión menos elaborados. La verificación de SA 8000 ha sido elaborada de modo que sea compatible con los sistemas de gestión de la Organización Internacional de Estándares (*International Organization for Standardization, ISO*) y el *International Forest Stewardship Council (FSC)*. SA ha desarrollado una agencia de acreditación (*Social Accountability Accreditation Services*) que proporciona esos servicios. La certificación es válida por tres años y cada seis meses se realiza una auditoría de verificación, que exige requisitos de procedimiento mínimos, entrevistas con empleados y un sistema de reclamaciones. En efecto, SA 8000 proporciona medios a los grupos de interés para que puedan reclamar si la empresa no cumple con los requisitos de la norma. La norma es aplicable globalmente, independientemente de la ubicación o el sector industrial. Sin embargo, por su enfoque hacia las condiciones de trabajo, el uso de la norma es común en industrias conocidas por tener malas condiciones laborales, y también en países con ese tipo de problemas, tales como India y China.

2.1.9. NOM SGE-21. Gestión ética y Socialmente Responsable.

Norma SGE 21 Norma de gestión ética y socialmente responsable certificable La Norma SGE 21 promueve un sistema de gestión ética y socialmente responsable. Esta norma fue

desarrollada por la organización FORÉTICA en el año 1999. FORÉTICA es un foro multidisciplinar que reúne profesionales, empresas, académicos y ONG. La edición actual de la Norma SGE-21 (2008) es la tercera revisión desde su lanzamiento en 2000. La norma fue elaborada por más de cien expertos que representaban a todos los grupos de interés y está en un proceso de revisión continuo para adaptarse al estado del arte y a la experiencia acumulada en su uso. La norma fija los criterios que permiten a las organizaciones establecer, implantar y evaluar el SGE. La iniciativa presenta nueve áreas de gestión que establecen los requisitos considerados adecuados para demostrar las evidencias de la implementación.

Las distintas áreas son: la alta dirección, los clientes, los proveedores, las personas que integran la organización, el entorno social, el entorno ambiental, los inversores, la competencia y las Administraciones públicas. La SGE requiere un compromiso que demuestre al menos tres elementos esenciales: su integración en la estrategia y procesos de la organización, el impulso del diálogo y el conocimiento de las expectativas de los grupos de interés y, por último, el fomento de la transparencia y la comunicación. La norma es el primer sistema de gestión ética y socialmente responsable que permite, voluntariamente, alcanzar una certificación.

La certificación requiere, por un lado, un compromiso con la sostenibilidad en materia económica, social y ambiental por parte de la empresa y, por otro lado, implica la aplicación de los valores éticos establecidos por la norma, así como la demostración y el mantenimiento de éstos. También puede ser aplicada tanto a la empresa en general como a determinadas unidades de negocio. La idea es que sea considerada como una parte del sistema de gestión de la empresa, dado que es compatible e integrable con los sistemas de gestión de calidad, medio ambiente, prevención de riesgos laborales o innovación, entre otros.

2.2. REVISIÓN DE TRABAJOS AFINES

Social Responsibility. ISO 26000:2010

“Esta Norma Internacional se ha desarrollado utilizando un enfoque de múltiples partes interesadas, con la participación de expertos de más de 90 países y 40 organizaciones internacionales o regionales representativas, que están involucradas en diversos aspectos de la responsabilidad social. Estos expertos procedían de seis grupos distintos de partes interesadas: consumidores; gobierno; industria; trabajadores; organizaciones no gubernamentales, ONG (NGO, por sus siglas en inglés) y servicios, apoyo, investigación, academia y otros. Adicionalmente, se tomaron disposiciones específicas para lograr un equilibrio en los grupos de redacción, entre países en desarrollo y desarrollados, así como un equilibrio de género. A pesar de que se realizaron esfuerzos para asegurar una participación equilibrada de todos los grupos de partes interesadas, diversos factores, como la disponibilidad de recursos y la necesidad de manejar el idioma inglés, restringieron el logro del equilibrio completo y equitativo de las partes interesadas”

López-Salazar; Contreras-Soto; Molina-Sánchez., (2010). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario.

“Analizan, con enfoque institucionalista, las motivaciones, prácticas y ventajas de 23 empresas del sector alimentario del estado de Guanajuato, en responsabilidad social empresarial (RSE). Se utiliza un instrumento denominado EIEBAC 2009. Los resultados muestran que las empresas que la practican son aquellas que han logrado permanecer más años en el mercado y que cuentan con el apoyo de factores institucionales, además de factores internos propios de sus organizaciones. Según los autores, faltan análisis comparativos de la RSE en distintas industrias, regiones y países, así como evaluar los estándares internacionales vigentes y las opciones de promover RSE en países subdesarrollados”

Sistema de Gestión Ética Socialmente Responsable SGE-21.

“La SGE 21 desarrolla los requisitos que permiten establecer, implantar y evaluar en las organizaciones el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable propuesto por Fonética. Implantar este sistema supone para la dirección de la organización un convencimiento de su capacidad de generar un liderazgo responsable”

Norma Internacional Social 8000 SA8000

“Esta es la tercera versión de la Norma Internacional SA8000, una norma auditable para un sistema de verificación por terceras partes, que establece los requisitos voluntarios a ser cumplidos por los empleadores en el lugar de trabajo, incluyendo los derechos de los trabajadores, las condiciones en el centro de trabajo y los sistemas de gestión. Los elementos normativos de esta norma se basan en la legislación nacional, en los instrumentos internacionales de derechos humanos y los convenios de la OIT. La Norma Internacional SA8000 puede ser usada junto con el Documento Guía SA8000 (SA8000 Guidance Document; sólo disponible en inglés) para evaluar el cumplimiento de estas normas en un centro de trabajo”

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de estudio.

La presente es un estudio exploratorio cualitativo, que tiene como objetivo, la descripción de particularidades de las empresas en camino de ser socialmente responsables. Es no experimental, de alcance descriptivo, pues se describirá el concepto de RSE que actualmente se maneja y se aplica en las empresas alimenticias muestra de Celaya, Gto. y de tipo, transversal, pues se reunirá información en un mismo momento de tiempo (H., Sampieri, F. Collado, B. Lucio, 2010)

Dado que se pretende la introducción de una propuesta de valor aplicada a las empresas muestra, el estudio podrá ser aplicado a todas las empresas que consideren apto su sistema de organización para obtener el distintivo RSE.

3.2. Plan estratégico de la investigación.

Con base en lo establecido por Rivas, (2010) y Sampieri, (2010) se ha elegido la siguiente categoría de análisis para estudios cualitativos, en la cual se considera, categorías y subcategorías de análisis. Esto para esclarecer de mejor manera la estrategia metodológica empleada.

En el cuadro 10, se explican las distintas categorías y subcategorías que se tomaron en cuenta en este estudio, estas categorías, fueron obtenidas con base a la metodología expuesta por la norma ISO26000:2010 de Responsabilidad Social, y abarcan, las materias fundamentales de la norma en cuestión. Así mismo, se establecen las subcategorías para cada categoría, las cuales explicarán el contenido de las distintas materias de la norma, en lo subsecuente denominadas categorías.

CUADRO 10. Estrategia de la investigación.

| Categorías de análisis | Definición conceptual | Definición operacional | Subcategorías de análisis | Definición de subcategorías |
|-----------------------------------|---|--|---|---|
| Administración y derechos humanos | La gobernanza de la organización es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos. | una política de derechos humanos para la organización, que ofrezca una orientación significativa a quienes están dentro de la organización y a quienes están estrechamente ligados a ella; | Toma de decisiones | Proceso que promueve |
| | | | Solución de reclamaciones internas | Los mecanismos eficaces de resolución de reclamaciones desempeñan un rol importante en el deber del Estado de proteger los derechos humanos |
| | | | Situaciones de riesgo para los derechos humanos | circunstancias y ambientes en los que es más probable que las organizaciones tengan que enfrentarse a desafíos y dilemas relacionados con los derechos humanos |
| | | | Grupos vulnerables internos | La discriminación implica cualquier tipo de distinción, exclusión o preferencia que tiene el efecto de anular la igualdad de trato o de oportunidades, cuando esa consideración se basa en prejuicios, más que en motivos legítimos |
| Prácticas laborales | Las prácticas laborales de una organización comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por o en nombre de la organización, incluido el trabajo subcontratado | incluyen reclutamiento y promoción de trabajadores; procedimientos disciplinarios y de resolución de reclamaciones; transferencia y traslado de trabajadores; finalización de la relación de trabajo; entre otras. | Trabajo y relaciones laborales | Comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por o en nombre de la organización. |
| | | | Condiciones de trabajo y protección social | La creación de puestos de trabajo, así como los salarios y otras compensaciones que se pagan por el trabajo realizado, se encuentran entre las contribuciones sociales y económicas más importantes de una organización |
| | | | Dialogo social | incluye todo tipo de negociación, consulta o intercambio de información entre representantes de gobiernos, empleadores y trabajadores, sobre temas de interés común relativos a inquietudes económicas y sociales |
| | | | Salud y seguridad ocupacional | Implica promover y mantener el más alto grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores y prevenir daños en la salud |
| | Hace referencia a las prácticas | hace referencia a las Directrices | Prácticas justas de <i>marketing</i> , | Las prácticas justas de marketing, la información objetiva e imparcial y |

| | | | | |
|----------------------------|--|---|---|--|
| Asunto de los consumidores | justas de marketing, la protección de la salud y la seguridad, el consumo sostenible, la resolución de controversias y la compensación, la protección de la privacidad y de los datos, el acceso a productos y servicios esenciales, el tratamiento de las necesidades de los consumidores vulnerables y desfavorecidos y la educación, entre otros. | de las Naciones Unidas para la Protección del consumidor, como herramienta fundamental sobre los asuntos de consumidores y el consumo sostenible. | | las prácticas contractuales justas, proporcionan información sobre los productos y los servicios de una manera que pueda ser entendida por los consumidores |
| | | | Protección de la salud de los consumidores | implica la provisión de productos y servicios que sean seguros y que no conlleven un riesgo inaceptable de daño cuando se usen o consuman |
| | | | Servicios de atención al cliente | Los servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias son mecanismos que una organización utiliza para abordar las necesidades de los consumidores después de la venta de los productos o la prestación de los servicios. |
| | | | Protección y privacidad de los datos personales | se pretende salvaguardar el derecho de los consumidores a la privacidad, limitando el tipo de información reunida y las formas en que esa información se obtiene, utiliza y se mantiene segura. |

Fuente: ISO 26000:2010.

Cada una de las subcategorías son definidas, con la finalidad de generar mayor información relacionada a las categorías de estudio, de esta manera el proceso de investigación queda mejor definido, además de esclarecer las variables de estudio.

Así mismo, se ha establecido una matriz de análisis (Figura 5) para datos cualitativos propuesta por (Rivas, 2010), para definir la estructura general que en la presente investigación se ha establecido.

Los indicadores, se definieron con la norma ISO26000:2010, y corresponden a los fundamentos de sostén de la norma, los cuales definen las distintas áreas principales para una empresa socialmente responsable. Los diferentes indicadores, pueden establecer una categoría *per se*, y un conjunto de indicadores, ayuda a diversificar y a solventar la categoría

de análisis, de esa manera la evaluación del análisis instrumental, establecido para el presente trabajo, será más eficiente y claro.

De acuerdo a las preguntas de investigación y a los objetivos planteados en el estudio, la investigación se estructuró en tres fases principales.

Fase 1: Diseño de la muestra. Incluye la elaboración del instrumento de evaluación.

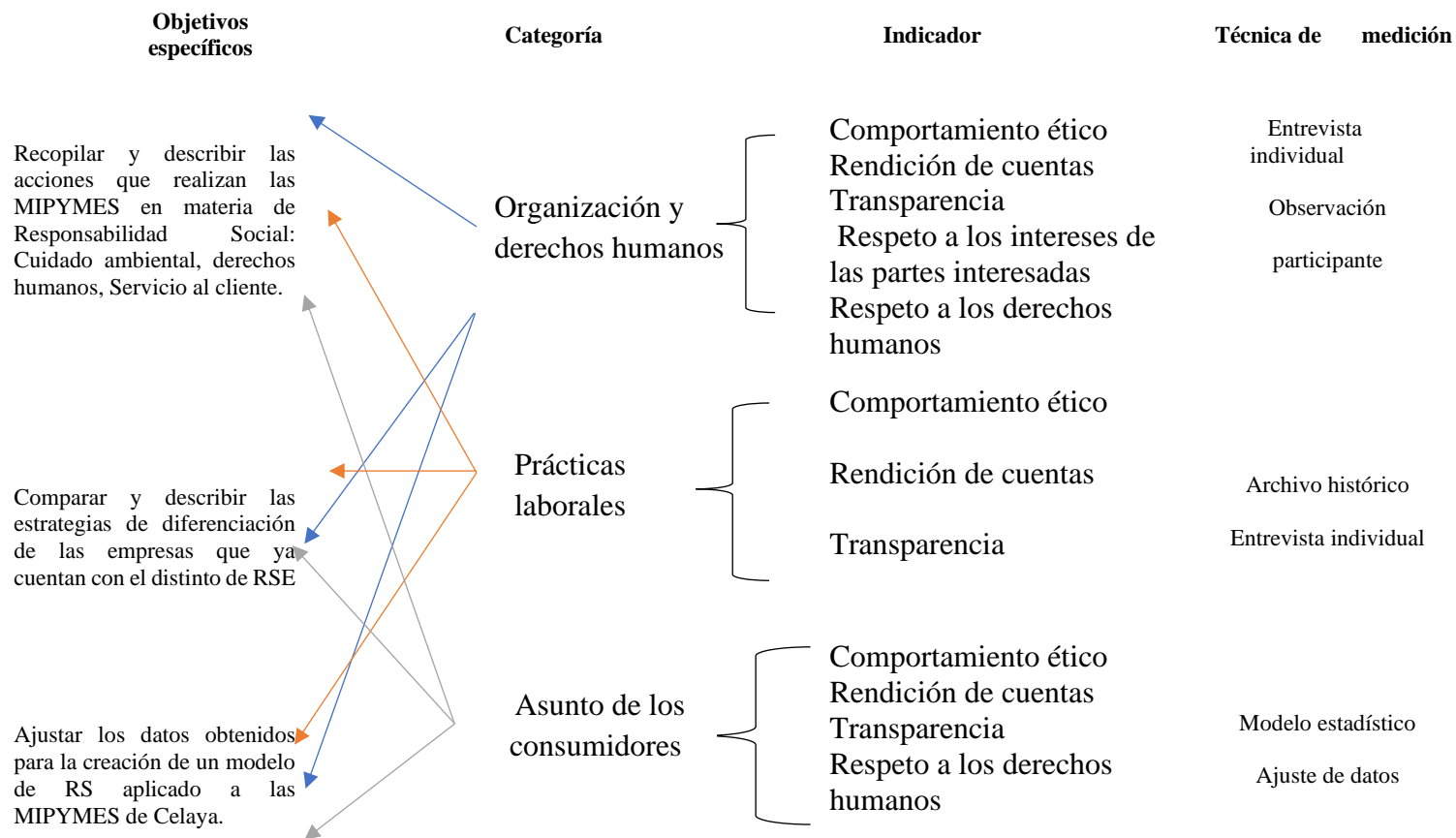
Fase 2: Análisis estadístico de los datos obtenidos.

Fase 3: Síntesis y estructuración de los datos obtenidos para generar resultados.

De manera general, durante la recolección de los datos, se ha utilizado, también, método etnográfico a través de análisis de documentos, entrevistas y observación participante.

3.3. Matriz cualitativa de análisis

FIGURA 4. Matriz cualitativa de análisis



Fuente: (Rivas, 2010); (H., Sampieri, F. Collado, B. Lucio, 2010) ; (H., Sampieri, F. Collado, B. Lucio, 2010).

3.4.Hipótesis

Dada la naturaleza exploratoria cualitativa de la presente investigación, no se cuenta con una Hipótesis para comprobar, por lo que se establece un precedente de objetivos, preguntas de investigación, con la finalidad de soportar la importancia de la determinación e identificación de actividades con mayor frecuencia y jerarquía que las empresas que ya son responsables realizan para incurrir en dicho estatus, y de qué manera, as empresas en crecimiento no necesariamente de gran tamaño, puedan obtener, con base a lo anterior un modelo que sirva como guía para identificar, comparar y establecer actividades, lineamientos, protocolos, entre otros, para sus organizaciones, de manera que éstas proyecten a futuro un camino erguido en materia de RS.

3.5. Diseño de la muestra

3.5.1. Identificación de la muestra objetivo.

La evaluación de las empresas participantes, fue realizada mediante método de muestreo no probabilístico, también llamado muestreo por conveniencia, empleando muestras de expertos del área estrictamente administrativa y con conocimiento profundo de las operaciones específicas y generas de la empresa. La aplicación del instrumento de evaluación, se acompañó de una verificación observacional sistemática de las empresas de giro alimenticio ubicadas en Celaya, Gto. El tamaño de la empresa se consideró, con base al número de empleados, esto último según a los datos obtenidos del Censo Económico (INEGI, 2009). Las empresas muestras, cuentan con dos características primordiales.

- a) Cuentan con el distintivo RSE
- b) No cuentan con el distintivo RSE.

Una vez identificada la muestra poblacional, está será objeto de estudio para el desarrollo de un modelo sintetizado de convergencia para la obtención del distintivo RSE.

El cuadro 11 muestra las características de la población de análisis.

CUADRO 11. Datos generales de la población de estudio.

| Empresa | Característica | Empleado | Tamaño¹ | Distintivo RSE | Años con RSE | Otras certificaciones |
|-----------------|------------------------------------|-----------------|---------------------------|-----------------------|---------------------|------------------------------|
| FEMSA | Elaboración De alimentos y bebidas | >251 | grande | Si | 20 | ISO9000:2015. HACCP, BPM. |
| ASTURIAS | Elaboración de grasas | 250 | mediana | Si | 19 | HACCP |
| Mansión MARISCO | Restaurant de mariscos | 50 | pequeña | En proceso | | BPM, HASSA |
| JUCHIA | Elaboración de alimentos en polvo | 8 | micro | No | -- | MARCA GTO |

Fuente Elaboración propia con datos obtenidos de INEGI, 2010

Fase 1: Recolección de datos a través del método de entrevista: Diseño del instrumento de evaluación y selección de la muestra.

3.6. Instrumentos de evaluación

Las Técnicas que se utilizaron fueron: La entrevista personal, donde el entrevistador formuló las preguntas a los entrevistados en el nuevo escenario del objeto de estudio y a los dueños de las empresas alimenticias objetivo, de Celaya.

La información necesaria para el presente estudio se obtuvo en base al nivel de desarrollo económico, tecnológico y social de las empresas objetivo.

Finalmente, se procedió a hacer un análisis de la responsabilidad social y empresarial de las empresas alimenticias objetivo de Celaya, lo cual permitió observar el comportamiento del proyecto en distintos escenarios económicos posibles. Es importante mencionar que las categorías de estudio de la presente investigación, se basan en la Norma ISO 26000:2010, específicamente los apartados siguientes:

- 6.2. Administración de la organización.

- 6.4. Prácticas laborales.
- 6.7. Asuntos de los consumidores.
- 6.9. Derechos humanos

Estos últimos fueron establecidos con base en los resultados obtenidos por López, A.; Contreras, R. y Sánchez, R. M, (2011), cuyos resultados muestran una mayor incidencia en acciones de RSE centradas en el ámbito organizacional, consumidores, derechos de trabajadores y partes interesadas y prácticas laborales, lo cual puede atribuirse a tres factores: 1) facilidad para implementar acciones en dichas áreas, 2) percepción clara del empresario respecto a la relación causa efecto de las variables, y 3) obligación de cumplir con normas y leyes laborales y medioambientales.

3.6.1. Instrumento de evaluación: Entrevista

Se eligió la entrevista ya que es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa (Savin-Baden y Major, 2013; y King y Horrocks, 2010). Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados).

El tipo de entrevista tiene una semiestructura, comprendido de una guía de preguntas abiertas, con margen para ampliar la pregunta por parte del entrevistador, y de preguntas de dualidad (si/no). se desarrolló y validó estadísticamente para garantizar su confiabilidad, obteniendo un valor de 0.925 en el coeficiente alfa de Cronbach, lo cual garantiza resultados consistentes.

El modelo estructural de la entrevista se representa, es el siguiente (Cuadro 12)

CUADRO 12. Estructura del instrumento de evaluación.

| | | |
|------------|--|--|
| Apartado 1 | Datos etnográficos: Datos generales | Dentro de este apartado, se recoge los datos generales, que tienen que ver con el estudio de la empresa en cuestión. |
| Apartado 2 | Cuerpo de la entrevista | En este apartado se desarrollan las preguntas de tipo abiertas y duales, incluyendo comentarios finales y preguntas anexas por el entrevistador. |

| | | |
|------------|--------|--|
| Apartado 3 | ANEXOS | En este apartado se plantea un breve cuestionario abierto, acerca de la obtención y conocimiento de la norma de responsabilidad social ISO26000:2010 |
|------------|--------|--|

Fuente: Elaboración propia.

Una vez establecido el instrumento de evaluación, este se estructuró con tomando en cuenta las materias fundamentales de la norma, que funcionan como Categorías en la presente tesis: 1. Derechos humanos, 2. Organización, 3. Asunto de los consumidores y 4. Prácticas justas de operación, estas fueron evaluadas a través de preguntas sistematizadas, que se generaron con base en los 7 principios fundamentales de la norma, los cuales funcionan como indicadores de la presente tesis:

- I. Rendición de cuentas.
- II. Transparencia,
- III. Comportamiento ético.
- IV. Respeto a las partes interesadas.
- V. Respeto a los principios de legalidad,
- VI. VI. Respeto a la normativa internacional de comportamiento,
- VII. Derechos humanos.

Todos, establecidos en la Norma ISO 26000:2010, guía de responsabilidad social.

3.7. Procedimientos estadísticos

Para el análisis de los datos, se procedió a transcribir las entrevistas obtenidas, a partir de las cuales, se procedió a la redacción y análisis del conjunto de datos de manera estadística.

Para este fin, se empleó el programa estadístico MAXQDA 12 Analytics PRO.

MAXQDA es un software utilizado para el análisis cualitativo de datos. La primera versión se creó en 1989 y el software fue diseñado para tanto investigaciones cualitativas y cuantitativas cuanto para métodos mixtos (Lewis y Silver, 2007). Puede cuantificar los datos cualitativos y enriquecer el análisis con pruebas y plausibilidad.

Se pueden analizar estadísticamente los datos cualitativos directamente en MAXQDA o importarlos a Excel, SPSS u otras herramientas de software estadístico.

Novedades y alcances:

- Estadística descriptiva y tablas de referencias cruzadas.
- Definir los valores perdidos y etiquetas de valor.
- Análisis de la varianza (ANOVA).
- Correlación.
- Calcular y recodificar variables.
- Tablas interactivas de resultados.

En la actualidad MAXQDA es uno de los programas QDA más utilizados (Mira y Andrés, 2010; Gonzáles y Cano, 2016) en diferentes campos de investigación de las ciencias sociales.

3.7.1. Captura de información

La información que se obtuvo de las entrevistas y del grupo focal fue transcrita lo más pronto posible después de haber finalizado cada una de las técnicas. De acuerdo a Rodríguez, Gil y García (1999) y Álvarez-Gayou (2003) las investigaciones cualitativas generan una buena cantidad de hojas escritas, transcripciones de entrevistas, observaciones y otras fuentes, teniendo esta información es necesario darle sentido. Por lo tanto, esto obligó a poner orden a las ideas y plasmar la información en un esquema organizado. Las entrevistas fueron transcritas de forma literal por varias razones, para estar más cerca de los datos, para asegurar el anonimato de los participantes, y para tener oportunidad de empaparse completamente con el material. El proceso de transcripción fue largo y lento, pero permitió escuchar una y otra vez las grabaciones de las entrevistas.

3.7.2. Codificación con software MAXQDA

En este paso, se detalló el proceso de codificación el cual se realizó de forma manual y con el software cualitativo MAXQDA 12. Los códigos fueron un proceso de organización del material dentro de segmentos o textos antes de empezar a describir la información. Los

códigos fueron palabras que sirvieron para identificar la categoría. De acuerdo a Creswell (2009) este paso incluyó ocho especificaciones a realizar: 1) se leyeron las transcripciones cuidadosamente; 2) se clasificó de más a menos interesantes las entrevistas, se razonó acerca de lo que dicen las entrevistas y se escribieron ideas al margen de la hoja; 3) se realizó una lista de todos los tópicos, se identificaron los tópicos similares, los únicos y los sobresalientes; 4) se tomó la lista y se regresó a los datos, se abreviaron los tópicos con códigos y se escribieron los códigos siguientes a los segmentos apropiados del texto; 5) se encontraron los conceptos que mayormente describan los tópicos y se convirtieron en categorías, se redujo el total de la lista de categorías y se agruparon los tópicos que se relacionaron uno con otro; 6) se realizó la abreviación de cada categoría y se alfabetizó los códigos; 7) se unió el material de los datos pertenecientes a cada categoría en un solo lugar y se realizó un análisis preliminar.

FASE 3: Síntesis y estructuración de los datos obtenidos para generar resultados.

Una vez analizados los datos de las entrevistas realizadas a los expertos, y obteniendo las correlaciones que permitan responder las preguntas de investigación establecidas, se procedió a sintetizar y estructurar los datos generados, con la finalidad de determinar cuáles son las características y comparativas, que presenta cada uno de las empresas estudiadas, para posteriormente, sugerir un modelo sintetizado que las empresas alimenticias pueden implementar para la obtención del distintivo RSE.

Dentro de esta fase, se plantea un diseño de observación etnográfica, que consiste en la observación y verificación de documentos comprobables, que fidelicen las afirmaciones presentados por las empresas de estudio, y que respalden sus argumentos.

En esta fase el programa cualitativo MAXQDA 12 ayudó a organizar grupos de texto y material textual para el análisis temporal; creó códigos jerárquicos con hasta diez niveles; seleccionó segmentos de texto y asignó códigos o subcódigos ligados a un color como atributo de cada código. Mostró el texto con rayas de codificaciones que indican que los códigos han sido ligados entre sí. Seleccionó palabras o términos del texto y los insertó automáticamente en su sistema de código (“in-vivo-coding”) con el cual se buscaron palabras. Además, importó los textos realizados en formato Word e hizo visible el código

con su texto, el número de la entrevista a la que pertenece y el número de párrafo del código (Castro, 2005).

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Con base al análisis de datos y las correlaciones arrojadas por el programa estadístico, para dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas en el presente trabajo y de acuerdo con los resultados obtenidos de analizar las entrevistas en MAXQDA, se obtuvo una lista de 100 códigos que a su vez pueden ser interpretados como variables o indicadores. Éstos se estudiaron de manera que el software permitiera saber cuáles son los indicadores que tienen mayor importancia.

CUADRO 13. Recopilación de actividades que realizan las empresas que cuentan con el distintivo ESR en materia de responsabilidad social empresarial, Frecuencia en que realizan la actividad, porcentaje (%) de frecuencia.

| Actividades que realizan las empresas de alimentos en RSE | Frecuencia | (%) porcentaje |
|--|-------------------|-----------------------|
| Cumplir con los requerimientos de ley | 39 | 7.49 |
| Cumplir con las evaluaciones de organismos reguladores | 29 | 5.57 |
| Otorgar condiciones de trabajo decentes y seguras para los empleados | 25 | 4.80 |
| Generar acciones o protocolos para prevenir impactos involuntarios | 25 | 4.80 |
| Eliminar estrés laboral y enfermedades psicosociales | 23 | 4.41 |
| Revelación de información sobre políticas internas y ambientales | 20 | 3.84 |
| Transparencia de decisiones internas de la empresa | 20 | 3.84 |
| Actividades que cumplen con el marco legal | 19 | 3.65 |
| Sondeos entre el personal para detección de inconformidades | 17 | 3.26 |
| Respetar como mínimo las normas y leyes ambientales de la organización | 17 | 3.26 |
| Protocolos y leyes de derechos humanos de los empleados | 16 | 3.07 |
| Dar a conocer cantidades y aplicaciones de los recursos financieros | 16 | 3.07 |

| | | |
|--|----|------|
| Protección equitativa a trabajadores temporales y de planta | 16 | 3.07 |
| Planes de acción y protocolos por siniestros económicos | 14 | 2.69 |
| Dar a conocer precios, impuestos y políticas de devoluciones | 14 | 2.69 |
| Área encargada de quejas y sugerencias | 13 | 2.50 |
| Condiciones de trabajo que cumplen con leyes y normas | 12 | 2.30 |
| Programas para siniestros ambientales | 12 | 2.30 |
| Cumplir con todos los requisitos legales, con auditorias | 12 | 2.30 |
| Reconcomiendo a ahombres y mujeres por igual | 11 | 2.11 |
| Estándares de comportamiento ético entre el personal | 11 | 2.11 |
| Frecuencia con que se promueve el comportamiento ético | 11 | 2.11 |
| Códigos de ética a la vista de los empleados | 11 | 2.11 |
| Resolución de conflictos éticos entre personal | 10 | 1.92 |
| Planes de contingencia ambiental | 10 | 1.92 |
| Información de los procedimientos de compra de la empresa | 10 | 1.92 |
| Actividades de publicidad y marketing | 9 | 1.73 |
| Cuáles son las partes interesadas de la empresa | 8 | 1.54 |
| Obligaciones y derechos de los empleados, son conocidas | 8 | 1.54 |
| Evitar complicidad y corrupción en grupo | 8 | 1.54 |
| Respeto a nuestras partes interesadas y resolución de quejas o | 8 | 1.54 |
| Influencia en organizaciones para mejorar conflictos | 7 | 1.34 |
| Análisis de riesgo de partes interesadas que pueden afectar | 7 | 1.34 |
| Protocolo o acciones, para el manejo de conflictos y violaciones | 7 | 1.34 |
| Localización de la empresa con dirección y correos | 5 | 0.96 |
| Control de riesgos para la salud y seguridad en la empresa | 5 | 0.96 |
| Áreas destinadas de esparcimiento y descanso en la empresa | 5 | 0.96 |

| | | |
|--|------------|---------------|
| Protección de los datos privados de empleados | 4 | 0.77 |
| Manejo de ausencias, discapacidad año sabático en la empresa | 4 | 0.77 |
| Uso de imágenes o información discriminante | 3 | 0.58 |
| TOTAL (válido) | 521 | 100.00 |
| Datos perdidos | 0 | 0.00 |
| TOTAL | 521 | 100.00 |

Fuente: Elaboración propia.

4.1. Frecuencia de actividades que realizan las empresas que cuentan con el distintivo ESR.

Con base en el software empleado, se han determinado y recopilado los siguientes patrones de actividades, que las empresas de alimentos consideran de mayor relevancia en materia de responsabilidad social. La frecuencia de las actividades establecidas, son calculadas con base en un análisis estadístico estratificado a partir de las repuestas que las empresas objetivo emitieron.

De acuerdo al cuadro 14, se ha determinado que la actividades que presentan un mayor grado de repetición o frecuencia de actividad en tres de las empresas objetivo, corresponde al cumplimiento de los requerimientos de ley, Cumplimiento de las evaluaciones que realizan los organismos reguladores, que tiene que ver con la obtención de permisos de operación, de uso, de funcionamiento, así como cualquier legislación vigente que permita el trabajo realizado por cada empresa, y a cumplir en tiempo, con las evaluaciones establecidas por organismos como COFEPRIS, CFE, SAGARPA, Salubridad, y organismos certificadores ISO y NOM, respectivamente. Mientras que las actividades de Otorgar condiciones de trabajo decentes y seguras para los empleados y Generar acciones o protocolos para prevenir impactos involuntarios de la organización, mostraron una similitud de frecuencia entre ambas, esto último, sugiere la relación directamente proporcional, entre las variables de Rendición de cuentas y principios de legalidad

Así mismo, la revelación de información sobre políticas internas y ambientales y la transparencia de decisiones internas de la empresa mostraron un porcentaje y frecuencia de operación similar entre ellas, lo que muestra la estrecha relación entre estas actividades, y la

relación directamente proporcional entre ambas actividades importantes dentro de las empresas.

Interesantemente se observa, que las actividades que corresponden a la variable de Rendición de cuentas, transparencia, normativa internacional de comportamiento y derechos humanos, presentaron una fuerte relación, con actividades similares de preponderancia jerárquica, con similitud de frecuencia entre estas, para desarrollarse dentro de las empresas.

4.2. Acciones que realizan las MIPYME de alimentos en materia de Responsabilidad Social.

El cuadro 15 muestra la frecuencia de actividades por cada empresa, incluyendo la micro empresa de control de comparación, en una escala de 0% al 100%. Los resultados muestran una mayor incidencia en acciones de RSE centradas en el ámbito laboral, medioambiental y de cumplimiento con las normas y leyes gubernamentales, los resultados mostrados, coinciden con lo reportado por López-Salazar (2013), donde evidencia que las MIPYMES muestran la incorporación de estrategias de manera competitiva en dichos ámbitos, la variable de rendición de cuentas, mostró una mayor preponderancia en acciones como protocolos para la prevención de impactos negativos involuntarios, y planes de acción y protocolos por siniestros económicos, así como planes de contingencia ambiental este último, de mayor consideración para FEMSA, debido en mayor medida su grado de empresa responsable con el ambiente y al número elevado de protocolos medioambientales que maneja desde hace 20 años, así mismo se observa una incidencia prevalente en las actividades de Sondeo entre el personal para detección de inconformidades, con un 47% de frecuencia para la empresa Asturias, esto debido al hecho de ser una empresa del ramo técnico Industrial, que maneja un amplio número de empleados bajo un ambiente laboral de presión, por lo que el trato humano puede verse afectado de manera intermitente. Para la variable de transparencia, se observa un porcentaje de frecuencia de 30 y 40% para las empresas, que incluyen actividades predominantes como Transparencia de decisiones internas de la empresa, Localización de la empresa con dirección y correos, Actividades de publicidad y marketing y Control de riesgos para la salud y seguridad en la empresa. Es interesante la relación que existe para la actividad de localización de la empresa con dirección y correos, pues a pesar de que todas las empresas mostraron un porcentaje de frecuencia similar, la empresa de mariscos, denotó mayor incidencia en la misma, debido al hecho de ser un

negocio de servicios abierto al público, cuya fuente de ingresos depende en gran medida de la localización correcta de su establecimiento al cliente y prospectos.

Así mismo se observa que las actividades de preponderancia para las variables de Comportamiento ético, Intereses de las partes interesadas, Principios de legalidad, Normativa internacional de comportamiento, y Respeto a los derechos humanos, fueron: Estándares de comportamiento ético entre el personal, Manejo de ausencias, discapacidad año sabático en la empresa, Actividades que cumplen con el marco legal, Respetar como mínimo las leyes ambientales de la organización y Obligaciones y derechos de los empleados, son conocidas, respectivamente.

Es de importancia recalcar que las actividades que menor frecuencia presentaron, fueron las pertenecientes a la variable de principios de legalidad, específicamente para la actividad de “Actividades que cumplen con el marco legal”, esta actividad fue la que menor frecuencia presentó para la microempresa Juchia y para Asturias, ambas empresas del ramo industrial. Granados- Mendoza, (2017) sugieren con base a sus investigaciones, que las MIPYMES, en contraste con las empresas de mayor tamaño, presentan mayor dificultad para seguir los lineamientos establecidos para las empresas del ramo industrial, no así para empresas de servicio, cuya legislación es un tanto diferente a las empresas manufactureras, así lo enunció, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (2017).

CUADRO 14. Recopilación de actividades que realizan las empresas evaluadas en materia de responsabilidad social empresarial.

| Variable | Empresas objetivo frecuencias | | | | |
|----------------------|---|----------|-------|--------|--------|
| | Códigos/Indicador | ASTURIAS | M.M* | FEMSA | JUCHIA |
| Rendición de cuentas | Evaluaciones de organismos reguladores | 31.03% | 24.1% | 34.5% | 10.34% |
| | Planes de contingencia ambiental | 10.00% | 30.0% | 50.0% | 10.00% |
| | Acciones o protocolos para prevenir impactos involuntarios | 8.00% | 20.0% | 60.0% | 12.00% |
| | Planes de acción y protocolos por siniestros económicos | 7.14% | 21.4% | 64.3% | 7.14% |
| | Programas para siniestros ambientales | 16.67% | 25.0% | 50.0% | 8.33% |
| | Sondeos entre el personal para detecciones inconformidades | 47.06% | 17.6% | 29.4% | 5.88% |
| Transparencia | Revelación de información sobre políticas internas y ambientales | 30.00% | 30.0% | 25.00% | 15.00% |
| | Transparencia de decisiones internas de la empresa | 10.00% | 35.0% | 30.00% | 25.00% |
| | Dar a conocer cantidades y aplicaciones de los recursos financieros | 25.00% | 25.0% | 37.50% | 12.50% |
| | Localización de la empresa con dirección y correos | 20.00% | 40.0% | 20.00% | 20.00% |
| | Dar a conocer precios, impuestos y políticas de devoluciones | 21.43% | 28.6% | 28.57% | 21.43% |
| | Información de los procedimientos de compra de la empresa | 30.00% | 10.0% | 20.00% | 40.00% |
| | Área encargada de quejas y sugerencias | 25.00% | 8.3% | 33.33% | 33.33% |
| | Actividades de publicidad y marketing | 11.11% | 33.3% | 22.22% | 40.00% |

| | | | | | |
|---|---|---|--------------|--------|--------|
| | Control de riesgos para la salud y seguridad en la empresa | 40.00% | 20.0% | 25.00% | 14.40% |
| Comportamiento ético | Frecuencia con que se promueve el comportamiento ético | 9.09% | 54.5% | 9.09% | 27.27% |
| | Estándares de comportamiento ético entre el personal | 27.27% | 63.6% | 12.30% | 9.09% |
| | Resolución de conflictos éticos entre personal | 10.00% | 44.7% | 25.30% | 20.00% |
| | Códigos de ética a la vista de los empleados | 27.27% | 25.4% | 38.40% | 9.09% |
| | Protección de los datos privados de empleados | 20.58% | 35.0% | 38.40% | 6.02% |
| | Uso de imágenes o información discriminante | 17.96% | 25.0% | 39.00% | 18.04% |
| | Intereses de las partes interesadas | Cuáles son las partes interesadas de la empresa | 12.50% | 37.5% | 37.50% |
| Respeto a nuestras partes interesadas y resolución de quejas | | 37.10% | 20.0% | 30.40% | 12.50% |
| Análisis de riesgo de partes interesadas que pueden afectar la organización | | 28.57% | 28.6% | 29.40% | 13.43% |
| Manejo de ausencias, discapacidad año sabático en la empresa | | 25.00% | 50.0% | 17.98% | 25.00% |
| Condiciones de trabajo que cumplen con leyes y normas | | 41.67% | 25.0% | 8.33% | 25.00% |
| Principios de legalidad | Cumplir con todos los requisitos legales y con auditorias | 41.67% | 68.4% | 10.67% | 16.67% |
| | Actividades que cumplen con el marco legal | 5.26% | 41.7% | 21.05% | 5.26% |
| | Grado de cumplimiento con la ley. | 17.95% | 53.8% | 20.26% | 17.95% |
| | Condiciones de trabajo decentes y seguras para los empleados | 8.00% | 56.0% | 12.00% | 24.00% |
| Normativa internacional de comportamiento | Respetar como mínimo las leyes ambientales de la organización | 17.65% | 52.9% | 11.76% | 17.65% |
| | Influencia en organizaciones para mejorar conflictos | 27.14% | 14.3% | 30.38% | 12.57% |

| | | | | | |
|--------------------------------|--|--------|-------|--------|--------|
| | Evitar complicidad y corrupción en grupo | 37.50% | 12.5% | 40.0% | 10.00% |
| Respeto a los derechos humanos | Obligaciones y derechos de los empleados, son conocidas | 62.50% | 12.5% | 12.50% | 12.50% |
| | Protocolos y leyes de derechos humanos de los empleados | 25.00% | 37.5% | 6.25% | 31.25% |
| | Áreas destinadas de esparcimiento y descanso en la empresa | 20.00% | 40.0% | 40.00% | 19.41% |
| | Protocolo o acciones, para el manejo de conflictos y violaciones | 28.57% | 28.6% | 28.57% | 14.29% |
| | Reconcomiendo a hombres y mujeres por igual | 18.18% | 45.5% | 18.18% | 18.18% |

*M.M. La Mansión del Mariscos. Fuente: Elaboración propia

4.3. Relación de actividades preponderantes para cada variable establecida

Se realizó la relación de actividades que las empresas presentan con mayor frecuencia y que encajan en cada una de las siete variables empleadas: Rendición de cuentas, transparencia, principios de legalidad, normativa internacional de comportamiento, intereses de las partes interesadas, comportamiento ético y derechos humanos. Para ser consideradas, entre otras cosas, parte fundamental del cumplimiento de sus actividades como empresa responsable.

La tabla 3 muestra las distintas actividades englobadas por variable, la relación se muestra en la figura 5. Las actividades que presentan un icono de color similar, presentan mayor interrelación que las actividades de color distinto.

Los resultados para la variable de principios de legalidad (figura 5a) muestran una mayor relación entre las condiciones que fomentan un buen ambiente laboral para los trabajadores y personal, y las obligaciones patronales que marca la ley laboral, para el empresario. El cumplir con los requisitos legales para operar una empresa, así como permitir auditorías y cumplir con lo establecido en cada una de estas, es parte del cumplimiento del marco legal administrativo.

La variable de transparencia (Figura 5b) tiene sus bases en dar a conocer precios, impuestos y políticas de devoluciones, para las empresas del sector alimenticio, lo que va de la mano con una transparencia de las decisiones dentro de la organización, facilitando al empresario las actividades de transparencia de su empresa, incluyendo proporcionar información de los procedimientos de compra de la empresa para mantener la claridad en las operaciones, mantenido el enfoque oportunista, ya que la empresa tiende a buscar oportunidades en mercados o sectores extranjeros, cuando está seguro de la transparencia en sus actividades económicas y administrativas (Granados- Mendoza, 2017). En este sentido, la existencia de leyes y normas establecidas incrementa la probabilidad de tener un comportamiento responsable de la empresa. En países en desarrollo como México se ha regulado, en mayor grado, el ámbito laboral y medioambiental, en relación a los demás factores.

Por otro lado, las actividades relacionadas al marketing mantiene una relación con dar a conocer ubicación, localización, teléfonos y contacto de la organización, algo que resulta coherente, siendo una estrategia de visualización de contenido, permitiendo al empresario

generar estrategias que permitan la fidelidad con los clientes, posicionamiento de marca y reputación positiva (López, A., Contreras, R. y Molina, R, 2011).

En cuanto a la variable normativa internacional de comportamiento (figura 5c), la experiencia de Respetar como mínimo las leyes ambientales de la organización, es parte de una influencia en organizaciones para mejorar conflictos y de esta forma evitar complicidad y corrupción en grupo.

Respecto a la variable intereses de las partes interesadas (figura 5d), un correcto análisis de las partes interesadas que integran a la empresa y la importancia de involucrarse no sólo en conocerlas, sino en cumplir con sus estándares, marca la pauta para establecer condiciones correctas de trabajo para todos los integrantes de una organización, desde accionistas, hasta mano de obra, lo que ayudará al empresario a cumplir con leyes y normas laborales que mantendrá una correcta relación laboral.

Por otro lado, la variable rendición de cuentas (Figura 5e) deja en claro que permitir las evacuaciones organismos reguladores, permiten al empresario un mayor control sobre los protocolos y acciones que ayudaran a su empresa a prevenir conflictos de índole ambiental, interno o externos, esto con ayuda de sondeos entre el personal, para detectar las posibles inconformidades que puedan surgir y afectar a la organización.

Respecto a la variable de comportamiento ético (figura 5f) muestra que la correcta resolución de conflictos éticos se debe en gran medida a la frecuencia con que el empresario promueva el comportamiento ético entre su personal, a través de distintos medios, entre los que destaca el colocar en lugares estratégicos y a la vista, códigos y estándares éticos que puedan ser vistos por todos los miembros de la empresa, esta teoría, coincide con lo reportado por (López, A., Contreras, R. y Molina, R, 2011), quienes establecen que los estándares de ética y calidad son parte primordial de las organizaciones socialmente responsables.

Así mismo, la variable relacionada a los derechos humanos (Figura 5g) establece que la experiencia del empresario en el manejo de protocolos y leyes que protejan los derechos de los trabajadores, no solo de planta, también externos y temporales, le permite un mejor manejo de los derechos del trabajador, evitando violaciones y faltas a los mismos, además de generar menos estrés laboral y enfermedades psicosociales.

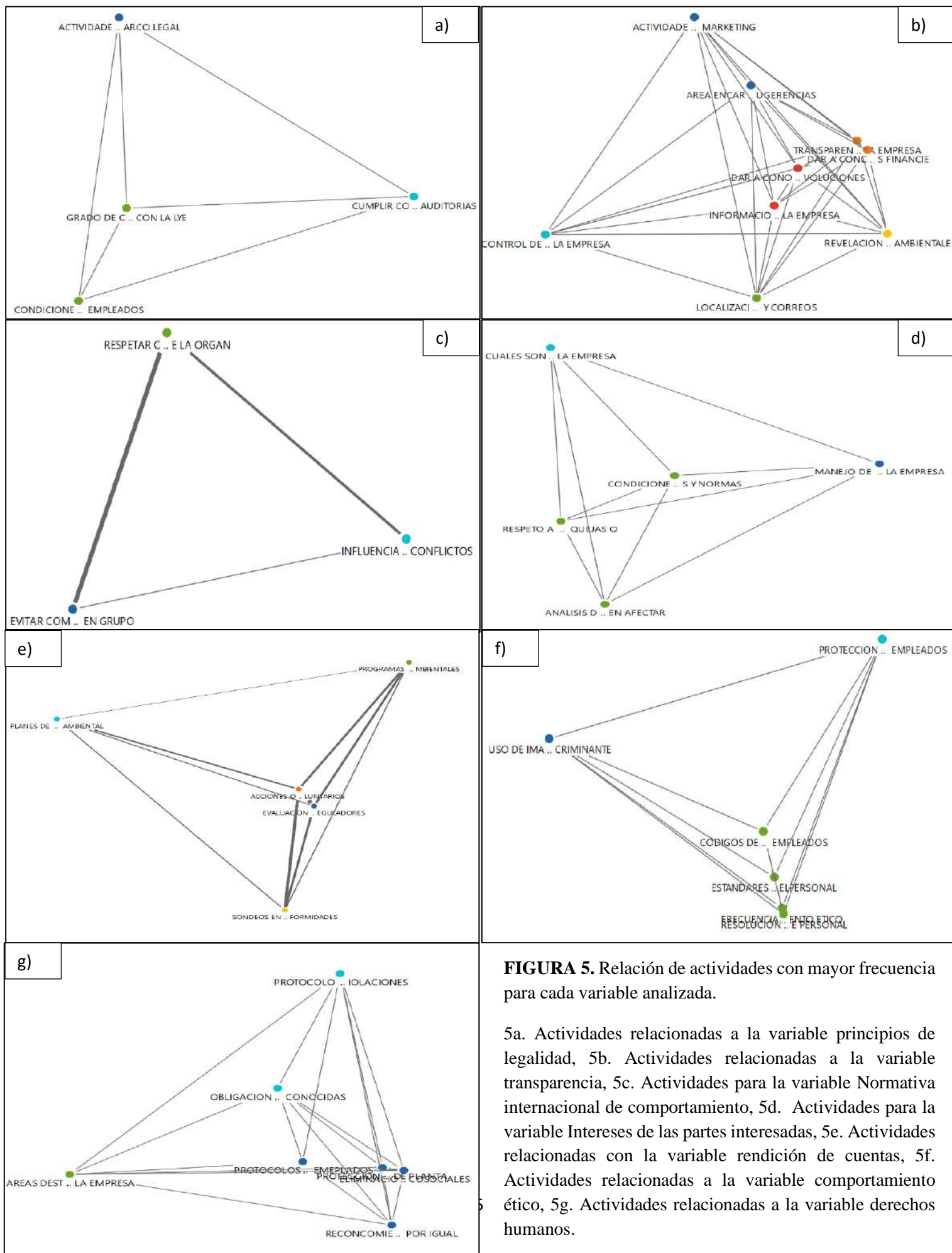


FIGURA 5. Relación de actividades con mayor frecuencia para cada variable analizada.

5a. Actividades relacionadas a la variable principios de legalidad, 5b. Actividades relacionadas a la variable transparencia, 5c. Actividades para la variable Normativa internacional de comportamiento, 5d. Actividades para la variable Intereses de las partes interesadas, 5e. Actividades relacionadas con la variable rendición de cuentas, 5f. Actividades relacionadas a la variable comportamiento ético, 5g. Actividades relacionadas a la variable derechos humanos.

CUADRO 15. Actividades para cada indicador.

| Indicador | Actividades relacionadas |
|-------------------------------------|---|
| Rendición de cuentas | Evaluaciones de organismos reguladores |
| | Planes de contingencia ambiental |
| | Acciones o protocolos para prevenir impactos involuntarios |
| | Planes de acción y protocolos por siniestros económicos |
| | Programas para siniestros ambientales |
| | Sondeos entre el personal para detecciones inconformidades |
| Transparencia | Revelación de información sobre políticas internas y ambientales |
| | Transparencia de decisiones internas de la empresa |
| | Dar a conocer cantidades y aplicaciones de los recursos financieros |
| | Localización de la empresa con dirección y correos |
| | Dar a conocer precios, impuestos y políticas de devoluciones |
| | Información de los procedimientos de compra de la empresa |
| | Área encargada de quejas y sugerencias |
| | Actividades de publicidad y marketing |
| | Control de riesgos para la salud y seguridad en la empresa |
| Comportamiento ético | Frecuencia con que se promueve el comportamiento ético |
| | Estándares de comportamiento ético entre el personal |
| | Resolución de conflictos éticos entre personal |
| | Códigos de ética a la vista de los empleados |
| | Protección de los datos privados de empleados |
| | Uso de imágenes o información discriminante |
| Intereses de las partes interesadas | Cuáles son las partes interesadas de la empresa |
| | Respeto a nuestras partes interesadas y resolución de quejas |
| | Análisis de riesgo de partes interesadas que pueden afectar la organización |
| | Manejo de ausencias, discapacidad año sabático en la empresa |
| | Condiciones de trabajo que cumplen con leyes y normas |
| Principios de legalidad | Cumplir con todos los requisitos legales y con auditorias |
| | Actividades que cumplen con el marco legal |
| | Grado de cumplimiento con la ley. |

| | |
|---|---|
| | Condiciones de trabajo decentes y seguras para los empleados |
| Normativa internacional de comportamiento | Respetar como mínimo las leyes ambientales de la organización |
| | Influencia en organizaciones para mejorar conflictos |
| | Evitar complicidad y corrupción en grupo |
| Respeto a los derechos humanos | Obligaciones y derechos de los empleados, son conocidas |
| | Protocolos y leyes de derechos humanos de los empleados |
| | Áreas destinadas de esparcimiento y descanso en la empresa |

Fuente: Elaboración propia.

4.4. Modelo propuesto de Responsabilidad Social Corporativa

Con base a los resultados obtenidos, y las frecuencias de respuestas de las empresas encuestadas, se ha establecido el siguiente modelo de responsabilidad social que las empresas de micro, pequeño, mediano y gran tamaño, pueden implementar, para complementar las guías actuales y las normas mexicanas de RSE que les permitirán ser acreedoras al distintivo de empresa socialmente responsable.

Este modelo establece las principales actividades de mayor importancia para las empresas que ya gozan del distintivo, y que, con base a sus años de experiencia, declaran cuáles son las actividades de mayor relevancia en retrospectiva de responsabilidad social (Cuadro 16).

CUADRO 16. Modelo propuesto de Responsabilidad Social Empresarial.

| Variable a cumplir | Condición o problema detectado | Indicador | Actividades sugeridas |
|------------------------|---|---|--|
| Transparencia | ¿La empresa presenta problemas durante sus evaluaciones por organismos reguladores? | Evaluación de organismos reguladores | El empresario deberá acudir a los siguientes organismos con la finalidad de establecer un programa convenido de cumplimiento legal u operacional: Comisión de agua y de luz, COFEPRIS, SAT. Protección civil. |
| | ¿Cuenta la empresa con acciones o protocolos para prevenir impactos involuntarios? | Acciones o protocolos para prevenir impactos negativos | El empresario deberá desarrollar un plan acorde a sus necesidades que involucre su cadena de valor desde principio a fin, considerando todos los posibles riesgos a los que su organización está sometido. |
| | ¿se realizan sondeos para detectar inconformidades? | Sondeos para detectar inconformidades | Una estrategia útil para el empresario es el uso de buzones de quejas y sugerencias, siempre a la vista y al acceso del personal que integra la organización, así como entrevistas grupales y personales, encuestas y ruedas de dialogo. |
| Rendición de cuentas | ¿La empresa tiene Transparencia de decisiones dentro de la empresa? | Transparencia de decisiones dentro de la empresa | El empresario debe establecer un plan financiero, administrativo y de producción que pueda ser accesible para todos los miembros de la organización. La revelación de información referente a la toma de decisiones que involucren a los miembros de la empresa, se sugiere pueda ser vista por todos en la empresa, para evitar ambigüedad. |
| | ¿Se dan a conocer cantidades y aplicaciones de los recursos financieros? | Dar a conocer cantidades y aplicaciones de los recursos financieros | El empresario podrá dar a conocer los recursos que ha tenido durante su trayectoria de vida, siempre y cuando no afecté a las dediciones económicas que el consejo interno administrativo debe tomar. y como parte del ejercicio de operaciones financieras que se sugiere realice con periodicidad. No es obligatorio y no afecta el no dar a conocer estas operaciones a todos los miembros de la organización, se sugiere se tenga informado de las operaciones financieras a organismos gubernamentales como SAT |
| | ¿Se dan a conocer precios, impuestos y políticas de devoluciones? | Dar a conocer precios, impuestos y políticas de devoluciones | El empresario deberá contar con políticas de devoluciones de productos o equivalentes, claras y bien redactadas para partes interesadas, siempre al conocimiento de los mismos y de fácil acceso a esta información. Se sugiere colocar está información en contratos, redes sociales y pagina web de acceso público. Así como involucrar al personal administrativo y de ventas para esta tarea |
| | ¿Existe información de los procedimientos de compra de la empresa? | Información de los procedimientos de compra de la empresa | |
| Principio de legalidad | ¿Se conoce el grado de cumplimiento con la ley? | Grado de cumplimiento con la ley. | El empresario deberá hacer uso de la ley de protección para el trabajador, normativas gubernamentales y normas, códigos y status que involucren a su proceso, producto o servicio, y de las cuales deberá hacer uso y actualización conforme se ordene y se requiera. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | ¿existen condiciones de trabajo decentes y seguras para los empleados? | Condiciones de trabajo decentes y seguras para los empleados | El empresario deberá llevar registro del control de las áreas de trabajo de los empleados, así como de su mantenimiento continuo, además de seguir las indicaciones de la secretaria de trabajo y previsión social, Protección civil y salubridad, aunado a esto, deberá escuchar las inconformidades del personal, para detectar áreas críticas de control. |
| Normativa internacional de comportamiento | ¿Se respetan como mínimo las leyes ambientales de la organización? | Respetar como mínimo las leyes ambientales de la organización | El empresario implementará programas de protección civil y ecológicos de Protección Civil: Manejó eficiente de los desechos, manejo eficiente de la gasolina o el diésel que ocupamos para los camiones, manejo de residuos industriales, cómo tiraderos adecuados para los desechos |
| | ¿Se evita complicidad y corrupción en grupo? | Evitar complicidad y corrupción en grupo | El empresario deberá darse alta ante todas las instancias y ser legales, y deberá tener protocolos estandarizados en su cadena de producción o servicio, además de control total sobre los mismos, a través de contratos, mediciones, graficas, métricas, entre otras |
| Intereses de las partes interesadas | ¿Existe respeto a partes interesadas y resolución de quejas? | Respeto a partes interesadas y resolución de quejas | El respeto es un valor que deberá ser estrictamente aplicado y seguido por todos los miembros de la organización, de no ser así, se deberán aplicar sanciones. El respeto por precios, normas internas, quejas, dudas, sugerencias y felicitaciones por parte de los miembros de la organización, deberá ser exhaustivo. Un buzón de quejas y sugerencias además de monitoreos a través de entrevistas y encuestas grupales y personales, es una herramienta útil de medición |
| | Análisis de riesgo de partes interesadas que pueden afectar la organización | Análisis de riesgo de partes interesadas que pueden afectar la organización | El empresario deberá contar con un equipo de administración en cuyas actividades de integre la de control organizacional, para medir el riesgo con el personal interno y externo de la empresa, así como sus partes interesadas. Los protocolos de emergencia para cada uno, son útiles y deberán ser desarrollados con minuciosidad. |
| | Condiciones de trabajo que cumplen con leyes y normas | Condiciones de trabajo que cumplen con leyes y normas | La ley mexicana del trabajo y previsión social, es completamente obligatoria. las guías de cumplimiento para implementar normas oficiales, certificaciones entre otros, son instrucciones a seguir al pie de la letra. Cumplir con las regulaciones obrero-patronales no solo nacionales, también internacionales que ayudarán empresa a cumplir con las leyes y a mantenerse actualizados. Se deberá verificar con determinada frecuencia la zona laboral y solventar las necesidades de los trabajadores de área, con el fin de evitar riesgos laborales. |
| Comportamiento ético | ¿Existen códigos de ética a la vista de los empleados? | Códigos de ética a la vista de los empleados | El empresario deberá armar su código de ética con base en la necesidad de su organización y de sus empleados, además de seguir estrictamente el código laboral mexicano. Estas reglas deberán ser colocadas en lugares visibles y de fácil acceso y tránsito. |
| | Resolución de conflictos éticos entre personal | Resolución de conflictos éticos entre personal | El empresario deberá hacer uso de códigos internos de conducta, y código de valores, establecidos por el patrón y en conformidad por las partes interesadas, además de |

| | | | |
|------------------|--|---|--|
| | | | destinar la tarea de conciliación y arbitraje a miembros competentes de la empresa como recursos humanos. |
| | Estándares de comportamiento ético entre el personal | Estándares de comportamiento ético entre el personal | Las políticas y estándares éticos deberán ser referidos a códigos universales laborales, así como a organismos calificados como la secretaria de trabajo y previsión social |
| | Frecuencia con que se promueve el comportamiento ético | Frecuencia con que se promueve el comportamiento ético | El empresario deberá hacer uso de sondeos con instrumentos de valuación como entrevista, encuesta, foro, buzo entre otros, con cierta periodicidad, para monitorear que los miembros de la organización no falten al código de ética y este se siga de manera continua. |
| Derechos humanos | Protección equitativa a trabajadores temporales y de planta | Protección equitativa a trabajadores temporales y de planta | El empresario deberá mantener la política de equidad respecto al servicio médico dentro de la empresa. Sin importar el tamaño de la organización, está deberá contar con botiquín de emergencia y nociones de primeros auxilios, se sugiere un curso de primeros auxilios periódico. Todos los trabajadores con y sin contrato, deberán gozar de cuidado médico, protección laboral en cuestión de instalaciones y equipo de seguridad adecuado. |
| | ¿Existe el reconocimiento a hombres y mujeres por igual? | Reconocimiento a hombres y mujeres por igual | Se sugiere un manejo de nómina en función de las horas y carga de trabajo, generando equidad en la carga del trabajo, para hombres y mujeres. Sin exponer la integridad física de los miembros del equipo con limitaciones, estos deberán desarrollar actividades análogas al trabajo rudo o pesado, con la finalidad de obtener sueldos equitativos. Se sugiere el uso de contratos para hombres y mujeres, con sueldo en función de horas, carga de trabajo y extras. |
| | ¿Se procura la eliminación de estrés laboral y enfermedades psicosociales? | Eliminación de estrés laboral y enfermedades psicosociales | Es de suma importancia que el empresario escuche con atención y cautela las quejas y sugerencias de los empleados de la cadena de producción. El uso de protocolos de emergencia en caso de acoso laboral, estrés, depresión laboral entre otros padecimientos, es algo de importancia se sugiere de manera fehaciente el uso de los mismos. La carga de trabajo no deberá ser mayor en ningún caso que pueda causar estrés laboral o incapacidad física o anímica. Se recomienda el uso de terapias alternas amigables, como festejos de logros, incentivos, círculos de ayuda, atención psicológica laboral (en caso de que pueda aplicar) |

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para concluir esta tesis, este capítulo se dedicará a mostrar las conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo de este trabajo de investigación. Lo anterior será con el fin de que se le pueda continuidad al proyecto, así como mostrar los beneficios obtenidos.

Conclusiones

5.1.

El objetivo de esta tesis es recopilar las principales acciones que realizan las MIPMES de alimentos en materia de RS, por lo que con base en las respuestas de las empresas entrevistadas, se concluye que las principales actividades que fungen como las más frecuentes: Evaluaciones de organismos reguladores, planes de contingencia ambiental, acciones o protocolos para prevenir impactos involuntarios, planes de acción y protocolos por siniestros económicos, programas para siniestros ambientales, sondeos entre el personal para detecta inconformidades, revelación de información sobre políticas internas y ambientales, transparencia de decisiones internas de la empresa, dar a conocer cantidades y aplicaciones de los recursos financieros, localización de la empresa con dirección y correos, dar a conocer precios, impuestos y políticas de devoluciones, información de los procedimientos de compra de la empresa y area encargada de quejas y sugerencia, estas actividades se consideran entre las más importantes y frecuentes con base a la experiencia de las empresas entrevistadas.

Así mismo otro de los objetivos de esta tesis es establecer la correlación existente entre las actividades de mayor frecuencia que presentan las MIPYMES de alimentos en materia de RS, para ello se concluye que las actividades que guardan una correlación, en cuestión d frecuencia de aplicación son: Cumplir los requerimientos de ley y Cumplir con las evaluaciones de organismos reguladores, otorgar condiciones de trabajo decentes y seguras para los empleados y generar acciones o protocolos para prevenir impactos involuntarios, se observa una mayor frecuencia de estas actividades con las empresas La Mansión del Marisco y FEMSA, respectivamente, esto debido al hecho de que la primera es un empresa alimenticia de servicio, cuya complejidad en cuestión de dichas actividades es mayor, en tanto que

FEMSA es una empresa grande socialmente responsable que cuenta con actividades complejas y extensas.

Finalmente, para cumplir con el último objetivo planteado el cual corresponde a utilizar los datos obtenidos para la creación de un modelo de RS aplicado a las MIPYMES de alimentos de Celaya, se concluye que de las siete materias fundamentales que abarca este trabajo de investigación, las actividades que presentaron mayor importancia y frecuencia por cada indicador son las siguientes:

Para **Transparencia**: La correcta y transparente evaluación de organismos reguladores, Implementación de acciones o protocolos para prevenir impactos negativos, y realizar sondeos para detectar inconformidades periódicamente, son actividades importantes para cumplir con este indicador.

Para el indicador de **Rendición de cuentas**, las actividades con mayor frecuencia son transparencia de decisiones dentro de la empresa, dar a conocer cantidades y aplicaciones de los recursos financieros, dar a conocer precios, impuestos y políticas de devoluciones e información de los procedimientos de compra de la empresa, de manera oportuna y veraz.

Para **Principio de legalidad**, las actividades predominantes son: Grado de cumplimiento con la ley y condiciones de trabajo decentes y seguras para los empleados, con revisiones de puntos de control operativos con frecuencia, no mayores a 6 meses.

Para cumplir con la **Normativa internacional de comportamiento**, se concluyen que las actividades fundamentales son: El respeto como mínimo las leyes ambientales de la organización, así como evitar complicidad y corrupción en grupo a toda costa.

Por otro lado, el **Comportamiento ético** de una organización se ve influenciado por las actividades de creación de códigos de ética a la vista de los empleados, Resolución de conflictos éticos entre personal, implementación de estándares de comportamiento ético entre el personal y una frecuencia con que se promueve el comportamiento ético.

Finalmente, el indicador de **Derechos humanos**, establece que las actividades de protección equitativa a trabajadores temporales y de planta, el reconcomiendo a hombres y mujeres por

igual y la eliminación de estrés laboral y enfermedades psicosociales son actividades de mayor frecuencia para forjar un camino en pro de ser una empresa socialmente responsable.

5.2. Recomendaciones

Dentro de este proyecto y en pro del crecimiento continuo y la mejora, se recomienda a futuros estudiantes la aplicación y posterior complementación el modelo de RS propuesto, aplicado a una empresa de la industria alimenticia, con la finalidad de poner en practica la efectividad del mismo.

Así mismo es importante la expansión del modelo no solamente hacia empresas del sector alimenticio, si no para cualquier otro giro, con miras a ser socialmente responsable.

Por ultimo se recomienda la incorporación de nuevos indicadores de otras normas no certificables, distintas a la empleada en esta tesis como la NOM SGE-21 y la NOM -SA-800 para profundizar más en cuestión de indicadores de cumplimiento de RS.

6. REFERENCIAS

- A. Aguilar. (2013). *Panorama de la Responsabilidad Social en México*. ResponSable.
- Aguilar Alejandra. (2013). *Panorama de la Responsabilidad Social en México*. Recuperado el 22 de septiembre de 2018, de ResponSable:
https://www.responsable.net/estudios/mexico/Panorama_Responsabilidad_Social_Mexico_2013_ResponSable.pdf
- Austin, J. y Coatsworth, J. (2007). Las empresas y el vuelvo político de América Latina hacia la izquierda. *Harvard Business Review*,
http://sipa.columbia.edu/resources_services/faculty_curriculum/.
- Barroso, F. (Septiembre de 2008). Entrepreneurial Social Responsibility. A study focused in forty enterprises in Merida. *Contaduría y Administración*, No. 226.
- Brown, T. J. (1997). The company and the product: corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 68-84.
- Cajiga, J. F. (2009). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. México: CEMEFI.
- Cancino, D. C. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial. Serie Documento Docente*. Obtenido de Num. 1:
http://www.captura.uchile.cl/bitstream/handle/2250/10704/Cancino_Morales_2008.pdf?sequence=1
- Castaño, E. J. (2011). Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada. *Revista Lasallista de Investigación*, vol. 8, núm. 2, 8(2), 173-186, julio-diciembre. Colombia.
- CEMEFI. (16 de Julio de 2013). *CEMEFI*. Recuperado el 02 de noviembre de 2018, de CEMEFI: <http://www.cemefi.org/esr/distintivo-esr/convocatoria-y-formatos-esr-2013.html>
- Chunga, C. F. (2017). *El estudio y la investigación documental: estrategias metodológicas y herramientas TIC*. México, DF.: ISBN: 978-612-00-2603-8.
- Compact, T. G. (2015). *The Global Compact*. Recuperado el martes de septiembre de 2018, de <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- Cortina Orts, A. (2006). La RSC y la ética empresarial. En L. VARGAS ESCUDERO, *Mitos y realidades de la RSC en España* (pág. Capítulo 6). THOMSON.

- Empresarial, A. (2012). *¿Qué es la RSE?* <http://accionrse.cl/contenidos.php?id=44&que-es-la-RSE.htm>.
- ENAPROCE. (2015). *INEGI*. Obtenido de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx
- ENAPROCE. (2017). *INEGI*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2018, de Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx
- Encuesta Nacional de Comercio y Servicios. (2015). *LEY PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA*. Mexico: Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2002.
- Escalante, R. &. (2011). El sector de manufacturas en Guanajuato y su participación en el mercado nacional. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 87-112.
- Española, R. (2015). *PACTO MUNDIAL*. Recuperado el junio de 2018, de <https://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>
- EXPOK. (8 de Junio de 2015). *EXPOKNEWS*. Recuperado el 11 de octubre de 2018, de EXPOKNEWS: <https://www.expoknews.com/estudio-sobre-responsabilidad-social-empresarial-en-mexico-expok-2015/>
- EXPOK. (06 de Junio de 2016). *EXPOK*. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de <https://www.expoknews.com/cuantas-empresas-tienen-el-distintivo-esr/>
- Gonzalez, E. M. (2015). *La Responsabilidad como Factor Competitivo*.
- H., Sampieri, F. Collado, B. Lucio. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- IESALC. (2017). *ORSALC*.
- INEGI. (2006). *Foro consultivo Científico y Tecnológico*. Recuperado el septiembre de 2018, de Foro consultivo Científico y Tecnológico: http://www.foroconsultivo.org.mx/documentos/acertadistico/indicadores_sociales/poblacion_mexico.pdf

- INEGI. (2009). *Censos Economicos*. Recuperado el 12 de Octubre de 2018, de BETA:
http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/ce/2009/doc/minimonografias/m_guanajuato.pdf
- INEGI. (2014). Recuperado el 22 de Noviembre de 2018, de
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>
- INEGI. (2014). *CENSOS ECONOMICOS . MEXICO*.
- INEGI. (2015). *Encuesta Intercensal*. Mexico. DF.: Cuentame.
- INEGI. (2016). Obtenido de
http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf
- INEGI. (2016).
- ISO 26000:2010. . (s.f.). *Guía de Responsabilidad Social*. Recuperado el 12 de noviembre de 2018, de
<file:///C:/Users/x3r0o/Documents/TESIS%20MAESTRIA/normaiso260002010-140704095311-phpapp02.pdf>
- Jaén, M. y Rivas, J. (2008). *Jaén, M. y Rivas, J.* p.54-58: Debates IESA, 8 (2).
- Kliksberg, B. (2008). *Una agenda de responsabilidad social para America Latina*. Recuperado el Junio de 2018, de INWENT:
http://www.inwent.org.br/doc/CSR/PAPER_BASE_I_FORO_RSE_MERCOSUR
- Legrand, F. (2015). *Otro Mundo Es Imposible*. Recuperado el Junio de 2018, de
<http://www.otromundoesposible.net/rsc-6-caracteristicas-rse-america-latina/>
- López, A. C. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimenticio. En *Cuadernos de Administración* (págs. p. 261-283.).
- López, A., Contreras, R. y Molina, R. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimenticio. *Cuadernos de Administración*, 261-283.
- López, A.; Contreras, R. y Sánchez, R. M. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Cuadernos de administración*, 261-283.
- López, S.-A. (2013). HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MEXICO. *REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS*, 5.

- Mababu, R. (2010). Actitudes de los Empresarios y Directivos hacia la Responsabilidad Social. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*. Vol. 26, núm. 2, pp. 101-114. DOI: 10.5093/t.
- Martínez, A. y. (2010). Estrategias Empresariales para la Economía Basada en el Conocimiento (EIEBAC). *Departamento de Ciencias Economico Administrativas*.
- Mercado, P. y García, P. (2007). La Responsabilidad Social en Empresas del Valle de Toluca (México). *Un Estudio Exploratorio*, *Estudios Gerenciales*, 119-135.
- Mercado, P. y. (2007). La Responsabilidad Social en Empresas del Valle de Toluca (México). En *Estudios Gerenciales* (págs. p. 119-135).
- Murdock, H. (28 de Marzo de 2008). *La Globalización, la Responsabilidad Social y el Capitalismo*. Recuperado el 02 de noviembre de 2018, de <http://www.eumed.net/ce/2008a/>
- Murray, K. B. (1986). Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. *Academy of Management Review*, 815-827. doi: 10.5465/AMR.1986.4284013 .
- Murray, K. B. (1986). Strategic Management of the Socially Responsible Firm: Integrating Management and Marketing Theory. *cademy of Management Review*, 11(4), 815-827. doi: 10.5465/AMR.1986.4284013 .
- Nicolau Santos, M. &. (2010). A importancia da responsabilidade social corporativa para a potenciacao do capital social em pequenas e médias empresas. *Revista de Ciencias da Administracao*, vol. 12,, pp. 190 – 207.
- Ojeda, J. (2010). RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MIPES DE UN MUNICIPIO DE LA REGIÓN LAJA-BAJÍO. *Una aproximación desde las estrategias empresariales para la economía basada en el conocimiento.*, (pág. 10). Hidalgo.
- Paladino, M. y Mohan, A. (2002). *Tendencias de la Responsabilidad Social Empresarial en Argentina*. Buenos Aires: Escuela de Dirección y Negocios de la Universidad Austral.
- Paladino, M. y. (2002). *Tendencias de la Responsabilidad Social Empresarial en Argentina*. Buenos Aires: Escuela de Dirección y Negocios de la Universidad Austral.
- Pérez Espinoza, M. J. (2016). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU ENFOQUE AMBIENTAL: UNA VISIÓN SOSTENIBLE A FUTURO. *Universidad y Sociedad*, 8(3), Recuperado en 19 de noviembre de 2018, de

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000300023&lng=es&tlng=es.

- Porras, C., N. (Junio de 2014). SITUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MÉXICO. México, México.
- PORTER, M. E. y KRAMER, M. R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*.
- PROCEI. (2012). El interés de la responsabilidad social en las PyMES mexicanas. *PROMEXICO*, 22.
- ResponSable. (2013). *Panorama de la Responsabilidad Social en México*.
- Reyno Momberg, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial Como Ventaja Competitiva*. (Tesis de Maestría, Universidad Técnica Federico Santa María.
- Rivas, L. A. (2010). *Elaboración de tesis*. Mexico, DF: Gandhi.
- Roitstein, F. (2004). La Responsabilidad Social Empresarial en Argentina: tendencias y oportunidades. *Revista Latinoamericana de Administración*, no. 32, p. 5-28.
- Roitstein, F. (2004). La Responsabilidad Social Empresarial en Argentina: tendencias y oportunidades. *Revista Latinoamericana de Administración* no. 32, 5-28.
- SAGARPA. (2017). Obtenido de <https://www.sagarpa.gob.mx/Delegaciones/bajacaliforniasur/boletines/2017/febrero/Documents/2017BS056.pdf>
- Salazar, A. L. (2013). HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE PEQUEÑAS EMPRESAS: CASO MÉXICO. *REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZAS* , 6.
- SCIAN. (2018). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Mexico: CIU Rev. 4.
- SDES. (2010). *Indicadores Económicos del Municipio de Celaya*. México.
- Solis, J. I. (2015). Revista Latinoamericana de Derecho Social Núm. 20, enero-junio de 2015, pp. 3-29 LAS NORMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL. SU DIMENSIÓN EN EL ÁMBITO LABORAL DE LAS EMPRESAS. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 3-29.
- Sotelo Barroso, J. J. (2017). La Responsabilidad Social en empresas de León, Guanajuato, y su compromiso comunitario y ambiental. *Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia* 14(14), 146-172.

- Sotelo, B. J. Jesús, y Durán G. Ma. Socorro. (2017). La Responsabilidad Social en empresas de León, Guanajuato, y su compromiso comunitario y ambiental. *Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 146-172. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2071-081X2017000200010&lng=es&tlng=es.
- Sotelo, J. y García, J. (2013). La responsabilidad social en empresas del sector cueroalzado. *La responsabilidad social en empresas del sector cueroalzado*. México, México: ACACIA.
- Vargas Sánchez, A. V. (2005). *Responsabilidad Social Corporativa y cooperativismo: Vínculos y potencialidades*. Recuperado el 06 de Noviembre de 2018, de REDALYC: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17405315>>
- Vargas, H. (15 de Enero de 2013). *EXPANSIÓN*. Recuperado el 28 de octubre de 2018, de *EXPANSIÓN*: <https://expansion.mx/mi-carrera/2013/01/14/pymes-generan-81-del-empleo-en-mexico>
- Vázquez, H. (2019). Compromiso y responsabilidad organizacionales: Una aproximación sistémica. *Revista Administración y Organizaciones*. No. 23, año 12, diciembre 2019, 41-54.
- Vives, A. y Corral, A. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Vives, A. y. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica*. México: Banco Interamericano de Desarrollo. .
- Weyzig, F. . (2010). Local and Global Dimensions of Corporate Social Responsibility in Mexico. *he Journal of Corporate Citizenship*, (24), 69-81.

viii. ANEXOS

A. Instrumentos de evaluación: Entrevista semi estructurada

Instrucciones: El presente cuestionario está diseñado para generar una entrevista al empresario y obtener información relacionada a la situación de su empresa en materia de responsabilidad empresarial. Este cuestionario, así como las preguntas y respuestas del encuestado, son completamente confidenciales y únicamente se precisan para fines académicos.

Generales

| | |
|--|---|
| Nombre de la empresa: _____ | Cargo: _____ |
| Nombre del entrevistado: _____ | Giro de la empresa: _____ |
| Años de vida de la empresa: _____ Cuenta con algún distintivo, Certificación, permiso, de ser así, cuál: _____ | |
| Tipo de productos que comercializa: _____ | |
| Número de empleados: _____ | Ventas anuales/mensuales: _____ Principales clientes: _____ |

El objetivo de este apartado es conocer el grado en que su empresa reconoce su grado de responsabilidad cuando cometen errores, ante las autoridades competentes, así como rendir cuentas por su impacto en la sociedad, la economía y el medio ambiente.

| GENERALIDADES. | SI | NO | Comentarios |
|---|----|----|-------------|
| ¿Su empresa acepta con frecuencia, evaluaciones de organismos reguladores (COFEPRIS, Secretaría de Salud, Asociaciones Civiles, etc.) que midan el impacto social de su empresa? si la pregunta es afirmativa, ¿Qué tipo de organismo son los que regulan a su empresa? | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | | | |
| ¿Su empresa cuenta con un plan de contingencia ambiental, en caso de siniestros provocados por su compañía? Si la respuesta es afirmativa, mencione que tipo de protocolos maneja para solventar dicha necesidad | | | |
| ¿Su empresa toma acciones para prevenir la repetición de impactos negativos involuntarios e imprevistos ? Si su respuesta es afirmativa, mencione que tipo de acciones ejerce para prevenir dichos impactos. | | | |
| RENDICION DE CUENTAS. | | | |
| ¿En caso de que su compañía cometa algún error, que afecte la economía interna y externa de su organización, se cuenta con un protocolo de acción para corregir o sobrellevar el error? En caso de que su respuesta es afirmativa, mencione que tipo de protocolos o planes de acción implementa. | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| ¿Su empresa realiza con frecuencia sondeos entre su personal, para detectar inconformidades entre los miembros de la organización? | | | |
| 4.3. TRANSPARENCIA | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| 1. Su empresa revela con frecuencia, de forma clara y concisa, a través de medios virtuales, informes periódicos, bocetos, memos, entre otros, su información sobre políticas internas, externas y ambientales, sobre la localización de sus actividades, ¿Que maneja dentro de la compañía? | | | |
| 2. ¿Su organización es transparente en cuanto a la manera en que se toman, implementan, y revisas sus decisiones, incluyendo la definición de roles, responsabilidades, formas de rendir cuentas, y autoridades en las diferentes funciones de la organización? | | | |
| 3. ¿Su empresa con frecuencia, da a conocer el origen, cantidades y aplicaciones de sus recursos financieros? | | | |
| 4. ¿Su empresa maneja la localización de la organización, incluidos la dirección postal, el número de teléfono y dirección de correo electrónico, cuando se realice venta a distancia nacional o entre países, incluso a través de Internet, comercio electrónico o por correspondencia? | | | |
| 5. ¿Su empresa da a conocer abiertamente los precios e impuestos totales, los términos y las condiciones de los productos y servicios (así como cualquier accesorio que pueda ser necesario para el uso) y los costos de entrega?, Si su respuesta es afirmativa, mencione que acciones realiza para estos fines. | | | |
| 6. ¿Su empresa informa de manera clara los procedimientos de compra y venta, devoluciones y reembolsos a sus consumidores?, Si su respuesta es afirmativa, mencione que acciones realiza para estos fines. | | | |
| 7. ¿Su empresa cuenta con algún área encargada de quejas, dudas y felicitaciones por parte del consumidor? | | | |
| 8. Al comunicarse con sus consumidores, ¿Su empresa se identifica claramente en cuanto a publicidad y sus actividades de | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| marketing?, Si su respuesta es afirmativa, mencione que acciones realiza para estos fines. | | | |
| 9. ¿Su empresa analiza y controlar los riesgos para la salud y la seguridad derivados de las actividades realizadas en la organización? | | | |

| 4.4 COMPORTAMIENTO ÉTICO | | | |
|--|----|----|-------------------------------|
| Pregunta | SI | NO | Comentarios Área destinada |
| 1. Con que frecuencia, su organización promueve activamente un comportamiento ético mediante la declaración de valores, ¿y principios de su organización? | | | |
| 2. ¿Su empresa cuenta con estándares de comportamiento ético que el personal de la organización debe seguir? Si su respuesta es afirmativa, mencione que tipo de estándares cuenta. | | | |
| 3. Su empresa cuenta con mecanismos o protocolos de prevención o resolución de conflictos de interés ético= si su respuesta es afirmativa, mencione que tipo de mecanismo de prevención maneja | | | |
| 4. ¿Su empresa maneja códigos de ética y comportamiento ético, que son del completo conocimiento de los miembros de su organización? | | | |
| 5. ¿Su empresa protege la privacidad y los datos de carácter personal de sus trabajadores? Si su respuesta es afirmativa, mencione, cómo protege dicha información. | | | |
| 6. ¿Considera que su empresa no utiliza textos, audio o imágenes que perpetúen estereotipos en relación con, por ejemplo, género, | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| religión, raza, discapacidad o relaciones personales?, si su respuesta es afirmativa mencione como hace cumplir este apartado. | | | |
| | | | |
| 4.5. RESPECTO A LOS INTERESES DE LAS PARTES INTERESADAS | | | |
| 1. ¿Su organización identifica a sus partes interesadas? Si su respuesta es afirmativa, mencione cuales son su partes interesadas- | | | |
| 2. Su empresa reconoce y muestra el debido respeto, tanto por los intereses, como por los derechos legales de sus partes interesadas, ¿y responden a las inquietudes que se manifiestan? | | | |
| 3. ¿Su empresa reconoce que algunas partes interesadas pueden afectar significativamente a las actividades de la organización? | | | |
| 4. ¿Manejan programas de acción para ausencias por discapacidad, embarazo, año sabático? Si su respuesta es afirmativa, mencione qué tipo de acciones o maneja en su organización para estos fines. | | | |
| ¿Considera que su empresa asegura que las condiciones de trabajo cumplan las leyes y regulaciones nacionales y que son coherentes con las normas laborales internacionales aplicables? | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| 4.5. RESPETO A LOS PRINCIPIOS DE LEGALIDAD | | | |
| ¿Considera que su empresa cumple con los requisitos legales de todas las jurisdicciones en las que opera, incluso si aquellas leyes y regulaciones | | | |

| | | | |
|---|----|----|-------------------------------|
| no se hacen cumplir de manera adecuada? Si su respuesta es afirmativa, mencione qué tipo de regulaciones atiende su organización. | | | |
| ¿Su empresa asegura que sus relaciones y actividades cumplen con el marco legal previsto y aplicable? | | | |
| ¿Considera que su empresa revisa periódicamente su grado de cumplimiento respecto de las leyes y regulaciones que le son de aplicación? | | | |
| ¿Su empresa proporciona condiciones de trabajo decentes en relación con salarios], horas de trabajo, descanso semanal, vacaciones, salud y seguridad, protección de la y conciliación de la vida familiar y laboral? Si su respuesta es afirmativa, mencione que tipo de accione implementa para estos fines. | | | |
| 4.7. RESPETO A LA NORMATIVA INTERNACIONAL DE COMPORTAMIENTO | | | |
| Pregunta | SI | NO | Comentarios Área destinada |
| En las situaciones en las que la ley o su implementación no proporcione las salvaguardas ambientales o sociales adecuadas, su organización se esfuerza por respetar, como mínimo, ¿la normativa internacional de comportamiento? | | | |
| ¿Considera que su empresa hace uso de oportunidades y canales legítimos para tratar de influir en las organizaciones y autoridades competentes, con el fin de resolver conflictos ambientales, internos o externos, de su organización? | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>¿Su empresa evita ser cómplice en las actividades de otra organización, que no sean coherentes con las normativas internacionales de comportamiento? Si su respuesta es afirmativa, mencione que actividades realiza su organización para evitar la complicidad.</p> | | | |
| <p>4.8. RESPECTO A LOS DERECHOS HUMANOS</p> | | | |
| <p>Todos, los miembros de su empresa conocen cuáles son sus obligaciones y derechos, ¿de los cuales gozan?</p> | | | |
| <p>Su empresa cuenta con protocolos o leyes de derechos humanos, ¿que deben seguir los miembros de su organización?</p> | | | |
| <p>¿Su empresa cuenta con áreas destinadas al esparcimiento, descanso, y actividades recreativas, para el personal? Si su respuesta es afirmativa, mencione que tipo de áreas maneja la empresa</p> | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>Su empresa maneja un protocolo o acciones, para el manejo de conflictos y violaciones de derechos humanos, de todos los miembros de su organización. Si su empresa es afirmativa, mencione que tipo de acciones genera su organización.</p> | | | |
| <p>¿Su empresa reconoce a hombres y mujeres por igual, sin distinción de género? Si su respuesta es afirmativa, mencione que tipo de actividades realiza para el cumplimiento de dicha inclusión.</p> | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| ¿Su empresa proporciona protección equitativa en salud y seguridad a trabajadores de tiempo parcial y temporales, así como a los trabajadores subcontratados?, Si su respuesta es afirmativa, mencione que acciones realiza para estos fines. | | | |
|---|--|--|--|

| No | PREGUNTA | SI | NO | Cómo lo hace |
|----|--|----|----|--------------|
| 1 | ¿Su empresa conoce que es la Responsabilidad Social Empresarial (por sus siglas RSE)? | | | |
| 2 | Incluye la RSE en su planificación estratégica. | | | |
| 3 | ¿En su organización se emplean normas o metodologías para integrar memorias de RSE conocidas internacionalmente suele utilizar? Algunas son: GRI, EMAS, OSHAS, SA8000, ISO26000. | | | |
| 4 | Tiene código de ética o de conducta | | | |
| 5 | Tiene código de ética o de conducta. elabora un reporte social o memoria social (anual o bianual | | | |
| 6 | Elabora un reporte social o memoria social (anual o bianual). | | | |
| 7 | Tiene un área o equipo de RSE. | | | |

| | | | | |
|----|---|--|--|--|
| 8 | Tiene una persona dedicada exclusivamente a la gestión de la RSE. | | | |
| 9 | Involucra al equipo gerencial en los temas de RSE | | | |
| 10 | Tiene relación permanente de colaboración con alguna organización social o institución pública (estatal o departamental). | | | |

Por último, responda las preguntas finales o de cierre que le ayudarán a hacer una síntesis de su reflexión.

Preguntas de cierre

A partir del ejercicio de autodiagnóstico podemos identificar. _____

Que nuestra empresa debe fortalecer las áreas de: _____

Que nuestra empresa tiene un buen desarrollo en las áreas de: _____

Que requerimos capacitación en los temas de: _____

Que desconocíamos los aspectos de: _____

B. MATRIZ DE DATOS ESTADISTICOS CON MAXQDA 12

The screenshot displays the MAXQDA 12 software interface. At the top, there is a menu bar with options: Proyecto, Vista, Documento, Códigos, Variables, Análisis, Métodos mixtos, Herramientas visuales, Reportes, MAXDictio, and Ayuda. Below the menu is a toolbar with various icons for document management and analysis. A dropdown menu shows 'DERECHOS HUMANOS' selected. A progress bar at the bottom of the toolbar indicates a duration of 00:00:00/00:00:00.

The main workspace is divided into three panels:

- Sistema de documentos:** A tree view showing a hierarchy of documents. The 'Documentos' folder contains three 'Juchia superfoods' entries (0, 0, 21) and a 'Nuevo grupo de documento' folder (24) containing six entries (DGI01: 1, DGI02: 1, DGI03: 1, DGI04: 1, DGI05: 1, DGI06: 1). DGI03 is selected.
- Visualizador de documento: DGI03:** A document viewer showing the text 'DATOS GENERALES' followed by '1 DGI03'. The toolbar above it includes options for font (Calibri), size (11), bold, italic, underline, and text color.
- Sistema de códigos:** A tree view showing a hierarchy of codes. The 'Sistema de códigos' folder (73) contains 'DATOS GENERALES' (48), 'ROJO' (1), and 'DERECHOS HUMANOS' (0). Under 'DERECHOS HUMANOS', there are several sub-categories with counts: riesgos y etsres laboral (0), proteccion y seguridad (1), distincion de genero (0), manejoj de conflictos (0), areas verdes y de descanso (0), leyes de derechos humanos (1), obligaciones y derechos (0), and revisiones periodicas (0). The 'PRINCIPIOS DE LEGALIDAD' folder (0) is also visible.

At the bottom, there is a panel titled 'Segmentos recuperados' which is currently empty.

C. MATRIZ DE DATOS ESTADISTICOS CON MAXQDA 12

Variables de código

Editor de datos - Todos los códigos 59 Códigos

| | Código superior | Código | Segmentos co... | Segmentos co... | Autor | Fecha de crea... | Alias de código | % de segmen... | % de segmen... | Documentos |
|--|---------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-------|--------------------|-----------------|----------------|----------------|------------|
| | TRANSPARENCIA | control de riesgos | 0 | 0 | acer | ...019 08:47 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | COMPORTAMIE... | discriminacion | 0 | 0 | acer | ...019 08:55 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | RESPECTO PARTE... | normas laborales | 0 | 0 | acer | ...019 09:05 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | obligaciones y d... | revisiones period... | 0 | 0 | acer | ...019 10:51 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | PRINCIPIOS DE ... | complicidad | 0 | 0 | acer | ...019 10:57 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | DERECHOS HUM... | riesgos y etsres l... | 0 | 0 | acer | ...019 06:44 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | RENDICION DE ... | salubridad | 1 | 0 | acer | ...019 05:03 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | organismo regul... | SALUBRIDAD | 0 | 0 | acer | ...019 05:16 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | impactos negativ... | PROGRAMAS DE... | 1 | 0 | acer | ...019 05:20 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | plan de continge... | MEDICION DEL ... | 1 | 0 | acer | ...019 05:23 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | sondeos | BUZON DE QUEJ... | 1 | 0 | acer | ...019 05:41 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | politicas int y ext | PLATICA PREVIA... | 1 | 0 | acer | ...019 06:14 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | desiciones | ORGANIGRAMA ... | 1 | 0 | acer | ...019 06:17 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | | DATOS GENERA... | 48 | 0 | acer | ...019 03:12 p. m. | | 65.75 | 0.00 | 48 |
| | RENDICION DE ... | organismo regul... | 2 | 0 | acer | ...019 08:26 p. m. | | 2.74 | 0.00 | 1 |
| | TRANSPARENCIA | identificacion clara | 0 | 0 | acer | ...019 08:46 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | COMPORTAMIE... | privacidad de los... | 0 | 0 | acer | ...019 08:54 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | RESPECTO PARTE... | prpogramas de a... | 0 | 0 | acer | ...019 09:05 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | PRINCIPIOS DE ... | conflictos ambie... | 0 | 0 | acer | ...019 10:56 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | DERECHOS HUM... | proteccion y seg... | 1 | 0 | acer | ...019 06:43 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | organismo regul... | MARCA GTO | 0 | 0 | acer | ...019 05:16 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | impactos negativ... | MANUALES Y BIT... | 1 | 0 | acer | ...019 05:18 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | plan de continge... | REGLAS OPERA... | 1 | 0 | acer | ...019 05:22 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | sondeos | PERSONA ENCA... | 1 | 0 | acer | ...019 05:39 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | | ROJO | 1 | 0 | acer | ...019 12:08 p. m. | | 1.37 | 0.00 | 1 |
| | RENDICION DE ... | plan de continge... | 2 | 0 | acer | ...019 08:28 p. m. | | 2.74 | 0.00 | 1 |
| | TRANSPARENCIA | area de quejas y... | 0 | 0 | acer | ...019 08:46 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | COMPORTAMIE... | codigos de etica | 0 | 0 | acer | ...019 08:52 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | RESPECTO PARTE... | afectacion de las... | 0 | 0 | acer | ...019 09:03 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | PRINCIPIOS DE ... | descansos, prim... | 0 | 0 | acer | ...019 10:52 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |
| | | DERECHOS HUM | 0 | 0 | acer | ...019 10:57 p. m. | | 0.00 | 0.00 | 0 |

D. CERTIFICADOS EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES: FEMSA



COMUNIDAD #POR EL CLIMA
¿a qué esperas?

www.porelclima.es 22-12-2016

Reconociendo el desafío climático que tenemos por delante

Coca-Cola

se compromete a llevar a cabo un plan de acción para la reducción de sus emisiones de gases de efecto invernadero, y a formar parte de la Comunidad #PorElClima, iniciativa pionera de personas, empresas, organizaciones y administraciones públicas que se unen con un objetivo común: ser protagonistas de la acción contra el cambio climático de acuerdo a las directrices marcadas en el Acuerdo de París.

Serás tan grande como lo que consigamos juntos.

Cada acción suma #PorElClima

Grupo impulsor



Reconocen a

LA MANSIÓN DEL MARISCO SA DE CV
CELAYA, GTO.

Como una Empresa Socialmente Responsable
comprometida con la Inclusión Social



Jorge E. Familiar Haro
Presidente del Consejo Directivo



Jorge V. Villalobos Grzybowicz
Presidente Ejecutivo

Ciudad de México, mayo 2019

F. CERTIFICADOS EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES: ASTURIAS



Reconocen a

ASTURIAS-LASTUR SA DE CV
CELAYA, GTO.

Como una **Empresa Socialmente Responsable**
comprometida con la **Inclusión Social**



Jorge E. Familiar Haro
Presidente del Consejo Directivo

Jorge V. Villalobos Grzybowicz
Presidente Ejecutivo

Ciudad de México, mayo 2019