
Responsabilidad social de pymes mexicanas: ¿decisiones entre la urgencia de rendimientos y la importancia de la trascendencia humana?

Sergio Jacinto Alejo López

jacintosergio@hotmail.com

Profesor de Tiempo Completo. Departamento de Ingeniería Agroindustrial. División de Ciencias de la Salud e Ingenierías. Campus Celaya Salvatierra. Universidad de Guanajuato. México. Doctorado en Ciencias de la Educación. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México. 2010. Miembro integrante del Cuerpo Académico Consolidado: Educación en la Cultura, la Historia y el Arte; con "Reconocimiento de Perfil Deseable en Educación Superior 2015-2018".

Rosa María Ortiz Hernández

rosamar1006@hotmail.com

rosama@ugto.mx

Profesora de Tiempo Completo. Departamento de Ingeniería Química. División de Ciencias Naturales y Exactas. Campus Guanajuato. Universidad de Guanajuato. México. Doctora en Ciencias Políticas y Sociología. Universidad Complutense de Madrid, España. 2001. Autora de 6 capítulos de libro y de 3 artículos arbitrados en revistas electrónicas. Profesora con perfil PRODEP 2013-2016.

RESUMEN

Las pymes mexicanas tienen el reto de tomar decisiones estratégicas sobre mantener un estatus conservador y especulativo para sobrevivir o de empezar a abrir un camino de mayores riesgos hacia su aseguramiento en el mercado. Los deseos de ser una organización innovadora con un aporte ético/social en productos y servicios no es fácil ni de corto plazo; las pymes se encuentran en estado de emergencia buscando mantenerse con vida en un mercado aguerido. Planteamos cómo empezar a tomar decisiones estratégicas hacia su fortalecimiento mediante prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que permitan una nueva concepción de la pyme en relación con demandas sociales emergentes como son los derechos humanos, la ecología, la sustentabilidad, etc., en un mercado exigente y conectado a la globalidad. Concluimos que las decisiones estratégicas empresariales sobre los recursos disponibles van marcado un camino que impacta en el sistema organizacional y su permanencia.

PALABRAS CLAVES

Responsabilidad Social Empresarial, Toma de decisiones, Trascendencia humana.

ABSTRACT

Mexican SMEs have the challenge of taking strategic decisions on maintaining a conservative and speculative status to survive or to blaze a path of greater risks to their assurance in the market. Desires of being an innovative organization with an ethical/social contribution in products and services is not easy or short term; SMEs are in State of emergency, seeking to stay alive in a fierce market. We start to make strategic decisions towards its strengthening through practices of Corporate Social responsibility (CSR) that allow a new conception of SMEs in relation to emerging social demands such as human rights, ecology, sustainability, etc., in a demanding and connected to the global market. We conclude as business strategic decisions about the resources available, is marked in a way that impacts on the organizational system and its permanence.

KEY WORDS

Corporate Social responsibility, Decision making, Human transcendence.

JEL

L21, M14

Fecha de recepción: 9 de abril de 2015

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace cinco décadas ha emergido un modelo de organización empresarial basado en la “flexibilidad de la fuerza de trabajo”, que se caracteriza en una capacidad de adaptación rápida a los vaivenes del mercado (Barrón, 2004), intensificados por las tecnologías de la información y comunicación, y que permiten un mayor aseguramiento de la calidad y rentabilidad, alejados de procesos rígidos y cerrados en su estructura interna. Esta inercia ha impactado no solamente a las grandes y medianas empresas en el mundo, sino también a muchas pequeñas y medianas, mediante una necesidad de apertura creando redes de empresas en los grandes conglomerados de los mercados mundiales y ha permitido configuraciones de dependencia con estructuras fabriles integradas horizontalmente; Roberto Carlos Oñoro (2010, en O.M.A.L. 2013), afirma que una recurrente tercerización abre espacios para la asociación de las micro y pequeñas empresas, aunque de manera subordinada, en la gran economía global.

El entramado económico mundial es voraz y el futuro cada vez más incierto. En este sentido, los mercados globales aún no terminan de digerir la crisis económica de 2007 iniciada en Estados Unidos con los problemas hipotecarios de alto riesgo y el aumento en los precios de las mercancías, en particular de los alimentos, minerales y combustibles, lo cual ha despertado expectativas inflacionarias. El impacto en bloques económicos como los países BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), que presentaban niveles de crecimiento muy fuerte en años anteriores, muestran una desaceleración económica como el caso de China recientemente. Por su parte, en la Unión Europea se debate en los medios políticos y económicos por mantener unidos territorios y culturas que son diversas y dispersas desde las historias y las geografías de las regiones, las comunidades y las familias; vemos también el endeudamiento de los hogares, la restricción del crédito bancario y el bajo dinamismo de la demanda interna. En Estados Unidos, aun con el problema del endeudamiento y de los inminentes recortes fiscales, se observa una actividad económica fortalecida por el aumento de la demanda interna privada.

Por su parte, América latina se encuentra a expensas de la vorágine mundial de claroscuros económicos; en el caso de Argentina, después de su nuevo gobierno en riesgo de una caída en recesión por sus desequilibrios macroeconómicos; por su parte, Chile con un repunte pequeño en su economía debido a las bajas demandas de materias primas y la caída de los precios del cobre; Brasil no ha alcanzado las previsiones económicas deseadas con un desempleo y una inflación crecientes, y se alejan de aquel sueño hacia una consolidación económica y política de hace décadas.

En México las cosas no mejoran. El país está inmerso en un estancamiento económico y político ante el clima de violencia, desempleo y corrupción, en donde su reforma energética no ha detonado como se esperaba y se encuentra estancada en un drama petrolero y la sostenibilidad de las cuentas públicas (Moreno, 2015). En este panorama nacional y mundial, se ocupan las pymes mexicanas frente a un universo inseguro y precario con desafíos urgentes que resolver; aun cuando su papel es preponderante en la generación de empleo, en la demanda interna, en el ahorro y la inversión de los sectores medios, sobreviven con políticas gubernamentales limitadas sin aprovechar muchas oportunidades de mercado. En este sentido, resulta interesante indagar sobre las posibilidades de incorporarse en procesos productivos y de servicio hacia una RSE y plantear si son las grandes empresas quienes solamente tienen una mayor coyuntura de llevar a buen camino dicha responsabilidad gracias a su amplia participación en la globalidad. Es decir, si el grado de compromiso de la RSE tiene que ver principalmente con la capacidad productiva y tamaño de las empresas.

También es importante indagar si existe en el campo de las pymes un lugar para tomar decisiones estratégicas por los propietarios y directivos, que posicionen en sus objetivos el valor de dicha responsabilidad ante la presión de exiguos rendimientos económicos, y poder lograr un aseguramiento en un mercado de alta exigencia para poder sobrevivir. En otras palabras: ¿cómo podrían en México las pymes aspirar a estrategias que las lleven a una RSE efectiva, incluyendo aspectos de sustentabilidad y bienestar de la comunidad, sin el acceso suficiente a las tecnologías, al apoyo del Estado, al financiamiento y agobiada por los altos costos en los insumos? También preguntamos si la decisión de establecer acciones de RSE tendrá lugar mientras algunas pymes vayan resolviendo aspectos de la producción y comercialización, como una consecuencia de su experiencia en el mercado y de sus aprendizajes hacia una búsqueda de trascendencia humana, comprendida, como dice Ludwig Schmidt (2012), desde una necesidad del hombre en dejar un legado o unas huellas a ser seguidas a través de su conciencia, de su dignidad y de su libertad.

La lucha de las empresas por la supervivencia en los mercados tiene que ver no solo con la generación de bienes y servicios, sino también con asuntos de beneficio colectivo, lo que da condiciones de competitividad y aseguramiento en la espesura de la globalidad. Los ejemplos de empresa de clase mundial son aquellas donde, según Richard Schonberger, "la manufactura se potencia al dirigir los recursos hacia el mejoramiento rápido y continuo" (1996, en Cima-tic). Es decir, mucho cuentan las decisiones estratégicas de reducir tiempos, costos, mejorar relaciones con proveedores, clientes y distribuidores; también es importante llegar primero a los mercados y lograr la mejor percepción de valor añadido de parte de los clientes. A nuestra opinión, una empresa exitosa

a nivel mundial es aquella que además de todo lo anterior, utiliza el factor de la RSE como la sustentabilidad y el respeto a los recursos ambientales.

La perspectiva de representar a la pyme como un picaporte necesario de ascenso en la escala económica de las sociedades puede estar muy alejada de la realidad. Una pyme depende no solamente de su producción y de sus recursos financieros, sino también de un apreciado capital relacional en el mercado, de las oportunidades del entorno y las decisiones que se tomen al respecto. Por largo tiempo ha imperado en México el modelo de empresa como centro del mercado con una actividad productiva fundada en su experiencia. Sin embargo, las pymes sucumben sofocadas dentro de un mercado más insaciable y con tendencias monopolizadoras.

Planteamos si, en el caso de las pymes mexicanas, las prácticas de RSE pudieran ser interpretadas como un medio para crecer, o bien, considerar la RSE como una consecuencia de su crecimiento en el mercado. También compartimos una perspectiva de la RSE no separada de la finalidad económica y legítima de toda organización, sino que suponemos una relación incluyente y de beneficio mutuo: lograr un posicionamiento en el mercado que lleve al campo de la subjetividad del cliente y que es el sitio donde se juega su aseguramiento en dicho mercado. Estas aspiraciones pudieran ser una visión, un conjunto de esperanzas o bien utopías que requieren de traducirse en decisiones.

2. LAS PYMES EN MÉXICO

La mayor parte de las empresas del mundo son pymes y representan una palanca vital en el desarrollo de los países por la disposición de empleo, el dinamismo del mercado interno, así como por su aporte a la estabilidad social y política. En Estados Unidos las pymes representan el 99% del parque empresarial, generan 51% del PIB y contribuyen con 52% de los empleos. En la Unión Europa, las cifras son 99%, 55% y 70% respectivamente (Morales, 2011:42).

Para el caso de México las pymes representan el 99.8% de un total de 3.724.019 unidades económicas existentes (INEGI, 2009); según la Secretaría de Economía (2009), por su tamaño las empresas se clasifican en micro, pequeña, y mediana; siendo micro empresas aquellas que tienen hasta 10 trabajadores como máximo, con ventas anuales hasta por \$4 millones de pesos. Se consideran pequeñas empresas aquellas que tienen desde 11 hasta 50 trabajadores, y ventas anuales desde \$4.01 hasta \$100 millones de pesos. Finalmente se considera mediana empresa aquellas que tienen desde 31 hasta 100 trabajadores, con ventas anuales desde \$100.01 hasta \$250 millones de pesos. Las pymes son, por lo general, empresas orientadas al mercado interno, un 51% se dedican al comercio y el 36% a los servicios terciarios, y contribuyen con la creación

del 73.1% de los empleos del país. Sin embargo, solo generan juntas el 35% del producto total (INEGI, *ibid.*). Pensamos que esto tiene que ver con factores como la productividad de los trabajadores y las decisiones que se tomen al respecto:

“La media nacional arroja un producto bruto por persona ocupada de 547.000 pesos anuales y ante la mayor cantidad de empleados por las micro y la menor producción, la productividad de este tipo de empresas es de 20% del promedio nacional. Por supuesto, esta baja cifra de productividad laboral también se encuentra influenciada por un alto nivel de concentración de producto que tienen las empresas grandes (65% del total)” (Góngora, 2013:5).

Probablemente no haya empresario que no esté convencido del valor de la creatividad y la responsabilidad para el éxito de su empresa:

“El problema reside en que aunque se reconoce que es necesario que los trabajadores sean creativos, en las empresas no se está haciendo lo necesario para formarlos y dejarles actuar, en parte por situaciones relacionadas con la distribución del poder o por el desconocimiento de los factores que son necesarios para fomentar la creatividad, así como la relación entre dichos factores, lo que se traduce en pérdida de competitividad” (Barroso, 2012: 510).

Observamos con desolación que muchas pymes la llevan muy difícil por las consecuencias de la crisis sobre la demanda, la reducción de la inversión, el incremento del desempleo, la reducción del flujo de las remesas de los migrantes, etc. También este impacto crea efectos en el pago a clientes, aparece una escasez de liquidez de los bancos y una mayor limitación del otorgamiento de crédito, así como una elevación de tasas. En el caso de situaciones de cierre, pueden pasarse al sector informal y si hay despidos no existe ninguna indemnización (Henríquez, 2009). Vemos que las pymes tienen un alto grado de mortalidad:

“Esta mortalidad de empresas mexicanas solo permite que de cada 100 empresas nuevas, solo 10 logren tener posibilidades de consolidarse en el mercado formal al décimo año de operación. De las 130 mil empresas que fallan en los dos primeros años, 66% fue ocasionado por falta de capacitación adecuada y oportuna, 34% restante no se especifican las causas. Indudablemente, dentro de 66% están implícitos factores relacionados con el desconocimiento del mercado, del tipo de producto requerido, de los competidores, con técnicas y calidad del producto,

de habilidades para vender, de su inserción en la cadena productiva; es decir, factores de riesgo asociados con un bajo perfil innovador” (Secretaría de Economía, 2001, en Morales, 2011:44).

Se requieren medidas de protección económica como la exención temporal, fondos de garantía, rebaja en las tasas de interés; también medidas de protección social, como son la estabilidad en el empleo, programas de reinserción laboral, subsidio a la contratación, capacitación, programas de empleo intensivo, etc. Si bien las pymes pueden contribuir a la estabilidad macroeconómica y expansión de la productividad desde los mercados locales, su vida depende del compromiso que pueda tener el Estado mediante políticas de apoyo con una capacitación en cuestiones técnicas y de administración, vinculados con las universidades para la constitución de proyectos factibles previos a los apoyos financieros, con la finalidad de lograr su articulación con el desarrollo económico y social de las regiones locales. De otra manera, seguirán en el abandono y la desprotección. No se trata de una intervención mediante subsidios para su control y dependencia, sino como lo mencionan Carlo Ferraro y Giovanni Estumpo (2010: 382), de “intervenir de manera inteligente, junto con el sector privado dedicado a la promoción, con recursos humanos y financieros significativos”. Sin embargo no es fácil, y ante la necesidad de ir más allá de las legislaciones y regulaciones, nos puede ayudar la noción de Gobierno corporativo. Es necesario mirar hacia la administración de las pymes, particularmente a su estructura y control interno con la finalidad de transparentar solidez y así apoyar mejor el sector de las pymes en México. Un Gobierno corporativo “pretende garantizar la calidad, oportunidad y amplia diseminación de la información y es la base del sistema de responsabilidad de la empresa, de empleados y órganos colegiados frente a sus accionistas e incluso ante la sociedad en su conjunto” (Hernández *et al*, 2010:2).

El objetivo de las pymes, como de toda empresa, es proporcionar un valor agregado a sus actividades productivas mediante la maximización de la riqueza. Más aún ante el panorama de amenazas y debilidades a que está sujeta desde su creación, y para su supervivencia tendrá que enfrentar riesgos relacionados con los factores financieros, de operación y administrativos. Peter Drucker (1977) se refiere a que los negocios con mayores rendimientos económicos únicamente lo logran por medio de una mayor incertidumbre, es decir, a través de asumir riesgos más grandes.

Hay una pregunta puntual sobre cómo puede una pyme consolidar una mayor permanencia en el mercado ante un escenario de riesgo creciente, complejo, diverso y dinámico, motivado por el peso que ejercen la tecnología, la comunicación, la globalidad, las fluctuaciones en el tipo de cambio, etc. Pensamos que los apoyos del Estado pueden llegar a ser alternativas reales para

que las pymes contribuyan a su finalidad de atender una demanda y a su vez favorecer a la reducción de la desigualdad social y la pobreza. La segunda pregunta es consecuencia de la primera y se plantea si podremos vislumbrar preocupaciones y acciones en las pymes sobre un RSE en un nivel de compromiso y poder significar una palanca de transformación económica.

Las pymes podrían ser agentes del cambio estructural a través de su contribución al aumento de la productividad. Para ello las políticas públicas, sugiere la OCDE/CEPAL (2013:10,11), deben facilitar su desarrollo y eliminar las barreras a las que se enfrentan. Y para lograrlo, dichas políticas deben considerar seis factores relevantes:

1. un problema frecuente es su aislamiento, que las deja imposibilitadas de añadir en su producción la escala y especialización necesarias. A menudo las políticas son más efectivas cuando se enfocan sobre el aglomerado o la cadena productiva.
2. Se requiere una coordinación significativa entre políticas sectoriales, así como políticas de infraestructura y provisión de servicios para poder resolver los cuellos de botella relevantes para el desarrollo productivo de las pymes y su entorno.
3. Es necesaria una mayor coordinación vertical, por el papel que juegan los actores locales y regionales en las políticas de apoyo a aglomerados y cadenas productivas a nivel subnacional.
4. Las políticas deben tener objetivos sostenidos en el tiempo más que ser intensivas en recursos financieros, se deben proveer insumos y servicios específicos.
5. Se necesita una mejor articulación entre actores económicos, ya que la incorporación de acciones asociativas ofrece una oportunidad a las pymes de disminuir los costos operativos de los programas.
6. La integración de los aglomerados productivos a cadenas globales de valor presenta oportunidades para abrir nuevas oportunidades de acceso a mercados, en particular a las pymes que operan en mercados internos pequeños.

3. LA RSE DE LAS PYMES

La RSE tiene distintas acepciones. Alexandra Ospina (2003:46), habla del papel que tiene la empresa como unidad de negocio que crea valor y que pervive en un espacio del que se lucra. Peter Drucker (en Guzmán, 2008) la define dentro

de una conversión de los problemas sociales en oportunidades para la organización, siempre que tal responsabilidad sea consistente con su competencia. Por su parte, Adela Cortina (2003:9) explica que no se trata de asumir una responsabilidad que no se exige legalmente, sino que la empresa asume voluntariamente y por tanto va más allá del propio derecho.

La RSE coadyuva a formar estructuras organizacionales más flexibles en los procesos de producción, distribución y consumo, transformando la manera de organizar sus recursos humanos, materiales y financieros mediante decisiones estratégicas privilegiando una mirada humanista hacia la satisfacción del cliente, el respeto y la defensa de los derechos humanos, la justicia social, la equidad de género, el enriquecimiento de nuestros patrimonios culturales y ambientales. En este sentido:

“Las organizaciones que asumen la RSE experimentan un impacto en la configuración de su cultura organizacional, ya sea de manera explícita o implícita. Entrar a una dinámica virtuosa o positiva suele traer efectos igualmente positivos en los colaboradores y en los empresarios, quienes viven un sentimiento de orgullo y satisfacción por estar contribuyendo y compartiendo beneficios con la comunidad y con la sociedad en general” (Castaño, 2011, en Sotelo y Durán, 2014:6).

Los ámbitos de la RSE se sustentan en los principios de conciencia y ética, y su reto está en cómo traducirse en decisiones estratégicas en las empresas incluyendo sus contextos, generalmente caracterizados por las presiones de la competencia comercial, los bajos costos y el auge del desarrollo del “modelo de producción flexible” (Barrón, 2004), con una capacidad de adaptación a los vaivenes del mercado mediante el empleo de tecnología. Dichos ámbitos abarcan asuntos diversos, específicamente en el cumplimiento de las normas de trabajo (campo laboral); también incluye la elaboración de cuentas transparentes y públicas (campo económico); considera aspectos de una comunicación al consumidor sobre el producto y servicio (campo ambiental); y aspectos que incorporen inversiones de las utilidades para mejorar el nivel de vida de personas sin recursos (campo social).

La RSE también está relacionada con la seguridad y soberanía alimentaria y la erradicación del hambre y la pobreza; el diálogo intercultural con pleno respeto a las identidades; la promoción de una cultura de paz, abordando fronteras de intereses empresariales más allá de la producción y distribución de mercancías. De otra manera la RSE caería en el riesgo, al implementar acciones, Cájiga (2013:4), de suspenderse ante cualquier eventualidad, coyuntura, crisis presupuestal o cambio en la dirección de la empresa.

Para el caso de México, según el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), señala que de un total de dos millones de empresas del país, solo 934 tienen prácticas de RSE. Por otra parte, es importante señalar que en muchas empresas existen situaciones de cargas de más de ocho horas diarias en el trabajo, de empleo de niños, carencias en la capacitación del personal, discriminación de la mujer y, en general, de gente con capacidades diferentes. Hay una gran cantidad de empleos que reducen a los trabajadores en calidad de máquinas, negándoles el derecho que tienen a desarrollarse física, emocional y espiritualmente mediante la realización de su trabajo (Rebeil y Sánchez, 2008). En el estado de Guanajuato, una encuesta reciente aplicada a 250 empresas 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; 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” (Sotelo y Durán, 2014:5).

4. LAS DECISIONES ESTRATÉGICAS Y LA RSE

Desde pequeños, los seres humanos vamos aprendiendo a tomar decisiones y corremos riesgos por ello. Es una manera cotidiana de enfrentarnos a lo conocido y a lo desconocido en la forma de vivir, y con el tiempo esta toma de decisiones se vuelve no solo un derecho personal, sino también una obligación ética. Por su parte, las decisiones estratégicas son aquellas decisiones no rutinarias que involucran gran compromiso de recursos y cuyas acciones tienen impacto en el desempeño a largo plazo de la organización. Sin embargo, a menudo se consideran como un asunto de los altos mandos en las organizaciones, lo que viene a menguar aspectos de liderazgo y en contrario, a aumentar tendencias deshumanizadoras en las relaciones del personal. Considerar que solamente la alta dirección está capacitada para tomar decisiones estratégicas es negar lo que ellos mismos consideran fundamental: el conocimiento producido en la organización, ese que les ha permitido hoy ser líderes de mercado (Rivas, 2013: 110, 124).

La toma de decisiones estratégicas está determinada por factores como el tiempo, la información disponible, la experiencia y el grado de incertidumbre. Una decisión tiene estos condicionantes sustantivos para todos los contextos

y es comprensible que no todo se tenga en la mano para tomar una decisión. Si así fuera, vendría una decadencia. En el caso de las pymes, hay una relación directa entre el crecimiento de las empresas y la toma de decisiones:

“A medida que un negocio crece, los procesos efectivos de toma de decisiones se vuelven mucho más complicados. Los directivos se encuentran con dificultades a la hora de obtener toda la información que requieren. Además, consideran cómo les afectarán las decisiones que tomen en materia de empleo, despido y compras, entre otros factores, en sus relaciones sociales con otros empleados y socios” (Cabeza de Vergara, *et al*, 2004: 4).

Regularmente hay más factores condicionantes generalmente desarrollados desde la subjetividad como son las impresiones, los significados, las percepciones, etc., generadas desde las emociones en la toma de decisiones por parte del ejecutivo, ya que impulsan y encuadran la experiencia, influyendo en el razonamiento (Lerch, 1971 en Pucheu, 2010: 163). También las emociones actúan como prueba de que lo que se piensa es real (Damasio, 2001, *ibíd.*). Esta segunda función de las emociones es clave en la toma de decisiones, ya que a través de la confirmación emocional de la “materialidad” de lo percibido se orienta la toma de decisiones, simplificando los procesos de análisis y atenuando los posibles conflictos entre opciones que pueden ser de difícil discriminación conceptual (Martínez-Selva *et al.*, 2006, *ibíd.*).

La RSE implica necesariamente el campo de la toma de decisiones. Por una parte es sustantiva porque tiene una aceptación social apoyada en la moral, y por el otro es ética por que posee las especificidades de una empresa en particular. No se puede ser ético y falto de moral a la vez. Menciona Enrique Limón (2007), que deben las empresas en general considerar “la ética en sus decisiones, lo cual implica tener como referente primordial la llamada *ética cívica*, conciencia moral alcanzada por la sociedad, es decir, principios y valores universales mínimos compartidos”.

Las decisiones son una marca en la vida de las empresas y afectan a la totalidad del sistema organizacional. Las pymes no son excluyentes de esta condición: llevan también consigo el riesgo de la RSE, y por lo tanto requieren en la toma de decisiones de la reflexión y son producto de planteamientos que hace y conoce la gerencia a partir de su propio liderazgo para poder establecer un proceso y mediante el ejercicio de la racionalidad y la libertad. Según Michael Crozier y Erhard Friedberg (1990, en Cárdenas, 2005) a partir de esto los actores toman decisiones sobre estrategias, negociaciones, juegos de poder, adhesión a grupos, manejo de incertidumbre, etc. De esta manera, la decisión se convierte en ejercicio de poder.

En la vida de las pymes, aun cuando se ocupan de asuntos urgentes y emergentes generalmente derivados de los problemas de comercialización, no necesariamente podríamos afirmar que la existencia de conflictos o problemas sea requisito para tomar decisiones en materia de RSE. Señala Parker Follett (en Melé, 2007) respecto a los problemas en la organización, que “no creo que tengamos problemas psicológicos, éticos y económicos. Tenemos problemas humanos con aspectos psicológicos, éticos y económicos, y a menudo legales”. Esto se observa en la forma de la dirección de las pymes, debido a su tamaño y grado de personalización, en las que juegan su papel importante los valores complejos internos de sus integrantes y, por lo mismo, hacen más objetiva e inmediata la regulación o medición de las decisiones. Limón (*ibíd.*), indica que “los valores personales de los ejecutivos determinan las normas éticas de una empresa, sus objetivos y estrategias corporativos, así como del conjunto de empresas agrupadas en un sector”. Por su parte Henry Sisk y Mario Sverdlik (1979:81, en Limón, *ibíd.*) mencionan que “los sistemas de valores personales determinan para un individuo lo que está bien o es incorrecto, lo que es bueno o malo, exitoso o fallido, placentero o desagradable, o cualquier otra evaluación bipolar similar”. En este sentido, los criterios en la toma de decisiones en las pymes en materia de RSE, pueden ser modelos objetivos, como es el caso de algún tipo de normas administrativas, contables, sanidad, seguridad y que sirva de guía para las buenas decisiones. Sin embargo estos modelos, para llegar a la operatividad, deben pasar por la decisión gerencial y llegar a los trabajadores, agregando valores éticos y trastocando de esta manera un tipo de RSE a la estructura organizacional visto como un canal de comunicación y pieza fundamental para lograr la fidelidad del cumplimiento de las decisiones. Su exactitud y precisión dependen de su transmisión de los mensajes. Dentro de la subjetividad se reproducen las representaciones mentales y sociales de los empleados, que actúan como codificadores y decodificadores interpretativos de las decisiones de la gerencia.

El tema de RSE pudiera resultar extraño o desconocido en la mente de los directivos de las pymes. Sin embargo, si observamos los procesos de la toma de decisiones como un elemento indispensable de la delegación de autoridad, llevan en correspondencia intrínsecamente el valor de la responsabilidad. La toma de decisiones en un plano elemental es una facultad humana específica y personal, y por lo tanto intransferible de su responsabilidad, tal y como lo es la libertad. Por otra parte, la responsabi-

lidad es el valor que da a la decisión estratégica su carácter social, ya que es correspondiente a los valores los miembros de un grupo y tiene naturaleza comunitaria. Recordemos el principio administrativo de la delegación de mando en un plano de autoridad lineal/vertical y la compartición de responsabilidad en un plano jerárquico horizontal. A menudo este fundamento se realiza de forma opuesta, y se delega la responsabilidad convirtiéndola en una evasión y atentando contra el valor de la ética, amparándose tímidamente su autoridad en normas rígidas de la empresa, y no en la capacidad de persuasión personal y moral, como esencia de liderazgo.

En la actualidad, los mercados muy segmentados demandan valores éticos para la adquisición y satisfacción de los productos y servicios que adquieren. En el caso de algunas pymes deberán atender esta exigencia, sujetadas por el formato de las empresas grandes si están anexadas a una red de abasto y comercialización con ellas. De esta manera pudiera darse una cultura de RSE impuesta de afuera y correrse el riesgo de una responsabilidad de tipo instrumentalista al estilo del pensamiento de Milton Friedman (1990, en Rebeil y Sánchez, *ibíd.*), subordinada de la meta utilitarista de los accionistas y, por tanto, en la que la trascendencia humana pasa a segundo término. La segunda visión de RSE es de corte social (Bell, 1965, en Rebeil y Sánchez, *ibíd.*), vista como una inversión incluyente y adosada a toda la estructura de la organización. La trascendencia humana es una filosofía y una cultura empresarial. Resulta importante que la RSE sea plasmada en las políticas, prácticas y programas para institucionalizarla y también vale la pena reflexionar si dicha RSE en sí misma es una finalidad o un medio para hacer más rentables las ganancias, si es una estrategia temporal o esta sumada como una forma de vida empresarial. También necesitamos conocer si la RSE es una labor sustantiva o una práctica de acomodo para incrementar los ingresos. Otro aspecto es comprender de facto que la RSE no está lidiada con sus planes de crecimiento y rentabilidad; más bien le fortalece y le da mayor posibilidad de oportunidad en un mercado, sea emergente o sea competitivo. Del mismo modo es indispensable interpretar desde la subjetividad de los directivos de las pymes estos valores que generan una RSE adecuada y a la medida de la realidad y mediante decisiones gerenciales propias cultivar la credibilidad de los directivos y trabajadores. También es necesario crear una nueva concepción de la pyme en relación con demandas sociales emergentes como son los derechos humanos, la educación ambiental, la sustentabilidad o la construcción de la paz, en un mercado cambiante, exigente y petionario, interconectado en la globalidad por las tecnologías de la información y comunicación.

5. CONCLUSIONES

El panorama no es muy alentador para atender asuntos de RSE en las pymes mexicanas, si bien existen programas gubernamentales de apoyo financiero y de capacitación técnica para atacar problemas económicos y sociales de los mercados locales. Sin embargo, el contexto dibujado en buena parte por el desempleo, la corrupción, la inflación, el hambre, la violencia, el narcotráfico, las frustraciones civiles y la política económica del Estado, por un lado ensombrece las posibilidades y por el otro, las banderas de las utopías y los sueños siguen estado presentes en las pymes por los aportes a la economía de los mercados locales y productivos de las colectividades.

En este sentido la RSE es un asunto complejo demandado de las sociedades contemporáneas y tiene que ver principalmente con la toma de conciencia de los individuos y las organizaciones en un contexto de la realidad. Esta tarea no es sencilla en el campo de las pymes; en su contexto local es donde se fortalece mucho la legitimidad humana, porque considera al cliente en la circunstancia del mercado y en donde se vive cara a cara la toma de conciencia y la ética.

La RSE en las pymes implica necesariamente que haya un proceso de consolidación en su estructura económica/operativa/administrativa y fortificada a través del tiempo y el impacto de decisiones estratégicas de los propietarios respecto a correr riegos y enfrentar la incertidumbre. No es posible aspirar a una RSE si no se ha logrado un nivel de madurez en la estructura interna y frente a las condiciones cambiantes de los mercados. Dicha responsabilidad se comporta como toda inversión empresarial, con el tiempo empezará a dar frutos y a fortalecer la estabilidad de la empresa creando un círculo virtuoso como una unidad y no como un aporte ajeno o externo a la empresa.

La responsabilidad engendra credibilidad y ésta representa los valores de una organización. Cuando en una empresa los trabajadores han dejado de creer, entonces poco se logrará por conseguir las metas propuestas. Por ello, las decisiones deben llevar su consenso como garantía bajo una responsabilidad personal, que incluya una postura respecto a las cosas y estar comprometido con ello.

Los retos demandan articular la permanencia de las pymes en el mercado sin faltar a los principios éticos y aspirar poco a poco a tener una política de la responsabilidad, de modo que con el tiempo y la experiencia se aspire a niveles más altos de dicha RSE y adosar la noción de calidad con el crecimiento de la empresa. Nos podemos preguntar si la RSE forma parte del centro estratégico de la empresa y si tiene presencia en campos como son el clima laboral, los valores éticos, el medio ambiente, las medidas de transparencia y anticorrupción, etc. Es importante una responsabilidad de *marketing* que no se conforme

con el cumplimiento de las obligaciones legales, sino que de manera voluntaria busque orientar, informar y educar a los clientes y consumidores en el uso de sus servicios y productos. También se trata de contar con políticas en el caso del medio ambiente, para llegar a la optimización de los recursos, el aprovechamiento positivo de los desperdicios, disponer de estrategias de reciclaje, avocarse a los ciclos naturales en sus procesos de producción, así como la capacitación y concientización de su personal; establecer gradualmente medidas para sujetarse a las leyes y al Estado de derecho en contra de los negocios ilícitos; operar de iniciativas en beneficio con los mercados donde tiene demanda y penetración; y tener un cuerpo de trabajadores con un ambiente laboral próspero, en donde se propicie el desarrollo humano para una mejor calidad de vida. Todo esto se sitúa en el centro del negocio desde la RSE, y por ello las pymes mexicanas necesitan desde la perspectiva y características de los mercados nacionales, poseer objetivos no solo de naturaleza económica, sino también por la vía de la innovación con RSE. Creemos que las pymes pueden aportar a la sociedad productos y servicios sustentados en la ética para tener clientes satisfechos. Hay pymes que emprenden prácticas de alguna manera con una RSE enriqueciendo los mercados con su diversidad e identidades locales, y que pueden lograr el camino de la vinculación con otras grandes empresas para fortalecerse y mantenerse más allá del corto plazo. Apreciamos que el punto de partida para su conocimiento está en sus decisiones estratégicas y su contexto de mercado.

En la realidad de las pymes mexicanas se desconocen datos sobre RSE que nos permitan tener una idea de su participación en este tema. Tenemos la conjetura de que existen responsabilidades sociales éticas en la producción de sus bienes y servicios de acuerdo a los contextos geográficos y de mercado. No podríamos pensar en un modelo de RSE semejante al que tienen algunas empresas grandes.

La diversidad es una característica muy propia de las pymes y así mismo es el perfil de responsabilidad con que cuentan. No se trata de responsabilidades distintas, sino en cuanto a su forma de atenderlas, que es determinada por los condicionantes locales de su medio. Por ejemplo, no podríamos pensar en pymes con semejante RSE en la región del Bajío mexicano, la agricultura del Cauca colombiano o en la zona forestal y de pesca del Bio Bío chileno. Se trata de una cultura de calidad identitaria en los productos y servicios, nacida desde la mentalidad con que se tomen las decisiones de sus líderes gerenciales, propietarios y los trabajadores.

6. REFERENCIAS

- BARRÓN, Concepción. (2004). "Formación profesional: Modelos, perspectivas y orientaciones curriculares". En Barrón, Concepción (Coord.). *Currículo y actores. Diversas miradas*, pp. 15–49. México: UNAM.
- BARROSO, Francisco Gerardo. (2012). "Factores y razones para desarrollar la creatividad en las empresas. Un estudio en el Sureste de México". *En Revista de Ciencias Sociales (RCS)*. XVIII, 3, pp. 509 – 519.
- BELL, Daniel. (1965). *The Corporation and Society in the 1970s, The Public Interest*, 24 de agosto. En REBEIL, María Antonieta y SÁNCHEZ, Clemente. (2008).
- CABEZA DE VERGARA, Leonor, MUÑOZ, Alberto Elías, VIVERO, Sandra Milena. (2004). "Aproximación al proceso de toma de decisiones en la empresa barranquillera". *En Pensamiento & Gestión*, 17, pp. 1-38 Consultado el 30 de marzo de 2015. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64601701>
- CAJIGA, Juan F. (2006). "El concepto de Responsabilidad Social Empresarial". En *CEMEFI*. Consultado el 21 de marzo de 2015. Disponible en: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- CÁRDENAS, Teresita de Jesús (2005). "La decisión: confrontación entre la propuesta teórica de Lucien Sfez y la de Michael Crozier y Erhard Friedberg". *En Investigación educativa duranguense, ISSN-e 2007-039X, N°. 4*, pp. 43-49. Consultado el 30 de marzo de 2015. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2880928>
- CASTAÑO, Esther. Julia. (2011). "Comunicar la responsabilidad social, una opción de éxito empresarial poco explorada". *En Revista Lasallista de Investigación*, vol. 8, núm. 2, pp. 173-186, julio-diciembre. Colombia. En SOTELO, J. Jesús y DURÁN, Ma. Socorro. (2011).
- CENTROMEXICANOPARALAFILANTROPÍA. *El Informador*. México. 24 de julio de 2014. Disponible en: <http://www.informador.com.mx/economia/2014/540072/6/flaquea-la-etica-de-las-empresas-mexicanas.htm>
- CORTINA, Adela. (2003). *Seminario Internacional de Responsabilidad Social Empresarial*, 9. Consultado el 24 de marzo de 2015. Disponible en: <http://www.ciceenlinea.cl/intranet/documentos/EmpresasyEticaAdelaCortina>.
- CROZIER Michael y FRIEDBERG Erhard. (1990). *El actor y el sistema*. México: Alianza Editorial. En CÁRDENAS, Teresita de Jesús. (2005).
- DRUCKER, Peter. (1977). *Management, an Abridged and Revised Version of Management: Tasks, Responsibilities, Practices*, London, 7th printing. (1983).
- FERRARO, Carlo y STUMPO, Giovanni. (2010). Políticas de apoyo a las pymes en América Latina Entre avances innovadores y los desafíos institucionales.

- Consultado el 17 de marzo de 2015. Disponible en: <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2010/07474.pdf>
- FRIEDMAN, Milton. (1990). "The Suicidal impulse of the Business Community", *Business Economics*, vol. 25. En REBEIL, María Antonieta y SÁNCHEZ, Clemente. (2008).
- GÓNGORA, Juan Pablo. (2013). "El panorama de las micro, pequeñas y medianas empresas en México". En *Comercio Exterior*, 63, 6, pp.1-6. Consultado el 20 de marzo de 2016. Disponible en: http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/754/1/El_panorama_de_las_micros.
- GUZMÁN, María Gabriela. (2006). "Responsabilidad Social y ética empresarial". En *Ciencia Administrativa*. IIESCA. Consultado el 20 de marzo de 2015. Disponible en: <http://gerenteces.blogspot.com/2006/03/responsabilidad-social-y-tica.html>.
- HENRÍQUEZ, Lysette. (2009). *Políticas para las mipymes frente a la crisis. Conclusiones de un estudio comparativo de América Latina y Europa*. Documento de trabajo. OIT. Consultado el 01 de febrero de 2015. Disponible en: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_191351.pdf
- HERNÁNDEZ, Norma Alicia, VÁZQUEZ Mario, GAONA Eduardo. (2010). *La Pequeña y Mediana Empresa de México, Datos Relevantes y sus Prácticas de Gobierno Corporativo y Administración de Riesgos*. Consultado el 01 de febrero de 2016. Disponible en: http://semtech.mty.itesm.mx:8080/vivo2/individual?uri=http%3A%2F%2Fsemtech.mty.itesm.mx%3A9002%2Fresource%2FDocument_47660
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA. (INEGI). (2009). *Censos Económicos*. México.
- LIMÓN, Enrique. (2007). "Responsabilidad social corporativa y la toma de decisiones ética". En *Tecsisotecatl. Revista Interdisciplinar*, 1. Consultado el 17 de marzo de 2015. Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/tecsistecatln0/els1.htm>
- MELÉ Domenec. (2007). "La ética en la dirección empresarial: Un estudio de la aportación de Mary Parker Follet". Consultado el 17 de febrero de 2015. Disponible en: <http://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=582&ar=2&idioma=1>
- MORALES, Isaías. (2011). "Las pymes en México, entre la creación fallida y la destrucción creadora". En *Economía Informa*, pp. 39-48. Consultado el 13 de febrero de 2016. Disponible en: <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/econinforma/pdfs/366/06isaias.pdf>
- MORENO, José Miguel. (2015). "6 riesgos para la economía de México en 2016". Consultado el 30 de enero de 2016. Disponible en: <http://www.forbes.com>.

mx/6-riesgos-para-la-economia-de-mexico-en-2016/.

OCDE/CEPAL. (2013). *Perspectivas económicas de América Latina, 2013. Políticas de pymes para el cambio estructural*. Consultado el 22 de febrero de 2015. Disponible en: http://www.latameconomy.org/fileadmin/uploads/laeo/Graphs/LEO2013/SP%20LEO2013_Pocket%20Edition.pdf

OÑORO, Roberto Carlos. (2010): "Estado y economía política". Edición electrónica. En *Observatorio de Multinacionales en América Latina (OMAL)* (2013). Posfordismo. Consultado el 13 de febrero de 2016. Disponible en: http://omal.info/IMG/article_PDF/Posfordismo_a4897.pdf

OSPINA, Alexandra. (2003). "La empresa buena". En *Desarrollo humano e institucional en América Latina (DHIAL)*, Consultado el 29 de marzo de 2015. Disponible en: http://www.iigov.org/dhial/?p=46_05.

PUCHEU, Andrés. (2010). "Relaciones entre la estructura en el self y el modelo de mecanismos de coordinación organizacional de Mintzberg". En *Psicoperspectivas. Individuo y sociedad*. 9, 1, pp. 158-180. Consultado el 20 de febrero de 2016. Disponible en: <http://www.scielo.cl/pdf/psicop/v9n1/art09.pdf>

REBEIL, María Antonieta y SÁNCHEZ, Clemente. (2008). "Responsabilidad Social en las Organizaciones Mexicanas y Comunicación: una perspectiva desde la ética". Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada. En *Comunicación Integral de las Organizaciones*. Escuela de Comunicación. Universidad Anáhuac México Norte. Consultado el 17 de febrero de 2015. Disponible en: <http://comunicacionestrategicaenorg.blogspot.mx/2008/05/responsabilidad-social-en-las.html>

RIVAS, Luz María. (2013). "Exploración sobre las decisiones estratégicas desde el pensamiento complejo". En *Universidad & Empresa*, 25, pp. 107-129. Consultado el 12 de febrero de 2015. Disponible en: <file:///C:/Users/Sergio/Downloads/Dialnet-ExploracionSobreLasDecisionesEstrategicasDesdeElPe-5096818.pdf>

SECRETARÍA DE ECONOMÍA. (2001). *Documento Informativo sobre las Pequeñas y Medianas Empresas en México*. México. En MORALES, Isaías. (2011).42.

SECRETARÍA DE ECONOMÍA. (2009). *Diario Oficial de la Federación (DOF)*. En: Consultado el 17 de febrero de 2016. Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009

SCHMIDT, Ludwig. (2012). "El hombre como ser-trascendente: una perspectiva judeocristiana". En *Revista de Bioética Latinoamericana*. 10, pp. 53-99. Consultado el 12 de febrero de 2015. Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/36074/1/articulo4.pdf.pdf>

SCHONBERGER, Richard. (1999). *Manufactura de clase mundial*. México: Prentice

Hall Hispanoamericana. En *Cimatic*. La siete claves para una manufactura de clase mundial. Consultado el 12 de febrero de 2015. Disponible en: <http://www.cimatic.com.mx/las-siete-claves-para-una-manufactura-de-clase-mundial/>

SISK Henry y SVERDLIK Mario. (1979). *Administración y Gerencia de empresas*. South-Western Publishing Co. USA. En LIMÓN, Enrique. (2007).

SOTELO, J. Jesús y DURÁN, Ma. Socorro. (2011). "La responsabilidad social empresarial en empresas de la ciudad de León Gto., y su compromiso con la comunidad y el medio ambiente". En XIX Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. ANFECCA, ALAFEC: México.