

# El altruismo de la empresa familiar y la posible cultura de la Responsabilidad Social de las Empresas

---

Ricardo Contreras Soto<sup>1</sup>  
Alejandra López Salazar  
Celina López Mateo

## RESUMEN

El presente estudio<sup>2</sup> se realiza sobre empresas familiares (micro, pequeñas y medianas) y se basa en una muestra de 343 entrevistas a dueños o responsables de ellas en la ciudad de Celaya, Guanajuato. El enfoque del trabajo está orientado a explorar la posible existencia de una disposición altruista por parte de los empresarios para brindar ayuda a la sociedad. El análisis se centra en la pregunta ¿de qué otra forma le gustaría ayudar a la sociedad?, con la intención de generar propuestas para abordar y generar acciones y estrategias distintas que encaminen su gestión hacia la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Se encontraron, principalmente, ciertas disposiciones hacia el compromiso con la comunidad a través de las relaciones con organizaciones comunitarias y de la gestión del impacto de las actividades de la empresa en la comunidad.

---

<sup>1</sup> Cuerpo académico: Gestión y Desarrollo de la Mipyme. Campus Celaya – Salvatierra. celinalm@gmail.com, riconsoto@hotmail.com y alejandra\_lopezsalazar@yahoo.com.mx  
1675 y (461) 5985922 ext. 1661

<sup>2</sup> Agradecemos a nuestro alumno de licenciatura Manuel Gamiño Berber que participó en el trabajo de investigación.

#### ABSTRACT

The study is performed on family businesses (micro, small and medium), and is based on a sample of 343 interviews with owners or persons in charge of them, in the city of Celaya, Guanajuato, Mexico. The focus of the work is to explore the possible existence of an altruistic willingness by employers to provide assistance to the society. The analysis focuses on the question ¿What other way would you like to help society?, with the intention of generating proposals to address and generate actions and different strategies that guide their management toward Corporate Social Responsibility (CSR). Certain disposition to the commitment on the community through relationships with community organizations and the management of the activities of the company in the community were found.

## Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México tiene sus orígenes a mediados del siglo XX, cuando la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) y la, en ese entonces, Unión Social de Empresarios de México, A.C. (USEM) destacaron por su insistencia y pronunciamiento en el tema de la RSE, aportando elementos teórico-prácticos para la fundamentación y desarrollo del concepto. Posteriormente, en 1992, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) crea el programa de Filantropía Empresarial con seis empresas participantes y, cinco años después, el Programa de Responsabilidad Social Empresarial. En el año 2000, el CEMEFI emite el reconocimiento a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en donde COPARMEX, Confederación USEM, Desarrollo Empresarial Mexicano y el Grupo Editorial Expansión, se sumaron a esta iniciativa; y es en 2001, cuando se convoca, por primera ocasión, a ostentar el Distintivo ESR 2001 a la Empresa Socialmente Responsable (Aliarse, 2012).

Estos hechos muestran que el sector empresarial mexicano ha tomado conciencia del papel que tiene la organización, no sólo como generador de empleo, utilidades y de bienes y servicios, sino como un ente social cuyas acciones tienen implicaciones en la sociedad en general.

Sin embargo, a pesar de la conciencia, en México son pocas las empresas que han orientado de manera satisfactoria sus acciones de gestión sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Quizá se deba a múltiples factores como: a) predominancia del enfoque macroeconómico cuyo interés se enfoca en obtener beneficios económicos donde la responsabilidad sólo es con los accionistas; b) la micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme) sólo tiene recursos para mantener sus operaciones y sobrevivir (de acuerdo a los testimonios presentados); c) desconocimiento de las empresas sobre el significado e implicaciones de la RSE; y, d) las compensaciones y las sanciones<sup>3</sup> son pocas para instaurar un régimen de RSE. En este último punto, es importante mencionar que existe poco énfasis a los mercados simbólicos que premien o castiguen a las empresas con respecto a sus acciones sociales.

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo explorar si existe algún tipo de altruismo en las empresas familiares de Celaya y, si es el caso, determinar cómo se manifiesta dicho comportamiento.

---

<sup>3</sup> El camino de las sanciones (multas, cierres, exhibición, otras formas punitivas simbólicas o económicas) en algún momento generó preocupación y por lo tanto “cierto interés” por parte del empresariado, son prácticas poco democráticas, pero en ciertas periferias “funcionan”; sin embargo, también es importante señalar, donde culturalmente la explotación ha sido muy cínica, no se puede apostar a la conciencia del empresario, al parecer, tendría que suceder un “fenómeno drástico” para cambiar culturalmente o apelar a su conciencia, este es el punto donde está trabada la responsabilidad social, aunque se premia con la aceptación del producto y la empresa en el extranjero, eso es muy bueno para los que exportan.

## 1. Marco Teórico

La filantropía empresarial es la manera en que la organización utiliza sus recursos para realizar el bien común y ayudar desinteresadamente a la sociedad. Es decir, la filantropía es un concepto orientado a la realización de donaciones a organismos de beneficencia pública tanto religiosa como laica, las cuales no tienen ninguna relación con la visión, objetivos o estrategias de la organización. La filantropía está basada en las creencias, valores y convicciones del dueño-gerente de la empresa, pues es él quien decide el apoyo a la sociedad.

Hillman (2001:29) define la filantropía como:

*“Forma de pensar, sentir y actuar (hacia el otro) opuesta al egoísmo y que se caracteriza por centrarse en el otro, por el amor al prójimo y el desinterés... Así, el altruismo constituye una forma elevada de conducta pro-social. Las posibilidades de que se difunda el altruismo dependen de la idiosincrasia de la cultura y sociedad en cuestión, especialmente de las orientaciones ideológicas, religiosas y ético morales, del sistema de valores, de la regulación de las relaciones de propiedad, de la magnitud de la competencia y la rivalidad, de la superación de los problemas de escasez y distribución”.*

Taquía (2006) afirma que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la filantropía y la inversión social son conceptos cuyos objetivos, resultados y fuente de motivación son distintos, aunque estén relacionados directamente. Menciona que la filantropía está motivada por fines altruistas produciendo satisfacción en el empresario y genera un impacto fuera de la organización; con la inversión social se espera obtener beneficios en el corto plazo, mejorar la imagen de la empresa y su impacto es primordialmente hacia el exterior aunque influye al interno de la organización; por el contrario, la RSE tiene la intención de generar beneficios en los trabajadores, familias y comunidad en general, con el objetivo de lograr ventajas en el mediano y largo plazo, logrando una calidad de vida en la sociedad interna y externa de la empresa.

Aunque existe la tendencia a afirmar que la RSE es el resultado del avance o evolución de la filantropía empresarial es importante aclarar que son conceptos distintos pero incluyentes, es decir, la filantropía es un elemento de la RSE específicamente en la dimensión de Compromiso con la Comunidad propuesto por Acción Empresarial. En esta dimensión de vinculación con la comunidad se analiza la gestión del impacto de las actividades de la empresa en la comunidad, las relaciones con organizaciones comunitarias como ONGs, colegios, asociaciones; los apoyos que realiza la empresa a proyectos sociales; los criterios utilizados para realizar apoyos; el fomento al trabajo voluntario de su personal; el liderazgo en el entorno empresarial para fomentar el beneficio social; y, la participación en proyectos sociales del gobierno.

Carrillo, Mayec, Tapia y Layton (2009) sostienen que la RSE no sustituye la inversión en especie y en dinero que realizan los empresarios para apoyar causas

sociales, pero la donación de recursos tampoco compensa los daños al medio ambiente, las malas condiciones de los trabajadores o la corrupción. En la tabla 1 se muestran las características de las etapas de la filantropía y la RSE desde la época empresarial hasta la de conciencia social contemporánea.

**Tabla 1**  
Principales Características de las Etapas de la filantropía y la RSE

Época Empresarial	Gran Depresión	Activismo Social	Conciencia Social Contemporánea
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgimiento del término Filantropía Empresarial.</li> <li>• El objetivo de las empresas es ofrecer bienes y servicios de calidad pero también ayudar de manera desinteresada a la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Discernimiento del impacto que tiene la empresa en la sociedad.</li> <li>• Concientización de la obligación moral que tiene la empresa para apoyar el progreso social.</li> <li>• Declaración de Filadelfia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgimiento del término Filantropía Estratégica.</li> <li>• El objetivo es contribuir con la sociedad al mismo tiempo que la empresa obtiene un beneficio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgimiento del término Desarrollo Sostenible y Ética en los Negocios.</li> <li>• La RSE es vista como estrategia de competitividad.</li> <li>• La RSE se consolida como disciplina académica.</li> </ul>

Fuente. Elaboración propia en base a la bibliografía consultada.

Por otro lado, la RSE es definida por el CEMEFI (2008:1) como el “compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente y para la construcción del bien común”. Para el Instituto Ethos y SEBRAE (2003:9) “el concepto de responsabilidad social está relacionado con la ética y la transparencia en la gestión de los negocios, y debe reflejarse en las decisiones cotidianas que pueden causar impactos en la sociedad, en el medio ambiente y en el futuro del propio negocio”. Y aunque en cada país se tiene una definición específica de RSE, lo que resalta es que ésta es considerada como un compromiso para realizar el bien común, reflejada en la estrategia y operación de la empresa; el alcance de la RSE se centra en el área económica, social y ambiental, lo que implica el respeto a los valores éticos, a las personas, al medio ambiente y a la comunidad. Para determinados organismos, la RSE tiene como objetivo apoyar o asegurar el éxito empresarial, la sustentabilidad de los negocios y ayudar a enfrentar los retos del actual sistema capitalista.

Finalmente, el objetivo es que las empresas cumplan con cuatro tipos de responsabilidades: la económica, legal, ética y discrecional. La responsabilidad económica implica la generación de riqueza; la legal es el respeto a las leyes; la responsabilidad ética involucra el respeto a los estándares, normas y expectativas de los consumidores, empleados, accionistas y sociedad en general; y las discrecionales que son responsabilidades voluntarias que demuestran el compromiso que la empresa tiene con la sociedad.

Cuando las empresas implementan acciones de RSE en las actividades cotidianas, obtienen beneficios en el ámbito financiero, comercial, laboral, legal y medioambiental, lo cual genera grandes ventajas a la organización como se muestra en la tabla 2.

**Tabla 2**  
Relación de acciones de RSE y los beneficios que se obtienen

**ACCIONES DE RSE**

- Apoyar el equilibrio entre los aspectos laborales, personales y familiares.
- Optimización del uso de recursos naturales.
- Cumplimiento de derechos humanos.
- Políticas medioambientales en las decisiones de compra.
- Evitar relaciones de negocios con empresas que realicen prácticas ilegales.
- Dar prioridad a los aspectos de salud y seguridad del empleado.
- Actuar con ética ante clientes y proveedores.
- Cumplimiento de obligaciones legales.
- Prohibición y sanción de prácticas discriminatorias.
- Distribución de beneficios económicos con empleados.
- Tiene programas de recolección de residuos y/o reciclaje.

**BENEFICIOS DE LA RSE**

- Reputación e imagen positiva.
- Fidelidad de los clientes.
- Posicionamiento y diferenciación de marca.
- Atracción de inversiones (menor riesgo).
- Reducción de costos de operación por disminución de desechos.
- Rentabilidad de largo plazo.
- Reducción de ausentismo (mayor compromiso).
- Incremento del nivel de motivación para desarrollar tareas.
- Productividad laboral.
- Captación y retención de talentos.
- Disminución de costos por el respeto a la legislación.

Fuente. Elaboración propia en base a Murdock (2008), Reyno (2006) y Machado (2004).

Y aunque son evidentes los beneficios de las acciones de responsabilidad social, existen barreras a la RSE sobre todo cuando estudiamos a la micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme). La principal limitante está relacionada con el capital cultural del empresario, ya que bajos niveles de escolaridad disminuyen la probabilidad de analizar e implementar acciones de RSE reacionadas con las estrategias de la organización y no acciones aisladas que no tienen relación con el negocio; la segunda limitante se refiere al establecimiento de estrategias donde difícilmente se encuentran bien definidas en aras de desarrollar acciones de RSE que apoyen dichas estrategias empresariales; las dificultades financieras como son la falta de capital de trabajo, cartera vencida, endeudamiento y altos costos, también obstaculizan la capacidad de implementar acciones de RSE que requieren de inversión inicial; y, la cuarta barrera es la falta de tiempo del empresario para implementar actividades de RSE ya que su atención se centra en problemas rutinarios.

Algunos autores como Vives, Corral e Isusi (2005) consideran también que las principales razones por la cuales las empresas no adoptan la filosofía de RSE son

el desconocimiento de los beneficios que obtendrían, la falta de tiempo, falta de recursos tecnológicos para disminuir el impacto ambiental, falta de recursos humanos y el hecho de nunca haberlo considerado como relevante.

No cabe duda que existe aún mucho camino que recorrer para lograr incrementar la cultura de la RSE sobre todo en las Mipymes, sin dejar de reconocer que se tienen avances significativos en el área, como son: a) un mayor número de empresas conocen el concepto de RSE, b) los empresarios están conscientes de sus implicaciones y, c) han realizado esfuerzos por incorporar acciones a su empresa, aunque sean de manera parcial, esporádica e informal. En este sentido, se han desarrollado diversos estudios sobre la RSE y la filantropía en las Mipymes centrados principalmente en: a) conocer las acciones de responsabilidad social en ámbitos específicos como el medioambiental, con la comunidad y con los empleados (Sawyer y Evans, 2010; Mankelow, 2008; Di Biase, 2005); b) analizar las actitudes hacia la RSE, sus implicaciones y limitaciones (Worthington, Ram y Jones, 2006; Jenkins, 2006); y, establecer diferencias entre pequeñas y grandes empresas relacionadas a la facilidad de adoptar prácticas de RSE (Lepoutre y Heene, 2006).

107

## 2. Metodología

El método es mixto predominantemente cualitativo, basado en entrevistas semiestructuradas que se aplicaron a empresas familiares. Sólo se consideró la pregunta ¿de qué otra forma le gustaría ayudar a la sociedad? Este cuestionamiento tiene dos implicaciones. La primera es que se asume que el apoyo a la comunidad es una acción filantrópica cuya motivación principal es altruista. Segunda, que el altruismo o filantropía forman parte de la RSE, especialmente en la dimensión de compromiso con la comunidad.

A partir de los testimonios obtenidos se crearon categorías de acuerdo a lo establecido por Acción Empresarial, organización chilena que trabaja por la RSE y la sustentabilidad. Se utilizó su clasificación ya que su homólogo en México, CEMEFI, no pone a disposición las características específicas de cada una de las dimensiones que maneja para evaluar el grado de RSE. Sin embargo, ambos organismos proponen dimensiones muy similares. Así mismo, se consideró que es una propuesta desarrollada en un país de cultura latinoamericana lo cual permite su aplicación en contextos similares como el de México.

### 2.1 Muestra

De acuerdo a los datos del INEGI (2010) en el municipio de Celaya existen 1,707 unidades económicas las cuales conforman nuestro universo de análisis. El cálculo de la muestra se hizo con el programa Decision Analyst STATS considerando un margen de error del 5%; una probabilidad de selección del 50% y un nivel de con-

fianza del 95%. Estos parámetros de diseño arrojaron una muestra de 314 empresas, las cuales representan el 18% del universo. Durante el trabajo de campo se aplicó el cuestionario a 343 empresas familiares establecidas realizando la entrevista a los dueños o responsables de los mismos, con lo cual se obtuvo una representatividad del 20.09%.

De las 343 entrevistas a empresas familiares, las microempresas representan el 72.89% de la muestra; las pequeñas 11.95% y medianas 0.58%, como se muestra en la tabla 3.

**Tabla 3**  
Tamaño de las empresas de la muestra

Tamaño	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No contestó	50	14.58	14.58	14.58
Micro	250	72.89	72.89	87.46
Pequeña	41	11.95	11.95	99.42
Mediana	2	0.58	0.58	100.00
Total	343	100.00	100.00	

Fuente. Elaboración propia.

### 3. Altruismo y compromiso con la comunidad

En esta sección se encuentran clasificados los testimonios de los empresarios en relación al eje central: altruismo y compromiso con la comunidad. La categorización se basa en la propuesta de Acción Empresarial. En la tabla 4 se presenta el porcentaje de respuestas que se concentran en una clasificación específica. Cabe aclarar que en algunos casos, el entrevistado proporcionó diversas respuestas por lo que una empresa puede ubicarse en diferentes categorías.



**Tabla 4**  
Categorías de compromiso con la comunidad en empresas familiares de Celaya, Guanajuato

Categoría	Subcategoría	Porcentaje
Gestión del impacto de las actividades de la empresa	Actividades	25.26
	Empleo	28.67
	Medio ambiente	6.48
Relaciones con organizaciones comunitarias	Donaciones	12.29
	Campañas educativas y/o de interés público	10.92
Apoyo a proyectos sociales	Inversiones sociales	0.34
Liderazgo para fomentar el beneficio social	Iniciativas	2.73
Participación en proyectos sociales del gobierno	Impuestos	0.68
	Becas	0.68
	Coparticipación	2.05

Fuente. Elaboración propia.

A continuación se presenta el panorama encontrado para cada una de las categorías presentadas. Se exponen sus principales elementos derivados de los testimonios proporcionados por los empresarios.

### 3.1 Gestión del impacto de las actividades de la empresa

Una de las principales categorías es la gestión del impacto de las actividades de la empresa en su entorno. Se encontraron tres elementos en esta categoría: actividad del negocio, empleo y medio ambiente.

Destaca la importancia otorgada por los empresarios a aspectos vinculados con el giro del negocio. El 25% de los testimonios se orientan en factores como precio y calidad (atención al cliente).

Se encontraron casos de empresarios centrados en la innovación buscando bajar los costos y mantener o mejorar la calidad, sin perjudicar, en la sustitución de insumos, la calidad del producto al consumidor.

Otra variable importante en esta categoría es el empleo. Los empresarios perciben un mayor vínculo con su entorno al generar más fuentes de trabajo, asociándolo con un mayor bienestar para la comunidad ante la situación económica del país. El 28% de los testimonios se centran en esta variable.

Destacan algunos casos de empresas familiares, en los cuales se contempla la posibilidad de crecimiento lo cual generaría empleos para personas que no pertenecen al núcleo familiar.

También se vincula a un tema de gran relevancia en el panorama nacional: la inseguridad. En este sentido, la posibilidad de generar empleos se relaciona con la disminución de la delincuencia.

Así mismo, uno de los temas que pocos empresarios habían tomado en cuenta, aún ante la desaparición de especies, de deforestación y la contaminación que se ha venido acumulando en México, es el ambiental. Ahora existe más información generada por investigadores y asociaciones que muestra el gran daño ecológico que se ha hecho. Aún cuando las demandas ambientales no tienen interlocutores directos, es importante impulsarla, no tanto como altruismo, sino ya como materia y acciones obligadas. No existe conciencia del daño, que hacen las empresas al medio ambiente ni políticas públicas que permitieran restablecer el capital ecológico de nuestro medio, pues existe un problema fuerte de corrupción, que es importante también erradicar.

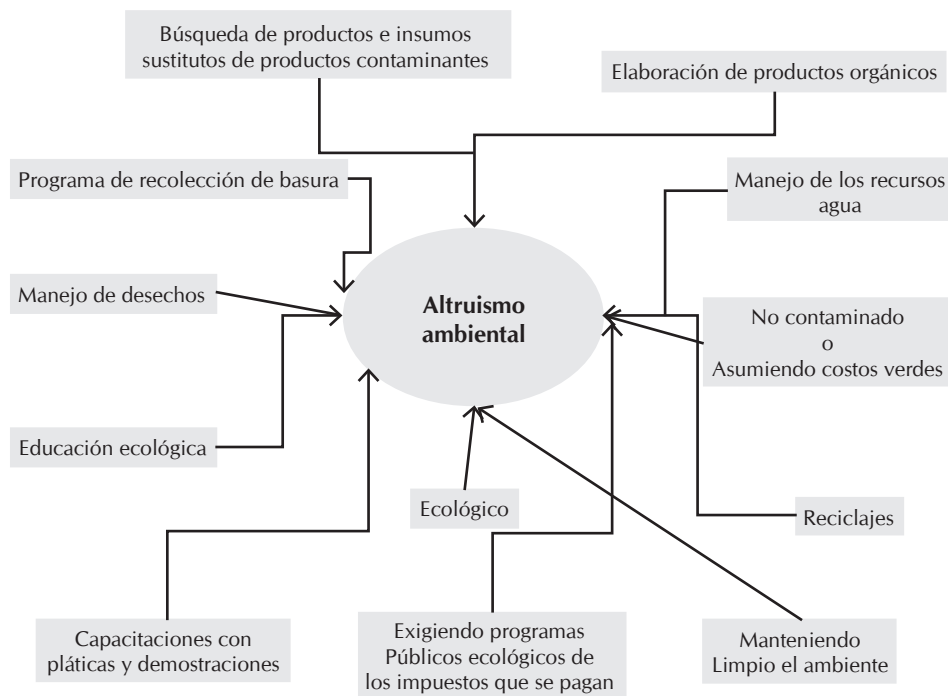
110

Se encuentran testimonios de empresas que manifiestan tener una responsabilidad social aplicando su forma de altruismo ambiental de manera que capacita con pláticas y demostraciones a personas para que, de alguna forma, se tenga más sensibilidad en cuanto al medio ambiente.

También vemos que la ayuda por parte de las empresas se enfoca en despertar una sensibilidad y conciencia ambiental para tener otro tipo de cultura, hablando de su preocupación que es el agua y es uno de sus mayores insumos. Aunque la situación va más enfocada hacia el desarrollo de su actividad empresarial.

En síntesis, podemos decir que las sugerencias o actividades que realizan estas empresas familiares son las siguientes: buscar productos o insumos que sustituyan a aquellos que sean contaminantes, elaborar productos orgánicos, tener buen manejo de recursos finitos como el agua, tener programas de recolección de basura, manejo de desechos, mantener limpio el ambiente, buscar reciclajes, impulsar la educación ecológica (mediante capacitaciones, pláticas, talleres y demostraciones) y exigir que se destine parte de los impuestos que se pagan a programas ecológicos. Se supone que un planteamiento ecológico implica un proyecto más sistémico y esto obliga a pensar más holísticamente. En este grupo se habló de ciertos programas o ideas, sin embargo hay cuestiones más fuertes y contaminantes, como son el uso de fertilizantes químicos y pesticidas, la ingeniería genética orientada a depender de las compañías, la descarga de contaminantes a los ríos, los alimentos modificados y el exterminio de plantas autóctonas, deforestación, exterminio de especies, así como la privatización del conocimiento generalmente impulsada por los corporativos internacionales, entre otros.

**Figura 1**  
Síntesis de las propuestas del altruismo ambiental



111

Fuente. Elaboración propia.

### 3.2 Relaciones con organizaciones comunitarias

La segunda categoría se centra en la relación de la empresa con organizaciones de su entorno con actividades orientadas al bienestar comunitario. Un peso importante lo tienen las donaciones al registrar el 12% de los testimonios. Principalmente, se centran en aspectos vinculados a obras de caridad, que es una de las primeras formas de filantropía. Por caridad puede entenderse una actitud solidaria con el sufrimiento ajeno.

Otro aspecto importante se centra en la realización de campañas de educación y/o en otros temas de interés general en la comunidad, que concentran cerca del 11% de las percepciones. Por ejemplo, empresas que fomentan actividades deportivas.

Esta categoría se vincula con la analizada en la sección anterior por medio de un fenómeno importante en la actualidad, el cual queda reflejado en testimonios de empresarios con disposición a realizar eventos para combatir la delincuencia que podría darse en los jóvenes.

Por otro lado, existe una fuerza religiosa en este país y en esta región y a la voz de ciertos empresarios que consideran que las instituciones religiosas sensibilizan a las personas y en algunos casos atienden a las personas, como por ejemplo, la iglesia. Se encuentran casos de empresarios que consideran que apoyando económicamente a su iglesia y dando recursos a los necesitados, retribuyen a la sociedad.

Algunos empresarios consideran que es importante el altruismo religioso porque sensibiliza a la gente a pensar y comportarse de manera más ética y justa. Tradicionalmente muchas de las religiones a través de sus instituciones han atendido a personas con distintas necesidades: asilo de niños, asistencia a ancianos, comedores populares, casas de migrantes, por mencionar algunas; existe una labor que se realiza y donde hay un arraigo cultural fuerte.

112 Sintetizando, se encontraron algunas sugerencias que hacen los empresarios familiares para participar en distintos proyectos o que ya se implementaron con actividades sociales como implementar acciones de caridad, ayudar a las personas con bajos recursos, impulsar ciertos valores y rescatar otros, dar sustento a niños de bajos ingresos, ayudar a personas discapacitadas o grupos vulnerables, apoyar a jóvenes y niños, impulsar la ayuda mutua, dar becas para el estudio, formar asociaciones civiles, socorrer a personas necesitadas, apoyar a los migrantes, generar soportes comunitarios, promover el trabajo social en el territorio, impulsar eventos culturales, apoyo a distintas expresiones artísticas, apoyo a la salud comprando medicinas a quien lo necesite, asistir a asilos de ancianos y/o casas de huérfanos, alimentar a personas que tienen necesidades y donar ropa. Pero también es importante impulsar proyectos más amplios, que a la vez sean incluyentes y articulados para beneficio del país; llama la atención que existen propuestas (de acuerdo a los testimonios) como las de compartir experiencias, enseñar el oficio y dar la información a la población, lo cual hace referencia a las posibilidades de transmitir el capital social en redes de confianza con la comunidad (ver la figura 2).

**Figura 2**  
Del Altruismo a la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente. Elaboración propia.

### 3.3 Apoyo a proyectos sociales

En la categoría destinada a mecanismos de apoyo como inversiones sociales, se encuentra un porcentaje muy bajo de percepción del empresario (0.34%), evidenciando que estas empresas no ven el compromiso con la comunidad como una inversión. Esta cifra contrasta con un 14% de los testimonios recabados en los cuales el entrevistado no consideró tener perspectivas de compromiso con la comunidad.

Por ejemplo, se encontraron enunciados genéricos deontológicos sobre las obligaciones sociales, culturales y ambientales. Sin embargo también parecería que ya los roles sociales están muy asignados, y en responsabilidad social, precisamente es asumir la empresa y su acción social de manera más amplia.

### 3.4 Liderazgo para fomentar el beneficio social

Esta categoría se centra en iniciativas que impliquen que la empresa se involucre y comprometa con su entorno. Aquí la tasa de respuesta es de 2.73%. Indica, en

algunos casos, el cambio de mentalidad y actitud de las personas para poder hacer transformaciones necesarias para el país, entendiéndose que tiene que ser un cambio positivo para éste.

### 3.5 Participación en proyectos sociales del gobierno

El vínculo entre sector privado y público queda expresado en esta categoría a través de tres elementos: pago de impuestos, empresas financiando programas de becas y coparticipación entre sector privado y público. Este último presenta la mayor contribución de la categoría (2%), en tanto que el resto apenas supera el 0.5%. Destacan respuestas con intenciones de compromiso con la comunidad pero condicionadas al papel del Estado.

114

## Conclusiones

Podemos decir, de acuerdo a los distintos testimonios, que existe interés por participar en actividades altruistas y que el análisis de los testimonios permite generar ideas sobre cómo replantear la estrategia de incorporación de la RSE para las micro, pequeñas y medianas empresas familiares, teniendo también un contexto de discusiones que se deben pensar, definir, ubicar y replantear.

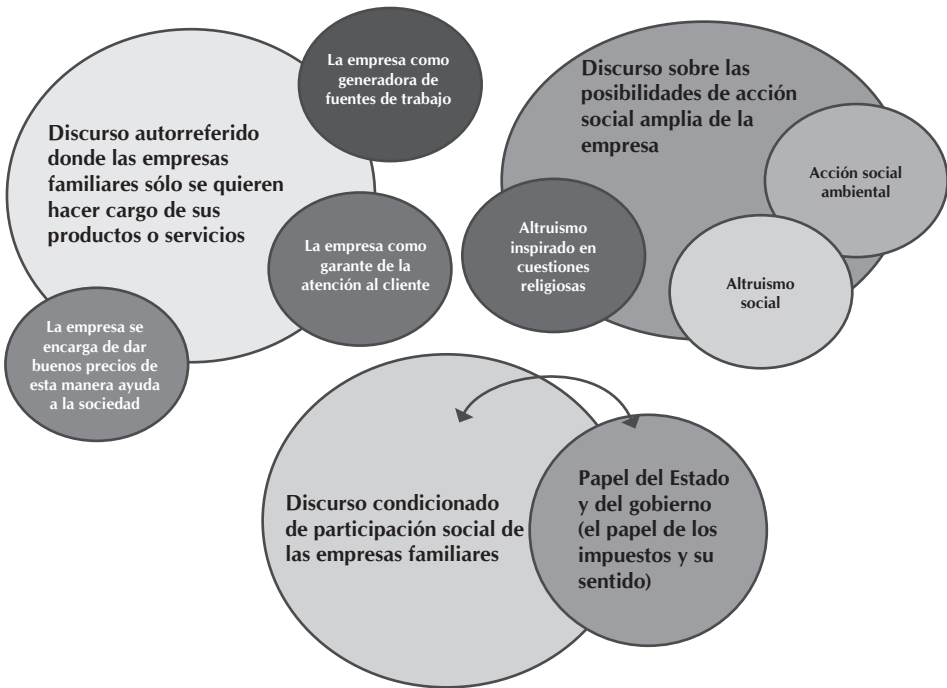
Encontramos tres grupos de discursos que dan las empresas familiares con referencia a las formas de ayuda a la sociedad:

- A. Discurso autorreferido donde las empresas sólo quieren hacerse cargo de su área de acción, sobre todo en sus productos y servicios, de ella se despliega la empresa como garante de atención al cliente, en establecer buenos precios y generadora de fuentes de trabajo.
- B. El discurso condicionado a la participación social depende del papel que realiza el Estado y su gobierno. Sobre todo con referencia a los impuestos.
- C. El último discurso sobre las posibilidades de acción social de las empresas de manera más amplia, en ellas encontramos altruismo ambiental, social e inspirado en las cuestiones religiosas.

En este sentido, se encuentran orientaciones hacia actividades tradicionales de compromiso con la comunidad. Los sistemas de inversión y formulación de proyectos quedan fuera de este esquema tradicional de retribución al entorno donde la empresa desarrolla sus funciones. De esta forma, se propone el siguiente esquema de acuerdo a la evidencia encontrada (figura 3).

**Figura 1**

Tipología del discurso sobre empresas familiares y la posible Responsabilidad Social Empresarial.



Fuente. Elaboración propia.

Por ello, es conveniente considerar que:

- 1) Hay un debate a nivel mundial que se desató en la época bushiana donde los empresarios querían circunscribir sólo su responsabilidad a los productos y servicios, sin responder a otros temas como “el calentamiento global” y la contaminación generada por algunos corporativos. Contradictoriamente uno de los postulados del neoliberalismo plantea “menos Estado más sociedad”, pero no menciona el peso específico que actualmente tienen los corporativos a nivel mundial, donde en la periferia no hay fuerza que los contrarreste (sólo la del Estado). En distintos foros se cuestiona el principio de “menos Estado y más sociedad” y se plantea ¿cuál va a ser el papel del Estado? si sigue cobrando impuestos en la misma proporción que como lo hacía cuando era “Estado benefactor” y ahora quiere que la sociedad asuma su trabajo. Queda pendiente esta discusión aparentemente contradictoria o que replantea otra forma de política social con referencia al papel que juega el Estado.

- 2) Por otro lado, hay muchos problemas donde el papel del Estado se ha quedado chico (también denominado este fenómeno como “Estado fallido”) y urgen acciones sociales de otros actores. En el “hacer local y pensar global” se ha planteado la importancia y emergencia de nuevos actores que de manera más organizada participen en los problemas sociales.
- 3) Existe altruismo desde hace mucho tiempo (por ejemplo en las obras pías), pero actualmente hay actores como los empresarios de Mipymes que quieren participar. En el mundo está la corriente de Responsabilidad Social Empresarial que retoma muchos de los problemas y trata de dar, de manera sistémica, respuesta por parte de ellos; sin embargo, en México (bajo el pretexto de la economía abierta) no se puede obligar a que incidan en esta forma de gestión. Y este es el problema, que mientras en México no se impulse de manera seria, no habrá cambios reales en la sociedad. Por ello, exploramos otras formas y encontramos disposición de la mayoría de los actores.
- 4) La RSE es un programa amplio muy importante, que se ha estandarizado y que es muy difícil que las micro, pequeñas y medianas lo atiendan o lo practiquen de manera estricta, sin embargo, consideramos que éstas pueden participar en programas altruistas sistematizados (no eventuales) que nos han sugerido, pero que requieren cierta organización social que involucre los ámbitos empresarial, gubernamental, educativo y civil.
- 5) Las Mipymes pueden realizar obras relativamente importantes concentrando esfuerzos dentro de su comunidad, de acuerdo a sus posibilidades; estas medidas permiten también evitar las disimulaciones que pueden existir con la RSE u otra forma seudofilantrópica.
- 6) El punto de convergencia social ante los problemas es que se asuma realmente el compromiso y no quitarle fuerza a la sociedad para que premie o castigue a las empresas (como lo ha hecho el ISO 26000).
- 7) Proponemos que debe hacerse otro tipo de convencimiento e intervenciones en las empresas micro, pequeñas y medianas con programas adecuados y permanentes para rebasar el altruismo y filantropía esporádica. De manera más autogestiva y propositiva por parte de los participantes y se le reconozca el esfuerzo significativo de su ayuda a los múltiples problemas locales.
- 8) En específico, encontramos dentro del discurso sobre posibilidades de relación con organizaciones comunitarias que más del 20% de las empresas entrevistadas tienen disposición en este tema. En cuanto a la religión como un medio, puede ayudar a concientizar o a participar en ciertas acciones sociales, siempre y cuando no genere redundancia solipsista.
- 9) En el discurso autorreferido, destaca la parte enfocada a fuentes de trabajo con casi el 30% de los testimonios. En este sentido, cobra relevancia el papel de las Mipymes como generadoras de empleo que queda plasmado en su discurso dentro de la RSE. Le siguen en importancia, las políticas de precios



y la atención al cliente (actividades). También esperando que sea un discurso serio, pero no una retórica demagógica.

- 10) En cuanto al discurso de RSE que queda condicionado al papel del Estado, las empresas que así lo consideran apenas superan el 2%. Por otro lado, también encontramos una proporción importante de empresas que no se posicionan a favor de alguno de los tópicos considerados dentro de la RSE.

## Bibliografía

- Acción Empresarial (2001). "Indicadores de Responsabilidad Social. Una herramienta de gestión y evaluación para las empresas interesadas en desempeñarse de forma socialmente responsable", Acción Empresarial, Chile.
- AliaRSE (2012). "La RSE en México. Retraido 7 de enero de 2012", en <http://www.aliarse.org.mx/RseMexico.htm> Consultado en 7 de enero de 2012.
- Carrillo, P., Mayec, S., Tapia, M., Layton, M. (2009). "Diagnóstico sobre filantropía corporativa en México: Alternativas y Capacidades", AC.
- CEMEFI. (2008). "Centro Mexicano para la Filantropía". Retraido 9 de noviembre de 2009, en <http://www.cemefi.org/spanish/content/view/1760/25/>
- Di Biase, F. (2005). "Responsabilidad Social Empresarial, Centro para el Desarrollo de la Empresa y el Conocimiento" – Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Chile.
- Hillmann K-H. (2001) "Diccionario enciclopédico de sociología". Barcelona, España Herder.
- Instituto Ethos y SEBRAE (2003). "Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas". Passo a Passo, Retraido 12 de octubre de 2010 de [http://www.ethos.org.br/\\_Uniethos/Documents/responsabilidade\\_micro\\_empresas\\_passo.pdf](http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/responsabilidade_micro_empresas_passo.pdf)
- Jenkins, H. (2006). "Small Business Champions for Corporate Social Responsibility", *Journal of Business Ethics*, 67: 241-256.
- Lepoutre, J. y Heene, A. (2006). "Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility": A Critical Review, *Journal of Business Ethics*, 67, 257-273.
- Machado, C. (2004). "Balance Social: una forma de medición de la responsabilidad social", *ANALES de la Universidad Metropolitana*, vol. 4(1), p. 255-259.
- Mankelov, G. (2008). "Social Responsibility Paradox of Small Business Human Resource Management Practices", *The International Journal of Human Resource Management*, 19 (2), 2171-2181.

- Murdock, H. (2008). "La Globalización, la Responsabilidad Social y el Capitalismo", Retraído el 28 de marzo de 2010 de Contribuciones a la Economía, en <http://www.eumed.net/ce/2008a/>
- Reyno, M. (2006). "Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como Ventaja Competitiva", Tesis, Universidad Técnica Federico Santa María, Chile.
- Sawyer, J. y Evans, N. (2010). "An Investigation Into the Social and Environmental Responsibility Behaviors of Regional Small Businesses in Relation to their Impact on the local Community and Immediate Environment", *Australasian Journal of Regional Studies*, 16 (2), p. 253-265.
- Taquía, R. (2006). "El Nuevo Paradigma del Interés Social en el Marco de la Responsabilidad Social de la Empresa". *Revista Vox Juris*, 14, 39-48.
- Vives, A., Corral, A. e Isusi, I. (2006). "Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica, Banco Interamericano de Desarrollo e IKEI", USA.
- Worthington, I., Ram, M. y Jones, T. (2006). "Exploring Corporate Social Responsibility in the U.K". *Asian Small Business Community, Journal of Business Ethics*, 67, 201-217.