

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA, CONCEPTO Y MEDICIÓN COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD

*Neri Vega Jovita Georgina*¹
González Zarza Rafael *
Arteaga Chávez Ana Karen *
RESUMEN

La responsabilidad social empresarial exige una atención equilibrada para todos los involucrados, sea empresa naciente o empresa solidificada, la regulación del cumplimiento total de las necesidades no debe sobrepasar el hecho de generar ventaja competitiva, no deben ser rivales por el contrario la responsabilidad social y la competitividad son dos armas importantes que pueden llevar consigo cuantiosos proyectos de mejora social. Las industrias nacientes tienen una línea de tendencia creciente, la de mayor desarrollo se presenta en el ramo automotriz, diversidad de ciudades están creando proyecciones ambiciosas en este ramo, incluido el municipio de San Juan del Río, que con pymes, alianzas, una cultura de aprendizaje, y una mano de obra entusiasta busca adentrarse al mundo globalizado. Estrategias a desarrollar en todos los aspectos; social, ambiental y económico tanto interno como externo son las dimensiones que deben aplicarse para la responsabilidad social y sin duda alguna creadoras del valor agregado.

Palabras Clave: Responsabilidad, Competitividad, Sustentabilidad, Desarrollo, pymes, ética.

ABSTRACT

Corporate social responsibility requires balanced attention to all involved, whether nascent company or solidified company, regulation of full compliance with the requirements should not exceed fact generate competitive advantage should not be rivals on the contrary social responsibility and competitiveness are important weapons that can bring substantial social improvement projects. Infant industries have a rising trend line, the more developed is presented in the automotive industry, diversity of cities are creating ambitious projections in this field, including the town of San Juan del Rio, with SMEs, alliances, a culture of learning, and one hand enthusiastically work seeks to penetrate the globalized world. Strategies to develop in all aspects; social, environmental and economic internal and external dimensions are to be applied to social responsibility and certainly creating added value.

Keywords: Responsibility, Competitiveness, Sustainability, Development, SMEs, ethics.

¹ ** Universidad Autónoma de Querétaro

INTRODUCCIÓN

La comprensión y aplicación del tema Responsabilidad Social resulta tener varios ángulos, debido a que cada uno de los entes económicos hoy día generan una imponente e importante postura en la sociedad de acuerdo a las funciones que esta desarrolla en el ambiente que se ubica, derivando con suma importancia un mensaje que se desea sea difundido por toda la sociedad involucrada; la *ética*.

Los primeros trabajos relacionados con Responsabilidad Social son desglosados en la presente investigación, diversidad de escenarios y aplicaciones teóricas y prácticas muestran una visión general del tema que desemboca en un ramo de impresionante evolución que la industria presenta, el ramo automotriz.

Se genera un número importante de datos, que ayudan a comprender la factibilidad del benéfico desarrollo y práctica de la responsabilidad social en las empresas, que aportan no solamente el fortalecimiento de la competitividad, solidez económica y beneficios en la realidad social presente sino que se pretende crear y difundir una coherencia entre el *deber, tener y querer hacer*, que los actos vayan más allá de lo por normatividad y regulación empresarial que se necesita, logrando mantener un equilibrio entre ambos, siempre en pro de la transparencia y mejora del desarrollo humano y del ambiente del que día a día somos parte, obteniendo diálogos sociales, mejores conciliaciones y por supuesto un óptimo desarrollo en las empresas que comienzan como pequeñas empresas pero que prontamente serán grandes compañías con bases sociales sólidas.

1924

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Antecedentes.

La responsabilidad social empresarial, como una preocupación social o estrategia de acción social empresarial, tiene larga data. Los primeros pasos fueron desplegados por los Estados y la Iglesia Católica, quienes promovieron e instalaron en la sociedad de fines del siglo XIX y comienzos del XX, el concepto de trabajador como sujeto de derechos: derecho a un trabajo, a un salario y a un trato justo. Los Estados, a través de la legislación laboral impusieron normas protectoras; y la Iglesia Católica, a través de su Doctrina Social promovió una conciencia ética entre los empresarios. Ambas acciones dieron indicaciones a las empresas acerca de su deber de desarrollar sus actividades de una forma socialmente responsable, principalmente, en su ámbito interno, es decir, en la relación con sus trabajadores. Paralelamente, desde también fines del siglo XIX, tanto en Estados Unidos, como en muchos países de Europa, la Revolución Industrial, posibilitó el surgimiento y desarrollo de grandes fortunas y grandes empresarios de la industria y la agricultura, los cuales impulsados o motivados por sus concepciones filosóficas o religiosas, se interesaron por efectuar importantes donaciones con fines

humanitarios y sociales, apoyando obras de la beneficencia pública, o a las universidades y las artes. Este tipo de acciones, es lo que se ha denominado “filantropía empresarial”, para muchos, la precursora de la actual RSE, cuestión que hasta hoy es motivo de debate (González T, 2005).

La gran depresión de los años 30, dio un nuevo empuje a la responsabilidad social, pero fueron los movimientos sociales de los años 60’s en Europa y Estados Unidos, quienes dieron realmente un decidido impulso a esta idea, como una reacción a los efectos negativos de la liberalización económica, sobre los trabajadores y sus derechos más fundamentales y las condiciones de trabajo. (Dirección del Trabajo del Departamento de Estudios de México, 2009). Por cierto, el proceso de transnacionalización de las empresas y la economía, iniciado en los años 70’s, ha generado una serie de consecuencias negativas, tanto para las naciones como para los trabajadores. Entre ellas: la extrema concentración de la riqueza, la gran expansión de la extrema pobreza, la generalización de la precariedad e inseguridad laboral como resultado de una profundización en la flexibilización de las regulaciones del mercado de trabajo, cuestiones todas ellas, que están integradas en el diagnóstico de la Responsabilidad Social y sobre las cuales desarrolla su propuesta. La RSE se levanta así como una estrategia de rescate de principios y valores universales y fundamentales hoy en día. La nueva concepción de la RS en las empresas viene como consecuencia de la desigualdad entre países que se genera a través de la globalización, el deterioro del ambiente, la desigualdad social (Argandoña, 2010).

Planteamiento

Asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido y más), será para el mundo entero la peor catástrofe vivida. Son las organizaciones empresariales, los profesionales, el estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para combatir estos flagelos. Por afectados que estemos, es hora de replantear la responsabilidad social de la empresa en todas sus dimensiones. Son los padres de familia, los maestros de colegios y escuelas, las universidades, los gremios empresariales, los gobiernos territoriales, el estado, la misma iglesia y todas aquellas personas y organizaciones que de alguna forma inciden hoy en el mañana, los llamados a asumir un liderazgo con una posición ética, moral y de responsabilidad que no permita seguir construyendo un catastrófico futuro.

Aunque mucho hay escrito sobre la responsabilidad social de la empresa, se puede afirmar que el tema se ha centrado más en asuntos de tipo ambiental, desarrollo sostenible y producción más limpia,

que sin lugar a duda es uno de los frentes de gran atención por la importancia que ello reviste para el planeta y la misma humanidad, pero no debe ser el único.

Hay otros tratados que con más atrevimiento presentan la responsabilidad social con componentes de formación positiva en su comunidad laboral y de impacto en las comunidades a través de obras sociales, también reconociendo su importancia, pero todos ellos se quedan en la parte ideal del asunto y descuidan otros aspectos que son vitales para la sana convivencia y para el beneficio de nuestras sociedades. El tema de la responsabilidad social en las empresas, aún no ha sido asimilado con la suficiente seriedad que merece, pues su filosofía y la forma en que se ha venido tratando, tiende a ir en contradicción con los intereses empresariales, los que son sin discusión alguna, producir ganancias, es decir, que la actividad empresarial sea un ejercicio rentable.

Es poco probable que una empresa asuma una política de responsabilidad social si se le convierte en un gasto que va en contra de sus intereses y estados financieros, pues no se puede desconocer que en el lenguaje empresarial todo se mide en costos de inversión y en la recuperación de la misma. Cuando se adquiera conciencia de que la Responsabilidad Social es una inversión que produce retornos en utilidades, los empresarios y directivos asumirán un liderazgo positivo en el tema, y esto es más que probable, es una realidad hacer de la responsabilidad social una acción de ganancias para la misma empresa.

1926

La responsabilidad social de la empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema. Orientar los esfuerzos de la empresa solamente a producir resultados basados en las teorías de producir y vender más con el mínimo costo sin importar el impacto social, es a lo largo del tiempo, el peor negocio del sector productivo que busca la rentabilidad. La estrategia actual y sus esperados beneficios, con dicha posición, puede ser mañana el motivo de su fracaso. Es preciso considerar que los objetivos empresariales de la empresa actual, están enfocados a lograr mayor *competitividad* y *productividad*.

Variable independiente

- *Responsabilidad Social.*

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad. En la actualidad la responsabilidad social se considera un concepto normativo no obligatorio o “ley blanda” (es decir, sin la fuerza de la ley), tales como los plasmados

en algunos acuerdos internacionales, por ejemplo, la “Declaración universal sobre Bioética y Derechos Humanos” adoptada por la UNESCO.

He aquí la razón del porque este concepto es la variable principal, el tema central de la que surgen diversidad de conceptos que van encaminadas a conocer el objetivo de nuestra investigación y de esta diversidad de conceptos se ha elegido el que va mas acorde al punto de la investigación, y que consideramos se le debe prestar atención debido al gran impacto hoy en día de la Responsabilidad Social en cuestión competitiva.

Variable dependiente

- *Competitividad.*

La competitividad se considera dependiente del tema central que es Responsabilidad Social, ya que es importante definir lo que una empresa pyme busca en adquirir formalmente un concepto de ser socialmente responsable y tomar la delantera en el mercado con la adquisición dicho concepto.

Mientras la empresa busca hacer más eficiente su operación y reducir agresivamente sus costos, el consumidor-ciudadano está dispuesto a reclamar activamente sus derechos y defenderlos, a exigir el respeto al medio ambiente, denunciar la falta de respeto al ser humano cuando es explotado y hasta organizar bloqueos a plantas industriales y supermercados donde se venden productos que cree no cumplen con su visión del rol social y ciudadano de una empresa. Adicionalmente, las fusiones y adquisiciones han modificado el mapa empresarial y el equilibrio de poderes, relegando muchas veces a los accionistas minoritarios, los empleados y en general a la comunidad que tienen mucho que perder; el poder de decisión en las Juntas Directivas comienza a ser cuestionado ante la percepción de falta de transparencia, la inexistencia de directores independientes, y comités de auditorías; hoy se vigila con desconfianza el estilo en la toma de decisiones y los conflictos de interés no resueltos.

La competitividad responsable es la clave para hacer del crecimiento y consolidación de las empresas, la base del bienestar colectivo a partir del capital humano que integra las organizaciones.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Es importante determinar el enfoque de esta investigación, para lograr tener una mirada fija y ser precisos con el análisis en el sector que se está causando un desgaste empresarial y social a la vez. Por lo tanto, se pretende abordar una problemática en un terreno específico, dicha área de estudio corresponde a las Pymes (pequeñas y medianas empresas) en términos generales, y que en específico en San Juan del Río, Querétaro.

Se tienen “teorías” respecto a que la *Responsabilidad Social* solo puede implementarse de manera efectiva en empresas grandes multinacionales, sin embargo es aquí en donde el punto de estudio de esta investigación toma mayor fuerza, ya que la Responsabilidad Social es posible en las empresas pequeñas y medianas. Mejor aún, es posible en todas las organizaciones humanas, tanto en empresas de negocios, grandes o no tan grandes, como en organizaciones no gubernamentales, administraciones públicas, sindicatos, fundaciones, clubes, etc. Ser responsable ante la sociedad es algo propio de cualquier organización humana, y de las personas que la integran. Y la prueba de que es posible es que todas las organizaciones humanas, también las pequeñas y medianas empresas, son socialmente responsables. No hay ninguna que pueda sobrevivir si no ejerce mínimamente esas responsabilidades.

Claro que unas instituciones son más socialmente responsables y otras lo son menos, o unas manifiestan su responsabilidad en algunas facetas de su actuación y otras lo hacen en otras.

JUSTIFICACIÓN

Las empresas han comenzado a adoptar la Responsabilidad Social no sólo como resultado de presiones de los consumidores, los proveedores, la comunidad, las organizaciones de activistas y los inversionistas; la Responsabilidad Social es también una actividad estratégica adicional en la competencia comercial.

Las grandes empresas son conscientes de ello y aprovechan las expectativas que genera la Responsabilidad Social para obtener ventajas competitivas (ayudan ayudándose). La filantropía corporativa ha dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y cada vez más forma parte de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa (Correa, 2004).

La responsabilidad en este sentido, no reclama sólo la ética individual de las personas que componen las empresas, sino que ven en la organización en sí misma un ente con responsabilidad propia económica, social y medioambiental a la que debe exigírsele comportamientos acordes con dicha responsabilidad. La Responsabilidad Social empresarial es un concepto que implica la necesidad y obligación de las empresas e instituciones que desarrollan algún tipo de actividad económica, de mantener una conducta respetuosa de la legalidad, la ética, la moral y el medio ambiente.

La Responsabilidad Social Empresarial es probablemente uno de los más complejos retos que la gestión empresarial ha de enfrentar, el éxito en este caso radica en la habilidad para prosperar, de una manera responsable, y en trabajar con otros actores sociales y económicos para lograr modificaciones en el sistema económico.

Las empresas son agentes socializadores, en los cuales se crean valores, patrones morales y éticos, se construyen y desarrollan procesos sociales y culturales; resulta imprescindible, en la implementación de estrategias, experiencias e iniciativas de responsabilidad social empresarial, el desarrollo y la promoción de una cultura y valores organizacionales coherentes con el modelo de la sostenibilidad, tales como apertura, participación, trabajo en equipos, colaboración, responsabilidad y procesos democráticos, solidaridad, compromiso, justicia, contribución, consenso, persistencia, equidad, sensibilidad, y honestidad.

Es por esto que esta investigación cobra una gran importancia, ya que le puede ser de utilidad tanto a los involucrados en el ambiente empresarial (gerentes, directivos, trabajadores operativos...), como a profesionistas (abogados, profesores, doctores, etc.) que quieran adentrarse a conocer un poco del actuar bien en no sólo en cuestiones laborales, si no que la vida misma se basa en ser socialmente responsable como individuo de la sociedad, además para conocer que la Responsabilidad Social, no consiste solamente en el cumplimiento de la ley, claro que esto es importante pero la Responsabilidad Social, aun va más lejos. Los planteamientos de la responsabilidad social deben ser siempre asequibles, posibles, animantes, puede y deben ser exigentes, pero nunca deben constituir una carga. Y esta investigación busca que estas páginas dejen un mensaje de apoyo y de utilidad a sus lectores.

OBJETIVOS

Los consumidores y los ciudadanos, están tomando conciencia sobre la responsabilidad social empresarial y esperan que las empresas se preocupen y se comprometan en el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad directa o indirectamente. Es así que es importante determinar que el objetivo de esta investigación, es adentrarse en el pequeño o gran mundo empresarial de un sector en específico, para que todos los involucrados o todos aquellos que tengan acceso a esta investigación, puedan obtener una referencia o una guía que les permita conocer algún método de aplicación en su ambiente laboral. Además que se tiene como fin el dar a conocer que la Responsabilidad Social Empresarial no sólo es un tema actual, una fuente de mercadotecnia como muchos lo consideran, sino que la esencia de este tema radica tanto en el impacto positivo que estas prácticas socialmente responsables generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, es decir propiciar la acción socialmente responsable con la finalidad de contribuir al bien común y al desarrollo sostenible, logrando en las empresas un nuevo valor y generando una mayor rentabilidad al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Para qué la Responsabilidad Social en las empresas?

La responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE), es un estilo de gestión empresarial, que reconoce e incorpora la relación de permanente interdependencia que existe entre la empresa y sus interlocutores, cuyos intereses asume para el mutuo beneficio.

El que una gran, mediana o pequeña empresa pretenda regirse bajo los términos de la Responsabilidad Social, crea una obligación de comprender primeramente todo lo concerniente a dicho concepto, para así poder transmitir dicha *Responsabilidad* a las personas directas e indirectas con la empresa, y de esta forma lograr una implementación exitosa y objetiva de esta importante estrategia competitiva en las organizaciones.

¿Cómo crear un ambiente de competitividad sano entre empresas?

¿Por qué se dice que la ética juega un papel importante en el desarrollo de las empresas?

¿Cómo las pymes han logrado materializar su papel como actores corporativos socialmente en el país?

¿Qué hace que el mercado a través de las exigencias de buenas prácticas a las empresas y de su apelación a principios éticos en materia laboral, está entrando efectivamente en el ámbito de la regulación y protección de las relaciones laborales?

¿La Responsabilidad Social, es sólo cuestión de marketing en el mundo globalizado de hoy en día?

1930

PROCESO DE INVESTIGACIÓN.

Para la obtención de los datos, la investigación será de carácter *documental*, que como su nombre lo indica se apoya de fuentes documentales de cualquier especie, tales como las obtenidas por fuentes bibliográficas (consulta en libros), hemerográficas (consulta en artículos o ensayos de revistas y periódicos) y archivistas (archivos como cartas oficios, circulares, expedientes). Aunque la información de dichas fuentes resulta ser muy basta, se considera fiable el apoyarse de la investigación de *campo*, es decir acudiendo de forma directa a pymes del municipio para la aplicación de cuestionarios, encuestas, realización de entrevistas y así todas estas herramientas se apoyaran por observaciones directas. De acuerdo al tipo de investigación a aplicar, se ha implementado el tipo de estudio *descriptivo*, ya que este estudio se caracteriza por lograr una investigación en base a un estudio o situación en concreto, señala las particularidades y propiedades del tema. Y esto forma parte de lo que se quiere obtener con este trabajo, el ordenar, agrupar y sistematizar todos los puntos relacionados con la Responsabilidad Social.

MARCO TEÓRICO

Responsabilidad Social Empresarial

Conceptos

La empresa entendida como ente relacionado ha quedado tradicionalmente apartada de los circuitos académicos. Con todo, el discurso de la *Responsabilidad Social Empresarial* permite explicar la actuación de las pymes en función de redes sociales sobre las cuales se apoya; y la noción del capital social, comprender la razón detrás de las actuaciones que desbordan las actividades de la empresa.

Se encuentran aquí elementos endógenos como los valores del empresario, la mejora del clima laboral o la innovación, pero también exógenos como la presión ejercida por el mercado y los organismos públicos. Al margen de presiones externas, se muestra como la RSE es connatural a organizaciones, que a través del fortalecimiento de sus relaciones sociales, van a ver mejorar su posición competitiva en el mercado. Grandes empresas y administraciones públicas van a terminar por definir un modelo de RSE y por delimitar el formato y la intensidad de este RSE en las pymes.

Se entiende por RSE a la integración voluntaria por parte de las empresas, las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con los interlocutores. La utilización más inteligible y empresarial es sobre <Competitividad, responsable, sostenible>. (Murillo D, 2000).

La *Responsabilidad Social* de la Empresa que interpeló primero a las grandes corporaciones, parece llamar en los últimos tiempos a la puerta de las pequeñas y medianas empresas. Este nuevo enfoque quiere responder efectivamente a la necesidad de conseguir la corresponsabilidad de las empresas en la consecución del desarrollo sostenible, difícilmente va a ser viable si excluye al conjunto de empresas que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo. (Urcelay J. 2005)

La integración de la RSE en la gestión de las PYME, que en su mayor parte son micro empresas, requiere una previa reflexión de fondo sobre el significado último de RSE, que está muy vinculado al por qué y para qué de la empresa, y una elección cuidadosa de los instrumentos para la gestión socialmente responsable, lejos de cualquier planteamiento puramente marketiniano.

Teorías

Las causas fundamentales del surgimiento del concepto RSE se acreditan a la manifestación constante del modelo *homo economicus* neoclásico, y al ente maximizador; la empresa.

Lógicamente, con un aparato conceptual tan limitado, tan desligado de una realidad mucho más compleja, ha sido inevitable que en el momento en que la sociedad, los gobiernos, e incluso los mercados han empezado a demandar una visión mucho más plural de las organizaciones, la teoría

económica tradicional haya sido desplazada por lecturas mucho más sociológicas de lo que representa este entramado de relaciones entre individuos, organizaciones y gobiernos que forma lo que conocemos por economía (Biggart & Beamish, 2003).

En este sentido la teoría neoclásica ha obviado la existencia de conflictos de interés dentro de la empresa, ha marginado lecturas de la organización como coalición de intereses diferentes o bien ha aminorizado aproximaciones como las que nos hablan de un contrato social o de la legitimidad de la empresa para desarrollar su actividad.

Se ha comenzado a hablar de Responsabilidad Social en los medios “progresistas” de la sociedad moderna cuando estos han aceptado finalmente que las empresas pequeñas y medianas son agentes necesarios para el desarrollo económico y el progreso social de los pueblos. La cuestión que ahora se plantea es la de ver hasta donde el motivo de lucro que mueve a todas las empresas privadas es compatible con otros fines de actividad empresarial, particularmente el reparto social del valor que crean las empresas. Porque si se acepta el motivo de lucro como socialmente legítimo tiene que haber un nexo entre este motivo y el bienestar general de la población. Porque de otra manera no sería aceptable.

Por su parte las empresas han comenzado a aceptar la noción de la Responsabilidad Social o bien cuando se han sentido solidarios con la sociedad en que se insertan o bien cuando se han visto amenazados por los peligros de las agencias publicitarias encargadas de velar por la limpieza del juego competitivo y el respeto a los consumidores, y la movilización de estos mismos consumidores para impedir abusos eminentes, como los daños al ecosistema, la explotación del trabajo infantil, la discriminación de la mujer trabajadora, el veto a los sindicatos, los daños a la salud, la venta de armas a países en conflicto, el blanqueo de dinero, la fuga de capitales y la ética en los productos y servicios ofrecidos a la sociedad. (Martínez, 2005)

Competitividad

Conceptos

Las organizaciones empresariales hoy día enfrentan grandes retos, entre ellos el encontrar la efectiva relación entre la Responsabilidad Social y el factor de *competitividad* empresarial.

Debido a que las actividades de RS no solo mejoran el impacto de la empresa en la sociedad sino que a la vez mejoran y refuerzan su capacidad competitiva, a través de gestionar y mejorar los resultados. Dicho impacto de mejora se hace notar en aspectos de innovación, gestión del riesgo, reputación de la empresa, la reducción de costos, la satisfacción de los clientes y los recursos humanos. Por lo tanto cumplir con todos estos aspectos podría denominársele; excelencia empresarial.

“La capacidad que tiene una empresa para, de modo sostenido en el tiempo obtener una rentabilidad económica superior a la de sus competidores o bien para crecer más que sus competidores sin que ello sea a costa de sus rentabilidad” (Navarro, 2007)

La Responsabilidad Social debe llevarse al entorno de la competencia, como un activo intangible relacionado con la reputación que a la vez tiene un carácter estratégico, en el sentido que con ella se permite diferenciar de los competidores por medio del desarrollo de ventajas competitivas y sobre todo que dicha ventaja sea permanente a través del tiempo.

El estudio de la Responsabilidad Social como factor clave para la competitividad es relativamente novedoso, ya que hace unos años hablar de RS no interesaba, nadie quería hablar de un concepto que intuían implicaba un adquisición de compromisos más allá de beneficios o resultados económicos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

La razón de la Responsabilidad Social de una organización es el aumentar las ganancias, siempre y cuando se encuentre dentro de las reglas permitidas, dentro de una competencia libre y abierta sin decepción ni fraude. La RS es originada de la respuesta que la empresa debe dar a las expectativas en los sectores en los cuales está vinculado y tiene relación, tanto en materia de desarrollo integral, de sus trabajadores y del medio de desarrollo.

La Responsabilidad Social resulta de gran interés para su estudio desde cualquier área de desarrollo social y sustentable que exista, sin embargo en la presente investigación el área de trabajo a desarrollar es el cómo es que la Responsabilidad Social es llevada a la práctica en un sector que en San Juan del Río, Querétaro tiene gran impacto actualmente; el sector automotriz.

Si bien dicho sector presenta un amplio desarrollo en todo el país, es la zona central la que demuestra una mayor fuerza de trabajo y producción respecto a industrias de automóviles, y en específico de autopartes, y es aquí cuando las pymes de San Juan del Río, merecen un fuerte análisis de sus bases y a la vez desentrañar el cómo de su funcionamiento y existencia en el tan competido mercado que hoy día se presenta.

La Industria automotriz es una de las más importantes industrias en todo el mundo, en donde se ven involucrados gran cantidad de países los cuales todos vienen regidos bajo un esquema global en común y que trae acuerdos benéficos y con mejoras continuas; el TLCAN, trayendo una evolución positiva en diversidad de aspectos como una elevación en su producción total, valor agregado bruto, inversión extranjera directa, participación activa del PIB y empleos en crecimiento.

La industria automotriz se integra por dos sectores; el de las grandes *empresas armadores* (industria terminal) que son aquellas que fabrican y ensamblan diversidad de transportes y la *industria de*

autopartes y componentes de equipo original y refacciones (extensa red de proveedores). (Musik, 2004)

La industria de autopartes, es la más trabajada en México, y que por consecuencia las características de las industrias son variadas, desde la inversión del capital, el tamaño de la industria y la orientación o fin del mercado.

La industria juega con puntos trascendentales desde el aspecto interno al externo, en primera juega con gran número de componentes dentro de la organización, tanto materiales, monetarios y humanos, es una industria arriesgada debido a los altos niveles de producción que trabajan y finalmente es una industria que se maneja por altos niveles de calidad que son repercusiones a corto y largo plazo según sean las características del producto arrojado a funcionamiento en la sociedad.

La producción de autopartes, ha tenido un elevado crecimiento en los últimos años, en específico en la rama de frenos y motores, seguida de la rama de llantas y carrocerías. Siendo estas las ramas de autopartes más trabajadas, es por esta razón que las pymes trabajan arduamente en el desarrollo y evolución de las mismas.

Las pymes como todas las organizaciones requieren de ciertas características por cumplir para que de cierta forma su alta producción sea avalada y validada por las grandes compañías automotrices que adquieren sus productos, que al ser conjuntados ofrecen productos óptimos, de buen desarrollo, con valor agregado y de alta calidad a sus consumidores.

La Responsabilidad del área automotriz es vigilada por ciertas normatividades, tales como Sistemas de Calidad de la Industria de Autopartes. La Certificación ISO/TS 16949 se aplica a los proveedores de partes automotrices y componentes; que proveen a armadoras como; Chrysler, Ford, GM, Mercedes Benz, Fiat, Nissan, VW, Opel, Renault, etc. Esta certificación es resultado de la armonización de las normas QS 9000, VDA 6.1, EAQF y AVSQ.

Las compañías que tienen un ISO 9001:2002 pueden ampliarlo para incluir los aspectos del TS 16949. Sin embargo es importante mencionar que sólo el 38% de las industrias automotrices de autopartes cuenta con una certificación de calidad que avale al cien por ciento su producción en todo aspecto. (ONU, 2006)

El medio ambiente juega un papel importante si de Responsabilidad Social automotriz se trata, debido a que dicho producto es portador de emisiones contaminantes, es importante que esta industria trabaje bajo estrictos parámetros de eficiencia orientados a reducir las emisiones e incrementar su rendimiento en el consumo de combustible.

La industria de autos, sin duda alguna tiene grandes oportunidades y ventajas para su desarrollo, pero a la vez por la magnitud de industria que se trata no es prudente manejar organizaciones con este enfoque con tanta ligereza.

La responsabilidad Social no debe avanzar... si se trata de un auto rentado (Revista Ecologistas en acción, 2010)

CERTIFICACIONES

Como se ha venido mencionando al curso de los temas anteriores, la Responsabilidad Social va muy de la mano con el término actual definido como Desarrollo Sostenible.

Las organizaciones a nivel mundial, y sus partes interesadas, van siendo cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable. El objetivo de la responsabilidad social es contribuir al desarrollo sostenible.

ISO 26000

Las organizaciones deberían centrar sus estrategias en la responsabilidad social, por lo que hoy día los usuarios cada vez más son más conscientes y esperan que los bienes y servicios que consumen provengan de fuentes sustentables.

El propósito de esta norma internacional es que sea usada tanto por aquellos que inician el abordaje de la responsabilidad social, como por aquellos que cuentan con mayor experiencia en su implementación.

La norma ISO 26000, se encuentra complementada por Certificaciones que garantizan la aplicabilidad de Responsabilidad Social en escenarios distintos, tanto en que la organización es confiable apoyada de certificaciones como; ISO 9004, ISO 14001, Y OHSAS 18001, y por otro lado el escenario de que el producto es confiable respaldado por ISO 9001.

ISO 9001

El diseño y la implementación del sistema de gestión de la calidad de una organización están influenciados por el entorno de la organización, los cambios en ese entorno y los riesgos asociados con ese entorno.

Una de las necesidades de la organización es demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.

La alta dirección de las organizaciones debe considerar ciertos aspectos como son: Política de Calidad, la cual debe ser adecuada el propósito de la organización, proporcionar un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos de calidad, y que a la vez dichos objetivos sean fijados de acuerdo a las funciones y niveles de trabajo de la organización.

El sistema de Gestión de Calidad, debe consistir en intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación y eficacia continua. Considerar los recursos necesarios para implementar el Sistema de Gestión y su mejora continua es otro aspecto a abordar para el cumplimiento exitoso de ISO 9001.

La concientización de todos los involucrados en el sistema de trabajo de las organizaciones debe ser muy elevada, debe apoyarse de una retroalimentación constante para evitar desvíos en el proceso de trabajo, por lo tanto la efectiva comunicación y definición clara de responsabilidades son apoyo fundamental para un Sistema de Calidad eficiente.

ISO 14001

Para lograr objetivos ambientales, el sistema de gestión ambiental puede estimular a las organizaciones a considerar la implementación de las mejores técnicas disponibles cuando sea apropiado y económicamente viable.

Esta Norma Internacional se aplica a cualquier organización que desee establecer, implementar, mantener y mejorar un sistema de gestión ambiental y, también, asegurarse de su conformidad con su política ambiental establecida.

La organización debe identificar los aspectos ambientales de sus actividades, productos y servicios que pueda controlar y aquellos sobre los que pueda influir dentro del alcance definido del sistema de gestión ambiental, teniendo en cuenta los desarrollos nuevos o planificados, o las actividades, productos y servicios nuevos o modificados; y determinar aquellos aspectos que tienen o pueden tener impactos significativos sobre el medio ambiente. (ISO 14001,2004)

OHSAS 18001.

Todo tipo de organizaciones están cada vez más interesadas en lograr y demostrar un buen desempeño de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) controlando sus riesgos de SST, para que éstos sean consistentes con su política y objetivos de SST. Esto lo llevan a cabo en el contexto de una legislación cada vez más rigurosa, el desarrollo de políticas y otras medidas que fomentan las buenas prácticas de SST, y la creciente inquietud expresada por las partes interesadas sobre temas de SST.

La alta dirección debe autorizar y formalizar la política de SST de la organización y asegurar que debe ser apropiada a la naturaleza y al nivel de los riesgos de SST en la organización; incluir un compromiso para la prevención de lesiones y enfermedades, y la mejora continua de la gestión de SST y su desempeño; incluir un compromiso para cumplir al menos, con los requisitos legales aplicables. (OHSAS 18001,2007).

ESTUDIO DE CASO

Introducción

Industria Automotriz en San Juan del Rio.

La industria automotriz lleva durante estos últimos 10 a 15 años un paso de desarrollo acelerado. Los cambios y adelantos mecánicos, tecnológicos y electrónicos no solo ofrecen un vehículo más duradero y eficiente al consumidor, sino que indirectamente obligan a la creación de talleres de reparación mecánica, estructural, electromecánica y de hojalatería y pintura que se ven forzados a recibir nuevo entrenamiento y certificación para poder efectuar servicios a los vehículos tecnológicamente adelantados, e inmersamente van desarrollados otro tipo de factores benéficos al mercado altamente competitivo.

Querétaro es una ciudad de contrastes; declarada Patrimonio Histórico por la belleza de sus Centro Histórico y a la vez es una de las ciudades mexicanas con mayor crecimiento industrial, distribuido este crecimiento entre todos sus municipios destacando San Juan del Rio. Actualmente Querétaro cuenta con más de 10 parques industriales importantes los cuales son sede de empresas de la industria automotriz y aeronáutica.

Según el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) desde el año 1994 el crecimiento promedio anual de PIB para el estado Queretano ha tenido un incremento de más del 10%.

Señala el presidente de la CANACINTRA (Cámara Nacional de la Industria de la Transformación) Oscar Peralta: “En el municipio de Querétaro la industria aporta aproximadamente 40% del PIB de la economía local; mientras que en San Juan del Río es del 70%”

El valor de los proyectos en cartera del sector automotriz asciende a más de 4,000 millones de dólares representando esta industria 60% de los 120 proyectos para el estado de la Secretaria de Desarrollo Sustentable (SEDESU).

Una unión y fortalecimiento entre pymes resultará verdaderamente eficaz para el desarrollo regional, este mecanismo permitirá a la vez una vinculación entre la industrias, academias y gobierno, gestionando así proyectos integrales.

Las inversiones Internacionales, hoy día son ya un resultado en el municipio de San Juan del Rio. Empresas japonés apuestan por el mercado queretano y sobretodo sanjuanéense, la referencia más clara se indica en la estabilización de la nueva empresa TOPRE AUTOPARTS MEXICO, ubicada en el nuevo parque industrial de San Juan del Rio, dedicada a la producción de piezas de estampado de metal para el sector automotriz.

San Juan del Rio, apuesta por convenios con las universidades reconocidas hoy día como apoyo importante para creación de mano de obra de calidad, se auxilia con instituciones educativas como

Conalep, Universidad Tecnológica de Querétaro y San Juan del Río, Universidad Politécnica y con la Universidad Autónoma de Querétaro.

Las empresas internacionales, destacando las japonesas están identificando al país, al estado y municipio con un buen potencial para la inversión en ingeniería ante la calidad de mano de obra y proveeduría que desean encontrar.

En términos generales, el beneficioso crecimiento de la industria en el estado, y por consecuencia en el municipio de San Juan del Río se ha debido gracias a ciertos factores; la posición geográfica y estrategia y su infraestructura instalada, como lo son carreteras, vías férreas, parques industriales, universidades, centros de investigación y desarrollo. Todo en suma genera la llegada de instalaciones de grandes empresas nacionales y transnacionales de los sectores industriales, comerciales y de servicios que a la vez consideran sus inversiones debido a la cercanía de los mercados de Estados Unidos, Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

Caso

El análisis final de la presente investigación se apoyará en una pyme de San Juan del Río, con enfoque a la producción automotriz y que hoy día lucha por su aceptación, estabilización y competencia dentro del mercado sanjuanésense. La empresa de estudio lleva por nombre Troquelados 2000 S.A. de C.V. que se encuentra ubicada en Camino Nacional S/N Nuevo Parque Industria San Juan del Río. La empresa de Estudio es una empresa enfocada al sector autopartes, en específico se dedica a la maquila de partes automotrices metálicas, en sí, la producción de la empresa de estudio sirve como materia prima a demás empresas en el mismo sector industrial, es decir forma parte del eslabón de su cadena de suministros, entre sus principales clientes se encuentra la empresa Invera, Bypasa y San Luis Rassini. La empresa cuenta con 60 trabajadores, que merecen que esta pyme tenga un arduo crecimiento futuro para apoyo no solo de la industria automotriz, sino para todos aquellos involucrados; como trabajadores, familias, clientes y proveedores.

La siguiente parte del estudio, consistía en la aplicación del cuestionario a la empresa de estudio. Las respuestas obtenidas se muestran en Anexo 2.

RESULTADOS

El análisis de las respuestas respecto al *aspecto externo* de la empresa, es decir al entorno en que la empresa de estudio tiene desarrollo, se puede definir que las condiciones de San Juan del Río son consideradas óptimas para una satisfacción general y pronta evolución de las empresas y en específico de la empresa dando cierta garantía que el valor industrial del municipio es alto y adecuado para el medio de competencia en que se desenvuelve la industria automotriz.

Los diversos aspectos a analizar para cumplir una satisfacción total y socialmente responsable fueron considerados satisfactorios, como son el aspecto económico, el medio ambiente, el nivel social, la competencia.

Sin embargo, se presentaron dos puntos importantes a atacar y que nos dan pauta a proponer en la empresa de estudio.

*El primero de ellos se hizo notar en la siguiente pregunta.

“¿El nivel educativo de la población de San Juan del Río, es competitivo para la industria y los distintos campos laborales?”. La respuesta fue: *En desacuerdo*.

**El segundo punto relevante se presentó en la pregunta.

“¿Existen actualmente apoyos e impulsos por parte del gobierno que promuevan el desarrollo de las empresas de autopartes en San Juan del Río?”.
La respuesta fue: *Indiferente*.

La respuesta fue: *Indiferente*.

*Respecto al primer punto sobre el nivel educativo en San Juan del Río, podría mencionar que hoy día la mayoría de las empresas aceptan a diversidad de estudiantes como “residentes” o “practicantes” temporales en diferentes áreas o departamentos según cuente con ellos la empresa, esto liga dos puntos benéficos; la empresa puede “reclutar” de forma práctica y económica a un recurso humano altamente capacitado y experimentado en su área debido a que durante las residencias el estudiante y futuro egresado comienza a crear proyectos, a apoyar a la empresa en ideas innovadoras y a mejorar aspectos de forma más práctica y con herramientas actuales.

Según leyes financieras, “mientras cierto activo represente más riesgo, este va aunado a una mayor rentabilidad”, y lo mismo pasa con el activo humano, la idea de contar con estudiantes en las empresas, se considera un tanto pausado o lento en el transcurso de capacitación, pero que al lago tiempo, el conocimiento, la experiencia y las bases profesionales con las que cuenta el estudiante egresado, hoy trabajador da un plus a las empresas contratantes, considero la “empresa de estudio” puede ir creando su plantilla de trabajadores de elementos activos, jóvenes e innovadores que al paso del tiempo representen su engrane principal.

Y a la vez, por supuesto la empresa sin duda alguna estaría actuando de manera 100% socialmente responsable al apoyar con la educación y mejora de mano de obra del municipio y de esta forma que la competitividad aumente día a día y mejoren los diversos de aspectos desarrollo organizacional.

**Respecto al segundo punto podría mencionar que existen hoy día apoyos por parte del gobierno a pymes, en este caso la empresa de estudio podría involucrarse e integrarse con grupos y/o programas de apoyo que el gobierno queretano tiene activos. Afortunadamente existe un amplio apoyo tanto para empresas nuevas, de parques industriales importantes, en sectores de amplio y prometedor

crecimiento como el automotriz; y estos puntos sin duda alguna los cubre nuestra “empresa de estudio”.

En referencia al *aspecto Interno*, el análisis en realidad sirve para detectar que debido a que la empresa es de cierta forma “pequeña” (60 trabajadores) la comunicación, difusión de acciones internas, responsabilidades, etc. se encuentran bien definidas, existe una organización coordinada y controlada, pero que no está por demás considerar un muy próximo crecimiento y ampliación de producción e instalaciones que provocarían mayor implementación de controles para así evitar un desequilibrio organizacional. Aquí es en donde se encuentra otro punto a proponer y a considerar una posible implementación en un mediano plazo.

Los programas de capacitación interno, no solo dan mejora al personal en forma productiva, si no que motivan al personal, debido a que ellos se sienten capaces, con herramientas para poder desarrollarse en sus áreas, los motivan a buscar mayor crecimiento y de cierta forma el compromiso con la organización se eleva.

Respecto a las preguntas abiertas, se puede analizar en las respuestas breves que nos facilitaron en la empresa de estudio, una definición clara, precisa y trabajable.

En la primera de ellas: *“Mencione factores involucrados y esenciales para el desarrollo integral de empresa Socialmente Responsable.”*

1940

Las respuestas se ven enfocadas a puntos como; Auditorias ISO, Comisión de Seguridad e Higiene y compromiso ambiental.

Aquí solo es importante mencionar, que la empresa de estudio cuenta con revisiones continuas que de cierta forma van creando un buen perfil para una pronta Certificación, que pudiese ser tanto en cuestión de Calidad, Procesos de producción, Industrial Limpia, Libre de Riesgos y demás que puedan surgir. Es importante que continuamente, todos los trabajadores, clientes, proveedores y demás involucrados con la organización tengan conocimiento de todas estas actividades y proyectos, que no solo van dando solidez a la empresa de forma interna, sino que externamente la empresa se va consolidando como una empresa altamente competitiva, responsable socialmente, y con un futuro prometedor; dando además seguridad para todos los relacionados a ella, motivación tanto a sus trabajadores clientes y proveedores para continuar con duradera relación negociador, y una buena imagen a una pyme para convertirse probablemente en una gran empresa, reconocida por el mercado y respaldada por autoridades correspondientes del valor agregado que esta organización ofrece.

Respecto a la segunda pregunta abierta: *Las certificaciones de calidad ¿son importantes para la aceptación de las empresas en el mercado? sí O no*

La respuesta, se inclina a una obviedad, respecto a la gran importancia de ser una empresa certificada debido a que se crea un círculo de calidad entre todos los involucrados con la organización y una

seguridad laboral, sin embargo sería importante que las certificaciones sean avaladas y conocidas por todos los trabajadores, que se establezca un Sistema de Gestión de Calidad, estándares definidos de producción, proyecciones a futuro, trabajo bajo indicadores por área, seguimiento de empresas de seguridad social, ambiental, y laboral.

CONCLUSIÓN

Responsabilidad Social, un gran tema que no termina por aplicarse en las prácticas del día a día, pero que con actividades diarias bajo continua evaluación y evolución se busca la mejora del ambiente de desarrollo al que el mundo se enfrenta.

La práctica de la Responsabilidad Social, hoy día dista mucho de los fundamentos teóricos, tanto internamente como externamente; esto no significa que no se lleve en lo absoluto en las organizaciones, lo que se logra observar es que desafortunadamente se pierden conceptos esenciales o claves que determinan una orientación más rentable en su aplicación.

Es importante mencionar, que el aspecto económico resulta ser el que obtiene más atención a tratar y trabajar, llevando únicamente a tener un concepto vago y erróneo sobre una empresa que trabaja bajo el régimen de *competitividad y socialmente responsable*, y se hace la mención de erróneo no porque este aspecto quede fuera en concepto competitivo, sino que no conforma la totalidad del significado.

Sin duda alguna, la Responsabilidad Social no se logra de la noche a la mañana, pero si es importante tener miras a su aplicación, no solo por bienestar individual o en este caso organizacional, sino para el logro de un bien común. Es básico considerar que hay tener una apertura a cambios y responsabilidad adquirida con todos los vínculos a la organización, y sobre todo nunca perder el concepto de mejora continua.

Es importante mencionar, que a modo de sugerencia una empresa Socialmente Responsable debe trabajar bajo ciertos puntos como: *Alteridad*. Atrevimiento a cambiar la esencia de las cosas; *Justicia*. Transformada a Igualdad; *Solidaridad*. Llegar al objetivo común; *Trabajo*. Dedicación al 100% con y para con todos los involucrados; *Confianza*: Sin importar la dimensión de las situaciones u objetivos, acompañada de *perseverancia* de que en algún momento lo buscado ocurrirá; *Respeto*. Con todos y durante todo el tiempo; *Transparencia*: Fijar y determinar los objetivos claramente y sin doble rumbo; *Desarrollo*. Implementación estratégica de elementos y herramientas para trabajar.

Trabajando bajo estos criterios, se pretende que las acciones más específicas tomen un rumbo fructífero y beneficioso para todo el entorno. En cada aspecto de la empresa, se pueden desarrollar programas en cuanto a Responsabilidad Social se refiere. Las acciones sugeridas se mencionan a continuación.

AMBITO SOCIAL: Equilibrio entre la vida personal, laboral y familiar; Igualdad de Oportunidades; Salud y seguridad en el trabajo; Salarios y prestaciones; Creación de puestos de trabajo; Apoyo a proyectos y actividades de la comunidad; Adaptación de las instalaciones para personas con movilidad reducida.

AMBITO MEDIO AMBIENTAL: Ahorro de agua y eficiencia energética; Gestión correcta de Residuos; Control y reducción de emisiones y vertidos; Reciclaje; Certificaciones ambientales.

AMBITO ECONÓMICO: Seguridad de los productos; Satisfacción de los clientes; Publicidad ética; Información transparente y veraz; Alianzas de cooperación duraderas.

En forma general, podría mencionarse que la empresa de estudio, acaba de nacer y tiene mucho camino por recorrer y herramientas para convertirse en una pyme altamente reconocida y por supuesto, una industria grande probablemente al paso de los años.

Una forma de medición continua, a los programas de desarrollo, es el establecimiento de *indicadores*, con estos puntos de medición, la empresa podrá verificar continuamente la evolución continua de las acciones que está desarrollando y cuan fuerte o débil ha sido su impacto.

Sin duda alguna, un desarrollo organizacional interno óptimo y con buen funcionamiento, otorga una base muy sólida para un mejor crecimiento y posición externa. Básicamente un buen código de ética facilita las cosas, crear una cultura organizacional y un grupo solido de gente con gusto por el trabajo en equipo pero con ideas propias y competitivas garantiza vida a la organización.

Sin duda alguna, el recurso humano juega un papel importantísimo en la responsabilidad social, porque desde nuestro día a día nosotros somos los que damos vida a todo lo que existe y por ende las empresas funcionan con y por el intelecto, capacidad y deseos de superación de cada elemento en ellas.

REFERENCIAS

Argandoña, A. (2010). *La Responsabilidad Social de las empresas, pequeñas y medianas*. Revista de antiguos alumnos del IEEM.

Correa, M. E. (2004). *Responsabilidad social empresarial: una nueva forma de hacer negocios*. *Revista Futuros*, 6(2).

Cuaderno de Investigación No. 25 de la Dirección del Trabajo del Departamento de Estudios de México. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial, alcances y potencialidad en materia laboral*.

Dirección del Trabajo del Departamento de Estudios de México. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial, alcances y potencialidad en materia laboral*. *Cuaderno de Investigación (25)*

- Font, I. y Gudiño, P. (2009). *La arista interna de la Responsabilidad Social Empresarial: una aproximación*. Reporte de Investigación.
- García, A. (2005). Responsabilidad social empresarial: Su contribución al desarrollo sostenible. *Revista futuros*, 17(5). Recuperado de http://www.revistafuturos.info/futuros17/resp_soc_emp2.htm#como
- Globedia. (02-Junio-2009). Recuperado de <http://mx.globedia.com/problema-responsabilidad-social-empresarial>
- González, J. (2006). *Reflexiones sobre la Responsabilidad Social Corporativa en el siglo XXI*.
- González, T. (2005). *La responsabilidad social de la empresa. Un buen negocio*. www.monografias.com
- Momberg, M. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva*.
- Murillo, D. (2007). La RSE en las pymes. *Documentación Social*, (150).
- Normatividad ISOS, Certificaciones.
- Núñez, G. (2010). *La Responsabilidad Social Corporativa en un marco de desarrollo sostenible*, Artículo Div. Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos CEPAL.
- Principios del Pacto Global. www.unglobalcompact.org
- Responsabilidad social corporativa. (2003). *En Wikipedia, Enciclopedia Libre*. Recuperado en www.wikipedia.com
- Urcelay, J. (2006). *La Responsabilidad Social de la empresa en la gestión de las Pymes*.

Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.