

**XIV Congreso Internacional de Análisis Organizacional
Educación Superior y Desarrollo Sustentable**

**Prácticas de Responsabilidad Social de MyPiMes de Cd. Obregón, Sonora,
Respecto a sus Grupos de Interés**

Mesa Temática: Sustentabilidad y Responsabilidad Social

Modalidad: Protocolo de Investigación

Autor(es): Jesús Nereida Aceves López

Nereida.aceves@itson.edu.mx

Teléfono 644 10 90 00 ext. 2716

Nora Edith González Navarro

ngonzalez@itson.edu.mx

Teléfono 644 10 90 00 ext. 2715

Moisés Rodríguez Echevarría

Moises.rodriquez@itson.edu.mx

Teléfono 644 10 90 00 ext. 1508

Instituto Tecnológico de Sonora
5 de febrero 818 Sur, Col. Centro
Ciudad Obregón, Sonora.

Guanajuato, Gto.

8 al 11 de noviembre de 2016

Prácticas de Responsabilidad Social de MyPiMes de Cd. Obregón, Sonora, Respecto a sus Grupos de Interés

Resumen

La responsabilidad de las entidades económicas ante su mercado, cada día es más complejo, las empresas no solo deben desempeñarse para la obtención de ganancias, sino que deben tener modelos de negocios que las transforme de empresas tradicionales a empresas sustentables, es decir responder cuestiones sociales, culturales y ambientales, deberán trabajar con un exhaustivo cuidado de los recursos naturales, de tal forma que se aseguren los mismos para las futuras generaciones, compromiso con no puede ser cumplido únicamente con el esfuerzo de la propia organización, sino que deberán ser parte de este compromiso todos los participantes de su cadena de valor, todos ellos deberán estar conscientes de la importancia de su participación en la entrega del producto y/o servicio que se da al cliente y esto debe ser un trabajo en equipo. Para lo cual la entidad requiere de establecer mecanismos que le permitan determinar a esos participantes o grupos de interés de su cadena de valor, para identificarlos, segmentarlos y priorizarlos, para emprender acciones sustentables. Por lo que es importante primeramente identificar qué acciones de relación con sus grupos de interés realizan las MyPimes de Cd. Obregón, Sonora, para así tener conocimiento de la situación actual de las mismas y posteriormente establecer planes de trabajo que permitan capacitar a los empresarios en términos de grupos de interés y formular estrategias que les permita realizar acciones respecto a sus stakeholders.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, desarrollo sustentable, stakeholders.

Introducción

La investigación propuesta en este trabajo, busca realizar un diagnóstico de las MyPiMes de Cd. Obregón, Sonora, que permita identificar las acciones de Responsabilidad Social que llevan a cabo en relación con sus grupos de interés, de tal forma que se tenga conocimiento de la situación actual de las entidades y se puedan establecer planes de trabajo, que oriente y prepara a las organizaciones en estos aspectos.

Planteamiento del problema.

El contexto en el que hoy en día se desempeñan las organizaciones cada vez, es más desafiante, el compromiso de los empresarios de crear y mantener empresas económicamente redituables en un entorno globalizado, los obliga a atender a un mercado muy competido, el cual se encuentra envuelto en cambios políticos, culturales y por si esto fuera poco, cambios en cuestiones ambientales, como es el deterioro de los recursos naturales, la contaminación, entre otros.

Lo anterior exige que las empresas establezcan modelos de negocios donde incluyan además de los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales, de tal forma que ofrezca productos y/o servicios con valor agregado y pueda satisfacer las necesidades de un cliente cada vez más exigente y consciente de su entorno.

La necesidad de atender aspectos sociales por la empresa, cada vez es más recurrente, es decir la empresa deberá de crearse si, con fin de generar

ganancias, pero este fin deberá ser planeado bajo la observación y consideración de cuestiones sociales y ambientales.

Es así como surgen términos como la Sustentabilidad, Responsabilidad Social Empresarial, por lo que las empresas deberán de establecer estrategias de desarrollo sustentable donde incorporen los aspectos: económicos, culturales, laborales, y ambientales, estableciendo condiciones organizacionales que le permitan desempeñarse competitivamente.

Esto sin duda alguna, exige el perfil de un nuevo empresario, capaz de establecer estrategias basadas en su entorno y la organización. Esto no es tarea fácil para la organización, y no podrá llevarlo a cabo sola, es indispensable que considere a todos los actores de su cadena de valor, estos actores son denominados grupos de interés (stakeholders), donde se requiere tener un pleno conocimiento de los grupos de interés que afectan y pueden ser afectados por las actividades de la misma.

La gestión con los stakeholders, se lleva a cabo a través de tres etapas: *identificación, segmentación y priorización*. Los tipos de relación de las empresas con sus grupos de interés dependen de varios factores: país de ubicación, tipo de organización, sector al que pertenece, producto o servicio que ofrece, prioridades, valores culturales, entre otros. (Ferre, Orozco, 2011).

Es importante que las empresas tengan la capacidad de identificar claramente los objetivos con cada uno de sus grupos de interés, ello será indispensable para así tener una mejor comunicación (empresa-grupos de interés y grupos de interés-

empresa), de tal forma que pueda llevar a cabo acciones que le permitan la satisfacción de las necesidades de sus stakeholders.

Las entidades que deseen convertirse en empresas sostenibles, necesitan : conocer sus grupos de interés, establecer mecanismos de dialogo en una comunicación bilateral, tener pleno conocimiento de las necesidades de sus grupos, ser transparentes en la información proporcionada para ofrecer productos y/o servicios que satisfagan los requerimientos de sus stakeholders.

Ante esto surge la siguiente pregunta de investigación ¿Cuáles son las actividades de Responsabilidad social empresarial que realizan las MyPiMes de Cd. Obregón, Sonora, en relación con sus grupos de interés?

Objetivo de la investigación.

Identificar las prácticas de RSE de MyPimes de Cd. Obregón, Sonora, respecto a sus stakeholders en sus apartados de Clientes, Proveedores, Empleados, Medio ambiente, Comunidad/Social y Gobierno Corporativo/Accionistas.

Justificación de la investigación.

Las entidades deben establecer modelos de negocios que les permitan responder a las exigencias de un entorno globalizado, deben realizar acciones que les permita transitar de la empresa tradicional a una empresa sustentable, para lo cual deben ofrecer un producto y/o servicio atendiendo las dimensiones económicas, sociales, culturales y ambientales, esa es la exigencia hoy en día

para las empresas. Deben reestructurarse organizacionalmente de tal forma que puedan satisfacer las necesidades de su mercado, y esto no lo pueden llevar a cabo sola la empresa, requiere determinar todos los participantes de su cadena de valor, ya que cada uno de ellos es responsable de su acción en términos del producto o servicio final a entregar.

Para esto es necesario que se establezcan mecanismos que les permitan a las empresas tener conocimiento de su situación actual, ello en términos de aspectos de sustentabilidad, Responsabilidad social y de quienes conforman sus grupos de interés, y posteriormente como universidad llevar a cabo planes de trabajo que permita aportar conocimiento a las entidades en estos aspectos y empiecen a trabajar en ello.

La presente investigación, busca hacer un diagnóstico a las MyPimes que muestre la situación actual de éstas, en relación a las acciones que llevan a cabo con su grupo de interés, una vez identificado ello, se estará en posibilidad de realizar planes de trabajo con cada una de las empresas, que permita establecer programas de capacitación, foros, alianzas, entre otros, que las ayude a entender la importancia de la determinación y participación de la empresa con sus grupos de interés y de sus grupos de interés con la empresa.

Se requiere avanzar con las empresas, pero trabajando con todos los integrantes de su cadena de valor, si bien es cierto en este primer momento será difícil trabajar con toda la cadena de valor directa de la empresa, se podrá trabajar

con estas empresas para que ellas mismas se identifiquen como cadena de valor de otras empresas con las que tienen participación.

Este trabajo proporcionará información valiosa que puede ser estudiada para hacer otros estudios que permitan realizar propuestas de mejora a las organizaciones e ir ayudándolas en su formación primeramente en el entendimiento de estos nuevos compromisos sustentables y posteriormente realizar acciones que les permitan ir avanzando en ello.

Marco de referencia

Responsabilidad social.

El mundo de los negocios cada vez es más exigente, las organizaciones deberán de estar más atentas a su entorno y establecer estrategias que les permitan mantenerse en el mercado, para lo cual deben ser más responsables en cada una de las actividades y no solo de las propias de su empresa, sino de toda su cadena de valor. Lo anterior establece la necesidad de estrechar la relación entre empresa, sociedad y el medio ambiente, situación que cada vez es más complicada. Es a partir de esta exigencia que surgen conceptos como responsabilidad social empresarial (RSE), donde cada vez es más urgente su aplicación en las entidades.

García y Zavala (2009), citado por Moreno y Graterol (2011) definen a la RSE como “un instrumento que implica un compromiso de las empresas a través de la

aplicación sistemática de recursos para respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del ambiente”.

Strandberg (2010), menciona que “una cadena de valor sostenible es un sistema de actividades de negocio, alineadas a lo largo de todo el ciclo de vida del producto, que crean valor para todos los interesados, que aseguran el éxito constante y que mejora el bienestar de las personas y el medio ambiente”. Buscando el equilibrio entre las personas, el planeta y las ganancias, para con ello tener un impacto en el aspecto social, ecológico y económico.

Carrol (1979), señala que la RSE debe incluir tres categorías de responsabilidades: *a) económica, b) legal, c) ética y d) discrecional.* **a) La categoría económica**, establece que la empresa debe producir los bienes y servicios que se requieren, para así maximizar las utilidades para él y los accionistas; **b) Categoría legal**, señala que las empresas deberán trabajar atendiendo y cumpliendo las leyes, normas y regulaciones establecidas; **c) Categoría ética**, esta categoría considera que el desempeño deberá ser atendiendo la equidad, la justicia, imparcialidad y el respeto de las personas sin perjuicio a la sociedad y **c) Categoría de responsabilidades discretionales**, esta categoría es aquella que se dirige por la voluntad y deseo de la organización de llevar a cabo actividades sociales (actividades de filantropía).

El pensar en RSE, es relacionarlo directamente con las grandes empresas, sin embargo las exigencias mundiales de hoy se dirigen a todo el sector empresarial, y eso incluye a las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMes).

El desempeño de las organizaciones mediante acciones de RSE, desde la óptica competitiva repercutirá positivamente en: motivación y fidelidad de sus empleados, ocasionando mejora en los productos y servicios; ahorro en los costos e incremento de la rentabilidad; mejora en la imagen pública; posicionamiento en el mercado y un incremento en las ventas.

La sustentabilidad surge en un contexto mundial marcado por la pobreza, desigualdad y problemas de contaminación. El desarrollo sustentable se define como “aquel que busca satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (UN, 1987).

Este concepto fue promovido haciendo énfasis en las necesidades de los pobres, estableciendo esto como asunto prioritario, señalando al mismo tiempo la importancia de la capacidad del medio ambiente para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes como las futuras.

Los bruscos cambios climáticos y las crisis financieras han impactado en la necesidad de cambio en los modelos económicos, estos cambios buscan una economía baja en el uso de contaminantes, uso eficiente de los recursos y la inclusión social.

El desarrollo sustentable debe ser estudiado no solo desde la óptica de los recursos naturales, sino debe incluir además el desarrollo económico y humano de las comunidades, para lo cual se debe trabajar con un enfoque multi y

transdisciplinario, respecto a la definición de la sustentabilidad organizacional, (Castro, 2014) citado por García y Mercado 2014.

Rodríguez, (2005) señala que la Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU), definen a la RSE como “el conjunto de obligaciones legales (nacionales e internacionales) y éticas de la empresa que surgen de la relación con sus grupos de interés y del desarrollo de su actividad de la que se derivan impactos en el ámbito social, medioambiental, laboral y derechos humanos en un contexto global”.

Así mismo este autor menciona que se ha trabajado en una definición de los valores y características de la RSE, lo cual se muestra a continuación en el cuadro No.1

Cuadro 1.
Valores definidos para la RSE según CECU

Valor/la RSE deberá ser:	Característica
Integradora	Incluye a todos aquellos integrantes de la sociedad que se vean afectados por el desempeño de la empresa
Participativa	Establece mecanismos que mantengan una comunicación con los grupos de interés de tal forma que se tenga conocimiento de sus necesidades y éstas se satisfagan
Sostenible	La entidad deberá ser capaz de generar valor social, económico y medioambiental.
Global	Sus actividades afectan a los integrantes de toda la cadena de valor, requerida para el desarrollo de la actividad, por prestación de servicio o elaboración de un producto.
Transparente	Transparencia en la información proporcionada a los grupos de interés
Medible y cuantificable	Es importante establecer indicadores que permitan evaluar el desempeño de la organización, comunicándose a los grupos de interés el resultado en los tres niveles (social, económico y ambiental)
Transversal y estratégica	La RSE debe estar incluida en la planeación de la organización, de tal forma que se integren todas las áreas, y se anticipen posibles riesgos.
Innovadora	La RSE obliga a las empresas establecer nuevas formas de trabajo, que permitan una transformación social positiva.
Extensiva	Todos los integrantes de la organización deben ser parte activa de los valores de RSE.
Verificable	La capacidad de ser verificable por externos
Coherente	Los compromisos establecidos son obligaciones que requieren procedimientos adecuados para hacerlos cumplir
Legal	De acuerdo a la legislación nacional y las normas de derecho internacional vigentes.

Fuente: adaptado de Rodríguez, Sanchez María, La responsabilidad Social Empresarial y los consumidores (2005).

Fundación Prohumana (2005), citado por Wagenberg (2006), define a la RSE, “contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida.

Autores como Guédez (2006), establece que “la responsabilidad social es el ejercicio ético de la competitividad”.

Chirinos, Fernández y Sánchez (2012) señalan que “La noción de Empresa Socialmente Responsable está mucho más allá del conjunto de políticas de RSE que éstas apliquen. Comprende profundos niveles de concienciación de los individuos que conforman la organización acerca de las consecuencias de sus prácticas y procesos, anteponiendo el valor de sustentabilidad tanto para sus públicos internos (empleados) como para los externos (entorno inmediato y sociedad)”.

Las organizaciones han evolucionado en sus actividades, obligadas por su entorno, enmarcadas en un contexto global exigente, si bien es cierto se requieren grandes esfuerzos, donde además de la empresa deberá participar el gobierno y la sociedad.

Las organizaciones conscientes de estas exigencias, buscan establecer mecanismos que les permitan desempeñarse bajo estos requerimientos, para lo cual hay avance en ello, donde Guédez (2008), citado por León, Baptista y Contreras (2012), en su modelo muestra la evolución de las organizaciones hacia la RSE, como se puede ver a continuación en el cuadro No.2.

Cuadro No. 2
 evolución de las organizaciones en su camino hacia la RSE.

Tipo de organización	objetivo
Económicamente responsable	Garantizar la rentabilidad y sostenibilidad en el tiempo, bajo un contexto de legalidad.
Públicamente responsable	Percibida por ofrecer productos de calidad, precio justo y cumplimiento de la ley
Socialmente dispuesta	Manifiesta su función dentro de la sociedad reconociendo como la sociedad le provee las condiciones para permanecer, es la que se reconoce por su conciencia social
Socialmente competente	Además de caracterizarse por su conciencia social, le da importancia a la adquisición de competencias requeridas por la empresa. Se basa en el desarrollo de estrategias que la hagan competitiva.
Socialmente inteligente	Incluye la disposición, competencia, capaz de institucionalizar su responsabilidad social (misión, visión, procedimientos, etc.) a través del trabajo en equipo
Socialmente ética	Es reconocida públicamente por sus productos de calidad, tiene disposición, por el respeto a los derechos

Fuente: adaptado de León, Baptista y Contreras (2012)

Grupos de interés.

La gestión sustentable propuesta por (Freeman et al.,2010), citado por Suárez y Eastmond (2014), con su teoría de los grupos de interés (stakeholders), cuyos principios es la integración de ética y economía aunado con la responsabilidad, donde menciona que los directivos son responsables con aquellos grupos que pueden ser afectados por las acciones de éstos.

La determinación de los stakeholders en las organizaciones, es necesario, ya que hoy en día las empresas deberán considerar a todos aquellos que intervienen

en el servicio o producto que éstas ofrecen, y que afectan o son afectados por las actividades de la entidad.

Gil, Luciano (2011), establece como modelo de la relación empresa con sus grupos de interés, las siguientes etapas: 1) identificación; 2) segmentación y 3) Priorización.

Respecto a la etapa de **1) Identificación**, en esta etapa la empresa identificará aquellos grupos de interés que puedan tener influencia en el desempeño de la organización. Al respecto de esta etapa, existen varios enfoques que buscan dar claridad a la organización para la identificación de sus grupos de interés.

Mitchel (1997), citado por Gil, Luciano (2011), señala que la identificación debe realizarse a partir de considerar 3 elementos: del poder (suficiente para influir en la organización); legitimidad y urgencia.

Olcese, et. al (2008), citado por Gil, Luciano(2011), señala que se debe realizar de acuerdo al origen de las operaciones o de los procesos de la entidad.

Un tercer enfoque es el que indica Accountability donde Krick, et. al (2005), citado por Gil, Luciano (2011), donde indican que la identificación de los grupos de interés también puede realizarse considerando tres dimensiones: a) *responsabilidad*, se deberá de analizar que responsabilidades de tipo legal financiera u operativa se tendrán con sus grupos de interés; b) *influencia*, grupos que tienen la posibilidad de influenciar (formal o informal) a la organización para el logro de sus metas; c) *Cercanía*, aquellos grupos con los que interactúa la entidad;

d) dependencia, aquellos grupos de los cuales depende más la organización (empleados y sus familias, clientes, proveedores) y *e) representación*, grupos de interés que representan a personas, como sindicatos, asociaciones, entre otros.

En relación a la etapa de **Segmentación**, una vez que se tengan identificados los grupos de interés es necesario que éstos sean segmentados, agrupándolos de una forma lógica y apropiada, para lo cual se pueden considerar como criterios: la zona de ubicación, tamaño, volumen de operaciones, expectativas, problemas, o alguna otro criterio que la empresa determine y que le permita agrupar en forma lógica a sus stakeholders, (Gil, Luciano 2011).

Para la etapa de **priorización de los grupos de interés**, esta es un reto para las organizaciones, donde deberán ser capaces de ordenarlos de acuerdo a criterios que permitan asegurar una buena gestión del tiempo, los recursos y las expectativas. La influencia, dependencia y disponibilidad de los grupos de interés para la organización son elementos valiosos que pueden ayudar en su priorización.

Sin embargo autores como Olcese, Rodríguez y Alfaro (2008), mencionan que otro criterio importante a utilizar sería el que se refiere al impacto y relevancia para la empresa, dividiendo este criterio en tres apartados: *a) críticos*, clasificándose a aquellos grupos de interés que tienen un impacto económico relevante, como es la reputación de la entidad; *b) básicos*, aquellos grupos cuyo impacto es medio en los resultados de la empresa, y que no afectan totalmente la reputación; *c)*

complementarios, aquellos grupos que tienen un mínimo impacto económico en la entidad, su influencia es muy baja en términos de reputación.

Otro de los elementos importantes en el trabajo con los stakeholders, es el sistema de comunicación que se establezca, es claro que las organizaciones deberán ser transparentes y confiables en la información proporcionada a sus grupos de interés, debe ser una comunicación bilateral, y que refleje el interés de la empresa por satisfacer las necesidades de los stakeholders.

Para lo cual las organizaciones establecerán un diálogo estratégico, es decir deberá ser un sistema de comunicación constante, esto a través del conocimiento claro y amplio con cada uno de sus grupos de interés; realización de investigaciones de mercado; canales de comunicación diferenciados para cada grupo de interés, donde la comunicación sea proactiva, veraz y coherente, (Ferré, Orozco, 2011).

Los tipos de relación de las empresas con sus grupos de interés dependen de varios factores: país de ubicación, tipo de organización, sector al que pertenece, producto o servicio que ofrece, prioridades, valores culturales, entre otros. (Ferre, Orozco, 2011).

Es importante que las empresas identifiquen claramente los objetivos con cada uno de sus grupos de interés, ello será indispensable para así tener una mejor comunicación (empresa-grupos de interés y grupos de interés-empresa).

Cada grupo de interés tiene sus propios objetivos, como se indica a continuación: 1) *Respecto a la empresa*, obtener utilidades, vigilar el cumplimiento de la misión corporativa de la entidad y su permanencia; 2) *accionistas*, garantizar el cumplimiento de sus derechos a través de la transparencia en los compromisos establecidos; 3) *Empleados o colaboradores*: proporcionarles todas las herramientas necesarias para su desempeño profesional; 4) *Respecto a los clientes*, satisfacer sus necesidades a través de productos y/o servicios de calidad; 6) *Proveedores*, manejo en relación al trato y regimen; 7) *Aspecto públicos*, promover el desarrollo social, económico y medio ambiente (salud, conservación de energía, donativos sociales,entre otros); 8) *Gobierno y la comunidad*, participan con su aprobación formal o informal. (Aguilera, Puerto, 2012).

La identificación de los grupos de interés en las empresas, no es tarea fácil, ya que requiere tener un pleno conocimiento de los actores que afectan y pueden ser afectados por las actividades de la misma, situación que ha dado origen a la intervención de varios autores, que han establecido diversas clasificaciones de tipos de stakeholders, como se muestra en el cuadro No. 3.

Cuadro No. 3
Clasificaciones de Stakeholders según algunos autores

Autor	Clasificación / por responsabilidades de la empresa	Grupo al que identifica
European Commission	<u>Internas</u> <u>Externas</u>	Trabajadores Socios comerciales, proveedores, consumidores, derechos humanos, problemas ecológicos mundiales.
Castillo (1988)	<u>Primarias</u> (responsabilidades inmediatas) <u>Secundarias</u> (entorno específico de la empresa) <u>Tercer nivel</u> (entorno social general)	Accionistas, dirección y empleados. Proveedores, distribuidores, clientes, consumidores, comunidad local Administración, comunidad y la naturaleza
Clarkson (1994)	<u>Voluntarios</u> (relacionados voluntariamente con la organización) <u>No voluntarios</u> (no eligen relacionarse con la organizaciones)	Trabajadores, empleados, accionistas, clientes y directivos Administraciones públicas, ciudadanos, comunidades, medio ambiente, las generaciones futuras
Waddock (2002)	<u>Primarias</u> (son indispensables para la supervivencia de la entidad). <u>Secundarias</u> (no forman parte de las operaciones y no son indispensables para la supervivencia de la entidad). <u>Tercer nivel</u> (presiones sobre la empresa)	Clientes, empleados, proveedores, inversionistas y socios. Asociaciones de comercio o las ONG, los medios Sociedad y las instituciones

Fuente: adaptado de González, Rodríguez y Dopico (2012), La responsabilidad social empresarial y los stakeholders: un análisis clúster.

La nueva organización de hoy deberá ser capaz de entender las necesidades de cada uno de sus grupos de interés, situación que le dará a la empresa beneficios tales como: poder y legitimidad, rentabilidad, confianza ante el mercado, un mejor funcionamiento.

Aceves (2015), hoy en día las organizaciones “están en la búsqueda de estrategias que le permitan lograr una ventaja competitiva, la práctica y la gestión sustentable son el reto del siglo XXI, ya que esto representa dar respuesta a la gente, planeta y a la empresa misma.

Metodología

Tipo de investigación.

La presente investigación es de tipo descriptiva-exploratoria, ya que pretende a través de un instrumento indagar sobre las acciones de las MiPyMes en relación a sus grupos de interés, sin intervenir en el proceso.

Sujetos: La investigación será llevada a cabo en MiPyMes de Cd. Obregón, Sonora que serán seleccionadas de acuerdo a la base de datos que se tenga por la vinculación de las asignaturas del bloque de gestión estratégica y consultoría de negocios del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON).

Materiales: 1.- Fuentes primarias y secundarias respecto al tema de responsabilidad social y grupos de interés; 2.- Base de datos de las empresas que se tienen registradas por vinculación a través de los servicios de las asignaturas del bloque de gestión y consultoría de negocios del ITSON; 3.- Foros con alumnos y empresarios y 4.- Instrumento de diagnóstico diseñado en base a la investigación documental y las empresas a investigar.

Procedimiento.

- 1.- Investigación documental de los temas de responsabilidad social empresarial y grupos de interés
- 2.- Diseño del instrumento a aplicar a las empresas
- 3.- Identificación de las empresas que se invitarán a participar, se trabajará directamente con las que se tienen trabajos de vinculación en la universidad por los trabajos de gestión de negocios.
- 4.- Foro de sensibilización con los alumnos y maestros que participarán en la investigación.
- 5.- Foro de sensibilización con las empresas que hayan aceptado participar en la investigación, respecto al tema de grupos de interés.
- 6.- Aplicación del instrumento
- 7.- Análisis de los resultados obtenidos
- 8.- Plan de trabajo hacia las empresas respecto la determinación de acciones que permitan a la empresa la relación con sus grupos de interés.

Resultados

Con el desarrollo de este trabajo de investigación se espera lograr:

- 1.- Identificar la situación actual de las MiPyMes encuestadas, respecto a la relación que tienen con sus grupos de interés, en cinco categorías: Clientes, proveedores, medio ambiente, comunidad y gobierno corporativo (accionistas).
- 2.- Programa de sensibilización para las empresas participantes en la investigación en el tema de grupo de interés, lo que fortalecerá la vinculación de la universidad con el sector empresarial.
- 3.- Capacitación a los alumnos participantes en el tema de grupos de interés para que esta temática sea incluida en los programas de las materias de gestión de negocios.
- 4.- Foro empresarial para la presentación de los resultados obtenidos en el diagnóstico.
- 5.- Plan de trabajo por empresa para efectos de apoyarlos en la gestión con sus grupos de interés.

Bibliografía

Aceves, N. (2015), *Las acciones de la responsabilidad social en las empresas, una propuesta metodológica. El caso de las empresas de servicio*
Organizaciones y responsabilidad social.

Carroll, A.B. (1979). "A three-dimensional conceptual model of corporate performance". *Academy of Management Review*, Vol. 4 No. 4, pp. 497-505.

García, P., Mercado, P. (2014). *Modelo de sustentabilidad organizacional. Una propuesta a partir de la cuádruple línea base*. En *Sustentabilidad y gestión en las organizaciones, perspectivas teóricas e implicaciones prácticas*(pp.92-93). México, D.F.: Fontamara.

Chirinos, María Eugenia; Sánchez, Guadalupe; Fernández, Lizyllen; (2012). *Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables. Razón y Palabra*, Noviembre-Enero,

Ferré ,P., C.; Orozco, T.J. (2011). *El diálogo entre empresas de comunicación y sus stakeholders en América y Europa*. Cuadernos de Información, Julio-Diciembre, 91-104.

Gil Lafuente, Anna M.; Paula, Luciano B.; (2011). La gestión de los grupos de interés: una *reflexión* sobre los desafíos a los que se enfrentan las empresas en la búsqueda de la sostenibilidad empresarial. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, Junio-Sin mes, 71-90.

- González, V.E.; Rodríguez, D., R.; Dopico, P., A; (2012). *La responsabilidad social empresarial y los stakeholders: un análisis clúster*. *Revista Galega de Economía*, Sin mes, 1-17.
- Guédez, Víctor (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial*. Caracas: Venezuela. Editorial Planeta.
- León, María de Fátima; Contreras, Hernán; Baptista, María Virginia; (2012). *La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial*. *Forum Empresarial*, Mayo-Sin mes, 31-63.
- Moreno Freites Zahira, Graterol Denys, *Prácticas de responsabilidad social empresarial en la Pyme, un estudio en el sector metalmecánico de Barquisimeto*, Estado Lara, Venezuela , 2011
- Olcese, A.; Rodríguez Ángel, M.; Alfaro, J. (2008) *Manual de la empresa Responsable y Sostenible*. Madrid: McGraw-Hill.
- Puerto Becerra, Doria Patricia; Aguilera Castro, Adriana; (2012). *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*. *Pensamiento & Gestión*, Enero-Junio, 1-26.
- Rodríguez, Sanchez, María (2005), *La Responsabilidad Social Empresarial y los Consumidores*, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 53.

Strandberg, Lena. *La Responsabilidad Social Corporativa en la cadena de Valor*, Cuadernos de la catedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, No. 6 Abril de 2010 y Administración No. 235.

United Nations (UN) 1987, *Report of the world Commission on Enviroment and development: our Common Future*, Ginebra, United Nations, <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm> , consultado 21 de Septiembre de 2016.

Wagenberg, Alan; (2006). *La narrativa de la responsabilidad social empresarial*. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, Enero-Junio, 113-120.