



CIENCIA ergo-sum, Revista Científica
Multidisciplinaria de Prospectiva
ISSN: 1405-0269
ISSN: 2395-8782
ciencia.ergosum@yahoo.com.mx
Universidad Autónoma del Estado de México
México

La responsabilidad social empresarial como estrategia organizacional: un análisis empírico para la región oriente del Estado de México

 **Bernal López, José Luis**

 **Alpuche de la Cruz, Ezequiel**

La responsabilidad social empresarial como estrategia organizacional: un análisis empírico para la región oriente del Estado de México

CIENCIA ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva, vol. 30, núm. 1, 1, 2023

Universidad Autónoma del Estado de México

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10474149001>

DOI: <https://doi.org/10.30878/ces.v30n1a1>

Atribución — Usted debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. SinDerivadas — Si remezcla, transforma o crea a partir del material, no podrá distribuir el material modificado. No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

Ciencias Sociales

La responsabilidad social empresarial como estrategia organizacional: un análisis empírico para la región oriente del Estado de México

Corporate Social Responsibility as an organizational strategy: an empirical analysis for the eastern region of the State of Mexico

José Luis Bernal López

DOI: <https://doi.org/10.30878/ces.v30n1a1>

Tecnológico Nacional de México Unidad Chimalhuacán,
México

joseluisbernal@teschi.edu.mx

 <https://orcid.org/0000-0001-6816-6814>

Ezequiel Alpuche de la Cruz

Tecnológico Nacional de México Unidad Chimalhuacán,
México

ezequielalpuche@teschi.edu.mx

 <https://orcid.org/0000-0001-8805-7703>

Recepción: 15 Junio 2021

Aprobación: 24 Septiembre 2021



Acceso abierto diamante

Resumen

Se muestra que las áreas prioritarias de responsabilidad social empresarial (RSE) en las empresas de la región oriente del Estado de México coinciden con su estrategia de negocios. La información obtenida (encuesta) se analiza mediante correlación canónica no lineal (OVERALS). El estudio se circunscribe a un conjunto de empresas de la región oriente del Estado de México que, sin ser una muestra representativa, resulta significativa para el propósito del artículo. El trabajo es novedoso en el análisis de las empresas de esta región, así como en el método utilizado para el tratamiento estadístico de los datos. El hallazgo central implica que la RSE se utiliza por las empresas de la región como una estrategia de sus modelos de negocios.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial (RSE), estrategia organizacional, región oriente del Estado de México, análisis de correlación canónica no lineal (OVERALS).

Abstract

The objective of the work is to identify the priority areas of corporate social responsibility (CSR) in companies in the eastern region of the State of Mexico. The information obtained from a survey was analyzed using non-linear canonical correlation (OVERALS). The study is limited to a set of companies in the eastern region of the State of Mexico that, without being a representative sample, is significant for our purpose. Work lies in the analysis of the companies in this region, as well as in the method used for the statistical treatment of the data. The central finding of the study would indicate that CSR is used by the companies in the region as a strategy for their models of business.

Keywords: corporate social responsibility (CSR), organizational strategy, eastern region of the State of Mexico, non-linear canonical correlation analysis (OVERALS).

Notas de autor

joseluisbernal@teschi.edu.mx

Introducción

El análisis de las responsabilidades empresariales, así como el orden de prioridad que guardan, ha estado presente en el trabajo de Carroll (1979). Este autor generó lo que se ha llamado *la pirámide de la RSE*, la cual presenta un orden que prioriza las responsabilidades económicas, luego las legales, en seguida las éticas y al final las filantrópicas; dicho modelo ha funcionado como el paradigma dominante. Sin embargo, de acuerdo con Baden (2016) –quien no desconoce que la razón de ser de una empresa es la obtención de beneficios económicos–, en años recientes el orden que las empresas otorgan a estos grupos de responsabilidades ha cambiado de tal forma que las nuevas prioridades serían las éticas, las legales, las económicas y las filantrópicas. En este contexto, el artículo busca identificar si estos cambios han tenido lugar en las áreas prioritarias de responsabilidad social empresarial (RSE) en una muestra de empresas mexicanas. Por razones de cercanía y accesibilidad, se eligieron empresas de la región oriente del Estado de México. De tal forma, el objetivo es mostrar que las áreas prioritarias de RSE en las empresas de la región oriente del Estado de México coinciden con su estrategia de negocios. Para tal fin, se aplicó un cuestionario, adaptado de Baden (2016), a 104 empresas de la región seleccionada. El cuestionario está constituido por cinco apartados que indagan sobre los cuatro grupos de responsabilidades empresariales: filantrópicas, éticas, legales y económicas, así como un apartado final que requiere que establezcan el orden de prioridad asignado a cada uno de estos grupos. La información recabada –con el propósito de establecer la composición de las prioridades en los grupos de acciones de RSE– se analiza mediante la técnica de correlación canónica no lineal (OVERALS).

Los resultados muestran que en el caso de la región oriente del Estado de México, el acento en cuestión de RSE aún se encuentra en las responsabilidades económicas, en seguida las éticas, en tercer lugar aparecen las filantrópicas y al final las legales. Si bien las empresas reconocen la importancia de todos los grupos de la RSE, al parecer las responsabilidades éticas, filantrópicas y legales merecen atención en tanto ayuden a lograr los fines económicos. En su caso, las responsabilidades legales son las que reciben las calificaciones más bajas. De lo anterior, se deriva que la RSE para las empresas de la región está constituida por las responsabilidades éticas, filantrópicas y legales (éstas en particular) las pueden comprometerse con el fin de lograr las económicas.

El trabajo se divide en tres apartados: en el primero se hace un recorrido teórico desde el origen de la RSE hasta los modelos recientes, en específico el de Carroll (1979) y Baden (2016). El segundo apartado consigna cómo la RSE es utilizada como estrategia organizacional y el tercero incluye la metodología, los resultados y la discusión. Para finalizar, se exponen las conclusiones.

1. Revisión de la literatura

1. 1. La responsabilidad social empresarial: génesis y desarrollo

Las iniciativas de RSE en términos teóricos surgieron en la década de 1950 en los Estados Unidos con una agenda principalmente de discusión y debate en los recintos universitarios. Uno de los trabajos pioneros es el de Bowen (1953) que, *prima facie*, aborda las principales responsabilidades del empresario en una sociedad abierta caracterizada por la libre empresa. Un antecedente destacado en los terrenos de la administración está constituido por la escuela de las relaciones humanas liderada por Mayo (1945), cuyo libro *The Social Problems of an Industrial Civilization* se convirtió en piedra angular para el nacimiento de esta escuela: los experimentos que le dieron forma se constituyeron en uno de los primeros eslabones de la responsabilidad social de las empresas no sólo con los trabajadores al interior de los espacios organizacionales sino en su relación con el entorno. Aspectos tan importantes como el bienestar integral del trabajador, así como su inserción social y familiar, se convirtieron en los ejes de acción de un programa que a posteriori pasarían a ocupar centralidad en las agendas académicas y empresariales. Otro antecedente

notable, ahora en la escuela del comportamiento, estuvo representado por los aportes de Simon (1982) con el supuesto de la racionalidad limitada del actor en la toma de decisiones.

Una consideración especial merece el libro *The Functions of the Executive* de Barnard (1938), cuyo argumento central consiste en destacar la importancia de la organización como un sistema cooperativo donde el poder de la comunicación es fundamental. Para Barnard (1938), otro de los requisitos para la buena marcha de la organización es mantener la cohesión y la buena disposición entre los diversos grupos de interés relacionados con la empresa para la estabilidad de la autoridad, además de fomentar el sentido de integridad personal, la dignidad y la elección independiente. Cuando Barnard (1938) alude a la importancia de la comunicación, al sentido de cohesión entre las diversas partes interesadas en la organización, a la integridad personal, a la dignidad del ser humano (autorrespeto) y a la elección independientemente de los participantes que interactúan en los sistemas cooperativos, en realidad se refiere a la búsqueda del bienestar social y de lograr atenuar los complejos problemas sociales. Es posible, en ese sentido, hablar de la filantropía y de la responsabilidad social como una expresión más de las funciones del ejecutivo.

En el pensamiento decimonónico no debemos omitir los aportes hechos por Marx (2014) en *El Capital. La crítica de la economía política*, que es considerado el cimiento del pensamiento social con su encarnizada crítica al sistema económico capitalista de su tiempo. Su argumento central radica en el creciente grado de explotación al que está sujeto el trabajador, quien se ve expoliado de una buena parte del valor producido durante el proceso de trabajo por parte del propietario de los medios de producción. En concordancia con lo anterior:

Así pues, desde el punto de vista social, la clase obrera, aun fuera del proceso directo de trabajo, es pertenencia del capital, ni más ni menos que el instrumento de trabajo muerto. Hasta su propio consumo individual es solamente, dentro de ciertos límites, un elemento del proceso de reproducción del capital. Y el proceso mismo se cuida de que estos instrumentos de producción autoconscientes no huyan, para lo cual hace pasar constantemente su producto de su propio polo al polo contrario, al polo del capital... La apariencia de su ser independiente se mantiene en pie por dos factores: los constantes cambios del señor individual que le paga el salario y la *fictio juris* del contrato (Marx, 2014: 511).

La preocupación en los trabajos de Marx (2014) se centra en las condiciones de vida de la clase trabajadora subsumidas al poder del capital algo que, por lo demás, se ejerce de manera permanente aun fuera de los espacios organizacionales. En ese sentido, la reflexión es en torno a la necesidad de la existencia de una economía más humana donde los conceptos de solidaridad, fraternidad, cooperativismo, autogestión y economía del pueblo se hagan presentes. En estos términos,

Por un lado, habrá economía de solidaridad en la medida que en las diferentes estructuras y organizaciones de la economía global vaya creciendo la presencia de la solidaridad por la acción de los sujetos que la organizan. Por otro lado, identificaremos economía de solidaridad en una parte o sector especial de la economía: en aquellas actividades, empresas y circuitos económicos en que la solidaridad se haya hecho presente de manera intensiva y donde opere como elemento articulador de los procesos de producción, distribución, consumo y acumulación (Razeto, 2007 323).

El pensamiento de avanzada en lo social, político, económico y administrativo incidió en la agenda tanto académica como empresarial en torno a la importancia de la RSE: ésta se vio muy pronto nutrida por los diversos aportes que hicieron no sólo académicos sino hombres de negocios en aras de contribuir a la solución de los variados y complejos problemas sociales. Tanto en lo concerniente a la RSE como en otros temas, de nuevo los ejecutivos reafirmaron tener el control de la empresa, mientras que los accionistas detentan la propiedad (Galbraith, 1984).

En materia de RSE a un nivel teórico, la década de 1970 resultó ser fecunda, pues los aportes de Carroll (1979) se constituyeron en uno de los cimientos de esta perspectiva. Al adoptar los programas de responsabilidad social, las empresas deben hacer ciertos ajustes tanto en sus estructuras como en sus procesos para obtener los resultados deseados compatibles con el modelo de RSE adoptado. Así,

1. Adoptar una definición básica de RSE que pueda identificarse dentro de su negocio;

2. identificar el problema por el cual existía una responsabilidad social (o, en términos modernos, los interesados con los que la empresa tenía una responsabilidad, relación o dependencia); y
3. especifique la filosofía (o estrategia) de la capacidad de respuesta a los problemas (Carroll, 1979: 499).

Para Carroll (1979) la adopción de una definición básica por parte de la empresa es una condición sine qua non sería posible orientar los esfuerzos de la organización para lograr el objetivo trazado. Asimismo, debe identificarse el problema con el cual la empresa desea contribuir en su solución para una efectiva entrega de valor a sus grupos de interés (*stakeholders*) (Freeman, 1984) mediante los mecanismos de gobernanza que mejor se adapten a su realidad corporativa (Williamson, 1989), y de coordinación institucional entre empresas Gandlgruber (2010), además de la formación de hábitos cognitivos que resultan esenciales en el proceso de interacción con el mundo exterior (Hodgson, 2007). La responsabilidad social tiene que ver con hechos y con percepciones; acerca de esto, la sociedad tiene expectativas y una percepción de la empresa en lo concerniente a ella. Por extensión, “la responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de una organización en un momento dado en el tiempo” (Carroll, 1979: 500).

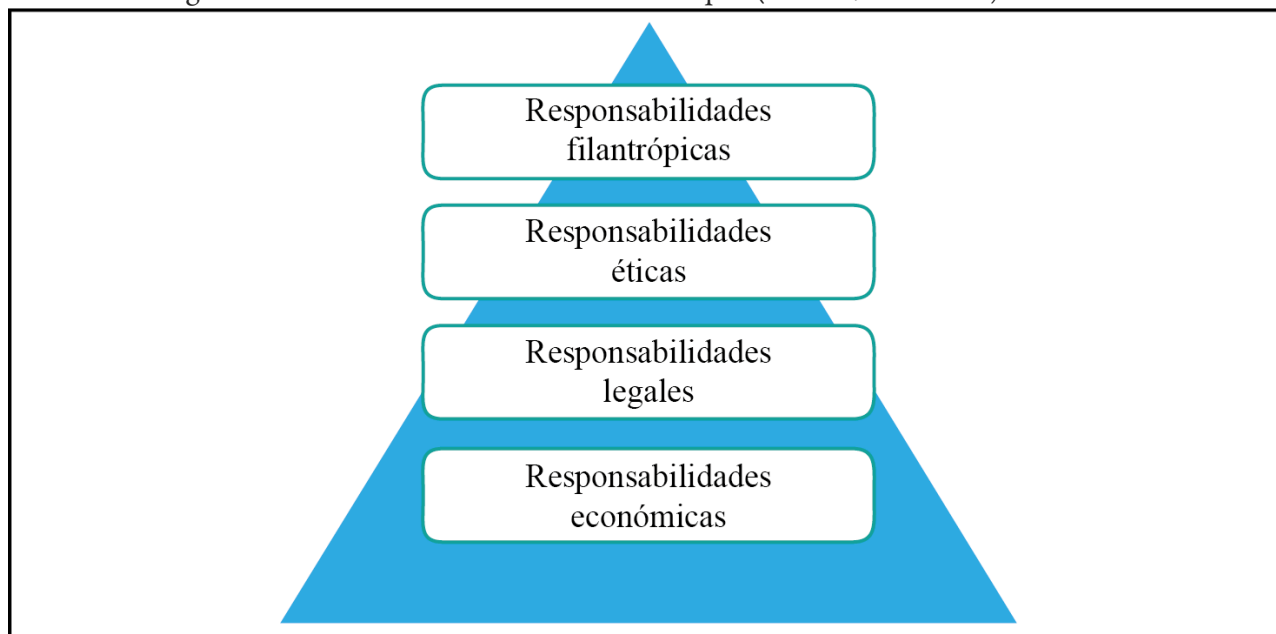


Figura 1

La pirámide de responsabilidad social corporativa de Carroll
Fuente: Carroll, 1979.

La figura 1 muestra la pirámide de la responsabilidad social corporativa (RSC) de Carroll (1979), mejor conocido como el *modelo de Carroll*: en la base de la pirámide se encuentran las responsabilidades económicas (REc), seguida de las responsabilidades legales (RL), posteriormente se ubican las responsabilidades éticas (REt) y por último se presentan las responsabilidades filantrópicas (RF) de la empresa. Se puede observar que las responsabilidades económicas tienen primacía sobre las demás; a pesar de su amplia aceptación, el modelo de Carroll presentaba una debilidad acentuada cuando se trató de aplicar a los países subdesarrollados (en especial de África y América Latina) debido a que su diseño fue pensado para los países desarrollados, en su mayoría de Estados Unidos y de Europa.

Siguiendo el hilo argumental, el modelo de Carroll (1979) recibió críticas porque su aplicación resultaba fallida cuando se trató de aplicar a las empresas en los países en desarrollo. Así, surge el modelo de Visser (2008) de la RSE para los países en desarrollo: su propósito era marcar la diferencia respecto al de Carroll, del que su aplicación se podía verificar en la realidad corporativa de los países avanzados; en contraste, el de Visser estaba dirigido al contexto de los países en desarrollo, cuyos marcos culturales e institucionales resultaban en su totalidad distintos a los de los países industrializados.

La figura 2 ilustra la pirámide de Visser (2008) de la RSE para países en desarrollo, mejor conocido como el *modelo de Visser de RSE*. La evidencia empírica obtenida por este autor revela que en la base de la pirámide se sitúan las responsabilidades económicas como una prueba fehaciente de que las empresas en los países en desarrollo priorizan la obtención de ganancias por encima del resto de las responsabilidades; en segundo lugar, se ubican las responsabilidades filantrópicas, lo que significa que aún las empresas en estos países reconocen la importancia de ayudar a los demás; siguiendo el orden ascendente, le siguen las responsabilidades legales, donde se observa que el cumplimiento de la ley tampoco es una prioridad para las empresas de los países en desarrollo o al menos no es la más importante; por último, las responsabilidades éticas se encuentran en la cúspide de la pirámide, es decir, tienen muy poca o nula importancia de acuerdo con este modelo de RSE para países en desarrollo.

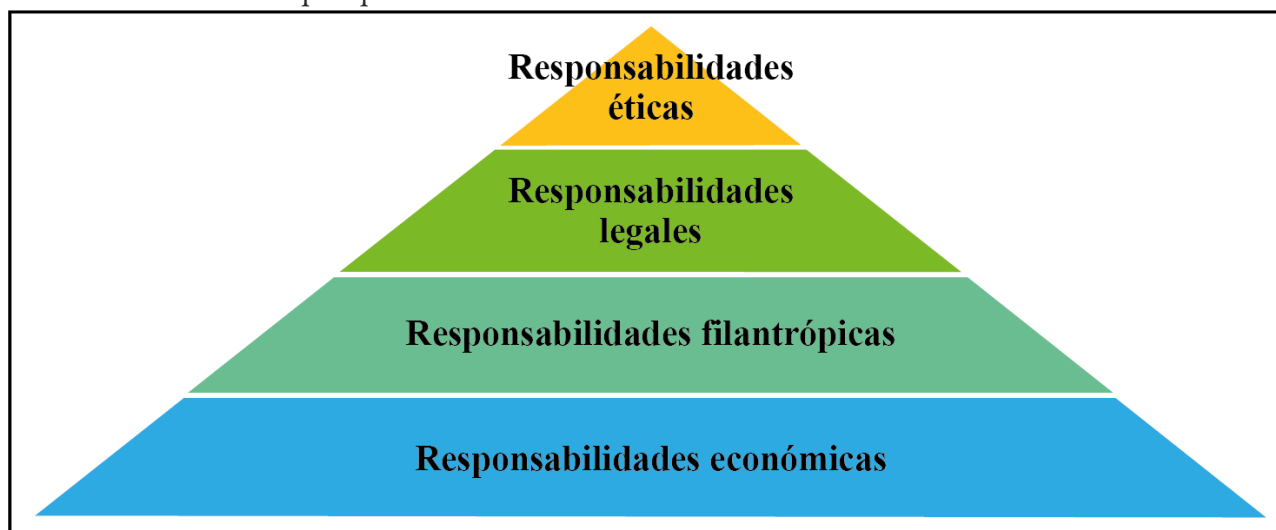


Figura 2
Modelo de Visser de RSE para países en desarrollo
Fuente: Visser (2008).

Ante tal escenario, la disputa por tener un modelo de RSE que explique el comportamiento corporativo en lo concerniente a este tema conduce a debates que invitan a la reflexión acerca de la aplicabilidad de estos modelos en el plano mundial.

En ese estado de cosas, surge el modelo piramidal internacional de la RSE. La figura 3 muestra este modelo propuesto por Masoud (2017), en donde tiene mayor peso la responsabilidad filantrópica,^[1] seguida de las responsabilidades locales. Esta situación tiene implicaciones importantes donde la empresa participa en una agenda tanto local como global en lo concerniente a temas sociales y ambientales, seguido de las responsabilidades legales y éticas, pues un país donde se prioriza la responsabilidad filantrópica es, por definición, un país donde ciudadanos y empresas^[2] se ciñen a la legalidad y se rigen con ética en el ejercicio de sus funciones, además del acto de compartir parte de sus ganancias con las personas necesitadas y por último las responsabilidades económicas que constituyen la base para ejecutar todos los proyectos de la organización, incluidos, desde luego, los de la responsabilidad social.

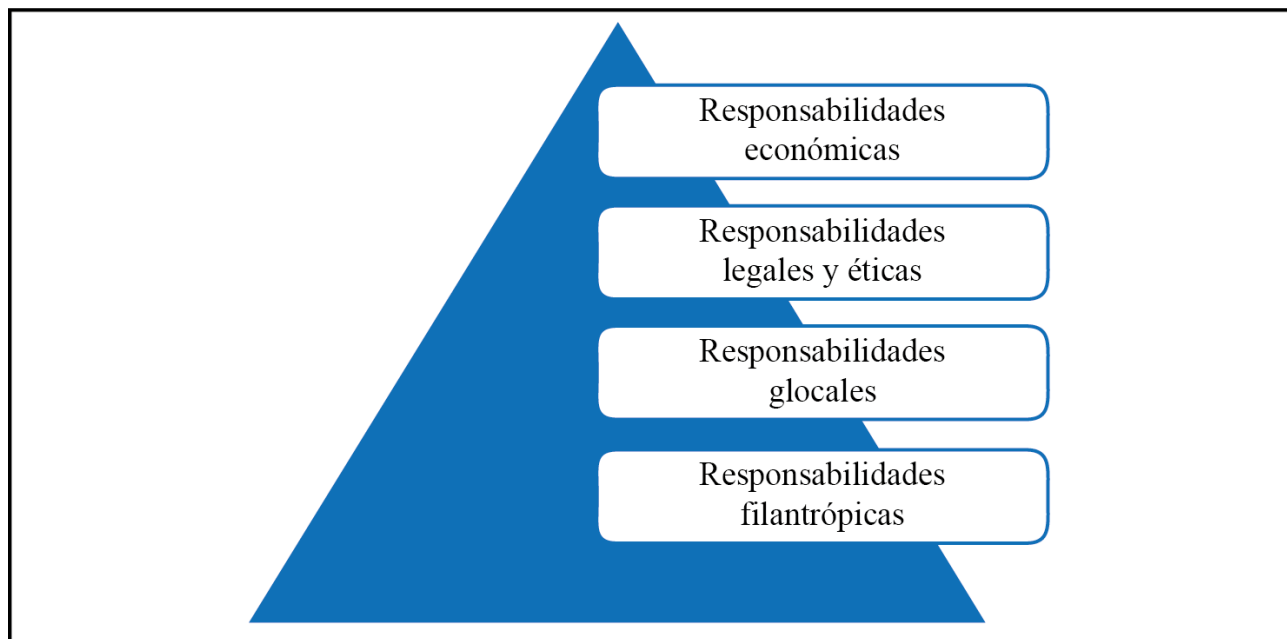


Figura 3
Modelo piramidal internacional de RSE
Fuente: Maosud (2017).

Una empresa socialmente responsable es aquella que crea valor para todos sus grupos de interés: accionistas, directivos, empleados, clientes, proveedores, gobierno, comunidades, y demás grupos interesados en la organización (Jonhson, 1971). En ese sentido, la RSE es el fundamento que permite a la organización compartir una parte de sus ganancias con la sociedad en la que se encuentra inmersa.

El punto de vista crítico es fundamental para un estudio de la RSE debido a que con una mixtura de evidencia anecdótica esos alegatos de decepción extendida van mucho más allá del problema de cabildeo concertado, compañerismo político y corporativo y el uso instrumental de los medios por parte de las “grandes” empresas (Vogel, 1989, como se citó en Laufer, 2003). En otras palabras, muy a menudo se presentan conflictos de intereses entre los funcionarios del gobiernos y los directivos de las corporaciones, en claro detrimento de las actividades de RSE. Por otro lado, de acuerdo con Baden (2016), se ha girado del acento en las económicas hacia los otros grupos. De acuerdo con la figura 4, el orden es el siguiente: éticas, legales, económicas y filantrópicas.

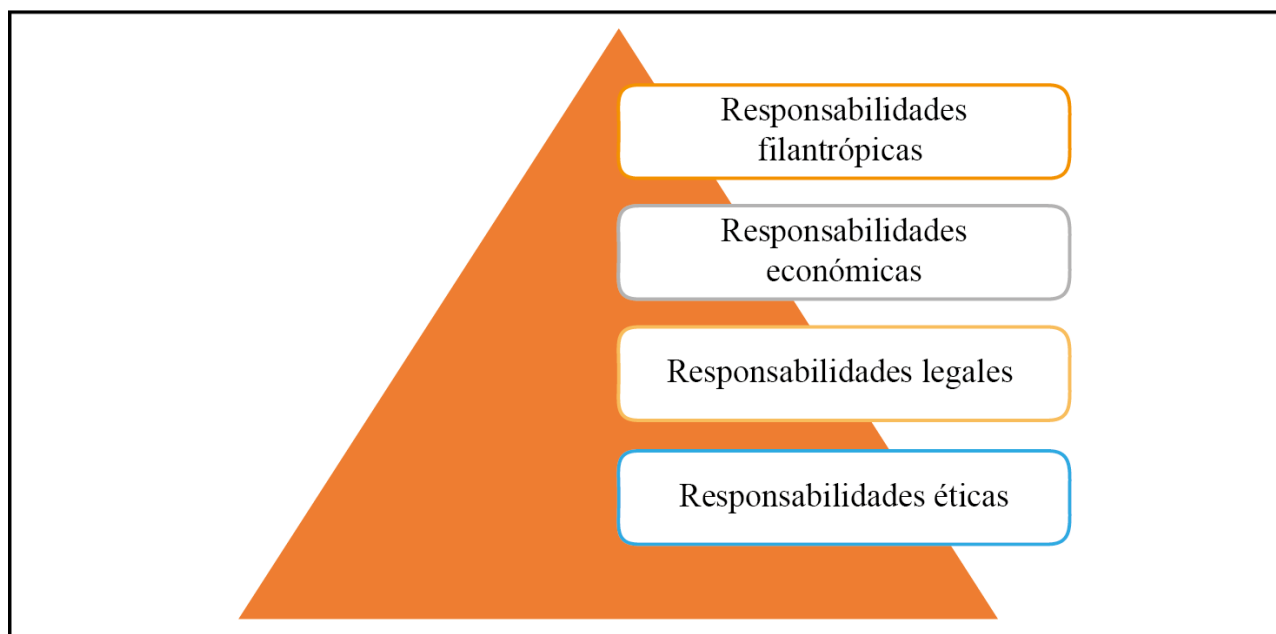


Figura 4
La pirámide reconstruida de Carroll de la RSE
Fuente: Baden (2016).

2. La responsabilidad social empresarial como estrategia organizacional

La RSE en su dimensión teórico-conceptual surgió en la década de 1950 en los Estados Unidos. En los países en desarrollo esta idea empezó a tomar fuerza en la década de 1990 y aún más en la década del 2000. Fue a partir de la existencia de una nueva realidad corporativa y de la configuración de nuevas relaciones entre el sector empresarial, el gobierno y la sociedad civil cuando se fue posicionando la idea de contribuir a la solución de los problemas sociales por parte de las empresas.

En los países en desarrollo, la idea de RSE adopta la forma de una estrategia seguida por las empresas para la consecución de sus objetivos económicos. Las responsabilidades éticas, filantrópicas y legales se convierten en un medio para alcanzar un fin superior: la ganancia. Así, la RSE se convierte en una estrategia en aras de lograr el objetivo último de la empresa: el beneficio económico. En ese sentido, “la estrategia es la guía de acción que se define luego de un cuidadoso análisis del entorno externo e interno de la organización y de la evaluación realista de los recursos y capacidades” (Rivas, 2016: 141).

La figura 5 muestra que la RSE es una de las funciones del empresario en México comprendida dentro de un amplio abanico que también incluye: visión de largo plazo, pensamiento global y acción local, uso racional de la información, gestión tecnológica y búsqueda de nuevos mercados, negociación y cabildeo con las agencias gubernamentales, entre otras.

De acuerdo con Espitia Cubillos (2015), el uso de las estrategias adecuadas en lo concerniente al capital humano puede convertirse en una ventaja competitiva en las organizaciones y en el soporte de progreso de toda empresa basada en el proyecto de RSE. En cuanto a la RSE como estrategia organizacional, vale decir que:



Figura 5

Las funciones del empresario en México

Fuente: elaboración propia.

Es fundamental que las empresas adopten todos los aspectos que contempla la responsabilidad social corporativa para obtener ventajas competitivas en el mercado, lo que se traduce en introducir la RSC en el sistema de gestión y, sobre todo, en la gestión estratégica (Gómez y Martínez, 2016).

Como parte de la gestión estratégica de la empresa, la RSE cubre una agenda enmarcada en la atención y contribución a la solución de los problemas sociales; esto es, poner la atención en los problemas externos debía ser complementado con la atención a los problemas internos de un clima laboral favorable. En sintonía con lo anterior,

“[...] la adopción de este enfoque de RSE tuvo efectos positivos significativos en el clima laboral, es decir, se ha empleado la RSE como una estrategia de competitividad de la empresa” (López, Contreras y Molina, 2011).

El bienestar de los colaboradores en las organizaciones es uno de los capítulos más importantes de la RSE debido a que la empresa no debe ser *candil de la calle y oscuridad de su casa*; esta es la razón primaria por la que la empresa debe velar por el bienestar de sus trabajadores. Continuando el desarrollo argumentativo,

La responsabilidad social se centra en el sujeto, se enmarca en el respeto y la dignificación de las condiciones laborales, en la valoración de las personas y en la potenciación del talento humano, lo que se ve revertido en el incremento de la motivación, el sentido de pertenencia y en la productividad y competitividad de la organización. Estos y otros aspectos hacen parte del bienestar laboral que la empresa debe brindar a sus miembros y que es uno de los vectores de la responsabilidad social (Saldarriaga, 2013).

Por último, la RSE y sus temas concomitantes no son vistos como el mero acto de ayudar a los necesitados en la comunidad o en el país donde la empresa tiene su base de operaciones, sino más bien es una estrategia de la organización (la RSE es un medio) para alcanzar el objetivo superior: la obtención de ganancias. Así, en un estudio realizado en empresas del Valle de Toluca (México) los resultados obtenidos reflejan el poco interés en la RSE (Mercado y García, 2007).

3. Metodología

Con el fin de alcanzar el objetivo marcado, adaptada^[3] de Baden (2016), se aplicó una encuesta^[4] que se basa en la idea original de Carroll de los cuatro grupos de responsabilidades empresariales a 104 empresas de la región oriente del Estado de México, de distinto tamaño y de los sectores manufacturero, servicios profesionales, financieros y comercial. Si bien la muestra no se planeó para ser representativa; en cambio, sí resulta significativa por el número de empresas incluidas en el estudio. El cuestionario incluyó seis apartados: el primero recoge los datos sociodemográficos de la empresa y del informante (colaborador de la organización), el segundo apartado pregunta sobre las responsabilidades filantrópicas de la empresa, el tercero está relacionado con las responsabilidades éticas, el cuarto es referente a las responsabilidades legales, el quinto indaga sobre las responsabilidades económicas y el apartado seis corresponde a una opinión general sobre el orden de importancia que para la empresa guardan los cuatro rubros anteriores.

3. 1. Análisis de los datos

La técnica estadística elegida para analizar los datos recolectados es el análisis de correlación canónica no lineal, la cual resulta adecuada dado que se tienen dos grupos de variables: el orden de importancia de los cuatro grupos de responsabilidades empresariales (variables explicadas), por un lado, y las actividades de la empresa en cada uno de estos cuatro grupos de responsabilidades empresariales (variables explicativas), por el otro. Además, se busca no sólo identificar el orden de importancia que guardan cada uno de estos grupos sino profundizar en las relaciones subyacentes que explican las relaciones entre ambos grupos de variables. De esta forma, siguiendo a Badi *et al.* (2007), el análisis de correlación canónica no lineal es un tipo de análisis estadístico lineal de múltiples variables que fue descrito en sus inicios por Hotelling (1935) (citado en Badi *et al.*, 2007). Al igual que en la regresión, el objetivo de la correlación canónica es cuantificar la validez de la relación, en este caso entre los dos conjuntos de variables (dependiente e independiente). Se asemeja al análisis factorial en la creación de compuestos de variables. También, se parece al análisis discriminante en su capacidad para determinar las dimensiones independientes para cada conjunto de variables que produce la correlación máxima entre las dimensiones.

De esta manera, la correlación canónica identifica la estructura óptima o la dimensionalidad de cada conjunto de variables, que maximiza la relación entre los conjuntos de variables dependientes e independientes. Para este tipo de análisis, siguiendo a Moreno y Trillo (2013), se parte de las matrices X y Y que representan el conjunto de regresores y variables endógenas respectivamente, donde la matriz: $Z = [XY]$, de dimensión $n \times (q + p)$. El análisis de correlación canónica consiste en la construcción de pares sucesivos de variables, que son combinaciones lineales de las originales, de modo que cada uno de ellos represente la mejor explicación de cada conjunto respecto al otro que no haya sido ya obtenido por los pares anteriores, de forma que la correlación entre estas dos variables sea la mayor de entre todas las combinaciones lineales posibles de los dos grupos de variables. Así pues, el problema consiste en la obtención de los vectores de ponderaciones a y b que garanticen que la covarianza entre CCI1 y CCO1 sea la máxima posible y se consiga de la misma manera que la varianza de estas dos nuevas variables sea igual a la unidad para garantizar la homogeneidad en su dispersión respecto a los pares de variables sucesivos.

La siguiente etapa consiste en la construcción de un segundo par de variables CCI2 y CCO2, también de varianza unitaria, el cual experimenta la mayor correlación entre sí de todas las posibles combinaciones lineales que pueden construirse con los dos grupos de variables de partida sin tener en cuenta el par de combinaciones obtenidos en la etapa anterior. Siguiendo a Rodríguez y Moreno (2007), las ponderaciones a y b que garantizan tal circunstancia son las resultantes del segundo mayor valor de λ que cumplen.

Procediendo de esta forma, de acuerdo con Cea (2004), se pueden determinar r pares de variables artificiales, llamadas *variables canónicas* ($r < p$) hasta conseguir que la proporción de las causas comunes entre los grupos de variables (endógenas e influyentes) explicadas por las mismas sea suficientemente grande. En general, lo que se busca es un número reducido de pares de variables con un poder explicativo conjunto que incluya a la mayor parte de las causas comunes a los dos conjuntos de variables de modo que

éstas puedan sustituir a las originales, eliminando los problemas de multicolinealidad entre los regresores, puesto que el procedimiento descrito garantiza que las variables explicativas están todas ellas no correlacionadas entre sí.

3. 2. Resultados

La cohorte incluyó 104 empresas de las cuales cuatro se eliminaron por no tener la información completa. Al final el estudio se llevó a cabo con 100 empresas. Las edades de los informantes fluctúan entre los 19 y los 59 años; 24 años es la edad de mayor frecuencia. Los informantes del género masculino representaron el 59%, mientras que los del género femenino fueron el 41%. El nivel de estudios que manifestaron fue en el 42% de los casos de licenciatura y bachillerato por igual, el 7% dijo haber cursado sólo la secundaria, el 4% tiene otro tipo de estudios y el 1% cuenta con la primaria completa e incompleta. En cuanto a los puestos que ocupan en la empresa los informantes, el 20% dijo ser propietario; el 33% gerentes o supervisores de nivel bajo; 28% gerentes o supervisores de nivel medio; 14% gerentes ejecutivos; 2% presidentes o directores; un 3% no respondió sobre el puesto que desempeña, si bien las responsabilidades que ostentan van desde administradores, auxiliares administrativos, gerentes de diversas áreas hasta supervisores, jefes y encargados.^[5]

Cuadro 1 Estadísticas de fiabilidad filantropía		Cuadro 2 Estadísticas de fiabilidad ética	
Alfa de Cronbach	N de elementos	Alfa de Cronbach	N de elementos
0.902	5	0.708	5
Cuadro 3 Estadísticas de fiabilidad legalidad		Cuadro 4 Estadísticas de fiabilidad prácticas económicas	
Alfa de Cronbach	N de elementos	Alfa de Cronbach	N de elementos
0.739	5	0.791	5

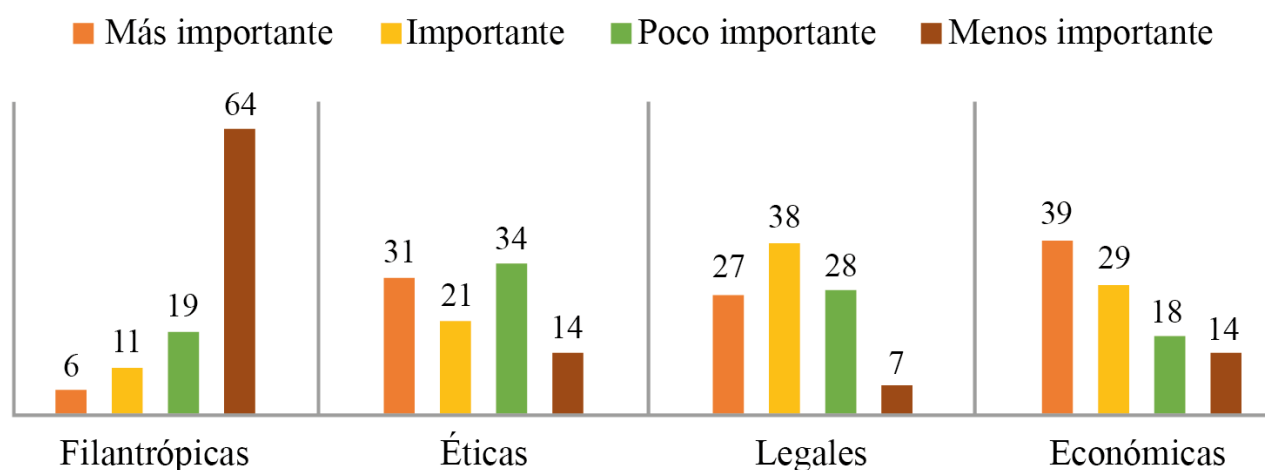
Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

En cuanto a las empresas analizadas, 73% se asienta en los municipios de la zona oriente del Estado de México: 24% en Chimalhuacán, 16% en Texcoco, 14% en Chicoloapan, 6% en Nezahualcóyotl, 4% en Chalco con porcentajes menores en Valle de Chalco, Ixtapaluca, La Paz, Papalotla, Aculco y el restante 27% en diversas alcaldías de la Ciudad de México. En cuanto al ámbito, 51% pertenece al sector comercio; 17%, al ramo manufacturero; 11% a los servicios profesionales; 7%, a los servicios financieros; el 13% a otras actividades. Por su tamaño, las empresas están representadas en un 39% por grandes empresas; el 25% por microempresas; el 21%, por pequeñas empresas; el 13%, por medianas.

Respecto a la confiabilidad del instrumento, se aplicó el estadístico alfa de Cronbach a cada grupo de reactivos que miden los cuatro tipos de responsabilidades. Los resultados se muestran en los cuadros 1 al 4 que muestran que el instrumento es confiable para realizar la tarea para la que fue creado y que es consistente con el reportado por Baden (2016) para cada grupo que fue de 0.85.

3. 3. Orden de importancia de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial

La gráfica 1 muestra que las responsabilidades filantrópicas se consideran las menos relevantes con 64% y sólo 6% considera que sí lo son; en cuanto a las responsabilidades éticas, el 52% las considera importantes o muy importantes, mientras que el 48% las considera poco importantes o las menos importantes; por su parte, las responsabilidades legales recibieron un 65% de valoración entre las más importantes o importantes y el 35% las considera poco importantes o las menos importantes; por último, las responsabilidades económicas son consideradas las más importantes o importantes para la empresa en un 68%, mientras que el 18% las considera poco importantes y el 14% las considera las menos importantes. De tal forma, el orden de prioridad sería el siguiente: a) responsabilidades económicas, b) legales, c) éticas y d) filantrópicas.



Gráfica 1

Porcentaje de valoración que las empresas otorgan a sus grupos de responsabilidades Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

Aunado a lo anterior, se preguntó por la opinión que tienen las empresas en cuanto a si las leyes protegen adecuadamente a la sociedad y al medioambiente de los impactos que producen ellas mismas, así como si las leyes que existen se aplican con eficacia para proteger el bienestar público, mientras que el grupo final de preguntas indaga sobre el orden de importancia que las empresas otorgan a los cuatro grupos de responsabilidades, es decir, a sus responsabilidades filantrópicas, éticas, legales y económicas consideradas en conjunto y comparativamente entre los grupos.

3. 4. El análisis de correlación canónica no lineal

El ajuste del modelo se puede observar en la tabla 1, la cual muestra que el modelo del análisis presenta un buen ajuste.

Tabla 1
Resumen del análisis

	Dimensión				Suma
	1	2	3	4	
Conjunto 1	0.083	0.118	0.187	0.205	0.593
Pérdida Conjunto 2	0.086	0.120	0.186	0.207	0.599
Media	0.084	0.119	0.186	0.206	0.596
Autovalores	0.916	0.881	0.814	0.794	
Ajuste					3.404

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

En la tabla 2 se muestran los resultados del ajuste múltiple. Los números obtenidos indican la contribución de cada variable original al nuevo conjunto de cuatro dimensiones resultantes.

Así también, el nuevo grupo de cuatro dimensiones calculadas se caracterizan por ser adimensionales por presentar una mejor explicación de la mayor parte de las interrelaciones o causas comunes a los dos conjuntos de variables originales de modo que puedan sustituir a las originales eliminando los problemas de multicolinealidad entre los regresores, puesto que el procedimiento garantiza que las variables explicativas están todas ellas incorrelacionadas entre sí.

Tabla 2
Ajuste múltiple

Conjunto	Ajuste múltiple				
	Dimensión				Suma
	1	2	3	4	
Caridada	0.313	0.005	0.037	0.052	0.407
Voluntarias/benéficasa	0.440	0.182	0.046	0.102	0.770
patrocinadores	0.515	0.001	0.159	0.036	0.710
regalar productosa	0.192	0.310	0.383	0.066	0.951
Calidad de vidaa	0.025	0.057	0.169	0.007	0.259
noimpacnegativoa	0.137	0.136	0.034	0.069	0.377
amigamedioambiena	0.009	0.231	0.022	0.035	0.297
buenambtrabaja	0.014	0.407	0.005	0.194	0.619
comercijustoa	0.044	0.156	0.000	0.003	0.203
1 nocomprometidaa	0.002	0.035	0.047	0.008	0.092
cumpleyambiena	0.000	0.017	0.004	0.143	0.163
vendprodlegala	0.003	0.330	0.332	0.004	0.669
saludyseguria	0.028	0.428	0.194	0.130	0.779
pagimptosa	0.005	0.304	0.006	0.003	0.318
respetarleya	0.034	0.001	0.004	0.081	0.120
maxgananciaa	0.785	0.291	0.030	0.049	1.154
competirmdoa	0.263	0.174	0.040	0.983	1.460
eficienciaoperata	0.034	0.658	0.029	0.143	0.864
maxingresosa	0.019	0.377	0.277	0.003	0.677
respfilantropia	0.891	0.036	0.184	0.011	1.122
2 respeticasa	0.029	0.746	0.217	0.132	1.124
resplegalesa	0.280	0.159	0.418	0.060	0.916
respeconomicasa	0.093	0.357	0.005	0.509	0.964

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

4. Discusión

Baden (2016) sostiene la tesis de que la pirámide de responsabilidades empresariales está cambiando y que las responsabilidades económicas no son ya la prioridad de las empresas, sin que éstas dejen de ser su razón de ser. Sin embargo, con los datos recogidos en la muestra para el grupo de empresas de la región oriente del Estado de México no se puede sostener la misma tesis. Los resultados obtenidos a partir de la información recabada parecen mostrar que las responsabilidades económicas resultan ser las que las empresas consideran como las más relevantes, seguidas de las legales, éticas y, por último, las filantrópicas. No obstante, cuando se profundiza en el análisis de cómo las empresas utilizan los cuatro grupos de responsabilidades como herramientas para conseguir su objetivo central (que son las responsabilidades económicas), la importancia que se otorga a los cuatro grupos de responsabilidades presenta las siguientes prioridades para el caso de este artículo..

La primera dimensión que explicaría la variabilidad en el conjunto de respuestas está formada por las responsabilidades filantrópicas asociadas a la maximización de las ganancias para el beneficio de los socios (aspecto económico). Dichas responsabilidades tomarían la forma de patrocinios para actividades artísticas, deportivas o comunitarias, así como de la participación de los directivos en actividades voluntarias y

benéficas y también en la asignación de un porcentaje de las ganancias para actividades de caridad y beneficio a la comunidad (filantropía).

Esto es, la filantropía para las empresas, según los resultados obtenidos, tiene lugar como parte de la maximización de las utilidades y bajo la forma de caridad, actividades voluntarias y patrocinios. De acuerdo con este panorama, se puede inferir que si bien las actividades filantrópicas son de relevancia, a su vez forman parte de los modelos de negocios empresariales, es decir, no son independientes ni se buscan por sí mismas.

La dimensión dos adopta como elemento central a las responsabilidades éticas fuertemente ligadas a mantener un alto nivel en la eficiencia operativa y maximización de ventas e ingresos de la empresa (responsabilidades económicas) bajo la forma de asegurar que las condiciones de trabajo cumplan con los estándares de salud y seguridad (legal) y garanticen un buen ambiente de trabajo para los empleados (responsabilidad ética). Esta segunda dimensión indicaría que la ética empresarial está comprometida con la eficiencia operativa, maximización de ventas e ingresos, además de que es útil en la medida que contribuye a mejorar el ambiente laboral y preservar la salud y la seguridad de los empleados como parte del modelo de negocios empresarial.

De esta forma, la segunda dimensión muestra que cumplir con las responsabilidades éticas para las empresas es una vía para mejorar la eficiencia operativa de la propia empresa: maximizar sus ingresos. Al respecto, las responsabilidades se limitan a mejorar el ambiente de trabajo y a preservar un ambiente laboral que asegure la operación de la empresa y, por lo tanto, mejore las utilidades de la organización.

La dimensión tres incluye como primer elemento a las responsabilidades legales, las cuales básicamente proporcionarían o venderían bienes/servicios que cumplan con los requisitos legales mínimos (responsabilidad legal) asociados también a proporcionar servicios/productos gratuitos a personas necesitadas (filantropía). En este sentido, los aspectos legales, tales como ser respetuoso de la ley, cumplir con todas las leyes y regulaciones ambientales, así como evitar que las normas éticas se comprometan para alcanzar los objetivos comerciales, son dos de los aspectos que menos contribuyen a explicar la variación observada en las respuestas, además de que las empresas consideran que son responsabilidades de menor importancia.

De lo anterior, se desprende que las responsabilidades legales son importantes para las empresas analizadas sólo cuando se trata de vender sus productos/servicios y como un parámetro mínimo para que sus productos/servicios tengan acceso al mercado bajo las condiciones mínimas exigidas. Estos mismos productos/servicios son los que proporcionan a las personas necesitadas en forma gratuita.

El cuarto grupo de dimensiones incluye sólo dos elementos: mantener una fuerte posición competitiva en el mercado y las responsabilidades económicas. Cabe mencionar que en este grupo ninguna de las responsabilidades de los grupos anteriores interviene; en otras palabras, la prioridad está en los aspectos puramente económicos.

En suma, el orden observado tanto en el análisis descriptivo como en el de correlación canónica no lineal indican que en las empresas analizadas las prioridades son las a) responsabilidades económicas, b) responsabilidades legales, c) responsabilidades éticas y d) responsabilidades filantrópicas, es decir, no hay concordancia con los resultados de Baden (2016). En particular, cuando se analizan las respuestas con correlación canónica, se hace evidente que la prioridad para la mayoría de las empresas (en nuestra muestra) son las responsabilidades económicas. En este sentido, la forma de alcanzar este objetivo pasaría (pero sólo como un recurso) por las responsabilidades filantrópicas, éticas y legales jugando el rol de medio para alcanzar el fin último que representan las responsabilidades económicas. Al parecer las éticas y legales son las que presentarían la menor importancia y, por tanto, se podría prescindir de ellas si fuera necesario.

Los modelos de RSE incluyen cuatro grupos de responsabilidades empresariales: filantrópicas, éticas, legales y económicas. Sin desconocer que el objetivo central de una empresa es obtener utilidades, el orden en las prioridades empresariales en años recientes, según Baden (2016), ha girado del acento en las económicas hacia los otros grupos. Así pues, el orden sería: éticas, legales, económicas y filantrópicas. La propuesta de este artículo es mostrar que en el caso de la muestra analizada este cambio no se ha presentado y que la RSE no se encuentra arraigada en la mayoría de las empresas mexicanas; más bien, ésta se ha

utilizado como una herramienta para alcanzar los fines económicos empresariales. Aunado a esto, la pirámide de responsabilidades propuesta no coincide en el orden de prioridad con ninguna de las propuestas analizadas.

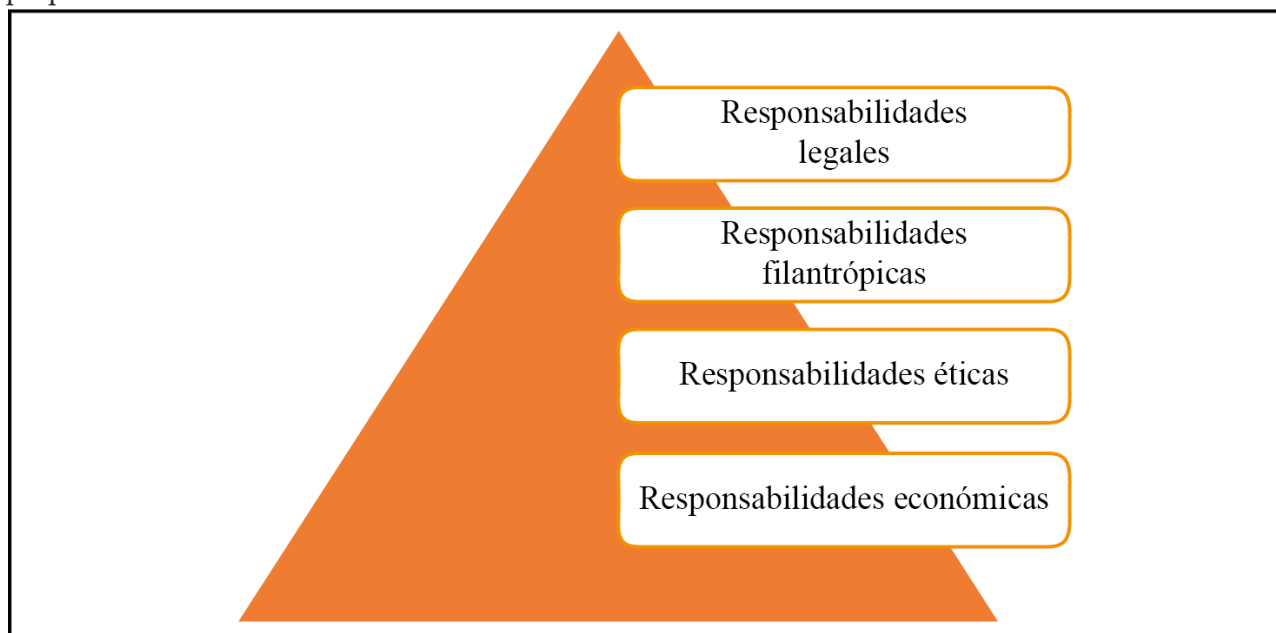


Figura 6

Pirámide de RSE: una propuesta para la región oriente del Estado de México Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta.

Prospectiva

De acuerdo con Baden (2016), el orden de prioridad de las responsabilidades empresariales respecto a la sociedad ha sufrido modificaciones, pues se ha dejado de priorizar a las responsabilidades económicas para centrarse en los otros grupos; de este modo, el nuevo orden sería el siguiente: éticas, legales, económicas y filantrópicas.^[6] Sin embargo, los resultados de este artículo muestran que si bien las unidades económicas analizadas han interiorizado la RSE al grado de considerarlas como parte de sus políticas empresariales, el cambio que apunta Baden (2016) no ha ocurrido en las empresas de la muestra analizada donde las responsabilidades económicas prevalecen sobre el resto. Por ello, sería primordial continuar observando el comportamiento de las empresas de la región respecto a la RSE y la forma en cómo las responsabilidades asociadas evolucionan para mostrar mayor compromiso con la sociedad donde operan y donde se encuentran inmersas o, por el contrario, mantienen su enfoque hacia la obtención de rendimientos económicos sin mayores compromisos con la sociedad.

Conclusiones

El análisis descriptivo de los datos recolectados muestra de forma clara que las responsabilidades económicas siguen teniendo prioridad sobre cualquiera otra. Si bien las empresas consideran relevantes sus otros grupos de responsabilidades, siguen teniendo un papel secundario al momento de determinar sus prioridades, lo cual, de manera ilustrativa, se muestra en la figura 6. En relación con lo anterior, si bien la estadística descriptiva no ubica en el último lugar a las responsabilidades legales, cuando se realiza el análisis de correlación canónica, ésta obtiene los menores puntajes, por lo que se considera la de menor importancia.

Un análisis a fondo de las respuestas vertidas muestra que en realidad las actividades de filantropía, la ética en los negocios e incluso las responsabilidades legales empresariales son trascendentales sólo cuando se convierten en herramientas para alcanzar los objetivos económicos buscados. Dicho de otro modo, los

datos muestran que la RSE en la mayor parte de las empresas de nuestro país aún es vista sólo como parte de sus modelos de negocios.

Más aún, de acuerdo con las respuestas vertidas, las responsabilidades éticas, filantrópicas y legales no sólo presentaron las menores calificaciones en el orden de importancia, sino que son prescindibles y se pueden dejar de lado si se opusieran a los fines económicos. Las responsabilidades legales en particular parecen tener importancia marginal (de acuerdo con el análisis estadístico resultaron con los pesos menores); es decir, pudieran ser las primeras en ser comprometidas si resultaran en obstáculos para la obtención de beneficios empresariales.

Agradecimientos

Agradecemos a los árbitros anónimos por el tiempo que dedicaron a la revisión y observaciones derivadas, las cuales permitieron mejorar de manera significativa el artículo.

Referencias

- Baden, D. (2016). A reconstruction of Carroll's pyramid of corporate social responsibility for the 21st. Century. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1-15. <https://doi.org/10.1186/s40991-016-0008-2>
- Badi, M., Castillo, J., Cortez, K., Wong, A., & Villalpando, P. (2007). Análisis de correlación canónica (ACC) e investigación científica. *Innovaciones de negocios*, 4(2), 405-422. <https://doi.org/10.1016/j.ijchp.2019.11.001>
- Barnard, C. (1938). *The Functions of Executive*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of Businessman*. New York: Harper.
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505.
- Cea, M. (2004). *Análisis multivariable. Teoría y practica en la investigacion social*. Madrid: Sintesis.
- Espitia Cubillos, A. A. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas. Ingeniería Industrial. *Actualidad y Nuevas Tendencias*, 4(14) 75-84.
- Freeman, R. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Galbraith, J. (1984). *El nuevo estado industrial*. Madrid: Sarpe.
- Gandlgruber, B. (2010). *Instituciones, coordinación y empresas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa/Anthropos.
- Gómez, B. y Martínez, R. (2016). Responsabilidad social corporativa: de concepto abstracto a elemento clave en la estrategia empresarial. *Poliantea*, 12(22), 1-15. <https://doi.org/10.15765/plnt.v12i22.843>
- Hodgson, G. F. (2007). *Economía institucional y evolutiva contemporánea*. Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa/Anthropos.
- Jonhson, H. L. (1971). *Business in contemporary Society: Framework and issues*. Belmont: Wadsworth Publishing.
- Laufer, W. S. (2003). Social Accountability and Corporate Greenwashing. *Journal of Business Ethics*, 253-261. <https://doi.org/10.1023/A:1022962719299>
- López, A., Contreras, R. y Molina, R. (2011). La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario. *Cuadernos de Administración*, 261-283.
- Marx, K. (2014). *El Capital: crítica de la economía política. Libro primero. El proceso de producción del capital* (cuarta edición). Tomo I. Volumen III. México: Fondo de Cultura Económica.
- Masoud, N. (2017). How to win the battles of ideas in Corporate Social Responsibility the International Pyramid Model of CSR. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1-22.
- Mayo, E. (1945). *The Social Problems of a an Industrial Civilization*. Cambridge: Harvard University Press.
- Mercado, P. y García, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. *Estudios Gerenciales*, 119-135.
- Moreno, S. A. y Trillo, D. (2013). *El análisis de correlación canónica como instrumento para la evaluación de la eficiencia*. Disponible en <https://eprints.ucm.es/id/eprint/6743/1/0121.pdf>, 1-22.

- Razeto, L. (2007). La economía de la solidaridad: concepto, realidad y proyecto, en Coragio J. L. (comp.). *La economía social desde la periferia. Contribuciones latinoamericanas*. Buenos Aires: Universidad Nacional General Sarmiento/Altamira.
- Rivas, T. L. (2016). *Dirección Estratégica: proceso de la organización en el siglo XXI*. México: Trillas.
- Rodríguez, M. y Moreno, E. (2007). Correlación y regresión, en R. Landero y M. González, *Estadística con SPSS y metodología de la investigación* (págs. 335-372). México: Trillas.
- Saldarriaga, J. G. (2013). Responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana. *Estudios Gerenciales*, 110-117.
- Simon, H. A. (1982). *El comportamiento administrativo: estudio de los procesos de adopción de decisiones en la organización administrativa*. Buenos Aires: Aguilar.
- Visser, W. (2008). Corporate Social Responsibility in Developing Countries. In M. McWilliams, Moon y Siegel (eds.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press.
- Williamson, O. (1989). *Las instituciones económicas del capitalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Notas

[1] El propio autor del modelo piramidal internacional reconoce que sin la existencia de las responsabilidades económicas no existirían las demás. Así, las responsabilidades filantrópicas, legales, éticas y locales presentan flexibilidad en el sentido de que pueden cambiar de posición en función del contexto del país en cuestión. La única responsabilidad que no tiene esta característica es la económica.

[2] Surge el concepto de *ciudadanía corporativa*, donde la empresa es una entidad que cumple con la ley y acepta su responsabilidad en contribuir a la solución de los problemas sociales.

[3] Traducción libre de la encuesta de Baden (2016: 15).

[4] La encuesta se aplicó del 17 al 21 de febrero de 2020. Los encuestadores acudieron directamente a las 104 empresas y aplicaron el cuestionario *in situ* a los encargados dispuestos a responder o se les solicitó que después regresaran. El cuestionario se divide en seis apartados: el primero recoge los datos de la empresa y del encuestado utilizando una escala nominal; el segundo pregunta sobre las responsabilidades filantrópicas de la empresa (cinco preguntas) en escala de Likert (1 = nada importante, hasta 5 = muy importante); el apartado tres está relacionado con las responsabilidades éticas de la empresa (cinco preguntas) en escala de Likert (1 = nada importante, hasta 5 = muy importante); el cuarto es referente a las responsabilidades legales de la empresa (cinco preguntas) en escala de Likert (1 = nada importante, hasta 5 = muy importante); el apartado cinco indaga sobre las responsabilidades económicas de la empresa (cinco preguntas) en escala de Likert (1 = nada importante, hasta 5 = muy importante) y el apartado seis solicita que se ordene por importancia cada uno de los grupos de responsabilidades anteriores (cuatro preguntas en escala ordinal).

[5] La composición de la muestra de respondientes podría resultar en una limitante para el estudio. Sin embargo, para nuestro propósito, dado que las preguntas no indagan sobre las estrategias empresariales (determinadas por la alta dirección), sino su aplicación en su forma de responsabilidades empresariales que justo están a cargo de las personas encuestadas, la composición presentada es suficiente.

[6] Las empresas analizadas por Baden (2016) corresponden a dos cohortes que incluyen empresas de Inglaterra, India, Estados Unidos, Chipre, Austria, España, Italia, Alemania, Suecia, China, Bulgaria, Turquía y Rusia.

Enlace alternativo

<https://cienciaergosum.uaemex.mx/article/view/16596> (html)