

Universidad Autónoma de Chiapas

Facultad de Ciencias Administrativas
Campus VIII-Comitán



XX Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e Investigación en Ciencias Económico Administrativas

ECOMOBILIARIO: IMPORTANCIA DE UNA E.S.R.

Dra. Gabriela Duran Flores¹,

Dra. Ana Gabriela Ramos Morales², Mtro. Francisco Javier Cordero Fernández³

UNACH, México

Formación Integral de los Alumnos

Resumen

En algún tiempo del mundo empresarial, se prestaba poca atención a temas que hoy por hoy son importantes en todos los ámbitos que nos rodean, uno de estos temas que conforme han pasado los años ha incrementado su auge es: la responsabilidad social de las corporaciones; por ahí de la década de los 60's los activistas sociales comenzaron a cuestionarse sobre el principal objetivo de las organizaciones, el cual era obtener ganancias sin importar nada más, sin tomar en cuenta a la masas menores o a las mujeres por ejemplo. ¿Eran irresponsables las grandes corporaciones porque discriminaban a las minorías y a las mujeres?

El presente trabajo de investigación consiste en el análisis de la importancia de la Responsabilidad Social en el ámbito empresarial y así desarrollar una propuesta de Empresa Socialmente Responsable que coadyuve al crecimiento económico y social de la ciudad de Comitán de Domínguez, con el único fin de mejorar la calidad de vida.

Palabras clave: responsabilidad empresarial, sociedad, corporaciones, calidad de vida.

¹ La **Dra. Gabriela Duran Flores** es profesora de Administración en la Facultad de Ciencias Administrativas, Campus Universitario VIII en la Universidad Autónoma de Chiapas, Comitán de Domínguez, Chiapas, México. 9636359988 gaby.academico@hotmail.com

² La **Dra. Ana Gabriela Ramos Morales** es profesora de Administración en la Facultad de Ciencias Administrativas, Campus Universitario VIII en la Universidad Autónoma de Chiapas, Comitán de Domínguez, Chiapas, México. 9631028138 anagaby123_unach@hotmail.com

³ El **Mtro. Francisco Javier Cordero Fernández** es profesor de la Facultad de Humanidades, Campus Universitario VI en la Universidad Autónoma de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México fcorderof@gmail.com

ECOMOBILIARIO: IMPORTANCIA DE UNA E.S.R.

Índice

Resumen.....	1
INTRODUCCIÓN	3
I. MARCO TEÓRICO	4
II. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	7
1. Delimitación Espacial.....	7
2. Problema.....	8
3. Referente Académico	8
4. Objetivo General	9
5. Objetivos Específicos	9
6. Beneficiarios	9
7. Productos Finales.....	9
III. RESULTADOS.....	10
IV. CONCLUSIÓN.....	12
REFERENCIAS.....	13

INTRODUCCIÓN

Los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial responden a principios empresariales universales, y es el conocimiento y la profundización continua de esos principios lo que asegura su implementación exitosa:

- Respeto a la dignidad de la persona
- Honestidad y legalidad.
- Prevención de negocios ilícitos
- Responsabilidad
- Empleo digno.
- Justicia y equidad.
- Vinculación con la comunidad.
- Confianza
- Solidaridad.
- Empresarialidad.
- Transparencia.
- Ética en los negocios
- Contribución al bien común
- Desarrollo Social.

Con base a lo anterior, una empresa socialmente responsable es aquella que asume la ciudadanía como parte de sus propositivos, fundamentando su visión y su compromiso social en principios y acciones que benefician a su negocio e impactando positivamente a las comunidades en las que opera. Estableciendo, también, a partir de estos principios, compromisos para minimizar los impactos negativos de sus actividades, basados en una abierta y constante comunicación con sus grupos de interés.

Podemos decir, entonces, que la Responsabilidad Social Empresarial se refiere también a la actitud y al conocimiento de una empresa encaminada a mantener el equilibrio entre el desarrollo de la sociedad, un entorno sustentable, y la viabilidad comercial y económica de ella misma.

Mientras que el desarrollo económico y social continua mejorando las vidas de algunos en nuestro país, todavía hay trabajo considerable que hacer para alcanzar condiciones favorables en los ámbitos económico, social y ambiental que benefician a toda la sociedad. Con la privatización aumentando a través de todo el hemisferio la potencia y la influencia de las empresas continúan

creciendo y es cada vez más evidente que la construcción de una sociedad más justa y una economía más sostenible depende, en gran parte de influencia a la comunidad de negocios para poner en ejecución que permitan alcanzar estas metas. (Cajiga, S.F.)

“La Responsabilidad Social Empresarial es hoy un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas empresas que desde hoy incorporen o refuercen sus acciones de responsabilidad social lo harán a su propio ritmo y de acuerdo a sus posibilidades; mañana tendrán la exigencia del entorno”. (Fernández, 2009, p.267)

Es al mismo tiempo, un imperativo para los negocios y una ventaja competitiva. Actualmente se considera que los pilares de una estrategia exitosa de negocios son, capital adecuado, buena gerencia, producto y servicios de calidad, dominio de la tecnología, servicio al cliente y una estrategia integral de responsabilidad social. Todos estos pilares están ligados entre si y son interdependientes”. (CEMEFI, 2014)

De esta forma se da por entendido que la responsabilidad empresarial no es algo ajeno o añadido a la función original de la empresa. Por el contrario, implica cumplir con ella con la conciencia de que esto impactara de forma positiva o negativa, directa o indirectamente, interna o externamente, a grupos y comunidades vinculadas con su operación. Es la capacidad de responder a estos desafíos buscando maximizar los impactos positivos o minimizar los negativos, haciendo mejores negocios al atender estas expectativas. (CEMEFI, 2014). (Cajiga, S.F.)

I. MARCO TEÓRICO

Al ser ejercida, la Responsabilidad Social Empresarial modifica el papel social y ético de la empresa, según las necesidades, el contexto propio de cada empresa, y según los requerimientos de cada sociedad. La RSE brinda beneficios reales y tangibles para la empresa, que pueden medirse de diferentes maneras, basándose en información cuantitativa y cualitativa. Entre ellos están:

- Lealtad. Mejoramiento de las relaciones con vecinos y autoridades.
- Contribución al desarrollo de las comunidades y al bien común.
- Aumento de la visibilidad entre la comunidad empresarial.

- Acceso a capital, al incrementar el valor de sus inversiones y su rentabilidad a largo plazo.
- Decisiones de negocios mejor informadas.
- Aumento en la capacidad para recibir apoyos financieros.
- Mejoramiento en el desempeño financiero, se reducen costos operativos optimizando esfuerzos y se hace más eficiente el uso de los recursos enfocándolos al desarrollo sustentable.
- Mejora de la imagen corporativa y fortalecimiento de la reputación de la empresa y sus marcas.
- Incremento en las ventas, se refuerza la lealtad del consumidor.
- Incremento en la productividad y en la calidad.
- Mejoramiento en las habilidades para atraer y retener empleados, se genera lealtad y sentido de pertenencia entre el personal.
- Se promueve y se hace más eficiente el trabajo en equipo.

Las compañías líderes en el mundo han incorporado la Responsabilidad Social Empresarial a su estrategia de negocios como elementos diferenciados y como ventaja competitiva, con resultados financieros positivo. Cada vez más estudios, realizados en distintas partes del mundo, comprueban la correlación positiva entre los resultados económicos y financieros y el comportamiento socialmente responsable de la empresa. La opinión pública espera hoy que la empresa sea parte de un cambio positivo en la sociedad, contribuyendo de manera sustentable al desarrollo de las comunidades.

La adopción de la Responsabilidad Social Empresarial no siempre resulta fácil. Es un camino que implica decisiones de liderazgo en la empresa para superar problemas como la baja cultura cívica, la corrupción, los insuficientes marcos legales, las formas autoritarias de ejercer el liderazgo y otros que han impedido a la empresa desarrollarse cabalmente como ciudadano responsable, por lo que identificamos compromisos de acción básicos:

1. Buscar la sustentabilidad de la empresa, contribuyendo al desarrollo y bienestar social de las comunidades en las que opera.
2. Considerar las necesidades del entorno social del negocio en la toma de decisiones y en la definición de las estrategias de la empresa, así como colaborar en su solución.
3. Hacer públicos sus compromisos con la sociedad y medir los logros alcanzados.

4. Vivir conforme a esquemas de liderazgos participativos, solidarios, de servicio y respetuosos de la dignidad humana, actuando con base en un código de ética.
5. Fomentar el desarrollo humano y profesional de la comunidad laboral de la empresa y sus familias.
6. Apoyar alguna causa social afín a la actividad que desarrolle la empresa como parte de su estrategia de negocios.
7. Respetar, preservar y regenerar el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación, comercialización y actividades que realice.
8. Invertir todo el tiempo, talento y recursos empresariales que estén disponibles a favor de los grupos y comunidades en las que opera y de las causas sociales que ha decidido apoyar.
9. Participar en alianzas intersectoriales que, en conjunto con las organizaciones de la sociedad civil y el gobierno, le permitan contribuir corresponsablemente al bien común y atender las necesidades sociales de mayor importancia.
10. Motivar y apoyar al personal, accionistas y proveedores para que participen en los programas empresariales de inversión y desarrollo social. (Cajiga, S.F.)

El desarrollo económico y social mejora las condiciones de vida de las comunidades. En el caso de México, es claro que aún existen innumerables asuntos por resolver para construir un entorno que ofrezca a toda la sociedad los satisfactores que necesita. Al ser el proceso de globalización una realidad en el mundo, las comunidades de negocios disfrutan, día con día, de mayor influencia, y sus aportes son cada vez más significativos en la construcción de una sociedad más justa y de una economía con crecimiento sostenimiento que permita aminorar y erradicar la miseria y la pobreza que enfrenta un importante segmento de la población.

Eco negocios tienen algunas características importantes, entre las que cabe mencionar que producen igual o mayor riqueza con menos desperdicios y son de bajo riesgo a futuro: Generan empleo local y dejan riqueza en el lugar de su ubicación, al menos en parte; manejan mejor los recursos escasos y reponen los deteriorados; generan mayor valor en la empresa para aumentar su competitividad y para orientarse a mercados “verdes”, previenen los impactos negativos en lugar que tenerlos que remediar.

Las líneas de acción son las siguientes: Turismo sostenible, acuicultura de especies nativas, producción y comercialización de productos agrícolas orgánicos certificados, producción y transformación de productos maderables y no maderables provenientes de bosques manejados, sistemas agroforestales y reforestación con especies nativas, procesos de producción limpios, uso de energía renovables y limpias, promoción de certificación ecológica, forestal y de comercio justo y desarrollo de mercados locales para productos orgánicos o ecológicos, mecanismos de pago por servicios ambientales tales como la captura de carbono y certificación de reducción de emisiones (CER) y otros innovadores. (Responsabilidad Social Empresarial, 2016)

II. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación se realizó mediante la metodología lógica inductiva, porque utiliza un razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta.

Inducción Completa. Se aporta una conclusión con base al estudio realizado de todos los elementos que forman el objeto de investigación, es decir, se podrá realizar únicamente si se conocen con exactitud los elementos que forman el objeto de estudio y además, cuando sabemos que el conocimiento generalizado pertenece a cada uno de los elementos del objeto de investigación. Las demostraciones complejas son formas de razonamiento inductivo, solo que en ellas se toman muestras que poco a poco se van articulando hasta lograr el estudio por inducción completa.

Inducción Incompleta. En este caso, los elementos del objeto de investigación no pueden ser numerados y estudiados en su totalidad, obligando a realizar un estudio mediante el muestreo, realizando en este caso una toma de muestra representativa, con base a la cual se podrán generalizar los elementos. (Carvajal, 2013)

Además, se utilizó el método de análisis para una comprensión completa de todos los conceptos e ideas.

1. Delimitación Espacial

Lugar y/o localidad: Comitán de Domínguez, Chiapas.

Empresa en donde se desarrollará el Proyecto: ECOMOBILIARIO.

2. Problema

La responsabilidad social y sus actividades tienen que ser voluntarias e ir más allá de las obligaciones legales, pero en armonía con la ley. Es decir, la responsabilidad social exige el respeto de los valores universalmente reconocidos y del marco legal existente. Con lo que, además, la empresa puede contribuir al desarrollo del país al maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales de sus actividades principales; realizar inversiones sociales y filantropía estratégica e involucrarse en el debate de políticas públicas a nivel local, nacional e internacional, entre otras muchas acciones.

La responsabilidad social no debe confundirse con prácticas de filantropía, éticas o ambientales exclusivamente, ni con cualquier otra actividad adicional al propósito de la empresa. Su implementación conlleva actividades de medición y reporte de sus impactos y su relación con el desempeño de la organización, por lo que exige de la empresa rendiciones de cuenta y transparencia. (Cajiga, S.F.)

En la ciudad de Comitán de Domínguez, son pocas las empresas que implementan algún proyecto de responsabilidad social, ya que en la diversidad empresarial de la localidad predominan en su mayoría las pequeñas y medianas empresas, las cuales aún no ponen en práctica temas modernizados, es decir, continúan trabajando de una manera muy empírica.

3. Referente Académico

Los principales fundamentos teóricos de esta investigación están directamente enfocados a los contenidos temáticos de la Carrera de Licenciados en Administración; en las asignaturas de:

- Sociedad Actual
- Estructuras Administrativas
- Desarrollo Sostenible
- Formación de emprendedores
- Humanística

4. Objetivo General

Desarrollar una propuesta de empresa socialmente responsable que coadyuve al crecimiento económico y al bienestar social de la localidad de Comitán de Domínguez, Chiapas; la cual pretende fabricar productos diferentes, originales y ecológicos, productos para la decoración del hogar, oficina o negocio dentro de la cultura del diseño sostenible.

5. Objetivos Específicos

- Crear una empresa que se distinga del resto de las ya existentes en la localidad.
- Mejorar el medio ambiente, mediante la fabricación de muebles ecológicos.
- Proporcionar calidad de vida a las personas que integran dicha empresa.
- Brindar beneficios a la comunidad de la región.

6. Beneficiarios

Con la realización de esta investigación, se pretende la creación e implementación de una Empresa Socialmente Responsable con el objetivo de ofrecer un valor añadido en comparación con otras empresas, logrando beneficiarse de manera directa ya que sería una organización competitiva, y, que mediante sus procesos de producción brinde beneficios a la sociedad en general, al medio ambiente y al crecimiento económico de la localidad; del mismo modo se benefician los estudiantes de la Licenciatura en Administración para su formación y su titulación a través de proyectos de tesis.

7. Productos Finales

Académico.- Proyecto de investigación para la realización de Tesis para Titulación de Licenciatura.

Social.- Mejorar el entorno social, económico y ecológico de la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas.

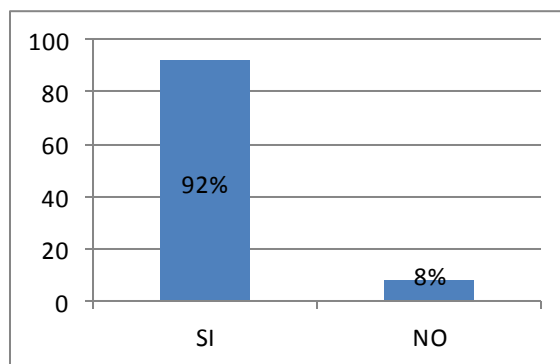
Productivo.- El desarrollo de la propuesta empresarial para ECOMOBILIARIO.

III. RESULTADOS

¿Por qué Eco Mobiliario es una buena idea de negocio?

La propuesta empresarial Eco Mobiliario se sustenta en el deseo y la necesidad de la comunidad local por contar con productos innovadores y de estilo que decoren de manera jovial, elegante y contemporánea los espacios del hogar, oficinas y negocios, pero que al mismo tiempo cuiden el medio ambiente, esto se justifica con las siguientes gráficas:

Gráfica 1.

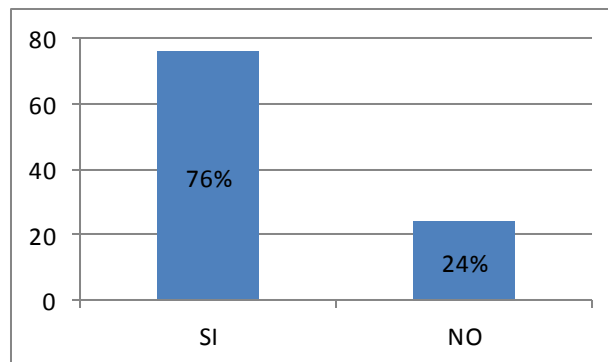


¿Te interesaría el cuidado del medio ambiente?

Durán, G. Ramos, A., Cordero. F.

En los resultados que se obtuvieron pudimos notar que el 92% de las personas encuestadas les importa y están interesadas en el medio ambiente, lo que lleva a pensar que el producto tiene esta ventaja y compromiso a la vez.

Grafica 2.

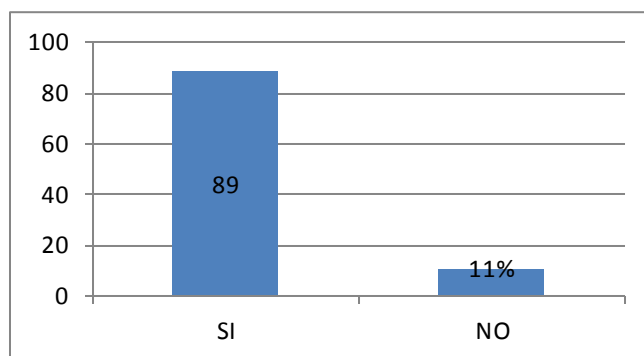


¿Compraría muebles ecológicos con diseños exclusivos y elaborados con neumáticos?

Durán, G. Ramos, A., Cordero. F.

Basado en la encuesta en Comitán la mayoría de las personas aceptaría la compra de productos elaborados con neumáticos.

Grafica 3.



*¿Decorarías tu casa con muebles ecológicos?
Durán, G. Ramos, A., Cordero. F.*

En Comitán de Domínguez, Chiapas, el 89% de personas entrevistadas con motivo al trabajo de investigación decorarían sus hogares, oficinas y negocios con muebles ecológicos.

Como se puede observar, básicamente el propósito de Eco Mobiliario es ayudar a la conservación del medio ambiente evitando que se quemen llantas y contamine más el medio ambiente, además de poder generar un negocio en donde se generen fuentes de trabajo, se obtengan ganancias y se participe de la actividad económica de Comitán de Domínguez, Chiapas, proponiendo precios accesibles para que cualquier persona pueda obtenerlos y de esa manera contribuir a la economía de las familias y empresarios comitecos.

Como resultados del trabajo de investigación ECOMOBILIARIO pretende contribuir a resolver el problema de desequilibrio ecológico en la región, por ello, se propone un logotipo y una etiqueta que haga referencia a ese problema y sea motivador para quien decida adquirir este tipo de mobiliario.

Figura 3.



*Propuesta del logotipo en el cual se muestra el compromiso con el medio ambiente y la sociedad
Durán, G. Ramos, A., Cordero. F.*

La propuesta de logotipo fue diseñado con el objetivo de representar a la naturaleza garantizando la producción de un producto hecho de neumáticos y que ha cumplido con los procedimientos destinados a garantizar una gestión sostenible en el tema de reciclado.

Figura 4.



*Propuesta de etiqueta, la hoja representa la naturaleza
Durán, G. Ramos, A., Cordero. F.*

Respeto a su entorno, los recursos y el medio ambiente para el presente y las generaciones futuras, uno de los grandes retos de la empresa es combinar la generación de riqueza y la preservación del medio ambiente. Estas prácticas demuestran como la empresa respeta el medio ambiente, promueve la optimización de recursos, prevé la generación de desperdicios y desarrollo procesos de reciclaje o reaprovechamiento de recursos o incorporación de sus productos y procesos a los ciclos naturales.

La empresa debe considerar los factores ambientales como un elemento importante en su toma de decisiones, y reflejar claramente su liderazgo alcanzando la máxima calidad en su manejo y en su relación con el entorno. El medio ambiente es todo lo que rodea a los seres vivos, está conformado por elementos biofísicos (suelo, agua, clima, atmósfera, plantas, animales y microorganismos), y componente sociales derivados de las relaciones entre la cultura, la ideología y la economía.

IV. CONCLUSIÓN

En la actualidad es de vital importancia y de manera necesaria que toda empresa realice su mejor esfuerzo para unirse al conjunto de organizaciones que en tendencia están siendo más y más cada día; a la Responsabilidad Social Empresarial.

Las acciones que realizan las empresas como parte de la RSE se interrelacionan con la ecología, la comunidad en la que se establece y sus trabajadores. Las empresas están conscientes que obtienen beneficios por ser Socialmente Responsables. Para el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial las organizaciones capacitan en el proceso de inducción a sus empleados, lo cual les permite estar informado sobre los compromisos que implica ser Socialmente Responsable.

Como propuesta de esta empresa se tiene en cuenta que ser Socialmente Responsable implica tener mejores resultados que las empresas que no lo son; por lo que es necesario que la empresa dirija todos sus esfuerzos en esta dirección, lo cual permite principalmente el cuidado del medio ambiente, la sociedad en la cual se encuentran establecidas y sus propios trabajadores.

El propósito de ECOMOBILIARIO es ayudar a la conservación del medio ambiente evitando que se quemen llantas y contamine más el medio ambiente, además de poder generar un negocio en donde se generen fuentes de trabajo, se obtengan ganancias y se participe de la actividad económica de Comitán de Domínguez, Chiapas, proponiendo precios accesibles para que cualquier persona pueda obtenerlos y de esa manera contribuir a la economía de las familias y empresarios comitecos.

REFERENCIAS

Cajiga, J. (PDF, S. F.). El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía.

Recuperado de http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Carvajal, L. (2013). La inducción como método de investigación científica. Recuperado de <http://www.lizardo-carvajal.com/la-induccion-como-metodo-de-investigacion-cientifica/>

Fernández G. Ricardo (2009), Responsabilidad Social Corporativa, Club Universitario, España.

Ibarra V. David (2010), La organización Emprendedora, Ed. Limusa. México.

Münch G. Lourdes (2008), Fundamentos de Administración, Ed. Trillas. México.

Münch G. Lourdes (2007), Administración. Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor. Ed. Trillas. México.

Münch G. Lourdes (2012), Fundamentos de Administración, México DF, Trillas.

Ortega C. Alfonso (2008), Introducción a las finanzas, Ed. McGraw-Hill Interamericana. México.

Responsabilidad Social Empresarial (2016), n/a. Recuperado de
<http://www.viajeroejecutivo.com.mx/responsabilidad-social-empresarial/>

Reyes P. Agustín (2011), Administración de empresas, Ed. Limusa. México.

Rodríguez V. Joaquín, (2010), Administración de pequeñas y medianas empresas, Ed. Cengage Learning. México.