

Nivel de cumplimiento de la responsabilidad social por parte de las PyMEs tequileras ubicadas en la zona metropolitana de Guadalajara.

Humberto Palos Delgadillo

Martha Elba Palos Sosa

Gloria María Plascencia de la Torre

Resumen

La responsabilidad social empresarial es un tema de importancia a nivel global ya que en él se abordan diferentes aspectos sobre como las empresas se comportan y responden ante distintos grupos de interés, entre ellos se puede mencionar a la comunidad donde desarrollan sus operaciones, trabajadores, inversionistas, gobierno, clientes, proveedores, competidores, medio ambiente, entre otros.

La percepción que tienen los directivos de las empresas sobre este tema tiene una gran influencia en la forma de actuar de ellas ante sus partes interesadas, de tal forma que con ello pueden ser o no empresas socialmente responsables. Con base en ello se abordó el tema de cómo perciben la responsabilidad social empresarial los directivos de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyME's) tequileras de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) y cual es su nivel de cumplimiento. Los resultados mostraron la validez de las hipótesis formuladas, de tal manera que estas empresas realizan un aceptable porcentaje de actividades socialmente responsable que beneficia a los diferentes grupos que están vinculadas a ellas.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Pequeñas y Medianas Empresas, Sector Tequilero.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto que día con día ha venido adquiriendo mayor relevancia en el mundo de los negocios, sin embargo, en México parece ser que solo ha sido de aplicación para las grandes empresas, de ahí el interés de este trabajo de involucrar a las Pequeñas y Mediana Empresas (PyMEs) y en especial las empresas tequileras ubicadas en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG).

Conocer el nivel de cumplimiento de la RSE por parte de las PyME's tequileras de la ZMG, desde la percepción de los directivos de estas empresas, representa un interés particular ya que es precisamente el tequila uno de los productos emblemáticos de la región y sin duda un producto mexicano de gran aceptación internacional.

Marco teórico.

La responsabilidad social cuenta con pocos antecedentes de inicio en concreto, sin embargo algunos autores sostienen que fue durante los años 20 del siglo pasado que surge el concepto de RSE, cuando comienza a hablarse sobre el principio de caridad – filantropía - no como una actividad personal del empresario sino como una acción corporativa de la empresa (Ortiz-Arrieta, 2011). Para la década de los noventa el concepto de RSE sirvió como punto de partida para el desarrollo de otros conceptos y temas complementarios que han ido creciendo como la teoría de los grupos de interés (stakeholders), en la que se destaca los temas de la ética de los negocios, la sustentabilidad y la responsabilidad social corporativa.

Cuando se habla de RSE, se refiere a un concepto muy amplio que puede decir mucho y nada concreto al mismo tiempo. Sin embargo, cualquiera que sea la definición aceptada, todas coinciden en la necesidad de promover las buenas prácticas en los negocios a través de asumir por parte de la empresa, la responsabilidad de los impactos que genera en la actividad productiva a la que se dedica.

Waddock (2004) en un análisis sobre la evolución del concepto de la RSE, desde los años setenta hasta la década pasada y desde el interior de la empresa hacia fuera, explicó que las prácticas que habían sido adoptadas estaban basadas en su relación con otras empresas y con la comunidad mediante programas de filantropía y acciones de voluntariado. A este mismo respecto, Greenwood (2007) señala que en los años noventa, las quejas de los ecologistas y la importancia creciente sobre los problemas

medioambientales hicieron que se comenzaran a tomar medidas para atender esa situación y divulgar los informes medioambientales, posteriormente los informes de acción social. Agrega que actualmente el reporte medioambiental y el reporte social forma individualizada, se suelen ver como herramientas de dialogo entre la empresa y los *stakeholders*, lo que puede hacer que la empresa se sienta presionada a efectuar cambios debido a que expone públicamente sus actos y, por tanto, puede ser examinada y observada en cuanto a lo que no hace bien.

Archie B. Carroll uno de los académicos más involucrados en la RSE planteó una definición en 1979, la cual ha sido usada para efectos de investigación por más de tres décadas, esta se basó en la identificación de cuatro categorías; económica, legal, ética y filantrópica las cuales agrupó de la siguiente forma, “La responsabilidad social de los negocios abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales (después llamadas filantrópicas) que la sociedad pone en las organizaciones en determinado momento” (Carroll & Shabana, 2010).

Actualmente, el concepto de RSE ha adquirido una dimensión más amplia y representa el compromiso adquirido de forma voluntaria por la empresa, más allá de sus obligaciones legales, y que se orienta a la satisfacción de sus *stakeholders* mejorando la situación laboral de sus empleados y supervisando el comportamiento ético con todos los agentes sociales; además es importante considerar el medio ambiente y el desarrollo de la comunidad (Méndez, 2005).

Por otro lado la secretaría de economía utiliza la norma mexicana NMX-SAST-26000-IMNC-2011 (Guía de responsabilidad social) la cual coincide totalmente con la norma internacional ISO 26000:2010, (Diario Oficial de la Federación, 2012). La ISO 26000 define la responsabilidad social como una “disposición de una organización para incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones y ser responsables de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente” (ISO, 2010).

La ISO 26000 es una guía internacional voluntaria, que aplica a todo tipo de organizaciones. Los principales puntos que maneja son el alcance de la RSE, términos y definiciones, principios fundamentales, reconocimiento de la RSE y compromiso con los *stakeholders* a través de la administración de la política corporativa, los derechos

humanos, las prácticas laborales, el ambiente, las operaciones justas, los consumidores y el desarrollo de la comunidad. Además de todo lo anterior, también establece recomendaciones para implementar prácticas de RSE (Raufflet, Lozano Aguilar, Barrera Duque, & García de la Torre, 2011). Respecto a la aplicación de la norma y a su concepción Bernhart & Maher (2011) refuerzan lo mencionado por Raufflet, et. al., al mencionar que ISO 26000 es una norma de orientación voluntaria que ha hecho lo que ninguna otra norma mundial sobre el tema de la responsabilidad social: reunir en un solo documento las expectativas esenciales de las organizaciones relacionadas con sus responsabilidades para con la sociedad.

El contexto de estudio

La RSE no es solo cuestión de las grandes empresas, las PyMEs también pueden y deben ser socialmente responsables, deben reconocer los cambios, retos y exigencias en los mercados para poder ser competitivos y no dejar pasar oportunidades de negocio por las prácticas de operación que se manejen en ellas, aspectos no ajenos a las empresas tequileras.

La industria tequilera es de gran importancia para Jalisco ya que es precisamente este estado la cuna de esta bebida emblemática de México a nivel internacional. Este tipo de industria es considerada una de las más antiguas de América y del mundo, muchas organizaciones interesadas en el desarrollo de ella han hecho grandes aportaciones para lograr el lugar que tiene esta bebida en el gusto internacional (Juárez Ciprés, 2007). El tequila es uno de los productos a nivel internacional que cuenta con la denominación de origen, esto limita la producción de cierto producto a un área geográfica con determinados atributos para evitar se produzca en otras regiones y use el mismo nombre. Para el caso del tequila se obtuvo la denominación de origen desde 1974 con lo cual se restringe su producción a todos los municipios del estado de Jalisco, algunos municipios de los estados de Michoacán, Nayarit, Guanajuato y Tamaulipas.

La ZMG, con una población que representó 3.9% del total y una producción de 4.2% del total nacional, (INEGI, 2009), está integrada por ocho municipios del estado de Jalisco: Guadalajara, Ixtlahuacán de los Membrillos, Juanacatlán, El Salto, Tlajomulco de Zúñiga, Tlaquepaque, Tonalá y Zapopan. De acuerdo a la información proporcionada por

la Cámara Nacional de la Industria del Tequila (CNIT, 2013) y el Centro Regulador del Tequila (CRT), la producción del tequila en el estado de Jalisco se divide en tres zonas, la zona valles, zona altos y zona centro. Si bien la mayor cantidad de empresas dedicadas a la fabricación del tequila se concentran en las regiones Valles y Altos, el presente estudio se contextualiza en la región del centro que es donde se encuentra la ZMG y que sólo existen las siguientes empresas:

1. Tequilas del señor (Guadalajara)
2. Destilería Santa Lucia (Zapopan)
3. Destiladora Los Magos (Tlajomulco)
4. Destiladora González González (Guadalajara)
5. Destiladora Juanacatlán (Juanacatlán)

Diseño de la investigación

El concepto de sustentabilidad ha venido evolucionando de una concepción clásica, donde la comprensión del mundo de los negocios es la clave para el éxito en el mercado, a un enfoque social donde el éxito se basa en las relaciones que una empresa tiene con sus grupos de interés (*stakeholders*): clientes, empleados, distribuidores, proveedores, grupos en la comunidad, accionistas, socios, medio ambiente, entre otros aspectos.

En este sentido, la presente investigación tiene como finalidad conocer el nivel de cumplimiento de la Responsabilidad Social de las PyMEs Tequileras ubicadas en la zona metropolitana de Guadalajara, desde la perspectiva de sus directivos.

Planteamiento del problema

Las PyMEs del tequila, constituyen un importante sector productivo nacional y desde luego de Jalisco por su alta representatividad económica de ahí la importancia de conocer el nivel de cumplimiento que estas empresas tienen en relación con la responsabilidad social cuyos lineamientos y guías de acción dirijan su actuar en armonía con su entorno y respondan a las exigencias de las partes interesadas y consoliden su permanencia en el mercado nacional e internacional.

Plantear el fenómeno de la actividad de estas empresas con respecto al nivel de cumplimiento de la RS, es responder desde el punto de vista de los directivos las siguientes preguntas:

¿Cuál es el nivel de cumplimiento de la responsabilidad social de las pequeñas y medianas empresas tequileras ubicadas en la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, con respecto a la dimensión ambiental, social y económica? y

¿Qué relación e influencia existe entre las dimensiones ambiental, social y económica, respecto a las actividades operativas socialmente responsables de estas empresas?

Objetivo general

Derivado de la primera pregunta eje de este trabajo:

- Conocer el nivel de cumplimiento de la responsabilidad social que tienen las pequeñas y medianas empresas tequileras ubicadas en la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco, con base en las dimensiones ambiental, social y económica, que permita generar una gestión sustentable en armonía con todas las partes interesadas para ser reconocidas y certificadas por organismos en la materia y con ello lograr un mejor posicionamiento en el mercado nacional e internacional.

Objetivo particular

Como consecuencia de la segunda pregunta:

- Identificar la relación e influencia que existe entre las dimensiones; ambiental, social y económica respecto a las actividades operativas socialmente responsables en las pequeñas y medianas empresas tequileras de la zona metropolitana de Guadalajara, que valide el nivel de cumplimiento con la responsabilidad social empresarial.

Hipótesis

Como Hipótesis de trabajo se plantea lo siguiente:

H1: “Las actividades operativas socialmente responsables en las PyME’s tequileras de la ZMG superan el 50%”.

Adicionalmente se plantearon otras tres hipótesis para cada una de las dimensiones de la responsabilidad social consideradas en el cuestionario aplicado:

H2: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión ambiental en las PyME's tequileras de la ZMG superan el 50%.

H3: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión social en las PyME's tequileras de la ZMG superan el 50%

H4: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión económica en las PyME's tequileras de la ZMG superan el 50%.

Tipo de investigación

La investigación fue de carácter exploratoria para conocer lo referente a la responsabilidad social y su relación con las empresas participantes mismas que fueron representativas del sector de estudio. Posteriormente fue descriptiva-explicativa al establecer los vínculos entre las tres dimensiones que se establecieron y la percepción que tienen de ello los directivos de las empresas sujetos de este trabajo con el fin de relacionarla con la problemática planteada y observar el fenómeno metodológicamente para su interpretación tanto cualitativa como cuantitativamente. El diseño es de tipo no experimental dado que sólo se mide el nivel de cumplimiento de la temática de estudio en cuestión y de corte transversal recolectando durante un periodo determinado con un enfoque de tipo correlacional-causal, cuya finalidad es poder someter a prueba las hipótesis establecidas.

Para esto último y con base en Hernández, Fernández & Baptista (2010: 151), se aplicó un cuestionario, para efecto de responder a las preguntas de investigación, dar cumplimiento a los objetivos del trabajo y sobre todo, analizar el nivel de cumplimiento de la responsabilidad social de las empresas encuestadas, desde el punto de vista de sus directivos con base en las dimensiones; ambiental, social y económica, particularmente como ya se mencionó, a la comprobación de las hipótesis causales-variables independientes- y sus resultados con el hecho -variable independiente- (Méndez, 2006: 230). Al respecto, se emplea la estadística descriptiva e inferencial, procedimiento que permite organizar y resumir el conjunto de observaciones en forma cuantitativa e inferir acerca de los resultados obtenidos (Wigodski, 2010).

Análisis y discusión de los resultados

Los resultados de los cuestionarios se capturaron en una base de datos del software DYANE, cuyas respuestas estuvieron en; totalmente desacuerdo, en desacuerdo, ni en acuerdo ni desacuerdo, parcialmente en acuerdo, totalmente de acuerdo, representados del 1 al 5 respectivamente. Una vez realizado se analizaron con una tabulación simple en la que se obtuvieron las tablas que se presentan en este apartado. Las tablas se dividen en tres partes, la primera muestra los resultados del cuestionario aplicado a cada una de las empresas, la columna central muestra la frecuencia para cada una de las posibles respuestas, y la columna de la derecha muestra el porcentaje que representa la frecuencia para cada uno de los ítems.

Las frecuencias mencionadas representan el conteo de las respuestas del cuestionario para cada una de las alternativas. Como ejemplo, en la Tabla No. de la dimensión ambiental, para el ítem 1 ninguno de los directivos respondió con un “1” en la primera pregunta, de este modo el porcentaje asociado es 0, sin embargo la opción 5 fue elegida en dos ocasiones por lo tanto su frecuencia es dos y su porcentaje fue del 40%, situación similar se presenta en las otras dos dimensiones (véase Tablas No. 1, 2 y 3).

Tabla No. 1: Resultados del cuestionario en la dimensión ambiental.

Ítem	Empresa					Frecuencia de respuesta					Porcentaje de la respuesta				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	5	2	4	5	3	0	1	1	1	2	0%	20%	20%	20%	40%
2	4	4	3	5	5	0	0	1	2	2	0%	0%	20%	40%	40%
3	4	2	5	5	3	0	1	1	1	2	0%	20%	20%	20%	40%
4	5	2	5	5	5	0	1	0	0	4	0%	20%	0%	0%	80%
5	4	4	5	5	3	0	0	1	2	2	0%	0%	20%	40%	40%
6	5	2	3	4	2	0	2	1	1	1	0%	40%	20%	20%	20%
7	4	2	5	3	3	0	1	2	1	1	0%	20%	40%	20%	20%
8	2	2	2	4	2	0	4	0	1	0	0%	80%	0%	20%	0%
9	5	4	5	5	3	0	0	1	1	3	0%	0%	20%	20%	60%
10	1	2	5	2	4	1	2	0	1	1	20%	40%	0%	20%	20%
11	5	2	5	3	4	0	1	1	1	2	0%	20%	20%	20%	40%
12	4	2	4	4	3	0	1	1	3	0	0%	20%	20%	60%	0%
13	3	2	1	2	3	1	2	2	0	0	20%	40%	40%	0%	0%
14	4	2	3	2	3	0	2	2	1	0	0%	40%	40%	20%	0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla No. 2: Resultados del cuestionario en la dimensión social.

Ítem	Empresa					Frecuencia de la respuesta					Porcentaje de la respuesta				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15	3	4	5	3	4	0	0	2	2	1	0%	0%	40%	40%	20%
16	3	3	3	3	4	0	0	4	1	0	0%	0%	80%	20%	0%
17	5	2	5	4	4	0	1	0	2	2	0%	20%	0%	40%	40%
18	4	5	2	3	4	0	1	1	2	1	0%	20%	20%	40%	20%
19	5	4	2	2	3	0	2	1	1	1	0%	40%	20%	20%	20%
20	4	2	4	3	4	0	1	1	3	0	0%	20%	20%	60%	0%
21	5	4	4	4	4	0	0	0	4	1	0%	0%	0%	80%	20%
22	5	5	4	5	4	0	0	0	2	3	0%	0%	0%	40%	60%
23	5	4	5	4	4	0	0	0	3	2	0%	0%	0%	60%	40%
24	4	4	3	4	4	0	0	1	4	0	0%	0%	20%	80%	0%
25	4	4	5	4	3	0	0	1	3	1	0%	0%	20%	60%	20%
26	4	4	5	5	5	0	0	0	2	3	0%	0%	0%	40%	60%
27	3	3	2	4	3	0	1	3	1	0	0%	20%	60%	20%	0%
28	5	5	3	4	5	0	0	1	1	3	0%	0%	20%	20%	60%
29	3	4	4	3	3	0	0	3	2	0	0%	0%	60%	40%	0%
30	5	4	5	4	4	0	0	0	3	2	0%	0%	0%	60%	40%
31	5	4	5	5	5	0	0	0	1	4	0%	0%	0%	20%	80%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla No. 3: Resultados del cuestionario en la dimensión económica.

	Empresa					Frecuencia de la respuesta					Porcentaje de la respuesta				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
32	5	3	5	4	5	0	0	1	1	3	0%	0%	20%	20%	60%
33	5	4	5	4	5	0	0	0	2	3	0%	0%	0%	40%	60%
34	5	4	2	4	5	0	1	0	2	2	0%	20%	0%	40%	40%
35	1	4	2	3	1	2	1	1	1	0	40%	20%	20%	20%	0%
36	5	4	5	4	5	0	0	0	2	3	0%	0%	0%	40%	60%
37	5	4	5	4	5	0	0	0	2	3	0%	0%	0%	40%	60%
38	5	4	5	4	5	0	0	0	2	3	0%	0%	0%	40%	60%
39	5	4	5	4	3	0	0	1	2	2	0%	0%	20%	40%	40%
40	5	3	5	4	5	0	0	1	1	3	0%	0%	20%	20%	60%
41	5	4	5	4	5	0	0	0	2	3	0%	0%	0%	40%	60%
42	4	3	5	4	4	0	0	1	3	1	0%	0%	20%	60%	20%
43	3	2	1	3	1	2	1	2	0	0	40%	20%	40%	0%	0%
44	5	4	3	5	5	0	0	1	1	3	0%	0%	20%	20%	60%
45	4	5	4	5	4	0	0	0	3	2	0%	0%	0%	60%	40%
46	4	4	3	4	1	1	0	1	3	0	20%	0%	20%	60%	0%

Fuente: Elaboración propia.

En estas tablas se puede observar que prevalecen los porcentajes más altos en las respuestas que están asociadas a una mayor responsabilidad social de acuerdo a las tres dimensiones presentadas. Con estos datos, se procede a comprobar las hipótesis planteadas para el estudio, la hipótesis principal fue:

H1: “Las actividades operativas socialmente responsables en las PyME´s tequileras de la ZMG superan el 50%”.

Adicionalmente se plantearon otras tres hipótesis para cada una de las dimensiones de la responsabilidad social consideradas en el cuestionario aplicado:

H2: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión ambiental en las PyME´s tequileras de la ZMG superan el 50%.

H3: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión social en las PyME´s tequileras de la ZMG superan el 50%

H4: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión económica en las PyME´s tequileras de la ZMG superan el 50%.

Como ya se citó, dentro de las opciones que tuvieron los directivos de las tequileras para responder a cada una de las preguntas que se realizaron en el cuestionario se usó la escala Linker (veáse Tabla No.4).

Tabla No. 4: Porcentajes de las respuestas al cuestionario.

Respuesta	Descripción	Distribución porcentual
1	Totalmente desacuerdo	0 %
2	En desacuerdo	25 %
3	Ni en acuerdo ni desacuerdo	50 %
4	Parcialmente en acuerdo	75%
5	Totalmente de acuerdo	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Para validar las hipótesis planteadas se construyó una tabla con los resultados de los cuestionarios en donde se pudiera observar el promedio de las respuestas que dieron las tequileras, el cálculo de los porcentajes de esta tabla se determinó con la siguiente ecuación de porcentaje:

$$\text{Porcentaje} = (\text{Promedio de las respuestas} - 1) \times 25\%$$

Tabla No. 5: Resultados del cuestionario aplicado a las cinco empresas.

GLOBAL							
		Total:		3.81	70.36%		
AMBIENTAL							
Item	Empresa					- X	%
	1	2	3	4	5		
1	5	2	4	5	3	3.80	70.00%
2	4	4	3	5	5	4.20	80.00%
3	4	2	5	5	3	3.80	70.00%
4	5	2	5	5	5	4.40	85.00%
5	4	4	5	5	3	4.20	80.00%
6	5	2	3	4	2	3.20	55.00%
7	4	2	5	3	3	3.40	60.00%
8	2	2	2	4	2	2.40	35.00%
9	5	4	5	5	3	4.40	85.00%
10	1	2	5	2	4	2.80	45.00%
11	5	2	5	3	4	3.80	70.00%
12	4	2	4	4	3	3.40	60.00%
13	3	2	1	2	3	2.20	30.00%
14	4	2	3	2	3	2.80	45.00%
Total:				3.49	62.14%		
SOCIAL							
Item	Empresa					- X	%
	1	2	3	4	5		
15	3	4	5	3	4	3.80	70.00%
16	3	3	3	3	4	3.20	55.00%
17	5	2	5	4	4	4.00	75.00%
18	4	5	2	3	4	3.60	65.00%
19	5	4	2	2	3	3.20	55.00%
20	4	2	4	3	4	3.40	60.00%
21	5	4	4	4	4	4.20	80.00%
22	5	5	4	5	4	4.60	90.00%
23	5	4	5	4	4	4.40	85.00%
24	4	4	3	4	4	3.80	70.00%
25	4	4	5	4	3	4.00	75.00%
26	4	4	5	5	5	4.60	90.00%
27	3	3	2	4	3	3.00	50.00%
28	5	5	3	4	5	4.40	85.00%
29	3	4	4	3	3	3.40	60.00%
30	5	4	5	4	4	4.40	85.00%
31	5	4	5	5	5	4.80	95.00%
Total:				3.93	73.24%		
ECONÓMICA							
Item	Empresa					- X	%
	1	2	3	4	5		
32	5	3	5	4	5	4.40	85.00%
33	5	4	5	4	5	4.60	90.00%
34	5	4	2	4	5	4.00	75.00%
35	1	4	2	3	1	2.20	30.00%
36	5	4	5	4	5	4.60	90.00%
37	5	4	5	4	5	4.60	90.00%
38	5	4	5	4	5	4.60	90.00%
39	5	4	5	4	3	4.20	80.00%
40	5	3	5	4	5	4.40	85.00%
41	5	4	5	4	5	4.60	90.00%
42	4	3	5	4	4	4.00	75.00%
43	3	2	1	3	1	2.00	25.00%
44	5	4	3	5	5	4.40	85.00%
45	4	5	4	5	4	4.40	85.00%
46	4	4	3	4	1	3.20	55.00%
Total:				4.01	75.33%		

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos de esta tabla, se aceptan las hipótesis planteadas ya que se supera el 50% tanto de forma global como para cada una de las dimensiones (ambiental, social y económica), sin embargo, es necesario aplicar un procedimiento estadístico para asegurar la validez de estos resultados (véase Tabla No. 6).

Tabla No. 6: Análisis estadístico del total de los datos.

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
31	Las PyME´s tequileras cumplen las leyes y normas éticas relativas a la comunicación de marketing como publicidad, promoción y patrocinio.	5	4.80	0.40	5.00	4.00
22	Las PyME´s tequileras pagan un salario justo a los empleados de acuerdo a su nivel profesional.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
26	Las PyME´s tequileras conocen y se preocupan por las necesidades de la comunidad en la cual se encuentran instaladas.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
33	Las PyME´s tequileras son consideradas como buenos clientes por sus proveedores.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
36	Las PyME´s tequileras generan empleo formal.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
37	Las PyME´s tequileras producen un impacto positivo en la economía del país.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
38	Las PyME´s tequileras contribuyen con la formalización de la economía.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
41	Favorecer el desarrollo de las PyME´s tequileras crea valor a la economía de un país.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
4	Las PyME´s tequileras tienen un manejo responsable de los residuos sólidos (basura).	5	4.40	1.20	5.00	2.00
9	Las PyME´s tequileras conocen el daño ambiental resultante de sus actividades productivas.	5	4.40	0.80	5.00	3.00
23	Las PyME´s tequileras poseen códigos de ética.	5	4.40	0.49	5.00	4.00

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
28	Las PyME´s tequileras respetan y promueven la propiedad intelectual (derechos de autor, software, patentes etc.).	5	4.40	0.80	5.00	3.00
30	Las PyME´s tequileras informan a sus clientes sobre el proceso de elaboración de sus productos y servicios.	5	4.40	0.49	5.00	4.00
32	Las PyME´s tequileras crean valor económico para la sociedad.	5	4.40	0.80	5.00	3.00
40	Las PyME´s tequileras cumplen puntualmente con los pagos de impuestos de ley.	5	4.40	0.80	5.00	3.00
44	Las PyME´s tequileras llevan una contabilidad formal y transparente.	5	4.40	0.80	5.00	3.00
45	Las PyME´s tequileras cumplen las leyes nacionales de su sector.	5	4.40	0.49	5.00	4.00
2	Las PyME´s tequileras no desperdician el agua en sus procesos productivos	5	4.20	0.75	5.00	3.00
5	Las PyME´s tequileras clasifican los residuos sólidos (basura) para reciclaje.	5	4.20	0.75	5.00	3.00
21	Las PyME´s tequileras evalúan el desempeño de sus empleados.	5	4.20	0.40	5.00	4.00
39	La legislación actual busca que las PyME´s tequileras se formalicen.	5	4.20	0.75	5.00	3.00
17	Las PyME´s tequileras comunican a sus empleados cuando realizan cambios de puestos de trabajo (rotación de empleados).	5	4.00	1.10	5.00	2.00

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
25	Las PyME´s tequileras conocen el concepto de responsabilidad social empresarial.	5	4.00	0.63	5.00	3.00
42	Las PyME´s tequileras son empresas con alta productividad en el ZMG.	5	4.00	0.63	5.00	3.00
1	Las PyME´s tequileras ahorran energía (electricidad, combustible) para la conservación del medio ambiente.	5	3.80	1.17	5.00	2.00
3	Las PyME´s tequileras realizan acciones para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, el calentamiento global, etc.	5	3.80	1.17	5.00	2.00
11	Las PyME´s tequileras controlan sus actividades que causan ruido excesivo.	5	3.80	1.17	5.00	2.00
15	Las PyME´s tequileras otorgan beneficios sociales completos a sus empleados.	5	3.80	0.75	5.00	3.00
24	Las PyME´s tequileras orientan y educan a su personal con relación a los principios éticos.	5	3.80	0.40	4.00	3.00
18	Las PyME´s tequileras tienen programas de salud y seguridad para sus empleados.	5	3.60	1.02	5.00	2.00
7	Las PyME´s tequileras fomentan el uso del reciclaje en la empresa.	5	3.40	1.02	5.00	2.00
12	Las PyME´s tequileras brindan capacitación sobre temas ambientales a sus empleados, con el objetivo de reforzar su conciencia ecológica.	5	3.40	0.80	4.00	2.00

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
20	Las PyME´s tequileras tienen programas de formación profesional para sus empleados.	5	3.40	0.80	4.00	2.00
29	Las PyME´s tequileras presentan propuestas de carácter social a las autoridades de gobierno con el objeto de su aprobación e implementación.	5	3.40	0.49	4.00	3.00
6	Las PyME´s tequileras utilizan materiales reciclados en la elaboración de sus productos.	5	3.20	1.17	5.00	2.00
16	Las PyME´s tequileras tienen convenios colectivos que favorecen a sus empleados.	5	3.20	0.40	4.00	3.00
19	Las PyME´s tequileras tienen programas de prevención de salud que se otorguen a los familiares de los empleados y a la comunidad.	5	3.20	1.17	5.00	2.00
46	La legislación actual busca la creación y desarrollo de PyME´s tequileras, fomenta la competitividad, el empleo sostenible, la productividad y la rentabilidad.	5	3.20	1.17	4.00	1.00
27	Los empleados de las PyME´s tequileras participan en actividades de voluntariado o acción social.	5	3.00	0.63	4.00	2.00
10	Las PyME´s tequileras se agrupan para discutir los temas ambientales conjuntamente con el gobierno y la comunidad.	5	2.80	1.47	5.00	1.00

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
14	Las PyME´s tequileras apoyan o participan en proyectos educativos en asociación con organizaciones protectoras del medio ambiente.	5	2.80	0.75	4.00	2.00
8	Las PyME´s tequileras utilizan tecnologías limpias (gas natural, paneles solares).	5	2.40	0.80	4.00	2.00
13	Las PyME´s tequileras desarrollan campañas de educación ambiental para los familiares de su personal y la comunidad inmediata a la empresa.	5	2.20	0.75	3.00	1.00
35	Las PyME´s tequileras reciben suficiente ayuda del gobierno.	5	2.20	1.17	4.00	1.00
43	Las PyME´s tequileras reciben ayuda de las organizaciones no gubernamentales.	5	2.00	0.89	3.00	1.00

Fuente: Elaboración propia.

Los datos muestran que la mayoría de las respuestas están por encima del 50% planteado en la hipótesis de trabajo con lo cual se acepta, sin embargo, para reforzar lo observado se construye una prueba de una cola para proporciones.

Prueba de una cola para proporciones.

$H_0: p < 0.5$ ← Hipótesis nula: “Las actividades operativas socialmente responsables en las PyME´s tequileras de la ZMG no superan el 50%”.

$\sigma = 0.05$ ← Nivel de significancia

$P_{H_0} = 0.5$ ← Valor hipotético de la proporción de las actividades socialmente responsables.

$q_{H_0} = 0.5$ ← Nivel de significancia

$n = 5$ ← Tamaño de la muestra

$\bar{p} = 70.36\%$ ← Proporción de actividades socialmente responsables

$\bar{q} = 29.64\%$ ← Proporción de actividades no socialmente responsables

z (Critica) = -1.64 ← z critica de acuerdo a distribución normal

$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{P_{H_0}q_{H_0}}{n}}$$

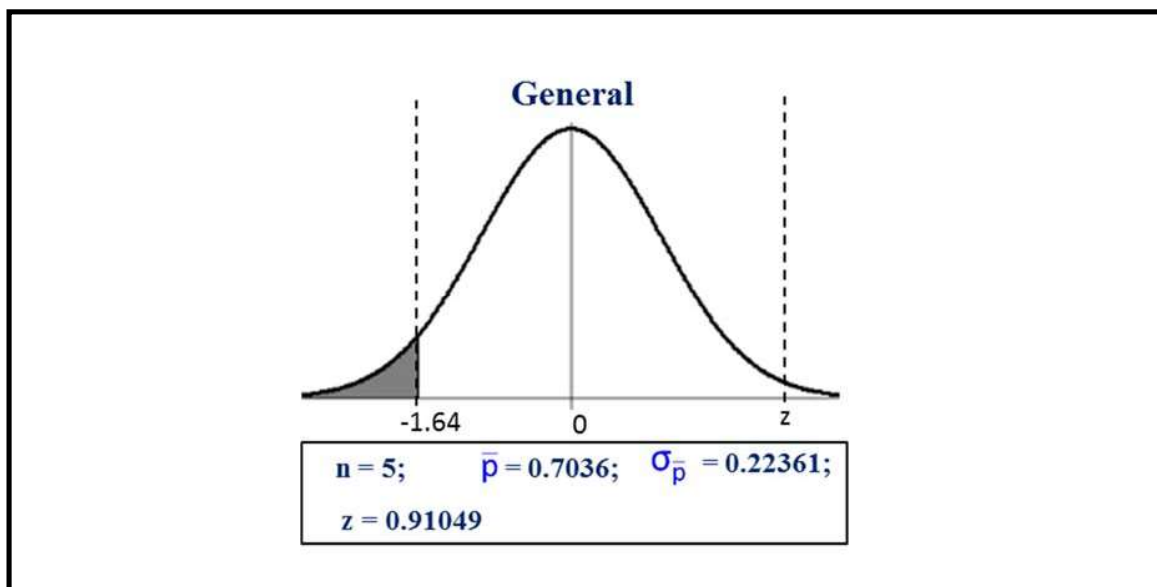
$$\sigma_p = 0.22361$$

$$z = \frac{\bar{p} - P_{H_0}}{\sigma_p}$$

$$\sigma_p$$

$$z = 0.9105$$

Figura No. 1: Prueba de una cola para el total de las proporciones del trabajo.



Fuente: Elaboración propia.

Debido a que la “ z ” resultante está dentro de la zona de aceptación y en concordancia con los resultados de los datos procesados, se acepta la hipótesis alterna de que las PyME’s tequileras realizan más del 50% de sus actividades de forma socialmente responsable.

De esta misma forma, se analizan las tres dimensiones estudiadas (vease Tablas No.7, 8 y 9).

Tabla No. 7: Análisis estadístico de datos para dimensión ambiental.

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
4	Las PyME´s tequileras tienen un manejo responsable de los residuos sólidos (basura).	5	4.40	1.20	5.00	2.00
9	Las PyME´s tequileras conocen el daño ambiental resultante de sus actividades productivas.	5	4.40	0.80	5.00	3.00
2	Las PyME´s tequileras no desperdician el agua en sus procesos productivos	5	4.20	0.75	5.00	3.00
5	Las PyME´s tequileras clasifican los residuos sólidos (basura) para reciclaje.	5	4.20	0.75	5.00	3.00
1	Las PyME´s tequileras ahorran energía (electricidad, combustible) para la conservación del medio ambiente.	5	3.80	1.17	5.00	2.00
3	Las PyME´s tequileras realizan acciones para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, el calentamiento global, etc.	5	3.80	1.17	5.00	2.00
11	Las PyME´s tequileras controlan sus actividades que causan ruido excesivo.	5	3.80	1.17	5.00	2.00
7	Las PyME´s tequileras fomentan el uso del reciclaje en la empresa.	5	3.40	1.02	5.00	2.00
12	Las PyME´s tequileras brindan capacitación sobre temas ambientales a sus empleados, con el objetivo de reforzar su conciencia ecológica.	5	3.40	0.80	4.00	2.00
6	Las PyME´s tequileras utilizan materiales reciclados en la elaboración de sus productos.	5	3.20	1.17	5.00	2.00

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
10	Las PyME´s tequileras se agrupan para discutir los temas ambientales conjuntamente con el gobierno y la comunidad.	5	2.80	1.47	5.00	1.00
14	Las PyME´s tequileras apoyan o participan en proyectos educativos en asociación con organizaciones protectoras del medio ambiente.	5	2.80	0.75	4.00	2.00
8	Las PyME´s tequileras utilizan tecnologías limpias (gas natural, paneles solares).	5	2.40	0.80	4.00	2.00
13	Las PyME´s tequileras desarrollan campañas de educación ambiental para los familiares de su personal y la comunidad inmediata a la empresa.	5	2.20	0.75	3.00	1.00

Fuente: Elaboración propia

De la misma manera que para el alcance global, los datos y el gráfico obtenido para la dimensión ambiental muestran que la mayoría de las respuestas están por encima del 50% planteado en la hipótesis, por tal motivo se acepta la hipótesis, para este caso también se construyó una prueba de una cola para proporciones para reforzar lo observado.

Prueba de una cola para proporciones.

$H_0: p < 0.5$ ← Hipótesis nula: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión ambiental en las PyME´s tequileras del AMG no superan el 50%.

$\sigma = 0.05$ ← Nivel de significancia

$P_{H_0} = 0.5$ ← Valor hipotético de la proporción de las actividades socialmente responsables.

$q_{H_0} = 0.5$ ← Nivel de significancia

$n = 5$ ← Tamaño de la muestra

$\bar{p} = 62.14\%$ ← Proporción de actividades socialmente responsables

$\bar{q} = 37.86\% \leftarrow$ Proporción de actividades no socialmente responsables

z (Crítica) = -1.64 \leftarrow z crítica de acuerdo a distribución normal

$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{P_{H_0}q_{H_0}}{n}}$$

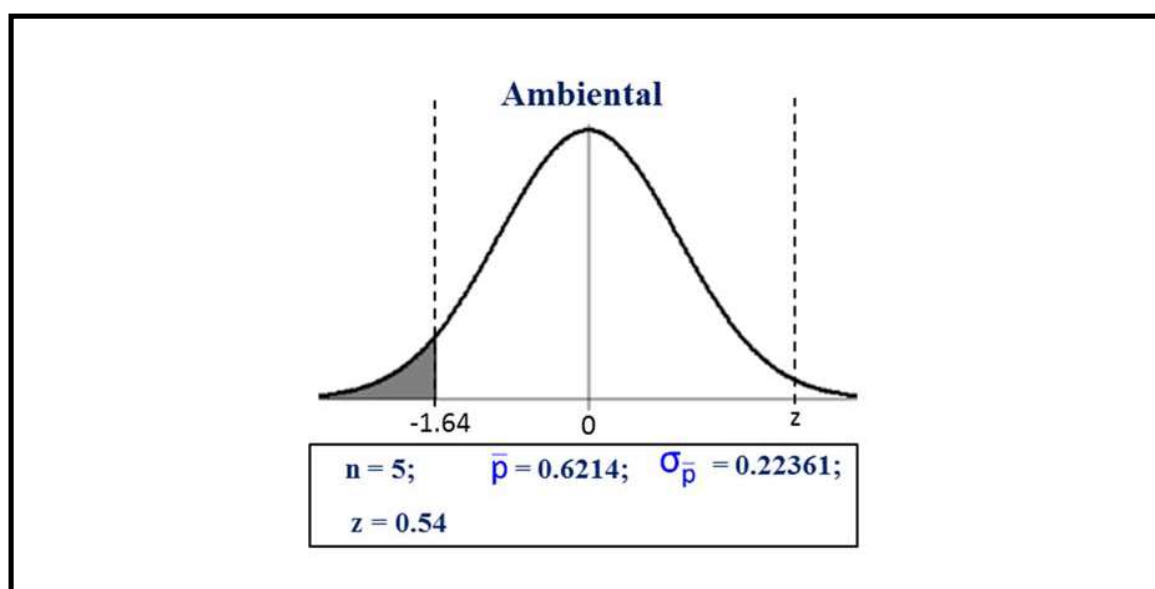
$$\sigma_p = 0.22361$$

$$z = \frac{\bar{p} - PH_0}{\sigma_p}$$

$$\sigma_p$$

$$z = 0.54$$

Figura No. 2: Prueba de una cola para proporciones para dimensión ambiental.



Fuente: Elaboración propia.

Debido a que la “z” resultante está dentro de la zona de aceptación y en concordancia con los resultados de los datos procesados, se acepta la hipótesis alternativa de la dimensión ambiental de que las PyME’s tequileras realizan más del 50% de sus actividades de forma socialmente responsable.

Tabla No. 8: Análisis estadístico de datos para dimensión social.

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
31	Las PyME’s tequileras cumplen las leyes y normas éticas relativas a la comunicación de marketing como publicidad, promoción y patrocinio.	5	4.80	0.40	5.00	4.00

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
22	Las PyME´s tequileras pagan un salario justo a los empleados de acuerdo a su nivel profesional.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
26	Las PyME´s tequileras conocen y se preocupan por las necesidades de la comunidad en la cual se encuentran instaladas.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
23	Las PyME´s tequileras poseen códigos de ética.	5	4.40	0.49	5.00	4.00
28	Las PyME´s tequileras respetan y promueven la propiedad intelectual (derechos de autor, software, patentes etc.).	5	4.40	0.80	5.00	3.00
30	Las PyME´s tequileras informan a sus clientes sobre el proceso de elaboración de sus productos y servicios.	5	4.40	0.49	5.00	4.00
21	Las PyME´s tequileras evalúan el desempeño de sus empleados.	5	4.20	0.40	5.00	4.00
17	Las PyME´s tequileras comunican a sus empleados cuando realizan cambios de puestos de trabajo (rotación de empleados).	5	4.00	1.10	5.00	2.00
25	Las PyME´s tequileras conocen el concepto de responsabilidad social empresarial.	5	4.00	0.63	5.00	3.00
15	Las PyME´s tequileras otorgan beneficios sociales completos a sus empleados.	5	3.80	0.75	5.00	3.00
24	Las PyME´s tequileras orientan y educan a su personal con relación a los principios éticos.	5	3.80	0.40	4.00	3.00

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
18	Las PyME´s tequileras tienen programas de salud y seguridad para sus empleados.	5	3.60	1.02	5.00	2.00
20	Las PyME´s tequileras tienen programas de formación profesional para sus empleados.	5	3.40	0.80	4.00	2.00
29	Las PyME´s tequileras presentan propuestas de carácter social a las autoridades de gobierno con el objeto de su aprobación e implementación.	5	3.40	0.49	4.00	3.00
16	Las PyME´s tequileras tienen convenios colectivos que favorecen a sus empleados.	5	3.20	0.40	4.00	3.00
19	Las PyME´s tequileras tienen programas de prevención de salud que se otorguen a los familiares de los empleados y a la comunidad.	5	3.20	1.17	5.00	2.00
27	Los empleados de las PyME´s tequileras participan en actividades de voluntariado o acción social.	5	3.00	0.63	4.00	2.00

Fuente: Elaboración propia.

Del mismo modo que para la dimensión ambiental, los datos para la dimensión social arrojan que la mayoría de las respuestas están por arriba del 50% planteado en la hipótesis, por esta razón se acepta la hipótesis, en este caso también se elaboró una prueba de una cola para proporciones para reforzar lo observado.

Prueba de una cola para proporciones.

$H_0: p < 0.5$ ← Hipótesis nula: Las actividades operativas socialmente responsables en las PyME´s tequileras de la ZMG no supera el 50%.

$\sigma = 0.05$ ← Nivel de significancia

$P_{H_0} = 0.5 \leftarrow$ Valor hipotético de la proporción de las actividades socialmente responsables.

$\alpha_{H_0} = 0.5 \leftarrow$ Nivel de significancia

$n = 5 \leftarrow$ Tamaño de la muestra

$\bar{p} = 73.24\% \leftarrow$ Proporción de actividades socialmente responsables

$\bar{q} = 26.76\% \leftarrow$ Proporción de actividades no socialmente responsables

z (Crítica) = -1.64 \leftarrow z crítica de acuerdo a distribución normal

$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{P_{H_0}Q_{H_0}}{n}}$$

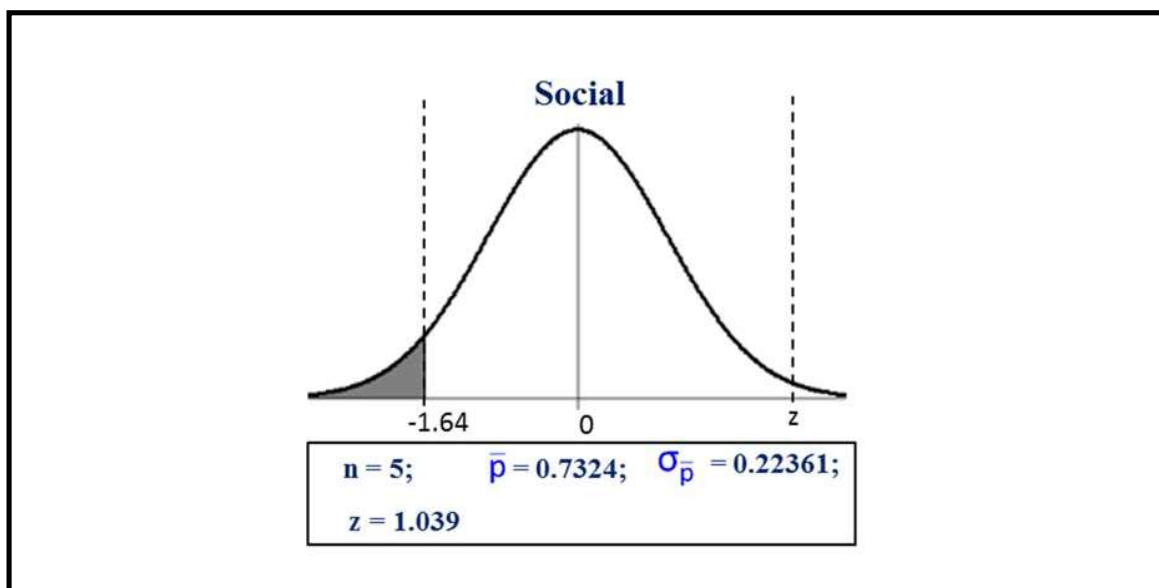
$$\sigma_p = 0.22361$$

$$z = \frac{\bar{p} - P_{H_0}}{\sigma_p}$$

$$\sigma_p$$

$$z = 1.0391$$

Figura No. 3: Prueba de una cola para proporciones para dimensión social.



Fuente: Elaboración propia.

Debido a que la “z” resultante está dentro de la zona de aceptación y en concordancia con los resultados de los datos procesados, se acepta la hipótesis alternativa para la dimensión social de que las PyME’s tequileras realizan más del 50% de sus actividades de forma socialmente responsable.

Tabla No. 9: Análisis estadístico de datos para alcance económico.

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
33	Las PyME´s tequileras son consideradas como buenos clientes por sus proveedores.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
36	Las PyME´s tequileras generan empleo formal.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
37	Las PyME´s tequileras producen un impacto positivo en la economía del país.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
38	Las PyME´s tequileras contribuyen con la formalización de la economía.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
41	Favorecer el desarrollo de las PyME´s tequileras crea valor a la economía de un país.	5	4.60	0.49	5.00	4.00
32	Las PyME´s tequileras crean valor económico para la sociedad.	5	4.40	0.80	5.00	3.00
40	Las PyME´s tequileras cumplen puntualmente con los pagos de impuestos de ley.	5	4.40	0.80	5.00	3.00
44	Las PyME´s tequileras llevan una contabilidad formal y transparente.	5	4.40	0.80	5.00	3.00
45	Las PyME´s tequileras cumplen las leyes nacionales de su sector.	5	4.40	0.49	5.00	4.00
39	La legislación actual busca que las PyME´s tequileras se formalicen.	5	4.20	0.75	5.00	3.00
42	Las PyME´s tequileras son empresas con alta productividad en el ZMG.	5	4.00	0.63	5.00	3.00

Ítem	Pregunta	Nº de empresas	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
46	La legislación actual busca la creación y desarrollo de PyME's tequileras, fomenta la competitividad, el empleo sostenible, la productividad y la rentabilidad.	5	3.20	1.17	4.00	1.00
35	Las PyME's tequileras reciben suficiente ayuda del gobierno.	5	2.20	1.17	4.00	1.00
43	Las PyME's tequileras reciben ayuda de las organizaciones no gubernamentales.	5	2.00	0.89	3.00	1.00

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo que para la dimensión social, los datos y el gráfico obtenido para la dimensión económica muestran que las respuestas están por encima del 50% planteado en la hipótesis, debido a ello se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, sin embargo, se construyó una prueba de una cola para proporciones para reforzar lo observado.

Prueba de una cola para proporciones.

$H_0: p = 0.5$ ← Hipótesis nula: Las actividades operativas socialmente responsables en las PyME's tequileras de la ZMG no supera el 50%.

$\sigma = 0.05$ ← Nivel de significancia

$P_{H_0} = 0.5$ ← Valor hipotético de la proporción de las actividades socialmente responsables.

$q_{H_0} = 0.5$ ← Nivel de significancia

$n = 5$ ← Tamaño de la muestra

$\bar{p} = 74.77\%$ ← Proporción de actividades socialmente responsables

$\bar{q} = 25.23\%$ ← Proporción de actividades no socialmente responsables

z (Crítica) = -1.64% ← z crítica de acuerdo a distribución normal

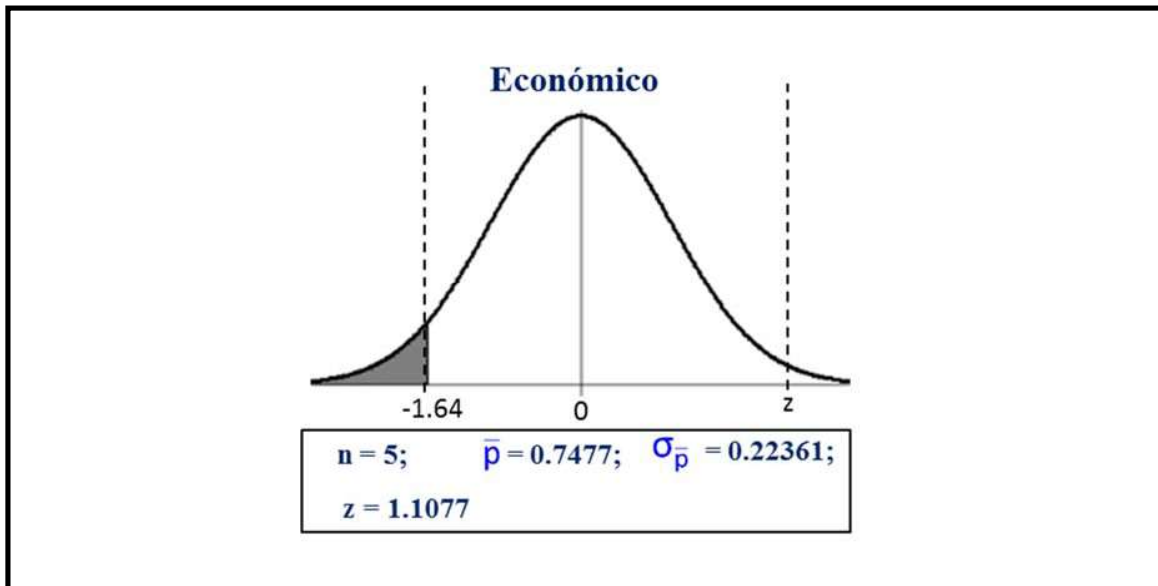
$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{P_{H_0}q_{H_0}}{n}}$$

$$\sigma_p = 0.22361$$

$$z = \frac{\bar{p} - P_{H_0}}{\sigma_p}$$

$$z = 1.1077$$

Figura No. 4: Prueba de una cola para proporciones para dimensión económica.



Fuente: Elaboración propia.

Debido a que la “z” resultante está dentro de la zona de aceptación y en concordancia con los resultados de los datos procesados, se acepta la hipótesis alternativa para la dimensión económica de que las PyME’s tequileras realizan más del 50% de sus actividades de forma socialmente responsable.

Conclusiones

El resultado de los cuestionarios aplicados a las cinco empresas tequileras en cuestión, reflejaron la validez de las hipótesis planteadas. Esto corrobora de que las PyME’s tequileras de la ZMG ejercen un importante porcentaje de actividades socialmente responsables que les han permitido enfrentar los retos tanto del mercado local y nacional como de los mercados internacionales, teniendo en cuenta el desarrollo de sus comunidades, el cuidado del medio ambiente, el desarrollo económico y por supuesto el cumplimiento de la normatividad aplicable a este tipo de empresas.

Lo anterior representa una ventaja para estas empresas ya que en caso de que así lo decidieran, con poco esfuerzo serían capaces de adquirir el distintivo ESR que otorga el CEMEFI o aplicar cualquier otro tipo de estándar internacional que así les conviniera como una carta de presentación a nivel internacional, con lo que mostrarían al mundo que el tequila en Jalisco, México, se fabrica de forma responsable, en armonía con el ambiente, respondiendo a la sociedad y bajo aspectos económicos importantes.

Referencias

- Bernhart, M., & Maher, S. (2011). *ISO 26000 in practice*. Milwaukee: ASQ.
- Cámara nacional de la industria tequilera. (2013). *CNIT*. Obtenido de http://www.tequileros.org/stuff/file_estadistica/1374601750.pdf
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). *The business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice*. *International Journal of Management Review*, 85-105.
- Diario Oficial de la Federación. (13 de 04 de 2012). *DECLARATORIA de vigencia de la Norma Mexicana NMX-SAST-26000-IMNC-2011*. Obtenido de Diario Oficial de la Federación.
- Greenwood, M. (2007). *Stakeholders engagement; beyond the myth of corporate responsibility*. *Journal of Business Ethics* 74 (4): 315-327
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2009). *Zonas metropolitanas de los estados unidos mexicanos*. Obtenido de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/zona_metro/zmeum_ce20091.pdf
- ISO. (2010). *ISO/FDIS 26000: Guidance on social responsibility*. ISO. Pg. 6
- Juárez Ciprés, R. (2007). *El Tequila una bebida emblemática*. Hospitalidad ESDAI, 135-154.
- Méndez Picazo, M.T. (2005). *Ética y responsabilidad social corporativa*. Cuadernos ICE, junio: 141-150
- Ortiz-Arrieta, L. B. (2011). *El observador económico*. Obtenido de <http://www.elobservadoreconomico.com/articulo/1096>
- Raufflet, E., Lozano Aguilar, J. F., Barrera Duque, E. G., & García de la Torre, C. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial*. México DF: PEARSON. Pg. 49

Waddock, S (2004). Parallel universes: companies, academics and the progress of corporate citizenship. *Business and Society Review* (109): 15-42