



10th Interdisciplinary Congress of Academic Corps

Booklets



RENIECYT - LATINDEX - Research Gate - DULCINEA - CLASE - Sudoc - HISPANA - SHERPA UNIVERSIA - Google Scholar DOI - REDIB - Mendeley - DIALNET - ROAD - ORCID - VJLEX

Title: Evaluation of the degree of social responsibility in micro and small businesses in the food service sector

Authors: CAMPOS-BRAVO, Carlos Alberto, REYES-RODRÍGUEZ, Mónica Aracel, FERIA-CUEVAS, Yolanda and GÓMEZ-GONZÁLEZ, Martha Sheila

Editorial label RINOE: 607-8695

VCICA Control Number: 2023-01

VCICA Classification (2023): 010923-0001

Pages: 14

RNA: 03-2010-032610115700-14

RINOE - Mexico

Park Pedregal Business. 3580-
Adolfo Ruiz Cortines Boulevard –
CP.01900. San Jerónimo Aculco-
Álvaro Obregón, Mexico City
Skype: RINOE-México S.C.
Phone: +52 1 55 1260 0355
E-mail: contact@rinoe.org
Facebook: RINOE-México S. C.
Twitter: [@Rinoe_México](https://twitter.com/Rinoe_México)

www.rinoe.org

Holdings

| | |
|----------|---------|
| Mexico | Peru |
| Bolivia | Taiwan |
| Cameroon | Western |
| Spain | Sahara |

Introducción

El Objetivo del presente estudio fue evaluar el grado de responsabilidad social en micro y pequeñas empresas del sector servicio de alimentos.

La responsabilidad social empresarial (RSE) se refiere al compromiso voluntario que tienen las empresas respecto a su efecto en la sociedad, esto involucra el cumplimiento de las leyes y la integración de elementos ambientales, sociales y éticos (European Commission, 2018)).

En México la RSE se encuentra en desarrollo y su distintivo es otorgado por la Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) (Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad [RSS], 2014) y el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI, 2023).

Introducción

Una motivación para ser socialmente responsables es la mejora de la imagen pública de las empresas, aunada a la presión impuesta por parte de los gobiernos y de Organismos No Gubernamentales (ONG's) de diversos países (Nagyová et al., 2016; Núñez, 2008; Ocampo-López et al., 2015; Podnar & Golob, 2007).

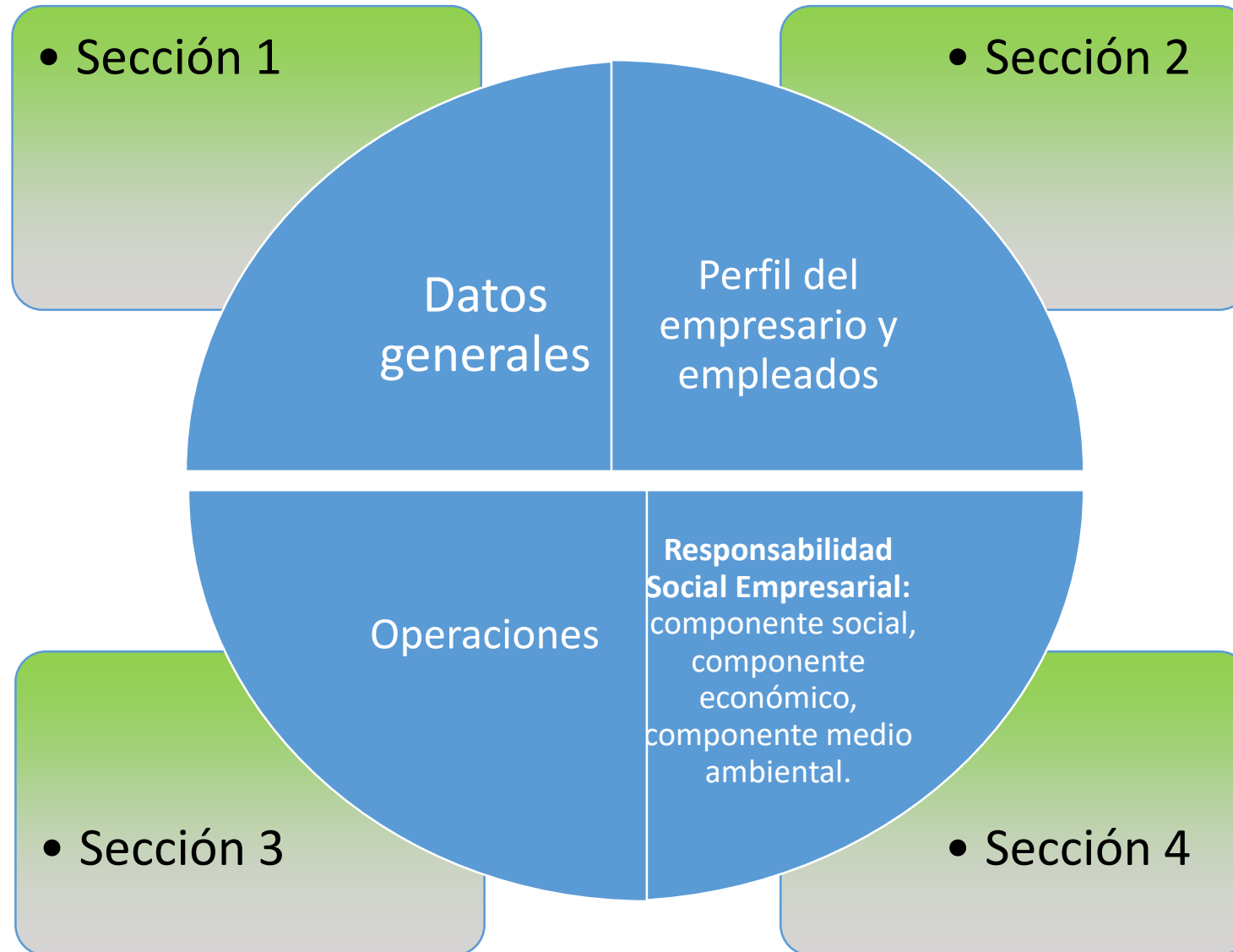
Las empresas que aplican estrategias de RSE aumentan la fidelidad, compromiso y el desempeño de los trabajadores, los cuales impulsarán la empresa para crecer económicamente (Podnar & Golob, 2007).

Las empresas que no aplican la RSE dentro de sus actividades pueden verse afectadas por el rechazo de consumidores éticos e inclusive pueden sufrir ataques por parte de los mismos, arruinando su imagen y por tanto disminuyendo la rentabilidad de las mismas (Podnar & Golob, 2007).

Metodología

En la investigación se aborda un enfoque cuantitativo, no experimental, descriptivo y observacional.

Se aplicó una encuesta, previa autorización del dueño o responsable, a 63 establecimientos fijos dedicados a la preparación, venta y consumo de alimentos, catalogados como Micro y Pequeñas Empresas, distribuidos en ocho municipios del estado de Jalisco, la cual abordó las siguientes secciones:



Los resultados de las encuestas fueron capturados en una hoja de cálculo para aplicarles el Índice de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)*



Se otorgó el valor 1 cuando el indicador influye favorablemente al comportamiento de la RSC. Se otorgó valor 0 cuando el indicador influye desfavorablemente al comportamiento de la RSC (Reyes et al., 2017, p. 149).



Se realizaron ANOVA y prueba HSD Tuckey, agrupados por: sección (social, ambiental y económica); categoría de clasificación (SR, MR y NR), y categoría SCIAN.



La significancia estadística fue aceptada con un nivel de confianza del 95 %.

Definición de rangos para el índice de Responsabilidad Social Corporativa

| Índice de RSC* | Categoría de clasificación |
|-------------------------------|---------------------------------|
| $3 \leq \text{IRSC} \leq 2.5$ | Socialmente responsable (SR) |
| $2.5 < \text{IRSC} \leq 1.5$ | Medianamente responsable (MR) |
| $\text{IRSC} < 1.5$ | No responsable socialmente (NR) |
| | (Reyes et al., 2017, p. 149) |

Resultados

40%

- No conoce el concepto de RSE

27%

- No piensa que la responsabilidad social sea un elemento de importancia

81%

- Cumple con lo estipulado en la Ley Federal del Trabajo

78%

- Cuenta con áreas para consumo de alimentos para sus trabajadores

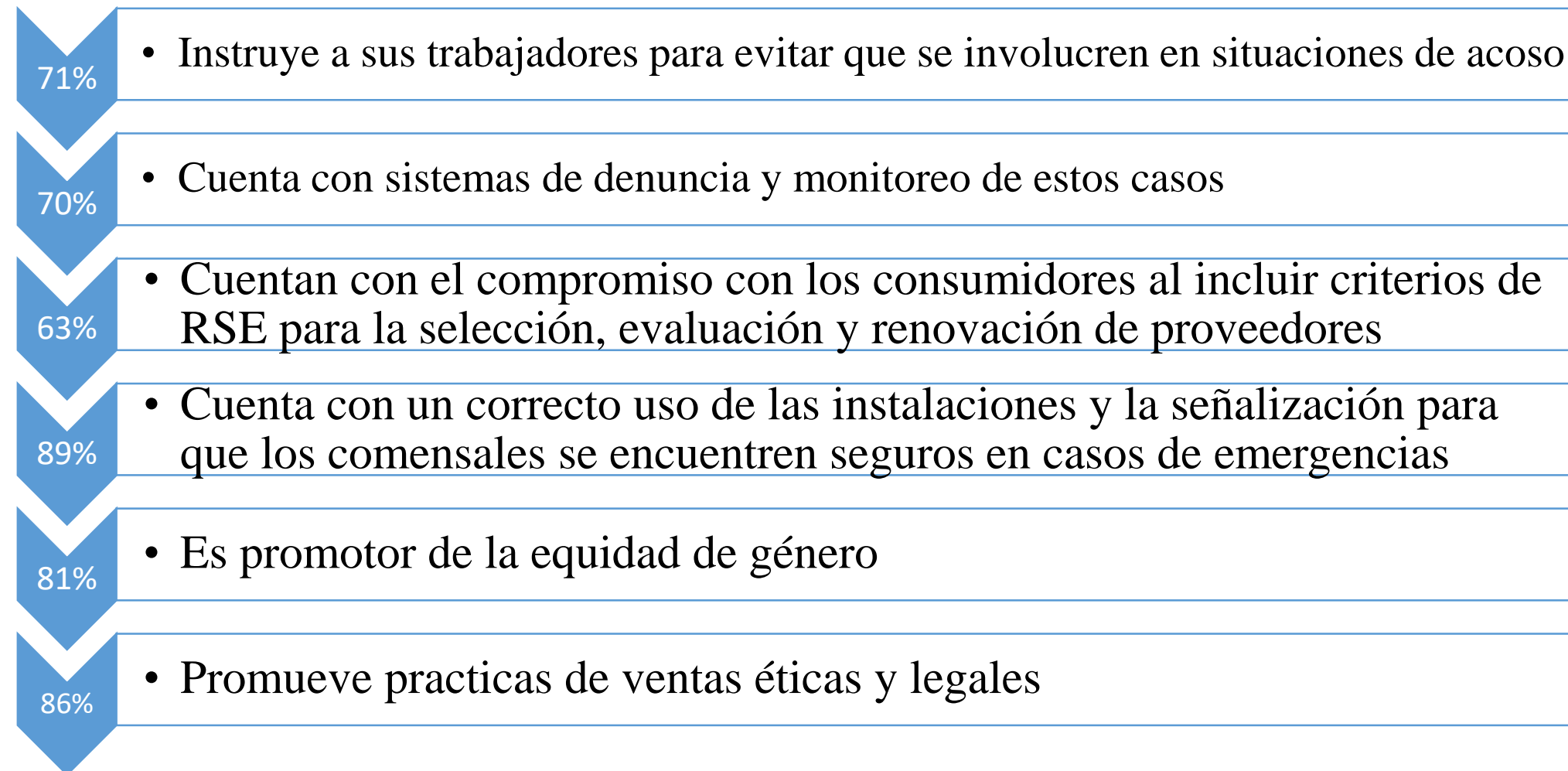
57%

- Confirma tener consideraciones por los padres de familia sin pareja

71%

- Otorga flexibilidad en los horarios

Resultados



Resultados

54%

- Participa en la construcción de una comunidad sustentable

94%

- Está registrado ante el SAT

73%

- Toma en cuenta el desarrollo de actividades sustentables

57%

- Incluye el tema de RSE en su misión y visión

41%

- Cuenta con estrategias para promover el uso responsable del agua

Resultados

| CLAVE SCIAN | RANGO DEL ÍNDICE | NR | MR | SR |
|--|------------------|---------------|-------------|--------------|
| 722310 Servicios de comedor para empresas e instituciones | 2.53 | - | - | 1 |
| 722320 Servicios de preparación de alimentos para ocasiones especiales | 1.92 | - | 1 | - |
| 722412 Bares, cantinas y similares | 0.85-1.73 | 2 | 2 | - |
| 722511 Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida | 0.23-2.79 | 11 | 13 | 2 |
| 722512 Restaurantes con servicio de preparación de pescados y mariscos | 1.36-2.42 | 1 | 2 | - |
| 722513 Restaurantes con servicio de preparación de antojitos | 1.18-2.36 | 1 | 2 | - |
| 722514 Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas | 0.84-2.49 | 4 | 4 | - |
| 722515 Cafeterías, fuentes de sodas, neverías refresquerías y similares | 1.46-2.48 | 1 | 4 | - |
| 722517 Restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, hotdogs y pollos rostizados para llevar | 1.09-2.80 | 3 | 4 | 1 |
| 722519 Servicios de preparación de otros alimentos para consumo inmediato | 0.98-1.97 | 2 | 2 | - |
| TOTAL | 0.23-2.80 | 39.7 % | 54 % | 6.3 % |

SCIAN: Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte

NR: No Responsable

MR: Medianamente Responsable

SR: Socialmente Responsable

Tabla 2 Resultados de la aplicación del índice de Responsabilidad Social Corporativa

Fuente: Directa

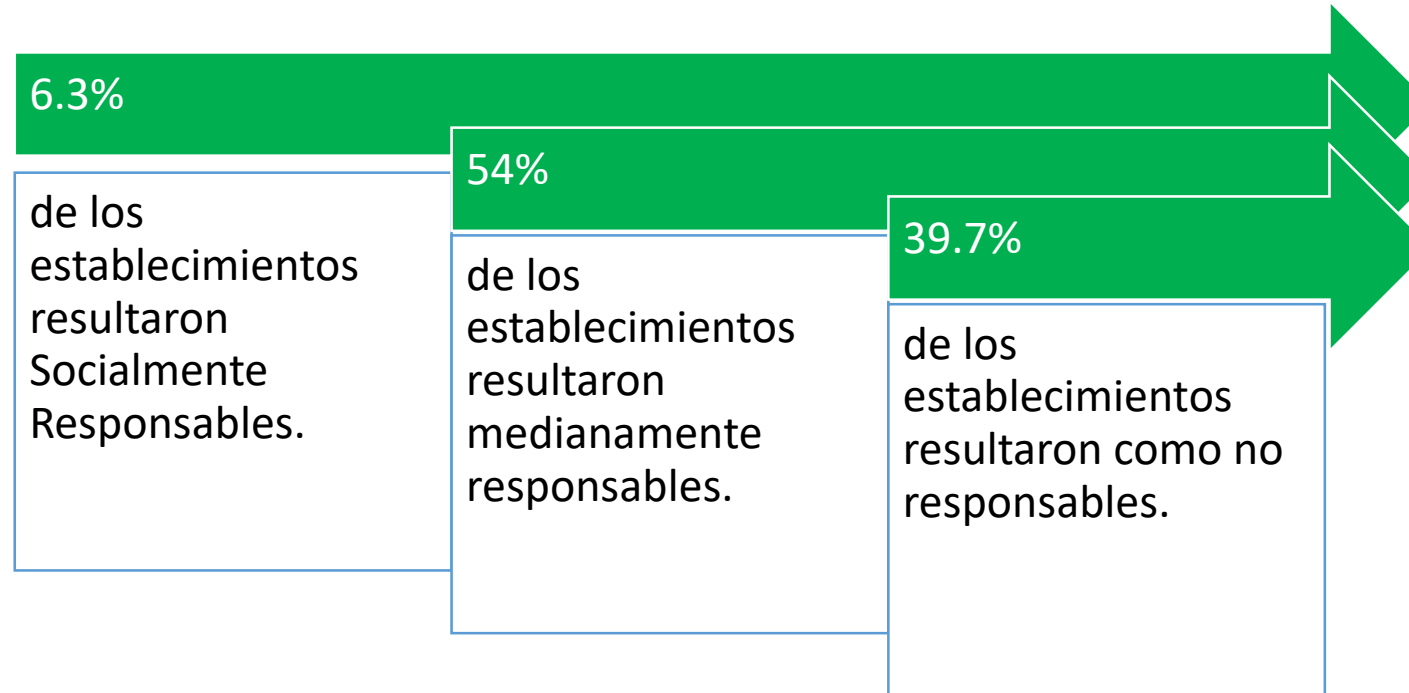
Conclusiones

Se contribuye a obtener un entendimiento más profundo de la problemática que implica el intentar aplicar una gestión administrativa sustentable para dar cabida a un sistema de responsabilidad social, que soporte y registre las decisiones que desde esa perspectiva se vienen tomando en la empresa, con el fin de planear estrategias de intervención acertadas.

Las evaluaciones se aplicaron a 63 establecimientos fijos dedicados a la preparación, venta y consumo de alimentos, distribuidos en ocho municipios del estado de Jalisco, México.

Conclusiones

Se aplicó una encuesta y a los resultados se les aplicó el Índice de Responsabilidad Social Corporativa.



Los dos últimos cuentan con elementos de Responsabilidad Social Empresarial, pero no como programas estructurados.

Conclusiones

Al aplicar el índice de responsabilidad social corporativa, se observa que existe una gran área de oportunidad para fomentar la RSE, esto concuerda con los resultados de estudios anteriores en los que se menciona que las empresas que desarrollan mayores acciones de RSE son aquellas que llevan más tiempo en el mercado

Referencias

Centro Mexicano para la Filantropía. (2023). *Distintivo ESR*®. CMF. Consultada en mayo de 2023. https://www.cemefi.org/distintivo-esr-2/?gclid=CjwKCAjwyqWkBhBMEiwAp2yUFq64Z17P_1uvLHaTsvfNW-vAyUFals-mZZ1QjjAxWIO3GmkbLR03whoCNJsQAvD_BwE

European Commission. (2018). Corporate Social Responsibility/Responsible business conduct. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Consultada en mayo de 2018. http://ec.europa.eu/growth/industry/corporatesocial-responsibility_en

Nagyová, L., Holienčinová, M., Košičiarová, I., & Holota, T. (2016). Corporate Social Responsibility in Food Manufacturing Companies - Environmental Dimensions. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 64(3), 1037–1043. <http://dx.doi.org/10.11118/actaun201664031037>

Núñez, G. (2008). *Promoting corporate social responsibility in small and medium enterprises in the Caribbean: survey results* (Studies and Perspectives LC/L.2930-P). Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Consultada en enero de 2023. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5067>

Ocampo-López, O. L., García-Cortés, J. A., Ciro-Ríos, L.S. y Forero-Páez, Y. (2015). Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de alimentos y bebidas de Caldas. *Entramado*, 11(2), 72-90 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265443638006>

Podnar, K. & Golob, U. (2007). CSR expectations: the focus of corporate marketing. *Corporate Communications: An International Journal*, 12 (4), 326 – 340. <http://dx.doi.org/10.1108/13563280710832498>

Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. (2014). *AliaRSE: la alianza para la Responsabilidad Social Empresarial en México*. Consultada en julio de 2023. <https://responsabilidadsocial.net/aliarse-la-alianza-para-la-responsabilidad-social-empresarial-en-mexico/>

Reyes, R.M., Campos, L.S. y Gómez, G.M. (2017). Resultados de la aplicación del índice de responsabilidad social corporativa a empresas agrícolas de Autlán, Jalisco, México. En S. Vidrio Barón, R. Tene, B. Llamas Arechiga y E. Rojas Alarcón (Eds.), *Investigaciones en las ciencias económico-administrativas* (1ra ed., p.149). Competitive Press. https://www.researchgate.net/profile/Oropeza-Miguel-Angel/publication/354790759_Uso_de_las_NIA_para_la_practica_forense_en_la_auditoria_fiscal/links/614cb5c8a3df59440ba8a1af/Uso-de-las-NIA-para-la-practica-forense-en-la-auditoria-fiscal.pdf#page=171



© RINOE-Mexico

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. VCICA is part of the media of RINOE-Mexico., E: 94-443.F: 008- (www.rinoe.org/booklets)