

**Artículo No. 01.** No. 10, Vol. V, Año 5, 2019. Revista de divulgación y tecnología de la Red Internacional de Investigadores de Ingeniería Industrial <REDI4>

## **EMPRENDIMIENTO SOCIALMENTE RESPONSABLE EN LA REGIÓN DE CABORCA, SONORA MÉXICO**

### **SOCIALLY RESPONSIBLE ENTREPRENEURSHIP IN THE CABORCA REGION, SONORA MEXICO**

Rafael Hernández León<sup>1</sup>, Jesús Martín Cadena Badilla<sup>2</sup>, Ramón Arturo Vega Robles<sup>3</sup>, Joaquín Vázquez Quiroga<sup>4</sup>, Jesús Rodolfo Guzmán Hernández<sup>5</sup>

Universidad de Sonora<sup>1,2,3,4,5</sup>, México. [rafael.hernandez@unison.mx](mailto:rafael.hernandez@unison.mx)<sup>1</sup>, [martin.cadena@unison.mx](mailto:martin.cadena@unison.mx)<sup>2</sup>, [arturo.vega@unison.mx](mailto:arturo.vega@unison.mx)<sup>3</sup>, [joaquin.vasquez@unison.mx](mailto:joaquin.vasquez@unison.mx)<sup>4</sup>, [rodolfo.guzman@unison.mx](mailto:rodolfo.guzman@unison.mx)<sup>5</sup>.

**Resumen.** Uno de los retos en la actualidad es el conocer el nivel de emprendimiento de las organizaciones en una región, un estado, un país y en el mundo, como un todo. El objetivo de esta investigación fue conocer el nivel de emprendimiento socialmente responsable en la región de Caborca, Sonora, México, como inicio para realizar en un futuro una investigación a nivel estado, dividido en zona norte, zona centro y zona sur, debido a que la zona norte es frontera con Estados Unidos Americanos y las condiciones de desarrollo de las empresas está influido por diferentes variables. La metodología fue aplicar una encuesta proporcionada por Universidad de Extremadura (España), el Instituto Politécnico de Setúbal (Portugal) y el Instituto Tecnológico de Sonora (México), cuyo objetivo es conocer la vinculación existente entre el desarrollo del emprendimiento y la implantación simultánea de una estrategia de responsabilidad social corporativa en las organizaciones, los datos obtenidos se analizaron en SPSS 25. Los resultados fueron favorables de acuerdo a la escala de Likert de 1 a 7. Se concluye que la mayoría de las organizaciones formadas por emprendedores socialmente responsables en la región de Caborca son MIPYMES del sector comercio y servicios.

**Palabras Clave.** Emprendimiento, organizaciones, MIPYMES.

**Abstract.** One of the challenges at present is to know the level of entrepreneurship of the organizations in a region, a state, a country and in the world, as a whole. The objective of this research was to know the level of socially responsible entrepreneurship in the region of Caborca, Sonora, Mexico, as a start to carry out a state-level research in the future, divided into the northern, central and southern zones, due to the fact that the northern zone is border with United States of America and the conditions of development of the companies are influenced by different variables. The methodology was to apply a survey provided by the University of Extremadura (Spain), the Polytechnic Institute of Setúbal (Portugal) and the Technological Institute of Sonora (Mexico), whose objective is to know the link between the development of entrepreneurship and the simultaneous implementation of a strategy of corporate social responsibility in the organizations, the data obtained were analyzed in SPSS 25. The results were favorable according to the Likert

**Artículo No. 01.** No. 10, Vol. V, Año 5, 2019. Revista de divulgación y tecnología de la Red Internacional de Investigadores de Ingeniería Industrial <REDI4>

scale of 1 to 7. It is concluded that the majority of the organizations formed by socially responsible entrepreneurs in the Caborca region are MSMEs of the commerce and services sector.

**Key Words.** Entrepreneurship, organizations, MSMEs.

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento ha sido estudiado desde la economía, la psicología, la sociología y la antropología, desarrollando aportes que se encargan del estudio del fenómeno desde un punto de vista social, sobre el cual existen relativamente pocos acuerdos (Guzmán y Trujillo, 2008). Se ha relacionado el emprendimiento con el descubrimiento de oportunidades rentables, concluyendo que las oportunidades de emprendimiento son aquellas situaciones en las que se puede introducir al mercado los métodos, bienes y servicios a un precio mayor que sus costos de producción (Shane y Venkataraman 2000).

Actualmente no hay una definición satisfactoriamente completa respecto a lo que representa el emprendimiento social. “El crecimiento del emprendimiento social en términos globales en la última década ha sido impresionante, pero el significado preciso del término permanece como un asunto de debate” (Harding, 2004, p. 40).

Un elemento común en diferentes definiciones de emprendimiento social es la búsqueda de soluciones a problemas sociales. El emprendedor social identifica oportunidades que se presentan a sí mismas como problemas que requieren soluciones y se esfuerza por crear emprendimientos para resolverlos (Sullivan, 2007). En cuanto al sector privado Friedman (1970) comenta que la única responsabilidad social de los negocios está en incrementar sus utilidades y se deben enfocar exclusivamente en ello. Para Friedman, la corporación es un instrumento de los accionistas a quienes pertenece. Un asunto fundamental al abordar el emprendimiento social está en diferenciarlo del emprendimiento de negocios o comercial, buscando otorgarle un dominio académico específico. Sin embargo, no se pretende desconocer la existencia de elementos comunes entre los dos. “Todo proceso de emprendimiento conlleva un balance de comportamiento social y comportamiento económico, que, a su vez, permite la generación de valor social y valor económico” (Chell, 2007).

Los emprendedores sociales son capaces de crear un negocio positivo, que aúne un proyecto empresarial de viabilidad técnica y económica con la utilidad social. Sin embargo, de acuerdo a las distintas publicaciones (Kliksberg, 2004; Zandonai y Pezzini, 2004; Moulden, 2009) sobre la materia de emprendimiento, es tan escaso que incluso puede afirmarse que apenas existe un reconocimiento explícito a la figura del emprendedor social, enmarcándolo dentro de la figura general de empresario o emprendedor.

**Artículo No. 01.** No. 10, Vol. V, Año 5, 2019. Revista de divulgación y tecnología de la Red Internacional de Investigadores de Ingeniería Industrial <REDI4>

Resumidamente, Social Enterprise Knowledge Network (SEKN) (2006, citada por Guzmán y Trujillo, 2008) expresa que es posible advertir al menos cuatro formas de crear valor social mediante el emprendimiento social: a) Derribar barreras que producen exclusión para algunos grupos específicos como la falta de educación (formal, sexual, etc.), ausencia de oportunidades de acceso a créditos y capital de trabajo, dificultades de acceso geográficos, carencia de opciones laborales para mujeres e inmigrantes, entre muchas otras. b) Proporcionar apoyo a grupos debilitados o vulnerables en algún aspecto, ejecutando programas específicos para fortalecer comunidades locales. c) Dar voz a agentes sociales de manera que asuman un rol activo en la defensa de sus intereses y derechos, tales como niños, adolescentes u otros grupos debilitados ante los ojos de los demás, como consumidores de sustancias, portadores de discapacidad o enfermedad, etc. d) Solucionar efectos secundarios indeseados de bienes o servicios que se producen en el sistema económico existente (contaminación, adicciones, etc.).

Según Falcone, Jiménez, Tinajero y Serna, (2016), Desde hace algunos años la detonación del emprendimiento inició en México y con él, el emprendimiento social, ese que es resultado de la unión de tres modelos de organización (instituciones públicas, empresas privadas y organizaciones sin fines de lucro). Entonces ¿qué tal está el panorama del emprendimiento social en México? Afortunadamente existen muchos actores involucrados en él y enfocados en su crecimiento:

- Aceleradoras e incubadoras.
- Fondos de inversión de impacto.
- Asociaciones enfocadas a la creación del ecosistema
- Instituciones.

Eso, del lado emprendedor, de creación de redes y de financiamiento, pero ¿en la parte legal? Ahí todavía falta mucho por hacer.

En esta investigación se pretende conocer el nivel de emprendimiento socialmente responsable de la región de Caborca, Sonora, como inicio de un proyecto más ambicioso donde se involucre la zona norte, centro y sur del estado de Sonora, y posteriormente llevar el estudio a nivel nacional.

### **Objetivo**

Conocer el nivel de emprendimiento socialmente responsable en la región de Caborca, Sonora.

### **Hipótesis**

El emprendimiento socialmente responsable en la región de Caborca, Sonora se encuentra arriba del nivel 4, de acuerdo a la escala de Likert de 1 a 7.

## **METODOLOGIA**

### **Diseño metodológico**

La base de datos que se analiza en este trabajo se obtiene de la encuesta replicada del formato “Emprendimiento Socialmente Responsable” que forma parte de un trabajo de investigación llevado a cabo por la Universidad de Extremadura (España), el Instituto Politécnico de Setúbal (Portugal) y el Instituto Tecnológico de Sonora (México), cuyo objetivo es conocer la vinculación existente entre el desarrollo del emprendimiento y la implantación simultánea de una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa en las organizaciones, y que se aplicó en la ciudad de Caborca Sonora, México. La información obtenida en las encuestas fue ingresada a una base de datos diseñada en una hoja de cálculo de Excel. El tratamiento estadístico se realizó en software SPSS 25 para Windows. Las dimensiones que se analizan son: Tipo de Organización, Sector, Puesto, Número de Empleados, Rasgos del Emprendedor (55 ítems), Dimensión Social (14 ítems), Dimensión Económica (7 ítems), Dimensión Medioambiental (8 ítems), Performance (8 ítems relacionados con imagen, beneficios de rentabilidad, satisfacción de empleados, satisfacción de clientes y ventas) y Aprendizaje Organizacional (6 ítems).

## **RESULTADOS**

### **Tipo de organización**

Se encontró que el 6 % de empresas corresponden a Pymes y el 94 % a MIPYMES, tabla 1

### **Puesto, posición que ocupa en la organización**

El 52 % se encuentra en una posición comercial y el 23 % es dueño del negocio, tabla 2

Sector al que pertenecen la entidad / empresa / organización

El 12 % pertenece al sector comercio y el 88% al sector servicios, tabla 3

### **Número de empleados**

El 46 % de las empresas trabajan con 1 empleado, y el 36 % con 2 empleados, el 14% con 3 empleados y el 4 % con 4 o más empleados, tabla 4.

### **Media aritmética**

El resultado de las medias, de acuerdo a la escala de Likert de 1 a 7 de cada variable fueron: Rasgos del Emprendedor (5), Dimensión Social (5), Dimensión Económica (6), Dimensión Medioambiental (6), Performance (6) y Aprendizaje Organizacional (5), lo que significa que el emprendimiento socialmente responsable en las organizaciones de la ciudad de Caborca, Sonora, México, es favorable y prometedor. Ver tablas 5 y 6.

**Tabla 1.** Tipo de Organización

|        |       | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 2.00  | 3          | 6.0        | 6.0               | 6.0                  |
|        | 7.00  | 47         | 94.0       | 94.0              | 100.0                |
|        | Total | 50         | 100.0      | 100.0             |                      |

Elaboración propia. Válido: PYME (2), MIPYME (7)

**Tabla 2.** Puesto, Posición que ocupa en la organización

|        |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | comercial | 26         | 52.0       | 52.0              | 52.0                 |
|        | dueño     | 23         | 46.0       | 46.0              | 98.0                 |
|        | gerente   | 1          | 2.0        | 2.0               | 100.0                |
|        | Total     | 50         | 100.0      | 100.0             |                      |

Elaboración propia

**Tabla 3.** Sector al que pertenece la entidad / empresa / organización

|        |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Comercio  | 6          | 12.0       | 12.0              | 12.0                 |
|        | Servicios | 44         | 88.0       | 88.0              | 100.0                |
|        | Total     | 50         | 100.0      | 100.0             |                      |

Elaboración propia

**Tabla 4.** Número empleados en la organización

**Artículo No. 01.** No. 10, Vol. V, Año 5, 2019. Revista de divulgación y tecnología de la Red Internacional de Investigadores de Ingeniería Industrial <REDI4>

|        |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | 1.0       | 23         | 46.0       | 46.0              | 46.0                 |
|        | 2.0       | 18         | 36.0       | 36.0              | 82.0                 |
|        | 3.0       | 7          | 14.0       | 14.0              | 96.0                 |
|        | 4.0 o mas | 2          | 4.0        | 4.0               | 100.0                |
|        | Total     | 50         | 100.0      | 100.0             |                      |

Válido: Menos de 10 empleados (1), de 10 a 50 empleados (2)

**Tabla 5.** Estadísticos Emprendimiento Socialmente Responsable

|                  |          | TIPO_ORG | SECTOR | PUESTO | Número de Empleado | Rasgos Del Empleado | Dimensión Social |
|------------------|----------|----------|--------|--------|--------------------|---------------------|------------------|
| N                | Válido   | 50       | 50     | 50     | 50                 | 50                  | 50               |
|                  | Perdidos | 0        | 0      | 0      | 0                  | 0                   | 0                |
| Media            |          | 7        |        |        | 2                  | 5                   | 5                |
| Desv. Desviación |          | 1.2      |        |        | .8466              | .646                | .707             |
| Varianza         |          | 1.4      |        |        | .717               | .418                | .500             |

Elaboración propia

**Tabla 6.** Estadísticos Emprendimiento Socialmente Responsable

|                  |          | Dimensión Económica | Dimensión Medioambiental | Performance | Aprendizaje Organizacional |
|------------------|----------|---------------------|--------------------------|-------------|----------------------------|
| N                | Válido   | 50                  | 50                       | 50          | 50                         |
|                  | Perdidos | 0                   | 0                        | 0           | 0                          |
| Media            |          | 6                   | 6                        | 6           | 5                          |
| Desv. Desviación |          | .884                | .757                     | .760        | .873                       |
| Varianza         |          | .782                | .573                     | .577        | .762                       |

Elaboración propia

## CONCLUSIONES

Podemos concluir que el objetivo de la investigación se cumplió, resultando el nivel de emprendimiento socialmente responsable de acuerdo con la escala de Likert con valores promedio de 5 y 6, lo que significa un nivel favorable. La hipótesis resultó positiva. El tipo de organizaciones que más se encontró son MIPYMES, por lo que el número de empleados de la mayoría son menores de 4, donde generalmente el dueño del negocio forma parte de la nómina. El nivel más alto de emprendimiento socialmente responsable corresponde a las dimensiones: Medioambiental, Performance y Aprendizaje Organizacional.

## REFERENCIAS

Chell, E. (2007). Social Enterprise and Entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 25 (1), 5-26.

Falcone, T., Jiménez, G., Tinajero, M. y Serna, H. (2016). Emprendimiento social en México. Universidad Autónoma de Tamaulipas – Facultad de Comercio y Administración Victoria (México). 2 (1), 324-362.

Guzmán V., A. y Trujillo, D., M. A., (2008). Emprendimiento social – revisión de literatura. *Estudios gerenciales*. 24 (109), 105-125.

Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *New York Times Magazine*, SM17.

Harding, R. (2004). Social Enterprise: The New Economic Engine?. *Business Strategy Review*, 15 (4), 39-43.

Kliksberg, B. (2004). La ética y el capital social cuentan. Universidad de Carabobo (UCAB) Ediciones de la FCES de la UCAB. Venezuela

Moulden, J. (2009). Los nuevos emprendedores sociales. Ed. McGraw-Hill. México. DF Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.

Sullivan, D. (2007). Stimulating Social Entrepreneurship: Can Support From Cities Make a Difference?. *Academy of Management Perspectives*, 21 (1), 77-78.

Zandonai, F. y Pezzini, E. (2004). Nuevos directivos para nuevas cooperativas. La figura del empresario social en las cooperativas sociales italianas, *Revista CIRIEC-España* 48, 145-166.