

Estudio Diagnóstico Exploratorio de Conocimientos de Terminología en Responsabilidad Social y Empresa Socialmente Responsable entre dos grupos de Población: Adultos Mayores y Jóvenes.

Jorge Carlos Rangel Moya ¹⁴

Mayra Betancourt Escalante ¹⁵

Resumen

. Se procedió a preguntar a ambos grupos primero variables generales como ejemplo si ha escuchado, conoce diferencias, actividades, su participación y si han observado acciones o proyectos de los temas, otras preguntas en bloque se relacionó con su consideración de que si está presente en el entorno comunitario o social en realidad estas acciones y si participaría, como último tercer bloque de preguntas se acentuó en la Empresa Socialmente Responsable (ESR) su ética y las acciones que promueven, todo enfocado en base a su propia interpretación personal, como sujeto encuestado en el presente estudio. Los resultados producto del antagonismo de los actores, demostró que mientras el AM piensa que la RS es una tarea a discusión y colaboración de diversos actores para su desarrollo, el JV lo entiende a que es una obligación que se debe realizar si o si independientemente de los actores que la realicen, esto por mencionar solo alguno de los resultados, con esta exploración, se lleva a interpretar que al momento de abordar el tema, se tendría primero que seleccionar a qué tipo de actor se le está involucrando en el desarrollo de cualquier temática de este tipo, para la búsqueda de una mayor interiorización de análisis, debates y participación del contenido expuesto.

Palabras Clave: *Responsabilidad Social, Empresa Socialmente Responsable, Exploración, Adultos Mayores, Jóvenes.*

Introducción

¹⁴ Facultad de Trabajo Social y Desarrollo Humano, Universidad Autónoma de Nuevo León.

Jorge.rangelmy@uanl.edu.mx

¹⁵ Facultad de Trabajo Social y Desarrollo Humano, Universidad Autónoma de Nuevo León.

mayra.betancourtsc@uanl.edu.mx,

En el conocimiento de un fenómeno social es importante tratar de interpretar o estudiar de manera inicial y explorar que tanta comprensión tenemos del suceso, su terminología, capacidad de comprensión y análisis del mismo, esto con la única intención de estar en condiciones, para ofrecer una visión global del tema a tratar, en ese escenario el uso de tres términos principales como son la Responsabilidad Social, la Sustentabilidad y Sostenibilidad, terminología que ha acuñado una importancia cada vez más protagónica en el sector social, producto de esta frecuencia y con la intención por entender en una etapa exploratoria, el uso particular de la terminología de Responsabilidad Social y su relación aparente con el termino de Empresa Socialmente Responsable. El objetivo es que tanto conocimiento general se tiene o se relaciona al momento de mencionar el tema en dos grupos de población, Adultos Mayores y Jóvenes.

A inicios del siglo XX de manera común la R.S. se interpreta como filantropía, sin embargo con el paso del tiempo se empieza a concebir en acciones sociales, como actividades o estrategias obligadas ya en una sociedad moderna y competitiva, enfocadas en una ética responsable con la comunidad, las personas, las universidades, los gobiernos, la sociedad y las empresas como actores que generan sinergias de acciones en conjunto, obligado de estas estrategias sociales, entonces ya no como una agregado a tu imagen social, partiendo hipotéticamente a aplicarse como un deber o derecho de tu identidad, todo esto se observa a través de cuestiones comunes, la participación en un voluntariado, el apoyo económico en una donación, el participar en proyectos de reciclaje etc., está inmersa y activa la participación de la comunidad en estas acciones sociales “modernas”.

Es cotidiano observar ya durante los últimos años en cualquier medio electrónico, artículos relacionados con estos temas de responsabilidad social la intención de la presente es explorar el conocimiento general de los ciudadanos desde su punto de vista común y sin previa orientación, el punto de vista reconocen la relación responsabilidad social (comunidad) y la empresa socialmente responsable (corporativa) en el tiempo presente, observan a la empresa un actor importante en este escenario ya cada vez más común, además de su identificación de incluir terminología del ISO 26000 de responsabilidad social y sus 6 gobernanzas y las 10 acciones del decálogo CEMEFI, todo esto con la única intención de

detectar información que sea útil como diagnóstico para la aplicación de acciones enfocadas en desarrollar proyectos en beneficio de la responsabilidad social.

En los casos de la terminología de lo sostenible, donde este se debe entender como el tener recursos disponibles en el ahora sin comprometer el futuro, donde la primicia es el obtener un equilibrio entre la demanda social y los recursos que se tienen para satisfacer esa demanda y el sustentable que es todo aquello que permite utilizar y los por que, o razones de esa utilización de recursos naturales, con una visión de utilidad, sin producir mayores daños a la naturaleza y a la capacidad de reproducción o reabastecimiento de estos recursos en el tiempo. La diferenciación entre ambos es real y técnica, por lo cual, en esta exploración descriptiva, solo se pretende reconocer esa reflexión general y social entre ambos actores humanos.

Se realiza comparaciones entre ambos grupos a una serie de 14 cuestionamientos similares, su conocimiento general de la temática y su propuesta de acciones a futuro, todo con la única intención de entender con qué tipo de información y perfil de conocimiento y pensamiento social se cuenta en relación al tema del a R.S. y de la Empresa Socialmente Responsable.

Metodología

Se deberá definir como de tipo exploratorio. Se realizó un estudio a partir de una revisión bibliográfica y documental de tipo teórico, descriptivo, con análisis sintético y lógico en la revisión documental (Ruiz; 2007,P 7), existen dos criterios para definir las encuestas, donde el primero está relacionado con el campo de aplicación o área de interés de los resultados, en este ejemplo esta la Responsabilidad Social y otro criterio, es el propósito que tiene en la aplicación de la encuesta dividiéndolo en dos etapas; la estratégica se diseña y se planea la actividad y en otra etapa táctica se implementa y da seguimiento al plan desarrollado en la etapa estratégica. Las primeras son de carácter exploratorio, en sí mismas no proponen una conclusión. Las segundas son de carácter concluyente y los resultados proponen una conclusión, en relación con un enfoque metodológico este clasifica a las encuestas considerando el propósito lógico o nivel de conocimiento, desde ese punto de vista uno de los criterios es la encuesta exploratoria.

El propósito es tener un primer acercamiento al fenómeno o tema estudiado es para identificar las características generales o dimensiones del problema, así como establecer hipótesis y alternativas de trabajo, ayudan a identificar las categorías de análisis o el esquema conceptual, también permiten obtener información para el diseño de muestras y cálculos estadísticos para subsiguientes estudios (López, 2000 P 33.).

Otro de los alcances es utilizar la encuesta como de tipo descriptiva donde su propósito es precisión de las características del fenómeno observado, donde existe la flexibilidad de estar o no relacionado con una hipótesis de trabajo. La mayor parte de estas encuestas al describir el fenómeno con porcentajes o promedios cumple con este propósito de conocimiento. (Galindo, 2000, P.38).

La población objetivo se integró por dos grupos en su característica de edad, comprendido por Adultos Mayores (AM) de 65 años y más, donde la Organización Mundial de la Salud (OMS) define como adulto mayor (AM) a la persona mayor de 65 años (Cazanova, C 2000) y por jóvenes (JV) de 20 a 24 años de edad, donde la ONU en 1985 menciona lo siguiente: No existe una definición internacional universalmente aceptada del grupo de edad que comprende el concepto de juventud. Sin embargo, con fines estadísticos, las Naciones Unidas, sin perjuicio de cualquier otra definición hecha por los Estados miembros, definen a los jóvenes como aquellas personas de entre 15 y 24 años. Se aplicó el instrumento tipo encuesta con un total de 12 preguntas de opción cerrada y 2 preguntas abiertas, la semejanza de los dos grupos de población es que al momento del estudio ambos se encontraban en un sistema escolarizado de nivel superior.

El universo de instrumentos fue similar de 30 para adultos mayores y 30 para jóvenes, para un total de universo estadístico $n = 60$, no se aplicó un muestreo, se escogió a todo el universo disponible en dos grupos académicos, en el caso de AM el grupo lo integro personas que cursaban el segundo semestre del diplomado de adultos mayores de la UANL, en el caso de los jóvenes lo integraron un grupo de 6 semestre de la Licenciatura en Trabajo Social y Desarrollo Humano de la UANL, cabe mencionar que en ninguno de estos dos grupos se les menciono este tipo de información referente a la investigación, ni el objetivo de la misma, todo con la finalidad de no presentar sesgo en la información obtenida mediante la aplicación de los instrumentos tipo encuesta.

Plan de análisis de datos

Para la aplicación y recopilación de la información de la encuesta se utilizó el *Microsoft Forms*, y para la base de datos la herramienta estadística SPSS versión 22, con el fin de tabular los datos estadísticos para la realización del análisis por parte de los autores.

Resultados:

Características de los participantes, también referenciada como población objetivo del estudio formado por dos grupos de población, jóvenes estudiantes entre las edades de los 20 a 24 años y adultos mayores de más de 65 años de edad.

Análisis de frecuencias

Grafica 1.- En relación con escuchar el termino de Responsabilidad Social el Adulto Mayor, 8 de cada 10 no y jóvenes el 100% si lo ha escuchado, denotando una diferencia contrastante entre ambos grupos de la población, representando que el termino está más familiarizado con la población menor a los 25 años, se puede derivar que el tema es más frecuente mencionarlo entre los jóvenes.

Grafica 1. Ha escuchado de manera común o en general los términos Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración Propia

Grafica 2.- En relación con escuchar comúnmente el termino de Empresa Socialmente Responsable, se observa que no existe diferencia entre ambos ya que el 80% de ambos si escuchan el termino de Empresa Socialmente Responsable.

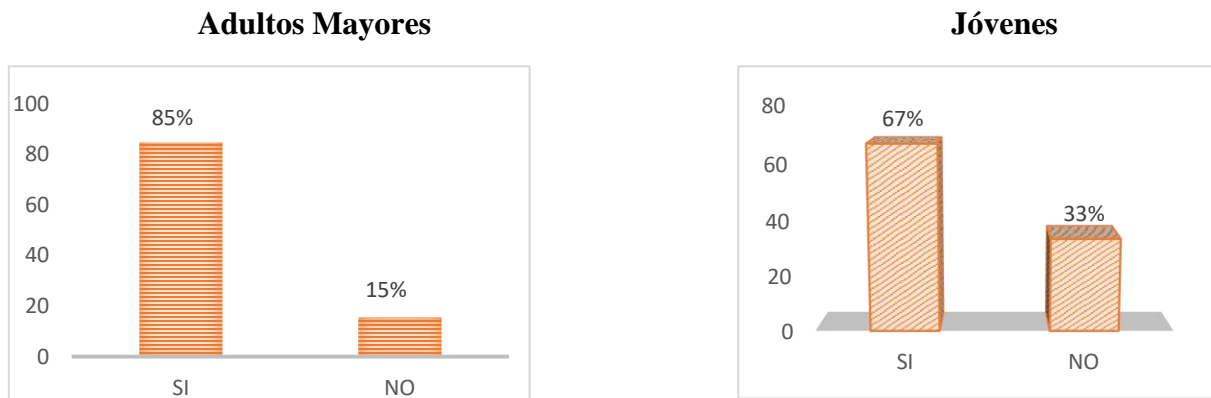
Grafica 2 Termino Empresa Socialmente Responsable



Fuente: Elaboración Propia

Grafica 3.- Cuando se preguntó si conocen la diferencia entre RS y ESR en ambos grupos se tiene el mismo comportamiento, donde la mayoría si interpretan la diferencia entre ambos, sin embargo, si existe una ligera diferencia a la baja del conocimiento en jóvenes contra el grupo de adultos mayores (el joven escucha, pero no se preocupa por interpretar o analizar el concepto).

Grafica 3.- Diferencia entre Responsabilidad Social y Empresa Socialmente Responsable.



Fuente: Elaboración Propia

Grafica 4.1- Es muy congruente el resultado ya que la pregunta refiere la vida laboral y en adultos mayores la mitad si tuvo conocimiento de una práctica de RS y en jóvenes al no contar con vida laboral el porcentaje es menor.

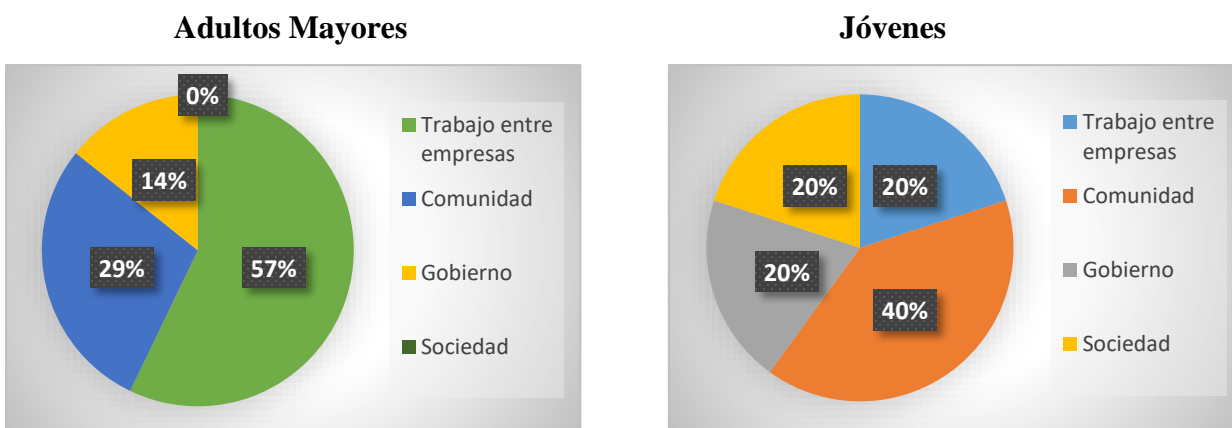
Grafica 4.1- Conocimiento de Responsabilidad Social en su vida laboral



Fuente: Elaboración Propia

Grafica 4.2. Los Adulto Mayor manifestaron que conocieron la Responsabilidad Social en empresa, comunidad, gobierno y nada en la sociedad, mientras que los jóvenes, fue en comunidad, después por igual en empresa, gobierno y sociedad la triple hélice, producto de este resultado es evidente que el Adulto Mayor y su experiencia no observa estas acciones en la sociedad, lo ve más como un esfuerzo de una organización o con responsabilidad individual y el joven lo refiere más como una acción conjunta entre actores con igualdad en responsabilidad compartida

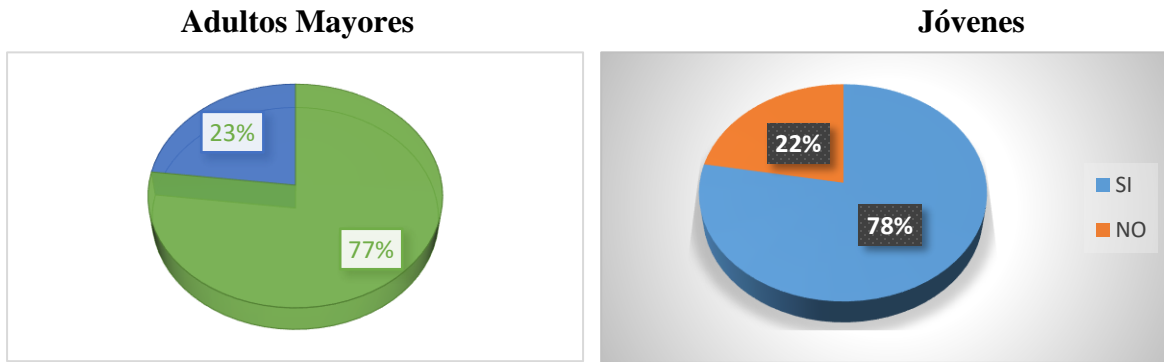
Grafica 4.2. ¿Dónde conocieron la Responsabilidad Social?



Fuente: Elaboración Propia

Grafica 5.1- A participado en alguna actividad de responsabilidad social el adulto mayor y jóvenes presentan comportamiento similar donde 8 de cada 10 si participaron.

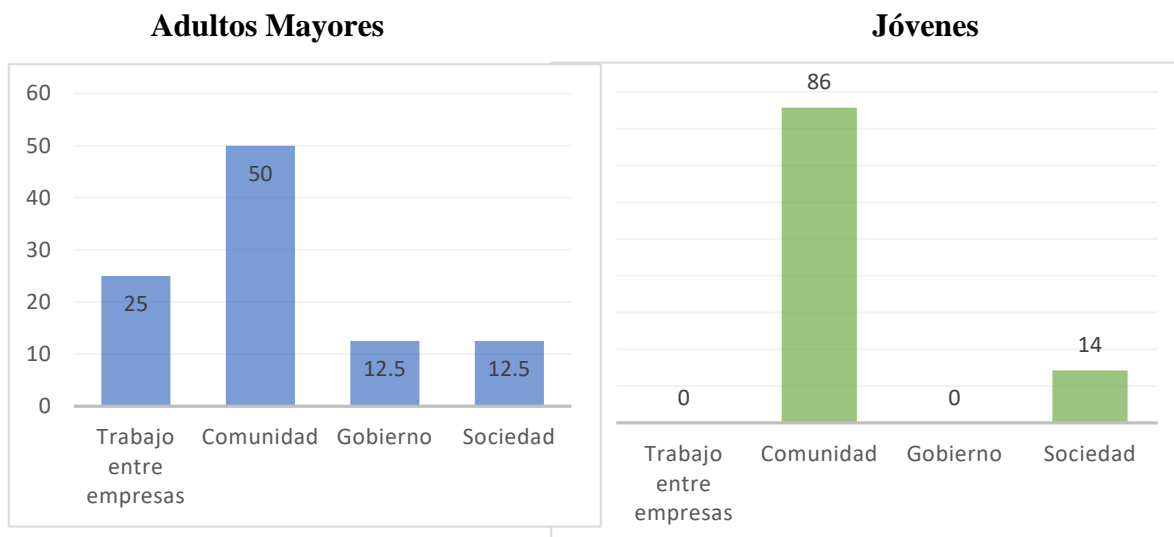
Grafica 5.1 - Participación en Actividades de Responsabilidad Social



Fuente: Elaboración Propia

Grafica 5.2 Los jóvenes ha participado en actividades de Responsabilidad Social en la comunidad y el adulto mayor es mas en empresa, gobierno y sociedad. El joven en esa ideología de participar en conjunto es comunidad y sociedad, validando la pregunta 4 de filosofía de participación compartida.

Grafica 5.2- Donde han participado en Actividades de Responsabilidad Social

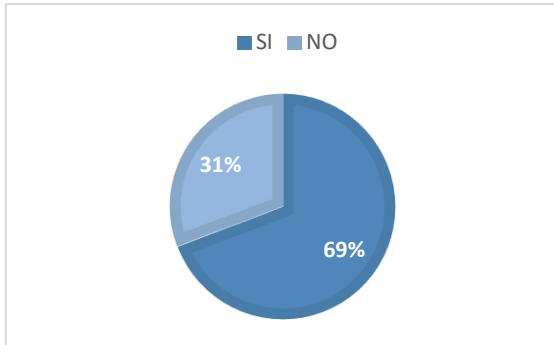


Fuente: Elaboración Propia

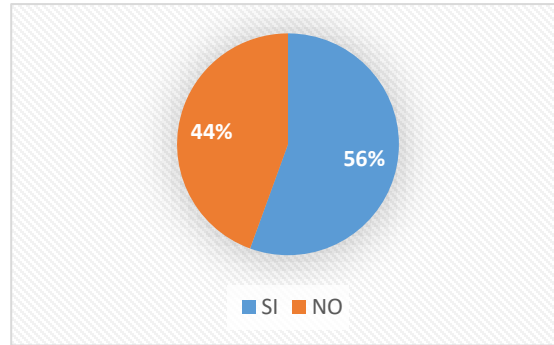
Grafica 6.- Es más común la presencia de la certificación de Empresa Socialmente Responsable en jóvenes, así al 50% y mínima en adultos mayores 1 de cada 10, esto tomando en cuenta que puede ser por su acceso a redes sociales frecuentes.

Grafica 6.- Logo de Empresa Socialmente Responsable

Adultos Mayores



Jóvenes

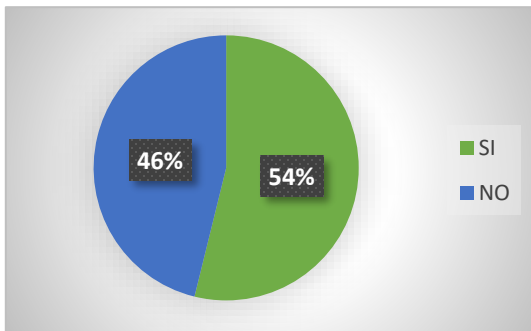


Fuente: Elaboración Propia

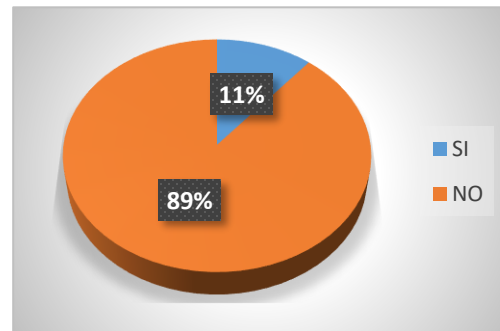
Grafica 7.- Han observado o escuchado del ISO 2600, el grupo de adultos mayores la mitad de los encuestados responden que si han observado y los jóvenes 9 de cada 10 no lo han hecho.

Grafica 7.- Logo de ISO26000 Responsabilidad Social

Adultos Mayores



Jóvenes



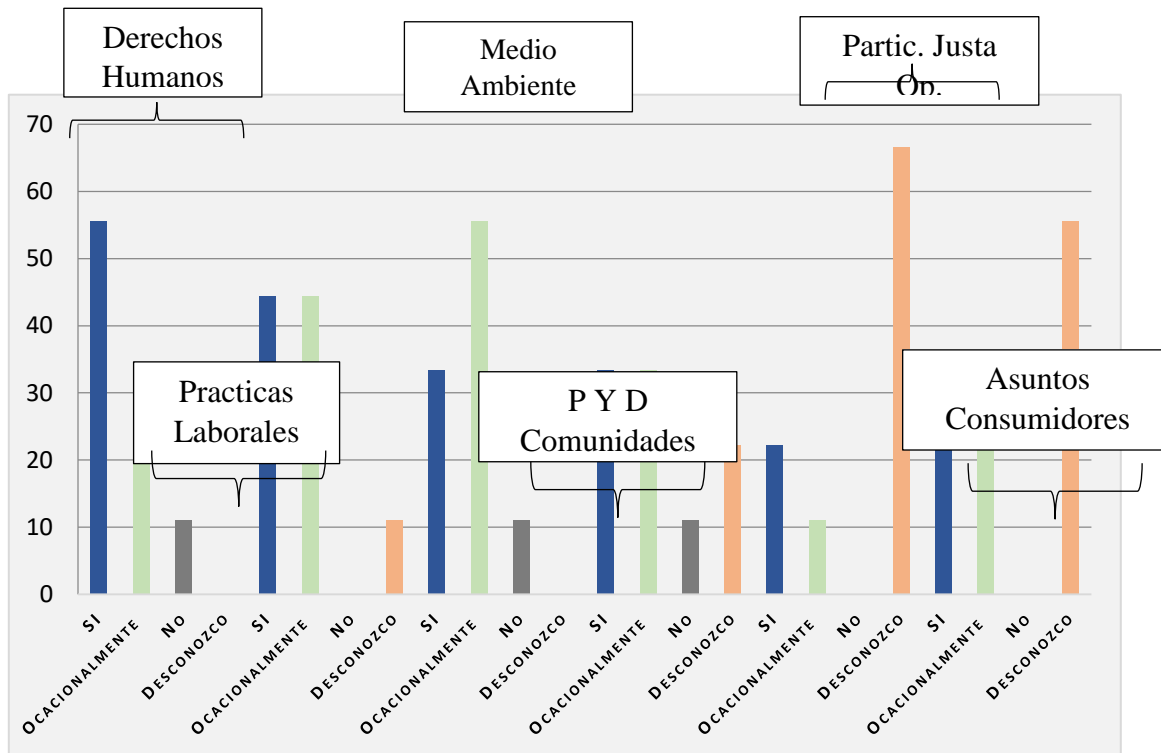
Fuente: Elaboración Propia

Grafica 8.- El grupo de jóvenes consideran que la mayoría de las empresas apoyan aspectos en derechos humanos, prácticas laborales, en medio ambiente de manera ocasional el apoyo en comunidad en igualdad sí o no el apoyo y en prácticas justas de operación y asunto de consumidores lo desconocen estas respuestas son congruentes con la opinión que continuamente se genera por la sociedad solo derechos humanos llama la atención el tan alto de respuesta en sí.

En el grupo de adultos mayores consideran que las empresas apoyan al igual que los jóvenes aspectos de derechos humanos y prácticas laborales, al igual en medio ambiente de

manera ocasional, pero él no apoya está presente en este aspecto en apoyo en comunidad, en igualdad en sí, no apoyo, en prácticas justas desconozco y a diferencia en asunto de consumidores es un apoyo ocasional, reflejando un criterio más variado en este grupo (adultos mayores).

Grafica 8.- las empresas apoyan la Responsabilidad Sociedad



Fuente: Elaboración Propia

En ambos grupos, destacan las sugerencias de educar a la sociedad, además de realizar acciones como proyectos internos en la institución educativa y externos con el resto de actores en la sociedad con énfasis en el cuidado del medio ambiente, en segundo término se propone realizar acciones para que como educación se implementen acciones de donaciones a poblaciones vulnerables, más voluntariado, además de integrar a los jóvenes en decisiones de su educación y mayor diversidad e inclusión social, el joven demanda acción y participación y el adulto más organización y educación focalizada en ayudar.

Conclusión:

De manera general los dos grupos AM y JV sí han escuchado el tema de Responsabilidad Social y ESR, además en su mayoría sí entienden la diferencia entre ambos, durante su vida laboral, el AM ubica más acciones relacionadas con el tema, destacando en empresa, el grupo de adultos mayores y los jóvenes observan más acciones en comunidad, ambos grupos mencionan que durante su experiencia de vida, si participaron en alguna actividad de este tipo, muestran que las instituciones educativas, son promotoras del tema y sugieren los AM mayor organización social con educación y el grupo de JV mas proyectos en acción, es decir estos últimos aplicando mediante la práctica del conocimiento, en AM se menciona que mayormente si está presente la RS y en jóvenes solos ocasionalmente, al momento de preguntar si a ambos les gustaría participar en tareas o proyectos que involucren a mas actores sociales, la diferencia fue muy marcada el adulto mayor condiciona la 100% su participación y el joven menciona categóricamente que si participaría sin condicionarlo.

En referencia a los 10 puntos del decálogo de la CEMEFI, el grupo de adultos mayores argumentan que no participan en el desarrollo de las comunidades (punto 3 decálogo), pero sí reconocen apoyos directos para causas sociales (punto 4 del decálogo). Por parte de la empresas, en la pregunta de si contribuyen las empresas a la preservación del medio ambiente ambos grupos refieren que en pocas ocasiones, y en el cuestionamiento de promover en las empresas condiciones laborales favorables para la calidad de vida (punto 7 decálogo) y el respeto a los derechos humanos (punto 8 decálogo) la respuesta es un sí mayoritario, en el tema de si la empresas combaten la corrupción su respuesta es desconocimiento (punto 9), por ultimo las empresas impulsan el bienestar social (punto 10 decálogo) un sí menciona la mayoría o en pocas ocasiones, en este punto del estudio se recomienda realizar una segunda etapa para analizar su secuencias lógicas por ejemplo si mencionan que si existe presencia, la pregunta natral de estudio subsecuente seria en es donde observas la presencia de ESR.

Para la pregunta final abierta donde se cuestiona proyecto y/o actividad que le gustaría que aplicaran las empresas socialmente responsables la respuesta del AM se basó en cuestiones del cuidado al medio ambiente, educación, la invitación a incluir más actores



sociales y la identificación de necesidades sociales, en el grupo de jóvenes se enfocó más en responder en el desarrollar proyectos de atención a grupos vulnerables, de inclusión, además de acciones para el desarrollo del ser humano.

Es notorio que el adulto mayor observa más a las ESR como uno de los aliados para la RS y es más como una cuestión o estrategia no obligada de realizar, a diferencia del grupo de JV el cual interpreta que la ESR donde si afirma que está obligada a la realización de acciones en un llamado al cumplimiento de su propia ética y política empresarial.



Referencias

Aguilera, R (2007). *La investigación en La Educación*. Una introducción a la investigación en La educación.

Editorial Aplusele. Santo Domingo.

Heriberto L. (2000) *La Metodología de la Encuesta* (33-73 pág.), citado en *Técnicas de Investigación*

EDAMSA Impresiones, SA de CV. 2000 ISBN 968-444-262-9

Luis G. *La Metodología de la Encuesta* 38 pág. *Técnicas de Investigación*

EDAMSA Impresiones, SA de CV 2000 ISBN 968-444-262-9

Casanova C, Delgado S, Estévez S. *El médico de familia y la depresión del adulto mayor*.

RevBiom MedFam y Com. 2009; 24–31.

ONU 1985

(<https://documents-dds>

[ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/384/80/PDF/NR038480.pdf?OpenElement](https://documents-dds.ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/384/80/PDF/NR038480.pdf?OpenElement))

Ruiz, 2007