

Capítulo 2. Efectos fiscales de la responsabilidad social empresarial en la industria automotriz de Aguascalientes, México

Sheyla Moreno Oropeza
Manuel Díaz Flores
Roberto González Acolt

Resumen

En las últimas tres décadas el concepto de responsabilidad social empresarial ha sido considerado como un elemento esencial en la redefinición de modelos de negocio y en la generación de valor. Por tanto, este trabajo de intervención tiene como propósito analizar una empresa del sector automotriz del estado de Aguascalientes en México usando un enfoque mixto, a través de la técnica de cuestionario, para comprender y determinar la situación actual de una empresa y sus necesidades, entendiendo el impacto fiscal que tiene la responsabilidad social empresarial, y desarrollar una

propuesta de mejora adecuada a estas acciones socialmente responsables que aplica la empresa, para fortalecerlas y asegurar la sustentabilidad de la propia empresa.

Introducción

La globalización, los tratados de libre comercio y las contingencias medioambientales han forzado a las empresas a actuar hacia la innovación y a ejercer mejores prácticas según acciones responsables, y a enfatizarse en erradicar las prácticas antiéticas presentes en las organizaciones (Durán, 2016).

Una empresa socialmente responsable tiene como propósito satisfacer las necesidades de las partes interesadas, como lo son los clientes, los trabajadores, los proveedores y la comunidad que la rodea, incluyendo el medio ambiente, buscando que la empresa haga una contribución positiva a la sociedad, tanto interna como externamente, al mismo tiempo que esta va creando beneficios con relación a la competitividad a largo plazo (Manjarrez, Itzel y Sánchez Gutiérrez, 2022).

En temas de sustentabilidad, la información financiera es fundamental para las organizaciones, pues contribuye a la toma de decisiones en materia ambiental (Stefan, 2017). Los reportes de esta naturaleza se convierten en piezas claves ya que permean a los usuarios datos para el diseño e implementación de prácticas para el cuidado y conservación de los recursos naturales. “La contabilidad como medio de expresión de la actividad económica debe reconocer, presentar y evaluar información relevante del desempeño ambiental de la empresa para la protección del entorno en el cual se encuentra ubicada” (Salas, 2015, p. 102). Para superar esta situación, se ha propuesto crear una contabilidad social que evalúe en qué medida la empresa cumple con el contrato social (Larrinaga, 1997, p. 960).

Para que exista un equilibrio en el medio ambiente y las finanzas, las organizaciones deben estar preocupadas por el impacto que sus actividades producen en este; ya algunas han tomado medidas

y su recompensa ha sido ser reconocidas como empresas socialmente responsables.

Por lo que este trabajo tiene como objetivo relacionar estas dos variables: la contabilidad fiscal y la responsabilidad social empresarial, aplicadas a una empresa de la industria automotriz en el estado de Aguascalientes, para evaluar el impacto que genera en cifras contables y buscar posibilidades de mejora que permitan prevalecer la sustentabilidad de la empresa. La línea de generación y aplicación de conocimiento es el estudio de la situación fiscal e impositiva de las organizaciones.

Planteamiento del problema

Antecedentes

Los orígenes de la responsabilidad social empresarial en México los encontramos a mediados del siglo xx, donde dos organizaciones empresariales destacaron por su insistencia y pronunciamiento en el tema: la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) y la, en ese entonces, Uniones Sociales de Empresarios de México, A. C. (USEM). Ambas aportaron elementos teórico-prácticos para la fundamentación y desarrollo del concepto mismo.

Más tarde, en 1992, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) creó el Programa de Filantropía Empresarial con seis empresas participantes. A partir de ese momento se generan diversos acontecimientos, entre los cuales cabe destacar los siguientes:

- En 1997, CEMEFI crea el Programa de Responsabilidad Social Empresarial.
- En 2000, con base en una iniciativa del mismo CEMEFI, se lanza la convocatoria para reconocer a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial. A esta iniciativa se suman las siguientes organizaciones: COPARMEX, Confederación USEM, Desarrollo Empresarial Mexicano y el Grupo Editorial Expansión.
- Al siguiente año, se lanza por primera vez la convocatoria para poder ostentar el Distintivo ESR 2001 a la empresa socialmente

responsable. En esa ocasión, el Distintivo ESR se otorga a 17 empresas; este certamen se ha mantenido, de modo que en 2004 el Distintivo se otorga a 61 empresas socialmente responsables, y en 2005 a 84 empresas.

- Dentro del marco de la Asamblea Nacional de COPARMEX en 2001, se presenta a la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México o Aliarse, integrada por Administración por Valores (AVAL), COPARMEX, el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), CEMEFI, la Confederación USEM e Impulsa (antes Desarrollo Empresarial Mexicano). En 2002, CONCAMIN se integra a Aliarse (Vega Fuentes y Ricárdez Jiménez, 2012).

La Bolsa Mexicana de Valores (BMV), al observar las tendencias de los mercados accionarios en materia de sustentabilidad, específicamente en temas como gobierno corporativo, social y ambiental, creó el IPC sustentable. Dicho índice comparte un objetivo similar al resto de los índices internacionales, que es el de servir como marco de referencia para aquellos inversionistas que desean incluir consideraciones de responsabilidad social dentro de sus criterios de decisión (Méndez Saenz, Rodríguez y Cortez Alejandro, 2019).

En México existe el distintivo ESR®, que es un reconocimiento otorgado anualmente por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y Aliarse. El distintivo no es una certificación de RSE porque no se trata de un proceso de auditoría. Se trata de un proceso de autodiagnóstico de varias áreas de la empresa.

Este distintivo agrega valor a la marca y rentabilidad, ya que acredita a la empresa ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad, como una organización comprometida públicamente con la responsabilidad social.

El distintivo ESR no es un compromiso de una sola vez, debe refrendarse año con año para mantener vigente la cultura de la responsabilidad corporativa (Distintivo ESR, s/f).

Es así como las organizaciones han pasado de ser las típicas empresas con una administración tradicional, a poner mayor énfasis en sus colaboradores y en potenciar a estos.

La aparición de las alianzas público-privadas para el desarrollo en la agenda internacional se da a partir de movimientos afines

tanto desde las instituciones de cooperación para el desarrollo como desde las propias empresas, que buscan espacios de concertación para trabajar en conjunto y generar efectos positivos para todos (Gómez Martínez y Serrano Caballero, 2018).

Aguascalientes como eslabón del área industrial en el centro de México

En la actualidad, la industrialización de Aguascalientes se basa en el sector externo como principal mercado para exportaciones, pues la ubicación del estado en el centro del país ha sido una ventaja que acelera la integración al proceso de globalización, donde se perfila como principal región automotriz, dentro de la región industrial de México (Padilla Lozano, Gutiérrez Castorena y López García, 2020).

En Aguascalientes se acentúan los complejos más recientes ubicados en el parque industrial de logística automotriz, cerca de Nissan II, donde el grupo FINSA aprovechó la ubicación estratégica con infraestructura para habilitar un complejo industrial con amplias avenidas con drenaje pluvial, iluminación a base de innovación solar, suministro de agua, gas natural, electricidad y tratadora de aguas residuales (Padilla Lozano, Gutiérrez Castorena y López García, 2020).

Según la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), el sector es muy importante para la economía de México, pues más del 20 % del empleo manufacturero del país lo genera esta industria (González Acolt, Macías Acosta y Herrera Díaz de León, 2021).

Delimitación del problema

El presente trabajo de investigación es un trabajo práctico, dirigido a una empresa del sector automotriz del estado de Aguascalientes, México, que aplique acciones de responsabilidad social empresarial.

Diagnóstico

Hoy, la sociedad demanda empresas capaces de reconocer los impactos desfavorables que le generen al medio ambiente, y lo que este impacto negativo ocasionará en el aspecto natural, económico y social; por eso, las empresas que buscan éxitos, lograr un posicionamiento y reconocimiento en el mercado, buscan ser empresas socialmente responsables (Vega Fuentes y Ricárdez Jiménez, 2012). Con lo anterior, la principal variante a estudiar en este proyecto de intervención es el elemento impositivo de las acciones de responsabilidad social en una empresa del sector automotriz, analizando su situación fiscal actual, y buscar oportunidades de mejora.

Justificación

Es inminente la amenaza que es el cambio climático para los seres humanos en la actualidad. Se trata de un problema que requiere de la colaboración de los sectores públicos y privados para cambiar el modelo productivo hacia otro que garantice e impulse el desarrollo y el crecimiento económico sostenible, pues, además de ser una amenaza para las personas y el medio ambiente, también genera un gran impacto en la estabilidad económica.

Surge la necesidad de fomentar la responsabilidad social empresarial en el sector automotriz del estado de Aguascalientes, pues, al ser parte del bajío industrial del país, es generador de miles de empleos en la zona y es una industria sumamente interesada en la sustentabilidad y los cambios sociales de las últimas décadas.

Asimismo, se plantea la variable de los efectos fiscales, porque, como cualquier decisión que tome la dirección de una organización, va a generar un impacto fiscal que influye directamente en la rentabilidad de esta. Por tanto, se busca promover la responsabilidad social empresarial en una organización de la industria automotriz, buscando a la par un efecto positivo en el ámbito fiscal, que resulte en un bien común.

Este trabajo de investigación es una aportación al tópico de la responsabilidad social empresarial enfocado en el área fiscal; si bien es un tema con relevancia en los últimos años, es poco el énfasis que se le ha dado al impacto impositivo.

Las partes que se beneficiarán de este trabajo de investigación son, principalmente, la empresa, pues se asegura la sustentabilidad de esta, al mismo tiempo que se preserva su situación impositiva; por otro lado, se incluyen los trabajadores de la empresa, al proyectar mejores oportunidades laborales, y los grupos de interés en general. Además, se aspira a que los resultados de este proyecto de intervención sirvan como referente para futuros estudios de la responsabilidad social empresarial y su impacto fiscal.

Debido a que la contabilidad es un saber dinámico en constante construcción (Mejía, Montilla, Montes y Mora, 2015), surge el término de contabilidad ambiental a raíz de discusiones sobre cómo la contabilidad puede contribuir al cuidado de los recursos naturales para garantizar la satisfacción de necesidades de futuras generaciones, definiéndose como aquella que identifica, mide y asigna costos ambientales para su integración en las decisiones comerciales y la comunicación posterior a las partes relacionadas de una empresa (Mussa, Feku y Mussa, 2018).

La responsabilidad social representa hoy en día un valor agregado y una ventaja competitiva, pero en un futuro será un requisito. Las empresas mexicanas cada vez ponen mayor atención en este ámbito, adoptando normas y distintivos, así como midiendo el impacto de sus acciones de forma sistemática.

Objetivos de la intervención

Objetivo general

- Evaluar el impacto fiscal de la responsabilidad social empresarial en una empresa del sector automotriz del estado de Aguascalientes y sugerir una propuesta de mejora.

Objetivos específicos

- Analizar la situación fiscal actual de una empresa de la industria automotriz en Aguascalientes, México, que tenga implementadas acciones de responsabilidad social empresarial.
- Elaborar una propuesta de planeación fiscal a esta empresa del sector automotriz.

Fundamentación teórica

Según la Organización Internacional del Trabajo (2010), organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales, se puede definir la responsabilidad social de la empresa como la forma en que una empresa es consciente de la resonancia de sus acciones en el entorno que la rodea, tanto ambiental como social, y lo toma en consideración para regirse por principios y valores más éticos. Además, para considerarse una empresa con responsabilidad social debe de:

- I. Ser voluntaria, es decir, adquirir por decisión propia de la empresa este modo de actuar socialmente responsable, más allá de las imposiciones de la Ley o por mero prestigio.
- II. Formar parte integrante de la gestión transparente de la empresa.
- III. Ser sistemática, su funcionamiento y desarrollo es continuo, no ocasional o por periodos.
- IV. Estar relacionado con la sustentabilidad de la empresa.
- V. No reemplazar el rol que ejercen las autoridades, ni la negociación colectiva, ni las relaciones laborales.¹

Aunque el objetivo base de una sociedad mercantil (una empresa) es realizar negocios monetarios, se le da un cambio de visión estratégica, donde los gastos sociales, ambientales y comunitarios

1 Texto sintetizado de la infografía “La OIT y la responsabilidad social de la empresa (RSE)”, ILO Helpdesk Factsheet N.º 1, publicado el 9 de julio de 2010.

se están transformando en inversiones para mejorar la calidad de vida de las personas, tanto de los trabajadores de la empresa como de las comunidades y del medio ambiente donde está involucrada la empresa.

De esta manera, el concepto de responsabilidad social empresarial puede ser representado por acciones, políticas y prácticas de las compañías que van creando programas de compromiso con las comunidades cercanas, donde generalmente se realizan acciones sociales en busca de un bien común, teniendo la ética, la honestidad y los criterios de no corrupción como principios fundamentales que ayudan a las empresas manufactureras, más específicamente a la industria automotriz, a generar una sociedad más sustentable (Maldonado Guzmán, Pinzón Castro y Alvarado Carrillo, 2020).

Por tanto, la responsabilidad social es un conjunto de principios que guían el funcionamiento de la empresa. Se divide en cuatro áreas principales: responsabilidad social, sostenibilidad medioambiental, participación de la comunidad y prácticas empresariales éticas.

Adicionalmente, se puede ver la responsabilidad social de la empresa como una forma eficaz de crear confianza entre los consumidores y elevar la reputación de la empresa, pues requiere que la entidad adquiera un rol activo en la sociedad, tomando decisiones con base en lo que es oportuno para la rentabilidad de la empresa, para las personas y el medio ambiente.

Según diversos autores, la responsabilidad social empresarial abarca distintos enfoques (Alfaro *et al.*, 2016; Galiana y Centeno, 2016; Bigné *et al.*, 2005; Izquierdo y Grañana, 2005; De la Cuesta, 2004), entre los cuales se destacan: la responsabilidad medioambiental de las organizaciones, la responsabilidad comunitaria enfocada a las acciones sociales, la responsabilidad hacia el mercado con una visión más hacia el cliente, y la responsabilidad hacia el puesto de trabajo, fijando sus acciones al desempeño y mejora de vida de los empleados (Manjarrez, Itzel y Sánchez Gutiérrez, 2022).

Partiendo de lo anterior, se observa el giro que han dado las organizaciones en las últimas décadas. Se piensa más en los trabajadores y en sus condiciones laborales, ya que se empieza a introducir la responsabilidad social como un elemento presente en el puesto de trabajo (Peláez-León, 2014; Solarte y Duque-Ceballos, 2012). Las empresas están ampliando su visión, implementando un enfoque más dirigido hacia los trabajadores y preocupándose por aumentar su desarrollo, lo cual, a su vez, genera que los empleados se encuentren más motivados y generen mejores resultados para la compañía (Manjarrez, Itzel y Sánchez Gutiérrez, 2022).

Por otra parte, al buscar el bienestar de los empleados se reducen los niveles de estrés y se logra una mayor satisfacción y compromiso por parte de estos, logrando una menor rotación de personal y ausentismo (Zhang, 2010; Jalil *et al.*, 2010).

Entre las ventajas de Jiménez, Toro y Herrera (2016) de la RSE para aumentar la competitividad se encuentran: aumento en los índices de retención y contratación de empleados capacitados, fortalecimiento de la imagen de marca y reputación de la empresa, aumento en el desempeño financiero de la organización, mayor acceso al capital, disminución de costos operativos, aumento en la calidad, aumento en ventas, atracción de inversores por su buen posicionamiento, reducción de costos por acciones como reciclaje y reputación de la empresa.

Otro grupo de interés relevante es la comunidad; las donaciones como forma de inversión se deben realizar como parte de la estrategia corporativa considerando las relaciones estratégicas de interés de las empresas (Finch, 2008). Eccles *et al.* (2014) mencionan que algunos académicos sostienen que la integración de las prácticas de RSE crea directamente valor para los accionistas, dado que al no satisfacer las necesidades de otros grupos de interés pueden enfrentarse a problemas tales como negativas de compra de los consumidores, dificultad para contratar y mantener personas talentosas dentro de la compañía (Méndez Saenz, Rodríguez y Cortez Alejandro, 2019).

Asimismo, la responsabilidad social empresarial es uno de los elementos que potencializa la generación de ventajas competitivas

contra sus competidores como medio para generar mayor reputación y aumento en la competitividad de las empresas (Valenzuela, Jara-Bertin y Villegas, 2015; León, 2008).

Medidas para generar mayor competitividad a través de la práctica de responsabilidad social

La competitividad dentro de las empresas se encuentra en relación directa con la productividad y los rendimientos de esta. Dicho esto, se enuncian algunas medidas para generar mayor competitividad a través de la práctica de responsabilidad social:

Fuerza de trabajo productiva

Para la fuerza de trabajo productivo hay que contar con una sociedad saludable, por lo que los trabajadores deben contar con servicios de educación, atención médica e igualdad de oportunidades para el mejor desempeño de su trabajo. Esto, a su vez, trae consigo una reducción en los costos internos de la empresa por la disminución de accidentes presentes en ella (Manjarrez, Itzel y Sánchez Gutiérrez, 2022).

Oportunidades de innovación

En el ámbito empresarial surgen muchas oportunidades de innovación que logran tanto el beneficio de la sociedad como a la misma competitividad de la organización. Es importante analizar el entorno y encontrar las falencias con relación a un mejor desarrollo de la sociedad e intentar introducir productos, prácticas o estrategias que llenen ese vacío presente en la comunidad (Manjarrez, Itzel y Sánchez Gutiérrez, 2022).

Importancia de la estrategia

El ajuste estratégico consta de la integración de decisiones y acciones en diferentes subunidades independientes. Estas forman parte de la ventaja competitiva, así como la sostenibilidad de esta.

El éxito de la estrategia reside en hacer bien múltiples cosas, no solo unas pocas, y que estas logren integrarse entre ellas mismas. Se requiere que haya ajuste entre las estrategias que se van a implementar, ya que si no se logra no será una práctica distintiva, lo cual traerá poca sostenibilidad en el tiempo (Markides, 2002).

En este sentido, para generar una estrategia exitosa hay que mencionar la búsqueda de cómo reforzar y extender la posición de la empresa, así como buena disciplina y continuidad a lo implementado para impedir una caída en esta.

Por eso, es imperativo hacer revisiones periódicas donde se analice la estrategia implementada y cómo se realiza para determinar en consenso si la estrategia permanece igual o se modifican aspectos en función de mejorarla (Manjarrez, Itzel y Sánchez Gutiérrez, 2022).

Fiscalidad ambiental

Desde mediados del siglo xx, la aparición de los primeros problemas derivados de la contaminación del medio natural alertó a las autoridades de los países industrializados de la necesidad de adoptar medidas de corrección. La preocupación medioambiental en las sociedades occidentales ha llevado a los gobiernos a promover distintas legislaciones para proteger el medio ambiente (Vega Fuentes y Ricárdez Jiménez, 2012).

Debemos entender por fiscalidad verde o ambiental al conjunto de leyes, reglamentos o procedimientos que persiguen el cambio de actitudes de los agentes económicos para el medio ambiente. Los impuestos verdes reducen la contaminación y tienen beneficios económicos porque disminuyen los gastos.

En la actualidad, las políticas de protección ambiental, sin abandonar las normas regulatorias, se orientan hacia el principio

de “quien contamina, paga” avalado por instituciones internacionales como la Unión Europea y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). La finalidad de la fiscalidad ambiental es que los costes de la protección del medio ambiente, que son sufragados por el conjunto de la sociedad, recaigan directamente sobre aquellos que los originan, sean empresas, en mayor medida, o consumidores finales (Vega Fuentes y Ricárdez Jiménez, 2012).

Metodología

Siguiendo los objetivos planteados con anterioridad, este trabajo de investigación aborda una metodología de enfoque mixto, aprovechando el enfoque cualitativo al analizar y comprender la situación fiscal actual de una empresa del sector automotriz del estado de Aguascalientes a través de un cuestionario a una pequeña población de empleados de la organización que nos puedan aportar información suficiente para avanzar al enfoque cuantitativo, donde se evaluará la situación fiscal actual de la empresa con el propósito de encontrar oportunidades de mejora y se creará una planeación fiscal oportuna. Debido al corto periodo de tiempo, esta investigación es de tipo transversal, pues se realiza en un solo momento y no es comparativa; el nivel de análisis será descriptivo y explicativo de un estudio actual.

Conclusiones

Se ha demostrado en la literatura de las ciencias empresariales y de la innovación que la responsabilidad social empresarial tiene una fuerte influencia positiva significativa tanto en el rendimiento organizacional como en el nivel de rendimiento sustentable, por lo que se espera con este proyecto de intervención tener un caso práctico que lo avale y abrir camino a que más empresas decidan dar ese paso a la responsabilidad social.

Las prácticas enfocadas a la reducción del impacto ambiental nos permiten enriquecer el nivel de conciencia ambiental dentro

de los grupos de interés, dándole una mejora al entorno social, que también es parte de la responsabilidad social, y esto, a la vez, ayuda a mejorar el desempeño financiero de las empresas, lo que permite mantener estas prácticas de responsabilidad social empresarial a largo plazo por ser sustentables.

Bibliografía

- Aguirre Guzmán, M. G., Medina Celis, L. M. y Reyes Altamirano, R. (2022). Implementación de la responsabilidad social en las empresas mexicanas y su oportunidad en el ámbito fiscal. *Revista Activos*, 20(1), 87-108. <https://doi.org/10.15332/25005278.7868>
- Distintivo ESR (s/f). <https://www.distintivoesr.com/>
- Durán, S. F. (13 de junio de 2016). *Revistas Universidad Simón Bolívar*. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/2560/2489>
- Gómez Martínez, B. M. y Serrano Caballero, E. (mayo de 2018). Alianzas público-privadas para el desarrollo promotoras de la responsabilidad social corporativa en México. *Confines TEC*: <https://confines.tec.mx/index.php/confines/article/view/144/100>
- Maldonado Guzmán, G., Pinzón Castro Sandra, Y. y Alvarado Carrillo, A. (s/f). Responsabilidad social empresarial, eco-innovación y rendimiento sustentable en la industria automotriz de México. *Redalyc.org*. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062641014/29062641014.pdf>
- Manjarrez, L., I. A. y Sánchez Gutiérrez, J. (01 de agosto de 2022). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *SciELO*: <https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- Méndez Saenz, A. B., Rodríguez, G. M. y Cortez Alejandro, K. A. (2019). Factores determinantes de la responsabilidad social empresarial (RSE). Caso aplicado a México y Brasil. *SciELO*: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-66552019000200197&lng=es&tlng=es
- Padilla Lozano, F., Gutiérrez Castorena, P. y López García, J. (2020). Aguascalientes en la región automotriz del centro de México. En *Factores críticos y estratégicos en la interacción territorial. Desafíos actuales y escenarios futuros: Vol. I*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A. C., Coeditores. <https://ru.iiec.unam.mx/5091/>
- Sinforoso Martínez, S. y Pelegrin Mesa, A. (junio de 2021). Una mirada introspectiva de la contabilidad financiera ambiental en México desde la teoría de los *stakeholders*. ¿Mito o realidad? *SciELO Brasil*: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v23i2.4107>
- Trabajo, O. I. (9 de julio de 2010). Organización Internacional del Trabajo. OIT: https://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--multi/documents/publication/wcms_142694.pdf
- Vega Fuentes, I. y Ricárdez Jiménez, J. D. (octubre de 2012). Evolución y desarrollo histórico de los impuestos verdes en el mundo y en. *Investigación FCA UNAM*: <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2012/7.07.pdf>