

MANUFACTURA ESBELTA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Área de investigación: Operaciones

Elsie Noemí Olvera Pérez

Universidad de Guadalajara

Centro Universitario de Ciencias Exactas e Ingenierías

elsie.olvera@red.cucei.udg.mx

Oliverio Cruz-Mejía

Universidad Autónoma del Edo. de México

Facultad de Ingeniería

Oliverio.cruz.mejia@gmail.com

XIX
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA



Octubre 8, 9 y 10 de 2014 ♦ Ciudad Universitaria ♦ México, D.F.



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración



MANUFACTURA ESBELTA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo abordar un estudio conjunto de la Manufactura Esbelta y la Responsabilidad Social Empresarial. Ambos conceptos han sido estudiados anteriormente de forma separada, sin embargo en esta investigación se realiza el estudio conjunto. La Manufactura Esbelta es bien identificada como una metodología que centra sus aportaciones en las mejoras de la productividad en una organización, por el otro lado, la Responsabilidad Social Empresarial, focaliza su visión en la conservación del bienestar social en su conjunto y cuidado del entorno ecológico.

Actualmente las empresas no sólo requieren de sus proyectos sociales y de beneficio a terceros; o bien, exclusivamente enfocarse a la parte económica. Lo que se requiere en todo momento en su cadena de valor es que se concientice al cliente, que todos los implicados en la cadena de valor deben tener algún beneficio, por lo que la si la empresa gana, deben ganar sus grupos de interés. Este modelo ganar-ganar es viable por medio de la complementación entre competitividad (en este caso ME) y Responsabilidad Social (en este caso el modelo ganar-ganar con todos los grupos de interés).

Palabras Clave: Manufactura Esbelta, Responsabilidad Social Empresarial, Administración de Operaciones.



MANUFACTURA ESBELTA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

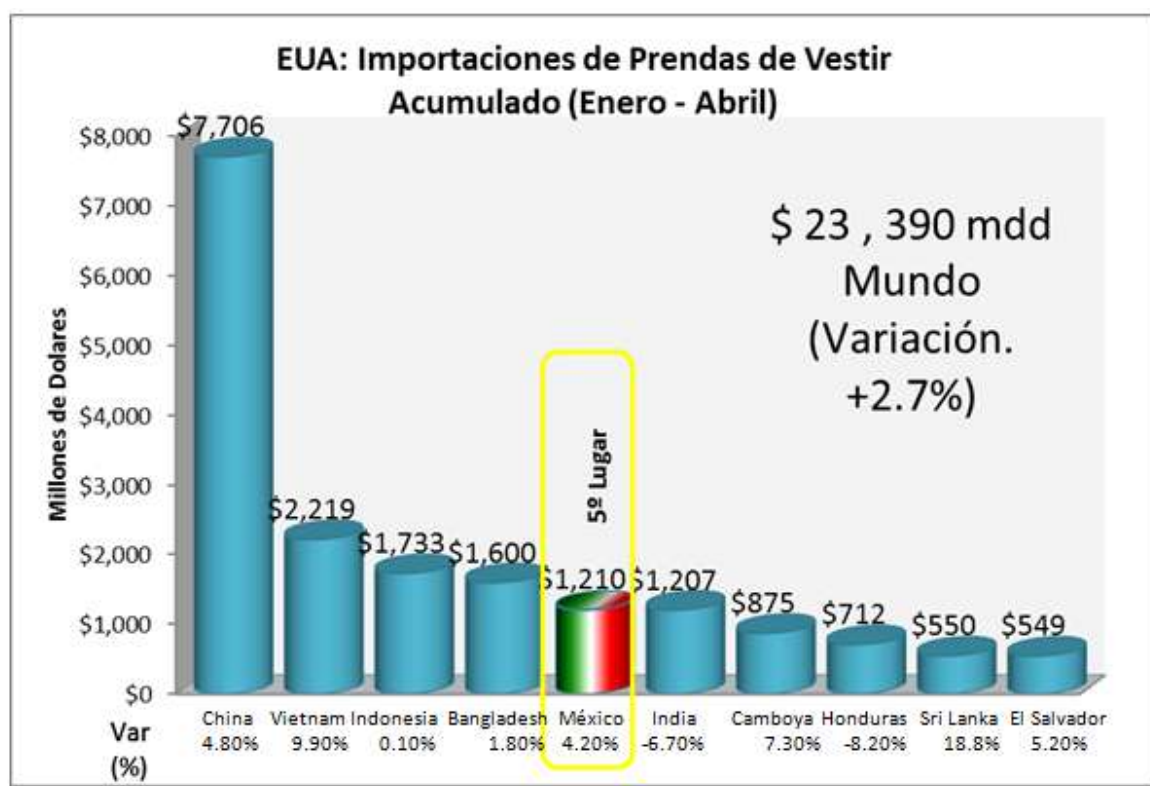
1. Introducción.

El sector textil en México es uno de los sectores que más importancia tiene dentro del país. El sector textil del vestido y el cuero representa el 4.8% del total del PIB nacional de la manufactura y un 2.6% del total de exportaciones de la manufactura (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2009). De esta forma, este sector genera aproximadamente 300,000 empleos directos a nivel nacional, que representan aproximadamente el 2% del empleo nacional y el 8% del total de empleos en la manufactura.

Según datos de la CANAIVE (2012), México es el quinto proveedor de ropa a Estados Unidos. Ver gráfica 1. A enero de 2012, la industria del Vestido en México reportó 314,487 empleados formales directos y 8,800 empresas a enero de 2012. Así como el incremento en ventas de 5.4% en tiendas iguales y 10.1% en tiendas totales, también crecieron las exportaciones en 11% con respecto al mismo mes del año anterior.

Gráfica 1

Principal proveedor latinoamericano de prendas de vestir en la Unión Americana y quinto en importancia desde marzo de 2012.



Nota: Cifras al acumulado enero-mayo. 11 de Julio de 2012

Fuente: CANAIVE, con cifras de la OTEXA.

Una empresa denominada Mipyme es una unidad de producción pequeña, por lo que se facilita la participación de empleados, estimula la creatividad y es más rápido el proceso de toma de decisiones dentro de la empresa. Esta empresa puede ser versátil, flexible y con capacidad de ajuste y especialización. Unas de las filosofías para la mejora de operación que es posible implementar en las Mipymes dadas las características anteriormente discutidas son de hecho, tanto la Manufactura Esbelta como la Responsabilidad Social Empresarial, metodologías productivas y de cuidado del impacto productivo centrales de este estudio.

La investigación se realizará en una Mipyme que pertenece al sector de la confección y prendas de vestir, ubicada en el estado de Jalisco. Es una empresa familiar que como la mayoría de las Mipymes nace con poca inversión, ha crecido paulatinamente, de manera que los procedimientos de producción y administración que inicialmente fueron establecidos, no se han actualizado de acuerdo a los requerimientos de la demanda del mercado.

En búsqueda de su crecimiento, se ha hecho muy versátil, buscando incrementar su gama de productos a las necesidades del cliente y esto la ha mantenido ante los cambios negativos hacia la industria del vestido. En el 2011 la empresa vendió 15.5 millones de pesos, produciendo productos de línea y especiales.

2. Marco Teórico.

2.1. Manufactura Esbelta (ME).

Monden (1998) señala que el pensamiento central de la Manufactura Esbelta es obtener el tipo requerido de unidades en el tiempo y la cantidad necesaria. Al llevarlo a la acción, se consigue eliminar las existencias innecesarias de productos en curso y de productos terminados.

De acuerdo con Tapping et al., (2002), con la ME se logra implementar en la empresa una filosofía de mejora continua a través de la reducción de los costos, mejoramiento de los procesos para la fabricación, distribución y comercialización de productos y/o servicios y eliminación de los desperdicios, permitiéndole a la empresa sobrevivir en un mercado global que cada día exige más calidad, reducción de tiempo en su entrega, precios más bajos y en la cantidad requerida, aumentando la satisfacción del cliente y manteniendo el margen de utilidad.

Womack y Jones (1996) argumentan que ME propone que en la empresa todos se vean como iguales, la no existencia de mandos, que estos se sustituyan por líderes, así como que prevalezcan las buenas relaciones humanas. Womack y Jones (1996) destacan cinco principios de la ME que lo hacen vincularse con la RSE:

1. Define el Valor desde el punto de vista del cliente: La mayoría de los clientes quieren comprar una solución, no un producto o servicio.
2. Identifica tu corriente de Valor: Eliminar desperdicios encontrando pasos que no agregan valor, algunos son inevitables y otros son eliminados inmediatamente.
3. Crea Flujo: Hacen que todo el proceso fluya suave y directamente de un paso que agregue valor a otro, desde la materia prima hasta el consumidor



4. Produzca el “Jale” del Cliente: Una vez hecho el flujo, serán capaces de producir por órdenes de los clientes, en lugar de producir basado en pronósticos de ventas a largo plazo.
5. Persiga la perfección: Una vez que una empresa consigue los primeros cuatro pasos, se vuelve claro para aquellos que están involucrados, que añadir eficiencia, siempre es posible.

2.2. Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Navarro (2008) nos dice que la Responsabilidad Social Empresarial es responder satisfactoriamente a metas relativas, a responsabilidades económicas, sociales y medioambientales. Mientras que (Herrera, 2005) opina que RSE, es el compromiso de contribuir con el desarrollo, el bienestar, el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general. Es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad, las acciones y decisiones que tomamos para lograr los objetivos y metas propias de nuestras organizaciones.

Los grupos de interés, son todos los grupos que intervienen en las empresas y de los que se busca sus expectativas, con la finalidad de retransmitir una nueva cultura empresarial (trabajadores, dueños, accionistas, sindicatos, proveedores, clientes, autoridades públicas, organizaciones cívicas, etc.).

Por otra parte, la RSE suena cada vez con más fuerza en el contexto internacional y México. La RSE ha sido adoptada por las grandes empresas nacionales y multinacionales, o están en proceso de hacerlo, este no es el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) preocupadas más por sobrevivir, sobre todo en sus primeros años de vida y con un limitado uso de prácticas internacionales.

La condición institucional de la organización-empresa implica que responsabilidad social debe incluir, responsabilidad económica. La dimensión social se incluirá en la cadena de valor y es parte inevitable de una buena gestión (Económico, Social y Ecológico).

Porter y Kramer (2006) muestran las ventajas de incorporar la dimensión social de la empresa en la cadena de valor, superando la visión convencional de confrontar por un lado, a la dimensión económica y por el otro a la dimensión social y ecológica, lo que permite abrir nuevas fronteras a la posición competitiva de las empresas. Así mismo Porter y Kramer (2006), indican que la RSE es ahora parte de una estrategia competitiva de la empresa y la sociedad, en donde la primera (empresa) se encuentra integrada en un mismo modelo de negocio, atendiendo las demandas de la segunda (sociedad), por lo que esto, puede ser una oportunidad de negocio y de beneficio.

Consecuentemente soportado por las ideas de Porter y Kramer (2006), podemos deducir que la Manufactura Esbelta y la Responsabilidad Social Empresarial, son estrategias competitivas de negocio (Sustentables).



2.3. Pregunta de Investigación.

Una vez habiendo examinado teóricamente las diferencias y similitudes de la ME y RSE, es posible indagar la pregunta de investigación que a continuación se describe. Esta pregunta nos lleva a utilizar una metodología empírica para encontrar cómo implementar conjuntamente las dos herramientas y llegar a unificarlas. Además nos lleva a comprobar la parte teórica de nuestra investigación.

P. ¿Qué complementos se identifican al utilizar conjuntamente ME y RSE?

3. Marco Metodológico.

La metodología de investigación que se utilizará para dar respuesta a las pregunta de investigación ya comentada es del tipo cualitativa, utilizando en especial el tipo llamado Estudio de Caso. Nuestro tamaño de muestra de investigación será una empresa con diseño de casos múltiple (cinco unidades de análisis).

3.1. Estudio de Casos.

El estudio de caso se podría definir como “una investigación que mediante los procesos cuantitativo, cualitativo y/o mixto; se analiza profundamente una unidad integral para responder al planteamiento del problema, probar hipótesis y desarrollar teoría” (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008). Mertens (2005) concibe el estudio de caso como una investigación sobre un individuo, grupo, organización, comunidad o sociedad, que es visto y analizado como una entidad.

Yin (2009) señala que un estudio de caso es una indagación empírica que investiga un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto en la vida real, en especial cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes.

Por su parte Yin (2009) establece una clasificación de los estudios de caso, para ello toma en cuenta dos factores: número de casos y clase de unidad de análisis. En cuanto al número de casos la tipología considera: un caso o varios casos. Por lo que respecta a la unidad de análisis, los subdivide en: casos con unidad holística (todo el caso tomado como una sola unidad de análisis) y casos con unidades incrustadas (varias unidades de análisis dentro del caso). Los tipos de casos resultantes de esta clasificación cruzada, son diseños de investigación del método de caso o pueden ser concebidos como diseños específicos del estudio de caso.

En este estudio se analizará una unidad integral dentro de su contexto en la vida real, con la finalidad de darle solución al problema y probar las preguntas de investigación, entre las diferencias fundamentales entre Manufactura Esbelta y Responsabilidad Social Empresarial.

En el presente trabajo de investigación se utilizará de acuerdo a los modelos de estudio el de tipo 2 (encapsulado), debido a que tenemos un diseño de caso único (una sola empresa), que contiene múltiples unidades de análisis. La unidad de análisis ayuda a definir el alcance del caso, complementa las proposiciones, y permite acotar la búsqueda de información. Si se



examinan una o varias sub-unidades de una organización o programa, se utiliza un enfoque encapsulado.

3.2. Técnicas de recolección de datos.

La recopilación de información para este trabajo de investigación será a través de: observación, entrevista y registros.

3.2.1. Observación.

La investigación cualitativa puede desarrollarse, no sólo haciendo preguntas a las personas implicadas en cualquier fenómeno social, sino también observando. Para responder a ciertas interrogantes, la observación puede ser el enfoque más apropiado (Rodríguez, Gil y García, 1999).

Coolican (2005) opina que las observaciones, pueden ser tan sólo la técnica para medir la variable dependiente en un experimento, pero los diseños observacionales dependen de manera principal, de los registros observacionales de la conducta relativamente espontánea y natural.

3.2.2. Entrevista.

La entrevista es una técnica, en la que una persona (entrevistador) le solicita información a otra o a un grupo (entrevistados), para la obtención de datos sobre un problema determinado (Rodríguez, Gil y García, 1999). El formato de una entrevista puede variar en flexibilidad o en su nivel de estructuración, pero siempre existe un objetivo previo para realizarla.

La entrevista es una herramienta privilegiada, que permite reconstruir o construir opiniones sobre acontecimientos o fenómenos significativos para las personas. Permite esclarecer las experiencias humanas subjetivas desde el punto de vista de los propios actores sociales (Sierra, 1998).

3.2.3. Registro.

Un registro no sistematizado, se trata de una descripción simple, llana, de estilo narrativo, que recoge cualitativamente todas las características de la conducta, evento, escena o situación que observamos (Lozada, 2005).

La sistematización del registro, consiste en expresar en términos observables toda la información contenida en conductas o eventos, de manera que no se produzca pérdida de información o de matiz expresivo; todo ello en forma redundante que permita funcionalidad y rapidez con un adecuado adiestramiento (Lozada, 2005).



3.2.4. Selección de personas a entrevistar

La selección de las personas, facilita al investigador la información necesaria para comprender el significado y las actuaciones que se desarrollan en determinado contexto (Rodríguez, Gil y García, 1999).

El proceso de selección de informantes no se interrumpe sino que continúa a lo largo de toda la investigación, valiéndose de estrategias diferentes según el tipo de información que se necesita en cada momento. Este tipo de selección de informantes también puede definirse como fásico, dado que su desarrollo tiene lugar en más de una etapa o momento de la investigación.

El investigador debe tener en claro los tipos básicos de grupos que desea comparar, para poder controlar sus efectos sobre la generalidad, tanto en el alcance con respecto a la población, como en el nivel conceptual de su teoría (Glaser y Strauss, 1967).

Para poder realizar las entrevistas se seleccionaron a cinco grupos de personas relevantes, se consideran importantes estos grupos ya que son las personas relacionadas con la cadena de valor (grupos de interés). Los cuales a continuación se agrupan y definen. Ver figura 1.

I.- Grupo A. “Directivos – Administrativos”

- 1 Director General y dueño
- 2 Subgerente
- 3 Contaduría

II.- Grupo B. “Empleados”

- 1 Oficinas
- 2 Producción (Corte)
- 3 Producción (Terminado)
- 4 Almacén
- 5 Tienda
- 6 Distribución

III.- Grupo C. “Proveedores”

- 1 Confeccionistas Subcontratados (Maquila)

IV.- Grupo D. “Equipo de Ventas”

- 1 Vendedores

V.- Grupo E. “Equipo de Implementación”

- 1 ME
- 2 RSE

A continuación se describe la función de cada uno de los integrantes de los grupos de interés en la organización.

I.- Grupo A. “Directivos – Administrativos”: Son las personas que gobiernan o guían un grupo de personas; (todos ellos son familia).



- 1 Director General y dueño: Administrar el adecuado funcionamiento de la empresa, asegurando la optimización de sus recursos, manteniendo y mejorando la productividad, la eficiencia, la eficacia de sus procesos tomando decisiones inteligentes que mejoren la situación de ésta.
- 2 Subgerente: Controlar, transmitir y supervisar las operaciones y funciones delegadas por el Director General; además de pagar nomina, pago a maquileros y proveedores, movimientos bancarios, e ingresos de clientes.
- 3 Contabilidad: Organizar y controlar las actividades en general de contaduría de la empresa.

Grupo A “Directivos y Administrativos”

Director General y Dueño
Subgerente
Contador

Grupo B “Empleados”

Oficinas
Producción (Corte)
Producción (Terminado)
Almacén
Tienda
Distribución

Grupo C “Proveedores”

Confeccionistas Subcontratados
(Maquila)

Grupo D “Equipo de Ventas”

Vendedores

Grupo E “Equipo de Implementación”

Manufactura Esbelta
Responsabilidad Social Empresarial

Figura 1. Grupos de personas a quien se realizó las entrevistas.

II- Grupo B. “Empleados”: Personas que realizan una actividad y a cambio de ello reciben un sueldo.

- 1 Oficinas: Programar, coordinar y ejecutar las actividades de la Dirección y Subdirección de la empresa.
- 2 Producción (Corte): Dirección, control y ejecución del corte de tela.
- 3 Producción (Terminado): Coordinar y controlar el proceso de detallado en las prendas de vestir.
- 4 Almacén: Planear, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del almacén a su cargo.
- 5 Tienda: Responsable del manejo y control de la tienda.
- 6 Distribución: Operar la unidad vehicular asignada, distribuir la mercancía, documentación y bienes de la empresa.

III.- Grupo C. “Proveedores”: Son las personas que abastecen a la empresa con diferentes artículos.

- 1 Confeccionistas Subcontratados (Maquila).

IV.- Grupo D. “Equipo de Ventas”: Son las personas que se dedican a la promoción y venta de los productos.

- 1 Vendedores: Promoción y venta de los productos y aumento de la cartera de clientes.

V.- Grupo E. “Equipo de Implementación”: Son las personas que pusieron la puesta en marcha de ambas implementaciones.

- 1 ME. Grupo de puesta en marcha de la implementación.
- 2 RSE. Grupo de puesta en marcha de la implementación.

Previamente de entrevistar a los grupos de interés, se les notificó a las personas del proceso a realizar, solicitándoles su autorización para grabar la conversación y mantener confidencialidad con los nombres de los entrevistados (Coolican, 2005 y Rodríguez, Gil y García, 1999), además se realizaron entrevistas piloto para verificar que las subpreguntas, realmente contestaban nuestras preguntas de investigación. Las entrevistas se realizaron hace 10 meses.

4. Resultados.

La investigación nos da a conocer como parte fundamental el proceso de investigación a través de la obtención y análisis de las percepciones de las entrevistas de todas las personas involucradas en la empresa, identificando conflictos y relaciones que se realizaron progresivamente entre las metodologías, lo cual nos ayudó a encontrar diferencias fundamentales y similitudes entre las dos, con el fin de generar nuevos conocimientos relativos a la administración de operaciones.

Lo que se busca es que las empresas desarrollen planes para poder implementar ambas metodologías de manera conjunta, sin que los grupos de interés distingan la metodología utilizada y esto lleve a la empresa a tener un mejor desempeño, logrando ser una empresa con ventaja competitiva sin descuidar a sus grupos de interés.



La ME es un magnifico sistema de relaciones humanas, sus herramientas proporcionan mayores niveles de seguridad, cultura organizacional, ayuda a comprender la importancia del respeto por los otros y por las normas en las que el trabajador participó, aumenta el respeto de nuestro ser y el de los demás (Imai, 2001). Además mejora la calidad del ambiente de trabajo y las condiciones ambientales, elimina radicalmente las fuentes de contaminación, previene y elimina las causas potenciales de accidentes.

Se buscaron las herramientas y pensamientos que tienen en común estas dos metodologías, y se comprobó que ambas son equiparables y se traslapan en sus objetivos.

A pesar de que la ME y RSE son dos metodologías diferentes y cada una de ellas tiene diferentes áreas centrales, existe una relación muy estrecha entre estas.

A través de la implementación conjunta de las herramientas de ambas metodologías se corrobora el análisis teórico y se consiguió la obtención de una mejor empresa (productiva socialmente responsable).

1. Los trabajadores y directivos una vez que la implementación ya había avanzado concluyeron que la ME es un conjunto de actividades que eficientiza la producción y su personal permitiendo optimizar recursos y entregando a tiempo, mientras que la RSE la definieron como un conjunto de actividades que logran que la empresa tenga un mejor entorno y compromiso con los trabajadores, clientes, proveedores, la comunidad en general y el medio ambiente.
2. Tanto los trabajadores, directivos y grupos de implementación opinan que ambas cuidan el medio ambiente, ayudan a producir más, aumentan la calidad, obteniendo buenos resultados, realizan una mejora continua de la misma involucrando al factor humano y lo que está alrededor de ella.

En el punto 1 y 2 mencionados podemos observar que los trabajadores y directivos a través del contacto con las diferentes actividades realizadas refieren que ambas herramientas son esenciales para la empresa, con las cuales logran una mejor ventaja competitiva, a través de la satisfacción de todos los grupos de interés.

Se concluye que ambas herramientas tienen muchas similitudes, la diferencia entre ellas la podemos observar en el punto 3.

3. El grupo de implementación refiere que la ME cuenta con herramientas que le proporcionan beneficios a la empresa, tomando la participación de los trabajadores, proveedores y clientes, mientras que la Responsabilidad Social Empresarial toma en cuenta a la sociedad, clientes, trabajadores, gobierno. La Responsabilidad Social Empresarial satisface los intereses de todas las partes y la Manufactura Esbelta está enfocada más a la producción.

Es importante que toda empresa exitosa productivamente también refuerce las relaciones humanas, a través de actividades para mejorar las relaciones interpersonales y promover un fácil flujo de información, además de recompensar los esfuerzos del trabajador, esto se pone en evidencia en el punto 4.



4. Los trabajadores, directivos y grupo de implementación mencionan que estas actividades logran que la gente se motive, se relacione, tenga más comunicación, por lo que existe una mejor relación laboral patrón-empleado, el trabajador se hace más productivo, al sentir este estímulo, además el trabajador se siente más comprometido con la empresa, se siente más parte de ella y trabaja en equipo.

Los trabajadores mencionan que este sentir por parte de ellos le da un beneficio a la empresa, porque se nota más armonía dentro de la misma, y se refleja en la calidad de los productos, la entrega en tiempo y forma, hace que se sientan más motivados.

Tomar en cuenta la opinión de los grupos de interés es una forma de mejorar la relación laboral, además que aumenta la productividad de la empresa, a través de la experiencia teórica de los directivos y experiencia práctica de los trabajadores, se observa en el punto 5.

5. Los directivos refieren que los trabajadores tienen experiencia en su área de trabajo y se logran buenos resultados consultándolos, y esto ayuda a tener más producción. Los trabajadores y proveedores mencionan que es motivante que los tomen en cuenta y por ende esto los hace más participativos y se produce más. Además tomar en cuenta la opinión en la creación de la misión, visión, valores, código de conducta y reglamento interno (Ética empresarial) ayuda a tener un buen desempeño del trabajador (Productividad), ya que la misión y visión es la meta u objetivo donde quiere llegar la empresa. Todo esto ayuda para que no existan desacuerdos patrón-trabajador, ya que todo se encuentra establecido y es una forma de llevar un funcionamiento eficiente dentro de la empresa.

Trabajar en equipo implica un cierto grado de integración, autocontrol y apoyo mutuo entre los miembros del mismo. Los miembros del equipo desarrollan tareas y son responsables de la resolución de problemas y la mejora continua (Liker, 2004), además que proporcionan una mejor relación laboral patrón-empleado, empleado-empleado, rompiéndose jerarquías y aumenta la producción laboral. Esto se hace evidente en el punto 5.

5. Los directivos opinan que existe más coordinación entre trabajadores y directivos, se conocen más y pueden resolver entre todos algún problema y sacan la producción más rápido.

El beneficio que obtuvo la empresa, es que el personal es más amigable, se rompe la jerarquía y tienen la confianza de ir a buscar a otra persona de otros departamentos o incluso al dueño para que le ayude a solucionar algún problema o duda, hay una mejor relación laboral y una mejor producción.

Los cursos de capacitación ayudan al personal a resolver mejor sus problemas, promueven el sentido de responsabilidad del trabajador y mejora sus habilidades técnicas y humanas, esto se comprueba en el punto 6.

6. Los directivos, trabajadores y grupo de implementación consideran que los cursos de capacitación enseñan reglas, seguridad y programas que logran que el trabajador sea



más eficiente, se nota en el flujo más adecuado, se gasta menos, se produce más y se vende más.

Además el grupo de implementación opina que estimula su autoestima, porque les da más herramientas para desenvolverse en diferentes áreas, mejoran sus actividades, su desempeño, todo lo relacionado con la producción y los cursos no necesariamente deben ser con referencia a la producción, pueden ser cursos de manualidades, cocina, etc., otras actividades que los hagan más grandes como personas.

La ME elimina radicalmente las fuentes de contaminación, una compañía que no tome medidas para mejorar la calidad de su gestión en la fabricación, no sobrevivirá a los violentos cambios de los niveles de demanda que son de esperar (Kobayashi, 1993), además que hace sentir al trabajador más satisfecho de laborar en una organización socialmente responsable, queda evidente en el punto 7.

7. El grupo de implementación opina que el trabajador se dio cuenta que no trabaja en una empresa que solo le importa la producción o ganar más dinero, sino que se preocupa por todo el entorno, de esta forma adquirió de manera personal y para la empresa medidas que ayuden al medio ambiente.

5. Conclusiones.

La ME es un magnifico sistema de relaciones humanas, sus herramientas proporcionan mayores niveles de seguridad, cultura organizacional, ayuda a comprender la importancia del respeto por los otros y por las normas en las que el trabajador participó, aumenta el respeto de nuestro ser y el de los demás (Imai, 2001). Además mejora la calidad del ambiente de trabajo y las condiciones ambientales, elimina radicalmente las fuentes de contaminación, previene y elimina las causas potenciales de accidentes.

Mientras que la RSE debe mejorar el impacto de la actividad empresarial en la sociedad, aportando credibilidad y mayores garantías, mejora el entorno y las condiciones de trabajo seguras y saludables, da a conocer a los empleados las competencias/recursos profesionales actuales y precisos para el buen desarrollo del trabajo, facilita la conciliación de la vida laboral y familiar, fomenta la igualdad de oportunidades, da seguridad en el empleo, pago digno y oportunidades de progreso, los trabajadores tienen la oportunidad de darle solución a los problemas, involucra al personal en la toma de decisiones, recompensa las participaciones, apoya a sus proveedores, conoce el grado de satisfacción y fidelidad de sus clientes, sindicaliza a sus trabajadores, garantiza la calidad del producto o servicio, gestiona el consumo de recursos, minimiza los residuos y emisiones (Sotomayor, Sotelo y Sotomayor, 2008).

De acuerdo a lo anterior podemos deducir que la ME es socialmente responsable con sus trabajadores y sus grupos de interés, ya que siempre busca el beneficio para los mismos pensando en la empresa, por lo que ambas tienen muchos vínculos que comparten siempre y cuando se lleven a la práctica de forma idónea.



6. Referencias bibliográficas.

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. (2009). Consultado el 23 de noviembre de 2009. Disponible en: (www.inegi.gob.mx).
- Cámara Nacional de la Industria del Vestido. CANAIVE. (2012). Mexcostura No. 60. México. Consultado el 12 de abril de 2013. Disponible en: (www.mexcostura.mx)
- Coolican, H. (2005). *Métodos de Investigación y estadística en psicología*. México: El Manual Moderno.
- Glaser, B. & A. Strauss. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research* (pp. 45-77). New York: Aldine Publishing Company.
- Hernández Sampieri, R., y Mendoza C.P. (2008). *El matrimonio cuantitativo-cualitativo: el paradigma mixto*. 6to. Congreso en Sexología. Universidad Autónoma de Tabasco.
- Hernández Sampieri, R., y Mendoza C.P. (2008). *El matrimonio cuantitativo-cualitativo: el paradigma mixto*. 6to. Congreso en Sexología. Universidad Autónoma de Tabasco.
- Imai, M. (2001). Kaizen, *La clave de la Ventaja Competitiva*. México: CECSA.
- Kobayashi, I. (1993). *Claves para mejorar la fábrica*. Madrid, España: TGP-HOSHIN, S.L.
- Liker, J. (2004). *The Toyota Way: 14 Management Principles From The World's Greatest, Manufacturer*. Estados Unidos: McGraw Hill.
- Lozada, M. D. (2005). *Técnicas de entrevista, observación y registro*. Lima, Perú.
- Mertens, D. (2005). *Research and evaluation in Education and Psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods*. Thousand Oaks: SAGE.
- Monden, Y. (1998). *Sistema de Producción Toyota*. España: Norcross.
- Navarro, G. F. (2008). *Responsabilidad Social Corporativa*. Teoría y Práctica. Madrid: ESIC.
- Porter, M. & Kramer, M. (2006). *Estrategia y Sociedad*. El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. Harvard Business Review.
- Rodríguez, G. G., Gil, F. J., & García, J. E. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Editorial Aljibe, 2ª Edición.
- Sierra, F. (1998). *Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social*. México: Pearson.



Sotomayor, J. M., Sotelo, R., Sotomayor, C. (2008). *Manual de Responsabilidad Social Empresarial para la Pequeña y Mediana Empresa Mexicana*. México: Panorama.

Tapping, D. (2002). *Lean Pocket Guide*, MCS Media Inc.

Womack, J.P., Jones, D. T. (1996). *Lean thinking: banish waste and create wealth in your corporation*. New York.

Yin, R. K. (2009). *Investigación sobre estudios de caso*. Editorial SAGE.

