

# Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social

*Proceedings*

**MORENO-ELIZALDE, María Leticia**

**ARRIETA- DIAZ, Delia**

*Coordinadoras*

# **Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social**

---

Volumen III

---

Para futuros volúmenes:

<http://www.ecorfan.org/proceedings/>

## **ECORFAN Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social**

El Proceedings ofrecerá los volúmenes de contribuciones seleccionadas de investigadores que contribuyan a la actividad de difusión científica de la Universidad Juárez del Estado de Durango para su área de investigación en la función de la Universidad ante los retos de la Sociedad del Conocimiento. Además de tener una evaluación total, en las manos de los directores de la Universidad Juárez del Estado de Durango se colabora con calidad y puntualidad en sus capítulos, cada contribución individual fue arbitrada a estándares internacionales (RENIECYT – LATINDEX – DIALNET – ResearchGate – DULCINEA – CLASE – Sudoc – HISPANA – SHERPA – UNIVERSIA – REBID eREVISTA ScholarGoogle-DOI-Mendeley), el Proceedings propone así a la comunidad académica, los informes recientes sobre los nuevos progresos en las áreas más interesantes y prometedoras de investigación en la función de la Universidad ante los retos de la Sociedad del Conocimiento.

**Moreno-Elizalde, María Leticia • Arrieta-Díaz, Delia**

Coordinadoras

Gestión de las Organizaciones desde la  
Responsabilidad Social  
*Proceedings T-III*

Universidad Juárez del Estado de Durango – México. Febrero, 2018

# **ECORFAN®**

## **Editora en Jefe**

RAMOS-ESCAMILLA, María. PhD

## **Coordinadora**

MORENO-ELIZALDE, María Leticia. PhD

ARRIETA-DÍAZ, Delia. PhD

## **Diseñador de Edición**

ROSALES-BORBOR, Eleana. BsC

## **Producción Tipográfico**

REYES-VILLO, Angélica. BsC

## **Producción WEB**

ESCAMILLA-BOUCHAN, Imelda. PhD

## **Producción Digital**

LUNA-SOTO, Vladimir. PhD

ISBN: 978-607-8534-54-8

Sello Editorial Ecorfan: 607-8534

Número de Control PCAOE: 2018-02

Clasificación PCAOE (2018): 250218-103

## **©ECORFAN-México, S.C.**

Ninguna parte de este escrito amparado por la Ley Federal de Derechos de Autor, podrá ser reproducida, transmitida o utilizada en cualquier forma o medio, ya sea gráfico, electrónico o mecánico, incluyendo, pero sin limitarse a lo siguiente: Citas en artículos y comentarios bibliográficos, de compilación de datos periodísticos radiofónicos o electrónicos. Para los efectos de los artículos 13, 162, 163 fracción I, 164 fracción I, 168, 169, 209 fracción III y demás relativos de la Ley Federal de Derechos de Autor. Violaciones: Ser obligado al procesamiento bajo ley de copyright mexicana. El uso de nombres descriptivos generales, de nombres registrados, de marcas registradas, en esta publicación no implican, uniformemente en ausencia de una declaración específica, que tales nombres son exentos del protector relevante en leyes y regulaciones de México y por lo tanto libre para el uso general de la comunidad científica internacional. PCAOE es parte de los medios de Ecorfan-México, S.C., E:94-443.F:008-([www.ecorfan.org](http://www.ecorfan.org))

## Introducción

El concepto de Responsabilidad Social se ha desarrollado principalmente en los quehaceres de las empresas, donde se ha encontrado la necesidad de construir comportamientos socialmente responsables en organizaciones de servicios públicos (Gaete, 2008), organizaciones no lucrativas (Marcuello Servós, 2008), y las Instituciones de Educación Superior. (De la Cruz & Sasía, 2008; Gaete, 2008; Quezada, 2011).

Ahora bien, en los inicios del siglo XXI, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) parece ser un proceso irreversible. Así lo demuestran hechos como: el lanzamiento del Global Compact o Pacto Mundial en 2001, la publicación del Libro Verde de la Comunidad Económica Europea en 2002, los Reportes de sostenibilidad con carácter obligatorio en Francia en 2004, y la norma ISO 26000 sobre responsabilidad social empresarial, entre otros.

Además, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2007), presenta que la RSE es un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Esta estrategia aplicada a la toma de decisiones y las operaciones de las empresas aumenta el valor agregado y de esa manera mejora su competitividad.

De igual forma, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) ha emitido las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, elaboradas en 1976, revisadas en 2000 y actualizadas en 2008, que contienen recomendaciones sobre aspectos sociales y ambientales aprobadas por los países miembros y algunos asociados. En dichas directrices se establece que las empresas deben contribuir al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible.

Por otra parte, Vallaey (2007) establece dos propósitos, y cuatro ámbitos que diferencian la responsabilidad social universitaria de la responsabilidad social empresarial. El autor establece que los dos principales propósitos de la universidad son ante todo (1) la formación humana y profesional (propósito académico) y (2) la construcción de nuevos conocimientos (propósito de investigación), sabiendo que estos dos fines se relacionan estrechamente.

La Universidad, según E. Morín et al (2003) desde una visión holística, debe tratar de articular las diversas partes que la conforman en un proyecto de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo y sostenible; para la producción y transmisión de conocimiento responsable y la formación de profesores ciudadanos igualmente responsables.

El término de Responsabilidad Social Universitaria (RSU), como concepto en construcción, que cuenta con buenas prácticas entre organizaciones y empresas, comprende a la universidad en la reflexión integral de su misión de formación, investigación y participación en el desarrollo económico, social y ambiental de la sociedad. Según Vallaey (2013) “La Responsabilidad Social Universitaria supera el enfoque de la proyección social y extensión universitaria y apuesta por una reflexión integral de la Universidad como institución académica que influye en el entorno social universitario”. Como una contribución a los estudios de gestión de responsabilidad social, se planteó este libro denominado, Gestión de la Responsabilidad Social de las Organizaciones, en el cual se analizan los temas desde distintas perspectivas y se realizan contribuciones desde la investigación, experiencias y reflexiones de los profesionales de la administración.

Este libro es una aportación que puede ayudar a la reflexión, al análisis crítico y al planteamiento de nuevas propuestas de investigación para el mejoramiento de la Gestión de la Responsabilidad Social de las Organizaciones.

Felicito ampliamente a los autores por sus aportaciones con los enfoques de investigadores y consultores y por compartir los resultados de sus investigaciones, conocimiento y experiencias en la administración.

*Moreno-Elizalde, María Leticia  
Coordinadora*

# Presentación

El tema sobre los impactos que tiene la globalización pareciera inacabable, ya que en el discurso cotidiano de la política, la economía, la educación, entre otros, se encuentra presente; a través del proceso de globalización, uno de los supuestos esenciales es que cada vez más países están dependiendo de condiciones integradas donde la comunicación, educación, el sistema financiero internacional y de comercio, requieren de una participación organizada e internacionalizada. Por lo que se ha generado un escenario de mayor intercomunicación entre los centros de poder mundial.

Esto permite un mayor grado de integración dentro y entre las sociedades, lo cual juega un papel de primer orden en los cambios económicos y sociales que están teniendo lugar.

Sin embargo, cuando se da una lectura a los cambios que ha generado esta era también contribuye a tener una mirada más analítica sobre lo que se ha realizado a partir de que este término, globalización, y sus líneas de acción se implicó en las vidas cotidianas de las instituciones que rigen cualquier país; y entonces observar detenidamente si ha sido en positivo o no.

Cuando hablamos de una sociedad de transiciones, inmediatamente se representa en la mente de cada persona todo lo que se ha desarrollado en nuestro entorno, cambios en el medio ambiente, economías vulnerables, guerras, movimientos políticos para el empoderamiento, solo por mencionar algunas situaciones. Por ello se hace necesario detenerse un poco y analizar lo que en él ahora está aconteciendo.

Este libro, compuesto por 16 capítulos, en donde cada uno de ellos invitan a la reflexión, al diagnóstico, a la explicación de situaciones y, a la configuración de realidades, pero que da muestra del interés que ha surgido en la vorágine suscitada en la que empresas, instituciones, organismos públicos, etc; han conformado una nueva historia.

No se puede hablar de globalización sin enmarcar la idea central del contenido e intención del presente documento, una intención que hace referencia a la importancia de un concepto cuyo significado tiene una historia y valor, y que sin embargo pareciera que es un discurso nuevo, me refiero, a la responsabilidad social. No quisiera abordar una remembranza del término, o bien centrarlo en definiciones, es enlazar la responsabilidad social en el discurso que en la actualidad requiere tener, su necesidad es innegable, ya que ella es la que ha dado las pautas para explicar los nuevos comportamientos que han aparecido en la reciente década en el mundo de las organizaciones.

Aún de que los aspectos de relaciones laborales positivas, o buenas relaciones con la comunidad y filantropía no son nada nuevo en la evolución de las organizaciones, es una realidad que sí lo son: la responsabilidad con la cadena de negocios, el enfoque medioambiental global, la ética en los negocios como tema de gestión, la bolsa de valores éticos, el marketing responsable, el comercio justo y el consumidor consciente, la estandarización de los sistemas de gestión de calidad a nivel mundial, el reporte de sostenibilidad, la consideración de los impactos globales, la cultura del diálogo, la formación de profesionales con un sentido de solidaridad y transformación social, la investigación como elemento central de construcción de conocimiento para una responsabilidad social, etc. es decir todos los temas privilegiados de la Responsabilidad Social concebida como enfoque de gestión.

No podemos dejar de lado las organizaciones y las instituciones educativas, ya que finalmente estas últimas son organizaciones de gestión, donde se forman sujetos con valores éticos, consientes, solidarios y de mejora constante para la sostenibilidad de un mundo de grandes potencialidades.

En este espacio, y por mi formación y experiencia dentro de las instituciones educativas, me permito ubicarme para extender mi punto de vista en base a cada uno de los artículos que integran este libro, externar que hoy día la Responsabilidad Social en las Universidades (RSU); o bien para generalizarlo aún más, en las Instituciones de Educación superior (IES), han tomado una característica prioritaria, y es el hecho de puntualizar su responsabilidad en una gestión administrativa de colaboración para fortalecer los diferentes ámbitos que componen una sociedad, y que lo primordial es egresar sujetos que puedan vincularse a las necesidades contextuales, con herramientas potenciales para desempeñarse en los entornos laborales con un compromiso de trascendencia. En donde la gestión administrativa, ambiental y la formación socialmente responsable de los estudiantes, garanticen las buenas prácticas de una organización educativa, por ello las buenas prácticas son la expresión de un compromiso con la sociedad y con el entorno en donde las instituciones sean una inyección social.

Por ello las denominadas buenas prácticas en el entorno de la globalización requieren de ubicarse dentro de un modelo que se responsabilice de la equidad, los derechos humanos, de la salud etc; que permita en el ciudadano actual una visión diferente. Es pues, interesante como el abordar el discurso de la responsabilidad social, lleva a una reflexión de lo que acontece a nivel mundial, y que dentro de cada espacio se requiere tomar conciencia para ampliar el espectro de una sociedad en movimiento.

*Gutiérrez-Rico, Dolores*



Durante el año 2015 sucedieron tres acontecimientos a nivel global de gran trascendencia para el futuro de la humanidad: la aprobación por parte de las Naciones Unidas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la firma del Acuerdo del Clima en París y la presentación de la Encíclica del Papa Francisco “Laudato Si”. Estos tres documentos muestran el ineludible y firme compromiso de las naciones en el camino de la sostenibilidad en materia ambiental, social y económica con vistas al 2030 y a fines de siglo. Para llegar a la formulación de esos nuevos 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus 169 metas a cumplir hacia el 2030, las Naciones Unidas llevaron adelante, previamente, la mayor consulta ciudadana de la historia, donde se invitó a la población a opinar sobre cuáles deberían ser las nuevas metas de los Objetivos del Milenio.

Participaron más de un millón de personas y los resultados fueron expuestos por el Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon, dos años antes de la aprobación de los ODS. La prioridad que encabezó la consulta fue “Una buena educación”, y la siguieron, en orden de menciones, “Mejor sistema de salud”, “Un gobierno honesto y responsable”, “Mejores oportunidades de trabajo”, “Acceso a agua potable y sanitarios” y “Alimentos accesibles y nutritivos”. Como se ve, la gente tiene muy claras sus necesidades y cuáles son los desafíos del mundo que viene. Educación y Salud son las prioridades máximas y también comprende que para alcanzarlas es fundamental que haya un buen gobierno.

Todos estos temas, de una u otra manera, han sido abordados en las diferentes investigaciones que componen esta importante obra colectiva del Colegio Nacional de Licenciados en Administración de México, y están directamente vinculados a la promoción del Desarrollo Sostenible donde, no sólo los Estados tienen una gran responsabilidad en el diseño y la implementación de políticas públicas, sino que además los propios consultados vuelven a ubicar como una cuestión primordial la responsabilidad social de las empresas y una gestión enmarcada en valores éticos que colabore con los gobiernos. La riqueza de esta obra, que tengo el honor de prologar, radica además en que el desarrollo de importantes y trascendentes temas, como son la Responsabilidad Social de los profesionales y las Instituciones de Educación Superior, del Sector Público, de las PyMes o de las grandes empresas, están sustentados a partir de casos reales y experiencias concretas de organizaciones mexicanas. De esta forma, el libro constituye también un valioso aporte a la construcción de un modelo latinoamericano de Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible, con nuestra idiosincrasia, nuestros valores y nuestros propios desafíos.

En 2011 el Banco Interamericano de Desarrollo sostuvo que *en economías emergentes el sector privado tiene en sus manos capacidades y herramientas que debe utilizar para generar riqueza y a la vez contribuir al desarrollo equitativo. Y que un sector privado responsable es la mejor garantía de progreso para la región.*<sup>1</sup>

Hoy todavía Latinoamérica enfrenta importantes desafíos en materia de Responsabilidad Social, producto de una gobernabilidad corporativa más débil, una menor capacidad institucional, un clima de negocios menos favorable y una escala de volumen menor. Pero la región cuenta también con enormes potencialidades, por ejemplo en materia ambiental, donde solo se produce el 10% del total de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero del mundo y puede hacerse un rápido aporte a la reducción del cambio climático, llegando a cero carbono hacia el 2050. Y también en el compromiso de las empresas con los diez principios del Pacto Global de Naciones Unidas, donde las Redes Locales de Argentina, Colombia y México figuran entre las diez mejores del mundo.

Así, *Gestión de la Responsabilidad Social de las Organizaciones* no solo constituye un gran aporte a la profesión y a la educación en México, sino que además es una importante contribución para el desarrollo de un modelo empresarial sustentable, con impronta latinoamericana.

*D’Angelo, Julián Leonardo*

---

<sup>1</sup> Vives, Antonio y Peinado-Vara, Estrella, compiladores, *La responsabilidad social de la empresa en América Latina*, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 2011

Este volumen contiene 8 capítulos arbitrados que se ocupan de estos asuntos en Gestión de las organizaciones desde la responsabilidad social.

Como primer capítulo, *Loza-Covarrubias, Irvin Edgardo, Mendoza-Esparza, Rosa Mayela & Romo-Rojas, Laura*, presentan Diagnóstico de la responsabilidad social utilizando un modelo de calidad. Caso de estudio; realizan el diagnóstico y una propuesta con base en los aspectos que el modelo de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) para valorar la implicación de la responsabilidad social de una empresa familiar, utilizando el método del caso considerando los criterios de liderazgo, estrategia, alianzas; así como recursos, y procesos y productos. Se concluye con los resultados que la aplicación del citado modelo, permitió efectuar un análisis detallado sobre los aspectos de responsabilidad social de la empresa familiar.

Como segundo capítulo, *García-Morales, Elid Uber, Rojo-Simental, Erick Octavio & Portillo-Castillo, Víctor Manuel*, presentan Grado de responsabilidad social empresarial de una compañía de supermercados en Ciudad Juárez; muestra el posicionamiento y el compromiso de una importante cadena de supermercados en Ciudad Juárez, Chihuahua; a través de un análisis cualitativo, aplicando el Modelo de Ciudadanía Corporativa del Boston College.

Como tercer capítulo, *Saucedo-Venegas, Humberto, Rochín-Salinas, Juan Francisco & Morales-Martínez, Alfredo*, presentan Liderazgo interactivo y responsabilidad social corporativa; es el resultado de una investigación realizada con empresarios socios de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción y Colegio de Ingenieros Civiles de la ciudad de Zacatecas que tuvo como propósito identificar buenas prácticas de responsabilidad social realizadas por las empresas objeto de estudio.

Como cuarto capítulo, *Leal-Medina, Felipe de Jesús Salvador, González-Acolt, Roberto & Romo-Rojas, Laura*, presentan Responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas de la industria manufacturera en Aguascalientes; Identifican la Responsabilidad Social Empresarial, que tienen las empresas del sector manufacturero de Aguascalientes, utilizando subdimensiones del IPC-Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores. El método que se ha utilizado es descriptivo tipo encuesta, aplicado a 67 empresas de la industria manufacturera del Municipio de Aguascalientes.

Como quinto capítulo, *Ramírez-Barrera, Vicente Ángel, Ramírez-Nieves, Ángel Eduardo & Pérez-Madrid, Joel*, presentan ¿Son socialmente responsables los gobiernos de los Municipios de Ocoyoacac y de Lerma de Villada del Estado de México?; se lleva a cabo una reflexión sobre las consecuencias en los municipios de Ocoyoacac y Lerma de Villada durante la realización de dos proyectos actualmente dominantes entre la Ciudad de México y el Municipio de Zinacantepec en el Estado de México. Ambos han ocasionado durante su desarrollo que recursos naturales sean devastados con prácticamente nula oportunidad de rehacerlos.

Como sexto capítulo, *Vera-Quiñones, Fernando del Carmen, Alpuche-Palma, Alejandro & García-Rosado, Ana Gabriela* presentan La responsabilidad social empresarial en el Ingenio Azucarero; En esta investigación se determina a través de un instrumento de medición, si la empresa azucarera que se encuentra en el municipio de Tenosique del estado de Tabasco tiene RSE y en que rubro se encuentra fortalecida y en cual muestra debilidad.

Como séptimo capítulo, *Arcelús-Pérez, Elvira, Rodríguez-Quintana, Pedro Isabel & Salcido-Trillo, Brenda Marcela*, presentan La responsabilidad social universitaria en la gestión del conocimiento-investigación y la transferencia del conocimiento en la Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez; muestran los resultados obtenidos en cuanto al análisis de la gestión del conocimiento-investigación así como su incidencia con los criterios de Responsabilidad Social Universitaria (RSU), con la finalidad de plantear políticas institucionales que fomenten la investigación y con un sentido de responsabilidad social.

Como octavo capítulo, *Moreno-Elizalde, María Leticia*, presenta Evaluación por la innovación y la responsabilidad social universitaria; realizan un análisis de modelo de evaluación para que las universidades conozcan el grado de desarrollo con respecto a su implicación social. Se describe la metodología de este modelo de innovación social universitaria responsable que tiene en cuenta cuatro dimensiones primordiales: Campus responsable, Formación profesional y ciudadana, Gestión del conocimiento y Participación social; proporcionando insumos para tomar decisiones de mejora.

Quisiéramos agradecer a los revisores anónimos por sus informes y muchos otros que contribuyeron enormemente para la publicación en éstos procedimientos repasando los manuscritos que fueron sometidos. Finalmente, deseamos expresar nuestra gratitud a la Universidad Juárez del Estado de Durango en el proceso de preparar esta edición del volumen.

Estado de Durango  
Febrero, 2018

*Moreno-Elizalde, María Leticia*  
*Arrieta-Díaz, Delia*  
*Coordinadoras*

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
<b>Diagnóstico de la responsabilidad social utilizando un modelo de calidad. Caso de estudio</b> LOZA-COVARRUBIAS, I. E., MENDOZA-ESPARZA, R. M. & ROMO-ROJAS, L.	1-9
<b>Grado de responsabilidad social empresarial de una compañía de supermercados en Ciudad Juárez</b> GARCÍA-MORALES, E. U., ROJO-SIMENTAL, E. O. & PORTILLO-CASTILLO, V. M.	10-16
<b>Liderazgo interactivo y responsabilidad social corporativa</b> SAUCEDO-VENEGAS, H., ROCHÍN-SALINAS, J. F. & MORALES-MARTÍNEZ, A.	17-27
<b>Responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas de la industria manufacturera en Aguascalientes</b> LEAL-MEDINA, F. S., GONZÁLEZ-ACOLT, R. & ROMO-ROJAS, L.	28-39
<b>¿Son socialmente responsables los gobiernos de los Municipios de Ocoyoacac y de Lerma de Villada del Estado de México?</b> RAMÍREZ- BARRERA, V. A., RAMÍREZ-NIEVES A. E. & PÉREZ-MADRID, J.	40-47
<b>La responsabilidad social empresarial en el ingenio azucarero</b> VERA-QUIÑONES, F. C., MENDIOLA-CAMPUZANO, J. V., ALPUCHE-PALMA, A. & GARCÍA-ROSADO, A. G.	48-54
<b>La responsabilidad social universitaria en la gestión del conocimiento - investigación y la transferencia del conocimiento en la Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez</b> ARCELÚS-PÉREZ, E., RODRÍGUEZ-QUINTANA, P. I. & SALCIDO-TRILLO, B. M.	55-64
<b>Evaluación por la innovación y la responsabilidad social universitaria</b> MORENO-ELIZALDE, M. L.	65-73
Apéndice A. Consejo Editor Universidad Juárez del Estado de Durango	74
Apéndice B. Comité Editor ECORFAN	75-76
Apéndice C. Comité Arbitral ECORFAN	77

## **Diagnóstico de la responsabilidad social utilizando un modelo de calidad. Caso de estudio**

### **Diagnosis of social responsibility using a quality model. Case study**

LOZA-COVARRUBIAS, I. E.<sup>1</sup>, MENDOZA-ESPARZA, R. M.<sup>2</sup> & ROMO-ROJAS, L.<sup>3</sup>

*Universidad Autónoma de Aguascalientes, Facultad de Contaduría y Administración, Avenida Universidad # 940, Ciudad Universitaria, C. P. 20131, Aguascalientes, Ags. México*

ID 1° Autor: Irvin Edgardo Loza-Covarrubias/ **ORC ID:** 0000-0003-3060-1854, **Researcher ID Thomson:** E-1372-2018, **CVU CONACYT-ID:** 570509

I. Loza, R. Mendoza & L. Romo

lrr485@yahoo.com.mx

M. Moreno & D. Arrieta (eds.). Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social. Proceedings-©ECORFAN-México, Durango, 2018.

## Resumen

El fenómeno de la globalización económica en la actualidad, ha generado el intercambio a nivel global de bienes y servicios competitivos, que impacten de manera positiva en el desarrollo sustentable de la sociedad y el medio ambiente, por lo que la Responsabilidad Social (RS) ha tomado mayor dirección e importancia dentro de las organizaciones, debido a su impacto significativo tanto al interior como al exterior de las mismas, por lo que el objetivo de la presente investigación es hacer el diagnóstico y una propuesta con base en los aspectos que el modelo de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) para valorar la implicación de la responsabilidad social de una empresa familiar, utilizando el método del caso considerando los criterios de liderazgo, estrategia, alianzas así como recursos y procesos y productos, con los resultados se concluye que la aplicación del citado modelo, permitió efectuar un análisis detallado sobre los aspectos de responsabilidad social de la empresa familiar. Identificando los puntos fuertes y las áreas de mejora de la empresa, a partir de las cuales la misma puede replantear sus acciones sobre la responsabilidad social tanto interna como externa, así como su contribución al desarrollo social y al cuidado del ambiente.

## Responsabilidad Social, Empresa Familiar, Modelo EFQM de Excelencia

### 1 Introducción

El fenómeno de la globalización económica en la actualidad, ha generado el intercambio a nivel global de bienes y servicios competitivos, que impacten de manera positiva en el desarrollo sustentable de la sociedad y el medio ambiente, por lo que la Responsabilidad Social (RS) ha tomado mayor dirección e importancia dentro de las organizaciones, debido a que su aplicación genera efectos significativos tanto al interior como al exterior de las empresas, lo que la ha llevado a su consolidación al grado de que la mayoría de las empresas multinacionales la han adoptado (aunque en opinión de muchos como estrategia publicitaria). Sin embargo han surgido tanto a nivel mundial como a nivel países diferentes organizaciones que están midiendo con indicadores el avance real de las empresas en materia de RS, como lo es el Global Reporting Initiative GRI, Organización Internacional para la Normalización (ISO) 26,000 indicadores mundiales y el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) en México, siendo sus resultados significativos para reconocer que varias de las acciones realizadas por las empresas se enfocan en compensar los daños ocasionados en el medio ambiente e incluso en la sociedad, además de procurar el desarrollo de esta última.

Las empresas reconocidas como Socialmente Responsables, poseen una ventaja competitiva en el mercado, ya que una eficiente gestión de acciones que impacten en la sociedad, incrementará al interior de la empresa el grado de satisfacción de los miembros y al exterior permitirá que la empresa sea reconocida por sus acciones “socialmente responsables”, lo que impactará de manera positiva en sus aspectos económicos. De lo contrario cuando las empresas no se enfocan al cumplimiento de la RS, causan un impacto negativo tanto al interno de la empresa como al externo, lo cual lleva a que la región y el país tengan un débil desarrollo sostenible. Para lograr alcanzar un nivel competitivo destacable, las empresas están obligadas a desarrollar e implementar estrategias relacionadas con sus procesos administrativos y operativos, así como emplear herramientas innovadoras de gestión enfocadas a incrementar la calidad de sus productos y servicios, y generar un impacto social y ambiental adecuado. De ahí la importancia de la adopción de adecuados sistemas de gestión que involucren de manera integral a la empresa y que permitan mantener en constante monitoreo la eficiencia de la gestión de los recursos, mediante la evaluación de resultados obtenidos, su impacto en el entorno en el cual se desenvuelven y su contribución al desarrollo social y al bienestar ambiental.

### 1.1 Descripción del problema

#### Problema de Investigación

¿El modelo de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) puede coadyuvar en el proceso de desarrollo de la empresa como Socialmente Responsable?. Así para dar respuesta a la pregunta se tiene como *finalidad*: Hacer el diagnóstico y una propuesta de los aspectos que el modelo Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM), para valorar la implicación de la responsabilidad social de una empresa familiar que opera en el estado de Aguascalientes.

La investigación se justifica debido a que es importante para la empresa familiar tener identificados los factores que le ayuden a potencializar su crecimiento, en este caso basado en la responsabilidad social, a través de un diagnóstico estructurado utilizando una metodología como lo es el EFQM, y esperando que los resultados obtenidos ayuden a otras empresas a enfrentarse en un entorno cada vez más globalizado y competitivo con una ventaja sostenible que impacte en la sociedad y en el medio ambiente.

## 1.2 Objetivo

Realizar un diagnóstico y una propuesta con base en los aspectos del modelo de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) para valorar la implicación de la responsabilidad social de una empresa familiar; utilizando el método del caso.

## 1.3 Revisión Literaria

### Responsabilidad Social

Para el Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI (versión digital en página web) la Responsabilidad Social Empresarial “se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las relaciones futuras”, bajo este precepto esta institución en su publicación “El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial”, define la Responsabilidad Social Empresarial como: “el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común” (Cajiga Calderón, 2016).

El concepto de Responsabilidad Social, se refiere a “la forma como las empresas administran las actividades de negocio para producir un impacto positivo en la sociedad y en el entorno” (Correa, Van Hoof, & Núñez, 2010). Por su parte la Organización Internacional del Trabajo, define a la Responsabilidad Social Empresarial como “la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la ley” (Organización Internacional del Trabajo, SF).

Además la Organización internacional del Trabajo, también menciona que la Responsabilidad Social Empresarial es:

- Voluntaria, siendo adoptada de esta manera por las empresas a través de un comportamiento socialmente responsable, yendo más allá de las obligaciones que impone la ley.
- Forma parte integrante de la gestión de la empresa.
- Es sistemática, no ocasional.
- Guarda relación con el desarrollo sostenible.
- No reemplaza el papel que desempeñan las autoridades públicas, ni a la negociación colectiva, ni a las relaciones de trabajo.

Al consolidar una gestión enfocada a la responsabilidad social, la empresa puede utilizarla como herramienta para su diferenciación sobre sus competidores clave, ya que la empresa puede impulsar su competitividad gestionada en dos aspectos importantes (Reyno Momberg, 2007):

- Competitividad Interna, al trabajar por alcanzar el máximo rendimiento de los recursos con que cuenta en sus operaciones (personal, material, capital, etc.), bajo una gestión y políticas responsables por los efectos que estos traen sobre la sociedad y su entorno.
- Competitividad externa, al cumplir con parámetros y estándares nacionales e internacionales y las exigencias desprendidas del escenario en que se desarrollan, alcanzando en el mercado la diferenciación, reconocimiento y posicionamiento como empresa responsable.

Con base en los conceptos anteriores, se puede concluir que las empresas gestionan sus acciones, recursos y a su personal en beneficio del impacto económico de la misma, sin embargo también consideran dentro de esas estrategias empresariales el impacto que dichas acciones tienen en la sociedad, en su desarrollo y bienestar, así como en el cuidado y retribución al medio ambiente.

### Modelos de Indicadores y Estándares para avances en Responsabilidad Social

Ahora bien, como se puede medir si la empresa está cumpliendo con la RSE, actualmente hay varios modelos conocidos como distintivos, certificaciones, etc. Entre ellos se tienen los siguientes:

**Tabla 1** Modelos de Responsabilidad Social Empresarial

Estándar	Organismo	Año	Web
ISO 26000	Organización Internacional para la Normalización – ISO- (1947)	2010-Suiza	www.iso.org (es posible acceder a la norma previo pago de un arancel)
Objetivos de Desarrollo del Milenio	Naciones Unidas	2001	www.undp.org
Pacto Global / Global Compact	Naciones Unidas	Lanzado en 1999, puesto en marcha en julio de 2000	www.unglobalcompact.org
Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad- GRI-	Global Reporting Initiative –GRI-	2000 ( primera versión) y 2006 (tercera versión)- Holanda	www.globalreporting.org
Directrices de la OCDE para Empresas Multi nacionales	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico- OCDE-	2000	www.oecd.org
Distintivo RSE	Centro Mexicano para la Filantropía	2010	http://www.cemefi.org
Modelo EFQM de Excelencia	Fundación Europea para la Gestión de la Calidad	Última Versión 2013.	http://www.efqm.org/

Fuente: Elaboración propia en base a las páginas consultadas

#### Modelo Europeo de Excelencia

La estructura del Modelo EFQM de excelencia, la conforman un total 5 criterios, cinco de ellos conocidos como “Agentes facilitadores” los cuales definen la forma de actuar de la empresa. Siendo *Liderazgo*, *Estrategia*, *Alianzas y Recursos* y *Procesos*, *Productos* y *Servicios*, los que se relacionan con Crear un Futuro Sostenible y que consideran aspectos basados en los principios de la Responsabilidad Social Empresarial, según el modelo EFQM (EFQM, 2012). El modelo considera a la Responsabilidad Social Empresarial como resultado de la efectiva y eficiente gestión de varios de los aspectos organizacionales, lo que permite conocer un panorama integral de la empresa en relación a su compromiso con la sociedad y el medio ambiente.

En esta investigación se seguirá el modelo EFQM de excelencia empresarial, aplicada a un caso de estudio, toda vez que el modelo de gestión de calidad permite a las empresas diagnosticar su situación actual y ofrecerle a su vez una guía para potenciar su crecimiento y desarrollo competitivo, dicho modelo se sustenta en una serie de conceptos a los que ha denominado “Conceptos Fundamentales de la Excelencia”, los que según la misma fundación, son los cimientos esenciales para que cualquier organización alcance una excelencia sostenida y pueden utilizarse como base para describir los atributos de una cultura excelente. Asimismo, constituyen también un lenguaje común para la alta dirección (EFQM, 2012). Dentro de dichos conceptos, considera el denominado “Crear un Futuro Sostenible” cuyo concepto se basa en que las organizaciones excelentes producen un impacto positivo en el mundo que les rodea porque incrementan su propio rendimiento al tiempo que mejoran las condiciones económicas, ambientales y sociales de las comunidades con las que tienen contacto. (EFQM, 2012).

#### Empresas Familiares

En el artículo “Responsabilidad Social, una obligación de todas las empresas” publicado el 13 de octubre de 2015 en Forbes México (versión digital en página web), se hace mención que:



No solo grandes empresas deben cumplir con su rol social y ético, sino que empresas de todo tamaño, como las micro, pequeñas y medianas, aunque a menor escala, también pueden contribuir con el aspecto social y sostenible. De ahí la importancia de que las empresas de todos tamaños asuman la responsabilidad social como parte de sus estrategias de gestión.

Pero ¿Cuál es el impacto de la responsabilidad social en las empresas familiares? Según la revista CNN Expansión en su artículo titulado “Las 10 empresas más responsables de México” publicado el 23 de diciembre de 2014, hace referencia que las empresas mexicanas cada vez ponen más atención a la Responsabilidad Empresarial, adoptan normas y distintivos y miden el impacto de sus acciones de forma más sistemática. Sin embargo, todavía tienen mucho que aprender de las mejores prácticas internacionales. Según los censos económicos nacionales, las empresas de tamaño micro, pequeñas y medianas en México cubren un poco más del 99% de la unidades económicas a nivel nacional (INEGI, 2012), en su mayoría se consideran como empresas familiares en las cuales el sentido de responsabilidad social puede ser atribuido a la cultura que fomentan los dueños de las mismas, así como a las tradiciones arraigadas dentro de las familias propietarias, lo que se convierte en un reto e incluso una oportunidad, para facilitar el fomento por el sentido de la responsabilidad social entre todos los que laboran en la organización.

Dentro de las características que definen a una empresa familiar, se encuentra la interacción e influencia de los miembros de la familia en la gestión de la empresa (Belausteguigoitia & Balaguer, 2013; De la Garza *et al.*, 2011; Lea, 1993; Ward, 1987; Dyer, 1986). Se podría decir que las decisiones tomadas se basan en el giro de la empresa familiar, sin olvidar satisfacer las necesidades económicas y profesionales de los miembros de la familia; de esta manera, la gestión se conjuga en una sola, beneficiando al desarrollo y supervivencia de la Empresa Familiar (Carlock & Ward, 2010); generando una estructura paralela empresa-familia (Carlock & Ward, 2010).

#### 1.4 Metodología

Es investigación cualitativa tipo encuesta y documental con base en el Método del Caso Único (Neiman y Quarante, 2006: 222-226), considerando como unidad de observación a una pequeña empresa familiar que opera en el Municipio de Aguascalientes.

#### 1.5 Instrumento

El instrumento utilizado como base para el análisis de la empresa, fue el cuestionario desarrollado por la EFQM, que facilita la evaluación de cada uno de los Agentes Facilitadores de manera independiente y que permitirá concluir si los criterios y subcriterios de la tabla 2, que según el modelo de los 9 que lo integran son los que presentan algún elemento relacionado directamente con la Responsabilidad Social Empresarial bajo el enfoque de Crear un Futuro Sostenible, están desarrollados y fundamentados en la empresa; o en su caso considerarlos como susceptibles de mejoras para los cuales se tendrían que desarrollar acciones que permitan desplegar alguno de los elementos que propone el modelo y que aún no se ha fomentado en la empresa.

**Tabla 2** Criterios y subcriterios del Modelo EFQM

Criterio	Subcriterio
Liderazgo	1a. Los líderes desarrollan la Misión, Visión, valores y principios éticos y actúan como modelo de referencia.
	1c. Los líderes se implican con los grupos de interés externos.
	1e. Los líderes se aseguran de que la organización sea flexible y gestionan el cambio de manera eficaz.
Estrategia	2c. La estrategia y sus políticas de apoyo se desarrollan, revisan y actualizan.
Alianzas y Recursos	4b. Gestión de los recursos económico-financieros para asegurar un éxito sostenido
	4c. Gestión sostenible de edificios, equipos, materiales y recursos naturales.
Procesos, Productos y Servicios	5b. Los Productos y Servicios se desarrollan para dar un valor óptimo a los clientes.

Fuente: Elaboración propia en base a las páginas consultadas

## Análisis de la información

El cuestionario fue respondido por el Gerente General de la empresa, quien pudo proveer de la información suficiente para sustentar el análisis.

Recopiladas las respuestas del cuestionario, así como habiendo observado la operación de la empresa y su documentación de evidencia para los aspectos a evaluar, fue posible identificar las fortalezas de la empresa y las áreas de oportunidad, con base en los elementos considerados por el modelo, para que la empresa adopte de manera eficaz y eficiente una cultura de Responsabilidad Social.

### 1.6 Resultados

#### Perfil de la empresa

Ahora bien, el caso de estudio es una empresa familiar, que inicia operaciones en el año de 1997 en la ciudad de Aguascalientes con una fuerza laboral integrada por únicamente 6 personas. La eficiente operación de la empresa, la llevó a que en 1998 recibiera una invitación por parte de los fabricantes de acumuladores LTH para incorporarse a su red de distribuidores. Con esta alianza estratégica la empresa comenzó su crecimiento dentro del mercado del comercio de productos automotrices.

La potencialidad de crecimiento de la empresa permitió que en 2009 incursionara en la importación y venta de llantas para automóviles y camiones; esta nueva línea de negocio significó para la empresa la consolidación de su etapa de crecimiento dentro del mercado, que la ha llevado a la necesidad de estructurar sus operaciones con una plantilla de personal más sólida y calificada, la cual al día de hoy asciende a 18 personas.

#### Diagnóstico

Con base en los resultados de los formularios aplicados para la evaluación integral de la empresa y una vez analizados, según los enfoques considerados por cada subcriterio del modelo que guardan una estrecha relación con la Responsabilidad Social, es decir, aquellos relacionados al concepto de excelencia sobre *Crear un futuro sostenible*. Se tiene que:

- Los líderes de la organización han definido desde el inicio de operaciones de la empresa los fundamentos filosóficos que regirían su comportamiento; sin embargo, se tienen aspectos clave que deben ser fortalecidos o en su caso desarrollar, tomando como base las mejores prácticas de empresas excelentes. Además, el giro de la empresa exige que los líderes mantengan comunicación constante con sus grupos de interés; de ahí que ha logrado que la relación de la empresa con ellos este basada en la confianza. Esto puede verse a través de los resultados que le han permitido mantenerse en constante desarrollo.
- Por otra parte, es de suma importancia que los líderes sean capaces de consolidar planes estratégicos que aseguren la flexibilidad de la organización y sean capaces de responder de manera efectiva y además beneficiosa al cambio. En general, la empresa no desarrolla planes estratégicos sustentados y fundamentados, siendo importante que sustenten la gestión de los recursos económicos y financieros en planes estratégicos, con el fin de que la empresa logre incrementar su competitividad y alcance un reconocimiento sostenido en el tiempo. Sin embargo, la empresa ha logrado mantener una estructura financiera sólida para afrontar los diferentes escenarios a los que se ha enfrentado, pero ha tenido que recurrir a acciones correctivas en casos que pudieran haberse previsto con el monitoreo de la información financiera.
- La empresa se esfuerza en todo momento en satisfacer las necesidades de sus clientes de manera socialmente responsable, a tal grado que aseguran la calidad de sus productos e implementan nuevas estrategias de servicio, tal es el caso del servicio a domicilio. Con base en lo anterior, en la tabla 3 se listan una serie de aspectos que según cada subcriterio, requiere la empresa para consolidarse como una empresa excelente en términos de los aspectos de responsabilidad social, según el Modelo EFQM de excelencia.

**Tabla 3** Principales resultados de la evaluación de la empresa, basado en los criterios del EFQM relacionados a la RSE

criterio	Subcriterio	Aspectos para el Logro de la Excelencia
1. Liderazgo	1a. Los líderes desarrollan la Misión, Visión, valores y principios éticos y actúan como modelo de referencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La empresa debe buscar un cambio, de tal manera que la lleve de un sistema de gestión tradicional a un sistema basado en la cultura de calidad total, contando con la participación de sus colaboradores y logren consolidar una empresa excelente y socialmente responsable.</li> <li>- La empresa cuenta desde su inicio de operaciones con una misión, visión, así como también en su momento se definieron principios éticos y valores bajo los cuales se sustentaría el funcionamiento de la misma. Sin embargo, es importante destacar que deben ser evaluadas y actualizadas de tal manera que sean la base principal para el desarrollo de una planeación estratégica que le permita continuar con un crecimiento sustentable y logre consolidarse como una empresa de renombre dentro de la actividad económica en la cual se desenvuelve y de la sociedad que la rodea.</li> </ul>
	1c. Los líderes se implican con los grupos de interés externos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los líderes deben impulsar la implementación de herramientas que le permitan entender, anticipar y dar respuesta a las distintas necesidades y expectativas de sus grupos de interés, tanto al interior como al exterior, tales como el personal, los clientes, proveedores, etc.</li> <li>- Bajo el concepto de empresa socialmente responsable, la empresa debe impulsar acciones en beneficio de la sociedad en general, comenzando por el personal al interior, para posteriormente influir en el exterior de la empresa.</li> <li>- Fomentar entre las empresas del mismo giro y otras en las que puedan tener influencia, la búsqueda de una cultura de calidad, honestidad y excelencia entorno a la sociedad, la economía y el medio ambiente.</li> </ul>
	1e. Los líderes se aseguran de que la organización sea flexible y gestionan el cambio de manera eficaz.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sustentar la toma de decisiones y la determinación de acciones a desarrollar, con base en las tres dimensiones que son claves para las empresas, es decir, evaluando sus impactos económicos, ambientales y sociales.</li> </ul>
2. Estrategia	2c. La estrategia y sus políticas de apoyo se desarrollan, revisan y actualizan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir los periodos de revisión y actualización de estrategias, políticas, proyectos.</li> <li>- Gestionar los riesgos con el fin de que se logre definir planes de mitigación en caso de que se presenten, así como también identificar los factores críticos de éxito.</li> <li>- Incluir dentro del plan estratégico aspectos y proyectos que tengan influencia en su cadena de valor (proveedores-clientes), en el diseño de procesos que se apeguen a las necesidades de servicio y atención, y el desarrollo de proyectos estratégicos a los cuales les sean asignados recursos para su desarrollo.</li> </ul>
3. Alianzas y Recursos	4b. Gestión de los recursos económico-financieros para asegurar un éxito sostenido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es importante que desarrollen, implementen y consoliden bajo un enfoque sistémico planes de gestión financiera, de tal manera que se mantenga en constante monitoreo el estado de la empresa y que a su vez permita identificar futuros escenarios y planes de acción sólidos y fundamentados en estrategias de desarrollo competitivo.</li> <li>- Deben desarrollarse e implantarse metodologías que permitan gestionar los riesgos económicos y financieros en los niveles adecuados de la empresa, por lo que se requiere del diseño de procesos de planeación, control y seguimiento de los recursos económicos y financieros en todas las áreas de la empresa, de tal manera de que sean optimizados.</li> </ul>
	4c. Gestión sostenible de edificios, equipos, materiales y recursos naturales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es importante que desarrollen programas de mantenimiento preventivo de edificios, equipos y materiales, con el fin de disminuir los costos generados por la aplicación de acciones correctivas y extender su ciclo de vida útil, además de asegurarse de disminuir el impacto ambiental de algunos de los recursos de este tipo con los que cuenta la empresa, vehículos por ejemplo. De tal manera que se logre su optimización, disminuyendo su impacto financiero.</li> <li>- Desarrollar un sistema de gestión ambiental que contribuya de manera efectiva a la optimización de recursos naturales y el manejo eficiente del resto de los recursos relacionados con las operaciones de la empresa. Evaluando el impacto que tienen sus actividades y los productos, en relación a sus colaboradores, a la salud pública y al cuidado del ambiente.</li> <li>- Consolidarse como una empresa modelo y que promueve el cuidado del ambiente entre las empresas de su mismo giro y otras relacionadas, considerando las alianzas que se están llevando con ellas dentro de la entidad.</li> </ul>
4. Procesos, Productos y Servicios	5b. Los Productos y Servicios se desarrollan para dar un valor óptimo a los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es importante que aseguren los aspectos de este subcriterio en todas las áreas de la empresa, de tal manera que puedan consolidarlo como un ejemplo para el resto de las empresas del mismo giro, alcanzando el grado de excelencia.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia en base a las páginas consultadas

## 1.7 Conclusiones

La aplicación del modelo EFQM de excelencia, permitió efectuar un análisis detallado sobre los aspectos de responsabilidad social de la empresa familiar. Dicho análisis permitió identificar los puntos fuertes y las áreas de mejora de la empresa, a partir de las cuales la misma puede replantear sus acciones sobre la responsabilidad social tanto interna como externa, así como su contribución al desarrollo social y al cuidado del ambiente, mencionando a Momberg, 2007, de considerar una competitividad interna a través de:

*Consolidar una cultura de mejora continua*, definiendo las acciones necesarias que fomenten y consoliden una cultura de mejora continua, a través de la optimización de los recursos humanos, materiales y económicos, de tal manera que se logre el aprovechamiento de los mismos en beneficio de la empresa y de la sociedad

*Fortalecer y desarrollar al capital humano de la empresa*, reconociendo en todo momento la importancia de las personas que laboran en la empresa, consolidando una cultura que les permita lograr sus objetivos individuales y a su vez que su desempeño sea capitalizado en beneficio de la empresa, definiendo y evaluando de manera constante planes de capacitación y programas de recompensas y reconocimientos, que motiven cada día a los trabajadores y los impulsen en la búsqueda de la mejora continua dentro de sus actividades laborales.

*Impulsar e innovar el modelo de negocio actual* en torno a la reutilización de llantas, planteando la posibilidad de establecer e impulsar modelos de negocio enfocados al recauche de llantas usadas, o incluso la comercialización de estas para que sean empleadas como combustible para hornos de industrias cementeras y para construcción de muros de contención, e incluso son utilizadas para la fabricación de artesanías. Estas actividades que pueden considerarse como innovaciones, y a su vez se convierten en prácticas sustentables en beneficio del medio ambiente y con ingresos adicionales para la empresa.

Para la competitividad externa de la empresa

*Consolidarse como Empresa Socialmente Responsable*, definiendo y dirigiendo las acciones necesarias para la gestión efectiva de las alianzas externas, de tal manera que se conviertan en un punto de apoyo para el cumplimiento de los objetivos de la empresa y que además contribuyan de manera efectiva en su consolidación como una empresa socialmente responsable, con efectos en el ambiente y la sociedad. Las limitaciones que tiene el modelo desarrollado es que es referente a un solo caso de estudio y se deberán hacer un mayor número de aplicaciones para corroborar este modelo como un coadyuvante para apoyar a las empresas en el avance del tema de RSE

## 1.8 Referencias

Agüera Ibañez, E. (2004). Liderazgo y Compromiso Social. Puebla, Pue.: Benemerita Universidad Autónoma de Puebla.

Baca U. G., Rodríguez, N., Pacheco, A., Reyes, J., Alcántar, M., Prieto, A., . Rivera, G. (2014). Administración Integral, Hacia un Enfoque de Procesos. Distrito Federal: Patria S.A. de C.V.

Banamex y ProfitConsulting. (enero, 2016). Las Mejores Empresas Mexicanas. Recuperado de: <http://www.mejoresempresasmexicanas.com/blog/wp-content/uploads/2011/03/Resumen-Empresa-Familiar2.pdf>

Barugel, E. (2008). Un código de buenas prácticas para la supervivencia de la Empresa Familiar. Revista temas de management. Universidad de la CEMA pp 17-22

Cajiga Calderón, J. F., El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Recuperado el 10 de marzo de 2016 de [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)

Carlock, R. & Ward, J. (2010). La excelencia en la Empresa Familiar. España: Palgrave McMillan.

CNN Expansión. Las 10 empresas más responsables de México. Recuperado el 09 de marzo de 2016 de <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/12/16/las-10-empresas-mas-responsables-en-mexico>.

Correa, M., Van Hoof, B., & Núñez, G. (2010). Cambio y oportunidad: la responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe. Washington, D.C.: CEPAL.

Dyer, W. J. (1986). Cultural change in family firms: Anticipating and managing business and family transitions. San Francisco, CA. EUA: Jossey-Bass.

EFQM. (2012). Modelo EFQM de Excelencia 2013. Bruselas, Bélgica: Fundación Europea para la Gestión de la Calidad - EFQM.

Forbes México. Responsabilidad Social una Obligación de todas las Empresas. Recuperado el 09 de Marzo de 2016 de <http://www.forbes.com.mx/responsabilidad-social-una-obligacion-de-todas-las-empresas>

García Tenorio, J., Pérez, M., Sánchez, I., Basco, R. & Jiménez, J. (2013). Fundamentos en la dirección de la Empresa Familiar. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.

INEGI (2012). Las Empresas en los Estados Unidos Mexicanos - Censos Económicos 2009. Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Neiman, G. y Quaranta, G. (2006). Los estudios de caso en la investigación sociológica. En: Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.). Estrategias de investigación cualitativa. Barcelona, Gedisa, pp. 213-237.

Niethardt, E. (2012). ¿Cuál es el ritmo de la Empresa Familiar en América Latina?. Niethardt & Asociados Consultora de Empresas Familiares. Recuperado el 01 de Febrero de 2014 de: [http://www.tuempresafamiliar.com/?\\_Cu%E11\\_es\\_el\\_ritmo\\_de\\_la\\_Empresa\\_Familiar\\_en\\_Am%E9rica\\_Latina%3F&page=ampliada&id=646&\\_s=&\\_page=sabia\\_ud](http://www.tuempresafamiliar.com/?_Cu%E11_es_el_ritmo_de_la_Empresa_Familiar_en_Am%E9rica_Latina%3F&page=ampliada&id=646&_s=&_page=sabia_ud)

Nueno, P. (2011). Iniciativa emprendedora y empresa familiar: emprendiendo a través de las generaciones. Universia Business Review, 96-102.

Organización Internacional del Trabajo. HELPDESK DE LA OIT. La OIT y la responsabilidad social de la empresa (RSE). Switzerland: Organización Internacional del Trabajo.

Reyno Momberg, M. (2007). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como Ventaja Competitiva.

Velázquez Valadez, G. (2008). ¿Las pequeñas y medianas empresas mexicanas requieren aplicar diagnósticos organizacionales? Mundo Siglo XXI, 73-90.

## **Grado de responsabilidad social empresarial de una compañía de supermercados en Ciudad Juárez**

### **Degree of corporate social responsibility of a supermarket company in Juárez City**

GARCÍA-MORALES, E. U.<sup>1</sup>, ROJO-SIMENTAL, E. O.<sup>2</sup> & PORTILLO-CASTILLO, V. M.<sup>3</sup>

*Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez, Av. Universidad Tecnológica No. 3051, Col. Lote Bravo II, C.P. 32695 Ciudad Juárez, Chih. México.*

ID 1° Autor: Elid Uber García-Morales

ID 1° Coautor: Víctor Manuel Portillo-Castillo/ **ORC ID:** 0000-0003- 0026-1481, **Researcher ID Thomson:** E-8100-2018, **arXiv ID:** vmktor

ID 2° Coautor: Erick Octavio Rojo-Simental

E. García. E. Rojo &V. Portillo

erojo@itcj.edu.mx

M. Moreno & D. Arrieta (eds.). Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social. Proceedings-©ECORFAN-México, Durango, 2018.

## Resumen

La responsabilidad social empresarial en la actualidad está presente como una nueva visión de negocios en el cual se basa la sustentabilidad de las compañías. El presente trabajo muestra el posicionamiento y el compromiso de una importante cadena de supermercados en Ciudad Juárez, Chihuahua; a través de un análisis cualitativo, aplicando el Modelo de Ciudadanía Corporativa del Boston College.

## Responsabilidad Social, Gestión, Sustentabilidad

### 2 Introducción

En la actualidad, cada vez son más las compañías que se unen al mejoramiento social y ambiental, con el propósito de mejorar su imagen y así poder obtener mayores utilidades; es por ello que no solamente se plantean metas que les resulten generar beneficios económicos, sino que ahora están conscientes de lo importante de cuidar el medio ambiente y el bienestar de las personas, por ello que tienen la finalidad de lograr sus objetivos con el mínimo de los recursos, sin dañar a la sociedad.

Existen muchos factores que influyen a que las empresas sean socialmente responsables, por ejemplo el nivel económico, el grado de educación, el nivel de corrupción y sobre todo el apoyo del gobierno a las organizaciones en aras que estas puedan contribuir a la sociedad.

En el caso de la cadena de supermercados, mismos que tienen varios años siendo una empresa responsable socialmente, respecto al medio ambiente, ha desarrollado varios proyectos como el programa reciclado, focos incandescentes canjeados por lámparas ahorradoras, entre otros. Es una de las empresas mexicanas que se mantiene vigente con proyectos ambientales y sociales, que le han generado prestigio.

### 2.1 Descripción del problema

La compañía de supermercados tiene presencia en esta ciudad desde la década de los 90's, contando actualmente con doce tiendas. La imagen que proyecta ante la sociedad, es de una empresa socialmente responsable, misma que le ha resultado benéfico, ya que lo toma como una estrategia de mercadotecnia en favor de mantener la lealtad de sus consumidores y de nuevos mercados. Los clientes se sienten atraídos a comprar, cuando saben que ayudan a alguien.

Sin embargo, parte de la responsabilidad social que aplica este tipo de organizaciones están relacionadas con el redondeo y las prácticas ecológicas, puesto que los montos invertidos en actividades o proyectos encaminados a estos son deducibles de impuesto; por lo que nace la duda de si esta empresa es socialmente responsable por ayudar a la comunidad, o solo lo hace por beneficio propio. Debido a ello se da el interés por determinar ¿Cuál es el grado de Responsabilidad Social Empresarial de una compañía de supermercados en Ciudad Juárez?.

### 2.2 Objetivos

El presente trabajo tiene como objetivo determinar el grado de responsabilidad social empresarial (RSE) de una cadena de supermercados en Ciudad Juárez, a través del Método de Boston College

### 2.3 Revisión Literaria

#### Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial (RSE) no tiene un inicio fijo; sin embargo, a fin de marcar algún antecedente, se puede considerar, y de acuerdo con algunos documentos que surge durante el siglo XIX, mismos que dan fe de acciones por parte de las compañías en favor de sus trabajadores (Instituto Boliviano de Comercio Exterior, 2013). Sin embargo, hay autores que lo sitúan a principios del siglo XX (Suárez, 2010).

Prácticamente, con la conformación de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se asentaron las bases para dar pie al surgimiento de diversas organizaciones o instituciones de carácter empresarial, en los cuales se establecen principios como la rendición de cuentas, la transparencia, la ética, el respeto a los grupos de interés, el marco legal, los derechos humanos y la observancia de normativas internacionales (Expok, n.d.). Con lo anterior, se puede afirmar que la RSE pretende que las empresas realicen negocios basados en principios éticos en apego a la ley, esto debido a que las empresas juegan un papel dentro de la sociedad; en relación a ello, es que el empresario debe tener claro la búsqueda de un negocio rentable, pero sin afectar a su entorno, apegado a sus valores y principios con respeto a la legalidad (Bountempo, 2012).

La aplicación práctica, según Cruz, Rositas & García (2013), se puede hacer palpable en los diferentes modelos de RS (véase tabla 1), aplicados a nivel mundial, en los cuales se pueden apreciar aspectos de convergencia tales como: derechos humanos, medio ambiente y prácticas laborales.

Según Baltazar Caravedo (citado por Bentín, n.d.), conceptualiza a la RSE como: Una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas. Lo anterior, se puede visualizar desde otra perspectiva, en donde la RSE involucra a los accionistas, empleados, grupo de interés comunitario, consumidores, generando con ello un impacto social (Cruz, Rositas, & García, 2013).

Según Bentín (n.d.), se puede entender como empresa socialmente responsable a aquella que desarrollan productos y/o servicios que proporcionan un bienestar social; que mantienen un comportamiento ético, apegado a las leyes y al mercado; que mantienen procesos orientados a preservar el medio ambiente y proporcionan apoyo a personas más desfavorecidas de la sociedad.

**Tabla 1** Principales modelos de RS a nivel mundial

<b>Modelo</b>	<b>Alcance</b>
(ISO. 2010)	Enfoque a principios claves de la responsabilidad social aceptados por los países miembros
(Houde, 2011)	Enfoque de transparencia en el desarrollo económico y social de los países miembros
(ONU. 2012)	Se estableció el pacto mundial y mantiene un enfoque a cuatro categorías: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y prácticas anticorrupción.

Fuente: Cruz, Rositas & García (2013)

Lo anterior, deja claro que las empresas han pasado a un plano de interacción directa en la sociedad, dejando a un lado el papel de solo entidades o actores económicos, puesto que se están involucrando cada vez más en la solución de los problemas de su entorno (Capriotti & Schulze, 2010); cambiando así, la forma de concebirla a través de nuevas prácticas que generen un impacto en la comunidad, por lo que no se debe considerar como una moda, sino como una política interna (Vives, 2010).

La RSE, debe ser analizada desde dos puntos de vista: una hacia el exterior de la empresa, la cual consiste en como se ve esta ante la sociedad o bien la relación empresa–sociedad; y la segunda, que se orienta hacia el interior de la misma, es decir, la relación que se genera con los empleados (Kirschner, citado por Díaz, 2007).

La responsabilidad social hacia el exterior de la empresa

La cultura empresarial está cambiando hoy en día, esto debido a que los inversionistas están prefiriendo más a las organizaciones que mantienen una buena imagen social dentro de la comunidad o bien mantiene políticas de RS (Bentín, n.d.). Lo anterior se debe a los beneficios que las estrategias de RS han proporcionado a las empresas en creación de ventajas competitivas, que traen consigo una disminución de costos relacionados con evitar conflictos con la sociedad en general; y una mejora en la productividad, debido a que los empleados se sienten parte de los objetivos de la organización (Sarmiento, 2011).



Según Díaz (2007) las estrategias de RSE proporcionan a la empresa un aumento de la rentabilidad y una reducción significativa de costos; permite mejorar la reputación organizacional y tener empleados satisfechos. Así como mantener buenas relaciones con la comunidad; es por eso que estas deben ser éticas (Chirinos, Fernández, & Sánchez, 2012).

Para poder lograr el éxito, la empresa debe considerar tres dimensiones, las cuales son: la económica, la sociocultural y política, y la ecológica. La primera se enfoca a la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de ello, participar y contribuir con el desarrollo económico de su entorno; la segunda, ésta relacionada con desarrollar acciones propias y gremiales que favorezcan al crecimiento de la empresa y de las comunidades a través de contribuir con tiempo y recursos; la última dimensión, se orienta a la preservación y mejora ecológica que es patrimonio de la humanidad actual y futura (Cajiga, n.d.).

La responsabilidad social desde y hacia el interior de la empresa

La RSE se ha convertido en una estrategia empresarial que favorece la sustentabilidad que puede determinar el éxito o fracaso de la organización y su permanencia en el mercado; en relación a ello, se deben adoptar prácticas efectivas de RS, a fin de generar una imagen social interna que se refleje hacia el exterior (Departamento de estudios, 2005).

Esto ha propiciado cambios importantes en las empresas, contribuyendo con el crecimiento de las mismas, sin embargo, para ello se requiere de hacer un esfuerzo en donde todas las personas que conforman la compañía generen una nueva cultura organizacional (CO) consientes del papel que juegan dentro de la sociedad (Díaz, 2007).

En relación a lo anterior, la gerencia debe establecer dentro de la organización los principios de RSE, permeándolos hacia los distintos niveles de trabajadores, a fin de promover una cultura orientada hacia los objetivos y el compromiso social de la compañía (Departamento de estudios, 2005); estos, deben comprender que las acciones que realizan con sus prácticas y procesos tienen consecuencias que ponen en riesgo la sustentabilidad de la organización hacia el exterior (Chirinos, Fernández, & Sánchez, 2012).

Como se mencionó anteriormente, cuando los trabajadores se sienten identificados con la organización y sus actividades, se logra un mayor sentido de pertenencia y compromiso con la empresa, favoreciendo su entorno interno, al valorar el rol de cada miembro, y que finalmente tiene un impacto social de las acciones que se ejecuten (Sarmiento, 2011).

Dada la importancia que tiene la RSE para el exterior de la organización, los empleados deben de cambiar la forma de pensar y de comportarse, para ello, la RS debe establecerse desde la misión, la visión y los valores de la misma, a fin de que se convierta en esencia, en donde todos los que la conforman se comprometan a mejores prácticas que impacten en la sociedad (Chirinos, Fernández, & Sánchez, 2012).

## **2.4 Metodología**

La naturaleza de la investigación fue cualitativa, no experimental, transversal, descriptiva; el método de recolección de datos fue la entrevista y la observación.

La población objeto de interés para esta investigación, fue una importante cadena de supermercados a nivel nacional, establecida en Ciudad Juárez, Chihuahua. Para el análisis de la información se utilizó el Modelo de la Ciudadanía Corporativa del Boston College.

### **Modelo de la Ciudadanía Corporativa del Boston College**

El presente modelo consiste en una matriz que identifica siete dimensiones y cinco etapas (véase tabla 2) (Ruiz, 2013), en donde con la intersección de estos, se puede ubicar la etapa y avances en cada uno de los rubros, y así finalmente proporciona información de cómo se encuentra la organización (Ojeda & Jiménez, 2011).

**Tabla 2** Etapas y dimensiones de la CC

Dimensiones		Etapa 1: Elemental	Etapa 2: Compromiso	Etapa 3: Innovacion	Etapa 4: Integrado	Etapa 5: Transformacion
	Concepto de ciudadanía	Empleos, ganancias e impuestos	Filantropía y protección medio ambiental	Administración o gestión de la partes interesadas	Sustentabilidad o triple Bottom Line	Cambio de juego
	Intento Estrategica	Cumplimiento Legal	Licencia para operar	Caso de negocios	Proposición de valor	Creación de mercado o cambio social
	Liderazgo	Simulación de servicio, fuera de alcance	Soporte de apoyo en la mira	Administrador, en la cima	Campeón delante	Visionario a la cabeza del proyecto
	Estructura	Marginal dirigida por el staff	Funcional propietario	Coordinación de funciones cruzadas	Alineación Organizacional	Corriente principal, dirección de negocios
	Temas de gestión	Defensiva	Reactivo, políticas	Sensible, programas	Proactiva, sistemas	Definida
	Relaciones con partes interesadas	Unilateral	Interactivo	Influencia mutua	Alianza de Socios	Multi organización
	Rendición de cuentas Transparencia	Minima Protección de flancos	Esporadico Relaciones publicas	Periodica sobre algunos aspectos Reportes publicos	Periodica sobre multiples aspectos Aseguramiento	Completa Divulgación Completa

Fuente: Ojeda &amp; Jiménez (2011)

## 2.5 Resultados

De conformidad con los datos obtenidos, se puede apreciar que en relación a la dimensión 1, que evalúa el conocimiento del concepto de RSC, como se observa en la gráfica 1; la empresa de supermercado se encuentra en la etapa de transformación ya que es capaz de innovar diferentes proyectos de bienestar social y ambiental. Es una empresa con miras a expandirse a mercados internacionales, teniendo en cuenta el entorno global competitivo, lo cual hace que desarrolle estrategias renovadoras; de tal manera que produzcan utilidades y ayuden a mejorar el bienestar social y ambiental.

En relación a la dimensión 2, que evalúa el intento estratégico, como se muestra en la gráfica 1; esta empresa se encuentra en la etapa de integración, ya que incluye la CC como estrategia empresarial, aquí la compañía en su planeación estratégica considera plantearse objetivos que son enfocados a lograr proyectos ambientales y sociales; estos objetivos están considerados dentro de la misión y visión de la empresa.

En relación a la dimensión 3, que evalúa el liderazgo, como se observa en la gráfica 1, la empresa se encuentra en la etapa de transformación, ya que desarrolla un liderazgo transformación; en donde las decisiones tomadas y planteadas en la misión y la visión de la empresa son la principal preocupación de los diferentes niveles de la estructura de la empresa en cumplimiento; mismo que es contagiado desde la cúpula de la organización, y es a través del trabajo, basado en resultados. Por el cual la dirección desarrolla estrategias y alianzas con otra empresas para lograr beneficios económicos para la organización, pero también para la sociedad.

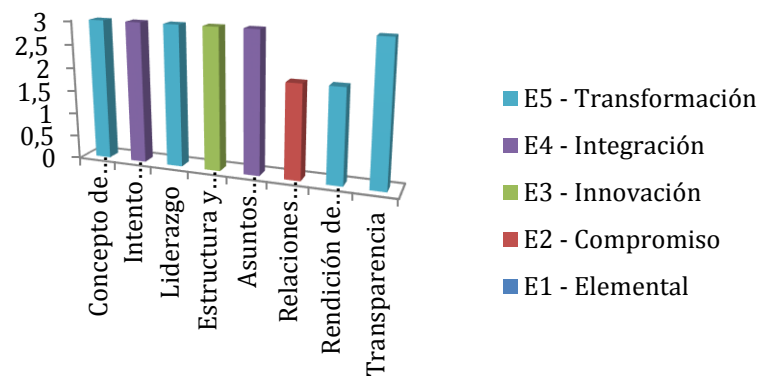
En relación a la dimensión 4, que evalúa la estructura y operaciones, este se encuentra en la etapa de innovación, debido a que la empresa, una vez de haber llevado a cabo sus proyecto; mide el desempeño de ellos y el beneficio generado, propone periodos de cumplimiento y medición; de tal manera que esto, le ayuda a retroalimentar y corregir acciones (véase gráfica 1).

En relación a la dimensión 5, que evalúa los asuntos sociales, de acuerdo a la gráfica 1, la compañía se encuentra en la etapa de integración, debido a que la empresa tiene estipulado políticas y estrategias; además de un código de ética, con los cuales basa sus acciones; de tal manera, que se enfoca en invertir en diferentes proyectos sociales, ambientales, económicos; y propone tiempos y medición de desempeño que le dan una certeza de poderlos llevar a cabo eficientemente.

En relación a la dimensión 6, que evalúa las relaciones con los stakeholders y de acuerdo a la gráfica 1, esta compañía de supermercados se encuentra en la etapa de transformación, debido a que mantiene relaciones con sus clientes, proveedores y organizaciones no gubernamentales; no solamente con el fin económico, sino que se han unido para poder llevar a cabo proyectos sociales y ambientales. Tal es el caso de la relación con asociaciones civil, en donde tratan de ayudar a personas o grupos sociales vulnerables o proyectos ambiciosos; como la energía eólica para satisfacer las unidades de negocios.

En relación a la dimensión 7, que evalúa la rendición de cuentas, de acuerdo a la gráfica 1; la compañía de supermercados se encuentra en la etapa de integración; ya que establece llevar a cabo proyectos, propone fechas de determinación, evalúa desempeño y resultados, responsabiliza e involucra a todos los niveles de la organización para cumplirlos; y puede decirse que se incentiva a cada empleado de cada unidad de negocio para lograr los resultados.

**Grafica 1** Resultados sobre el comportamiento de CC de la cadena de supermercados en cada etapa del Método CC del Boston College



Fuente: Elaboración propia

En relación a la dimensión 8, que evalúa la transparencia, de conformidad con la gráfica 1; la compañía se encuentra en la etapa de transformación. Aquí la empresa, tanto externa como internamente da a conocer los resultados; tanto de la operación del negocio, como los son objetivos de venta, días de inventario, rotación de personal, gastos de operación. Además, también de informar sobre los planes, avances, logros, desempeños en lo que respectan a proyectos sociales y ambientales.

## 2.6 Conclusiones

En relación a los resultados obtenidos, se puede concluir que la compañía para asumir su responsabilidad social, no solo busca beneficios propios: mayor utilidad, disminución del pago de impuestos y mayores ventas; sino que también se preocupa por el cuidado del medio ambiente y el bienestar de las personas.

Resulta evidente, que la compañía es un verdadero motor de cambio, hacia un mundo más justo y socialmente estable, debido a que cuenta con proyectos orientados a disminuir la pobreza con programas de salud e higiene, apoya a la mejora de la calidad educativa.

En relación a que la compañía evita los efectos perniciosos que puedan tener los productos o servicios que pone en el mercado, esta organización está orientada a lograr la sustentabilidad de la operación, es por eso que está enfocada a brindar a sus clientes una experiencia de compra positiva en donde los procesos cuidan el impacto al entorno. De esta manera fortalece la sustentabilidad y reduce acciones que impactan en el calentamiento global, ya que han desarrollado programas que involucran a sus clientes, socios comerciales, a la comunidad y a sus colaboradores, un ejemplo de esto es el haber conformado el comité de sustentabilidad y energía.

De conformidad con lo anterior, la pregunta sería ¿si el grado de responsabilidad social de la cadena de supermercados es suficiente para atender las necesidades de los distintos grupos a los que va a favorecer la organización?, la respuesta sería que sí, ya que si es suficiente el grado de responsabilidad social con el que cuenta, ya que las actividades que realiza a favor de la comunidad, van de la mano con la filosofía empresarial de compartir los beneficios generados en la operación comercial, esto se canaliza en ayudar a enriquecer la calidad de vida de las personas vulnerables, mismas que son atendidas por asociaciones no lucrativas; también invierte en asociaciones enfocadas a la educación, nutrición y salud.

Las recomendaciones que se hacen a la empresa son las siguientes:

- Planear e identificar las acciones que ayudan a mantenerse a la empresa en la etapa de transformación.
- Capacitar e involucrar al personal en actividades socialmente responsables.

- Innovar nuevos programas en materia de cuidado del medio ambiente.
- Institucionalizar como objetivo principal el seguir cuidando el medio ambiente y el bienestar de su personal y de sus clientes.
- Difundir sus logros alcanzados en materia de responsabilidad social de tal manera que sirva como ejemplo a seguir por otras organizaciones.

## 2.7 Referencias

Bentín, R. C. (n.d.). La responsabilidad social empresarial. Una prioridad en el mundo empresarial moderno. Obtenido de <http://www.cepal.org/celade/noticias/paginas/8/12168/respempresarialglobal.pdf>

Bountempo, M. (2012). Responsabilidad social empresarial y su impacto en el sector automotriz argentino. Obtenido de <http://www.econ.uba.ar/www/servicios/biblioteca/bibliotecadigital/institutos/cics/a5n1/Cap%EDtulo%206.pdf>

Cajiga, C. J. (n.d.). El concepto de la responsabilidad social empresarial. Obtenido de [http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf)

Capriotti, P. & Schulze, L. F. (2010). Responsabilidad social empresarial. Colección Libros de Empresa.

Chirinos, M., Fernández, L., & Sánchez, G. (2012). Responsabilidad empresarial o empresa socialmente responsable. Obtenido de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/M81/02\\_ChirinosFernandezSanchez\\_M81.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/M81/02_ChirinosFernandezSanchez_M81.pdf)

Cruz, Á. J., Rositas, M. J., & García, M. J. (2013). Responsabilidad social empresarial: Investigación empírica - exploratoria sobre conceptos de RSE y RSU. Obtenido de <http://congreso.investigafca.unam.mx/es/docs/anteriores/xviii/docs/10.07.pdf>

Departamento de estudios. (2005). Responsabilidad social empresarial, alcances y potencialidades en materia laboral. Obtenido de [http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984\\_recurso\\_1.pdf](http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf)

Díaz, E. (2007). La cultura y la responsabilidad social: binomio estratégico de las organizaciones. Obtenido de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25148/2/articulo5.pdf>

Expok. (n.d.). Historia de la responsabilidad social. Obtenido de <http://www.expoknews.com/historia-de-la-responsabilidad-social/>

Instituto Boliviano de Comercio Exterior. (2013). El ABC de la responsabilidad social empresarial. Obtenido de [http://ibce.org.bo/images/publicaciones/ABC\\_responsabilidad\\_social.pdf](http://ibce.org.bo/images/publicaciones/ABC_responsabilidad_social.pdf)

Ojeda, L. R., & Jiménez, D. O. (2011). Responsabilidad social y sustentabilidad: Identificación del desempeño socialmente responsable de acuerdo con el Modelo de Boston College. Obtenido de [http://148.206.107.15/biblioteca\\_digital/articulos/9-604-8677mrc.pdf](http://148.206.107.15/biblioteca_digital/articulos/9-604-8677mrc.pdf)

Ruiz, B. J. (2013). Diseño de modelo de responsabilidad social empresarial en PYME constructora Araucana. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/10192/1/7709579.2013.pdf>

Sarmiento, d. V. (2011). La responsabilidad social empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. Obtenido de <file:///C:/Users/tutores/Downloads/Dialnet-LaResponsabilidadSocialEmpresarial-3965840.pdf>

Suarez, G. C. (2010). Responsabilidad social empresarial del Ecuador. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1122/1/tad975.pdf>

Vives, A. (2010). La responsabilidad social de la empresa: Enfoques ante la crisis. España: Fundación Carolina.

## **Liderazgo interactivo y responsabilidad social corporativa**

### **Interactive leadership and corporate social responsibility**

SAUCEDO-VENEGAS, H.<sup>1</sup>, ROCHÍN-SALINAS, J. F.<sup>2</sup> & MORALES-MARTÍNEZ, A.<sup>3</sup>

*Universidad Autónoma de Zacatecas, Av. Jardín Juárez # 147, Centro Histórico, C.P. 98000 Zacatecas, Zac., México*

H. Saucedo. J. Rochín & A. Morales

M. Moreno & D. Arrieta (eds.). *Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social. Proceedings-©ECORFAN-México, Durango, 2018.*

## Resumen

¿Es posible combatir la corrupción y la impunidad en México? Uno de los factores que dañan fuertemente la economía mundial es la corrupción e impunidad, la manera de combatir este cáncer social es mediante la formación de liderazgos interactivos que desarrollen entre sus seguidores buenas prácticas de responsabilidad y bienestar social, saliéndose del escritorio y cuidar ya no solo la casa y la oficina sino los actos de los gobernantes, congresistas, legisladores y funcionarios públicos.

Hoy en día, los problemas que aquejan a México y la humanidad son: bajos niveles de educación, obesidad, pobreza extrema, sobrepoblación, agotamiento de los recursos naturales, falta de equidad de género, estos son los grandes problemas de la agenda mundial que nos involucra a todos y de la que ya no hay mañana para la gestión. La responsabilidad social a través de buenas prácticas corporativas puede ser parte de la solución a los grandes problemas de la humanidad. Liderazgo interactivo y responsabilidad social corporativa es el resultado de una investigación realizada con empresarios socios de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción y Colegio de Ingenieros Civiles de la ciudad de Zacatecas que tuvo como propósito identificar buenas prácticas de responsabilidad social realizadas por las empresas objeto de estudio.

El resultado del estudio reveló que las empresas y sus líderes tienen como única meta el beneficio económico para sus propietarios, dejando de lado el bienestar social de la comunidad a la que se deben; sin embargo, se dejan abiertas líneas de investigación sobre el tema, en razón de que la responsabilidad social puede ser la estrategia para reducir los índices de pobreza extrema, corrupción e impunidad; mediante la gestión de líderes socialmente responsables y comprometidos como lo hace Lorena Ochoa y Leonel Messi que aunque viven de la pelota y la patada son un claro ejemplo de líderes de interacción social.

## Principios de Liderazgo, Objetivos, Educación del Futuro, Influencia, Don de Mando

### 3 Introducción

En mayo del 2015, dictaba una conferencia sobre proyectos de negocios en la Unidad Académica de Agronomía de la Universidad Autónoma de Zacatecas, en el intermedio pregunté a un campesino ¿Cómo ve usted al campo, tiene solución? \_ mire amigo nosotros los campesinos lo que necesitamos es un pastor\_ ¿Cómo un pastor? Si para que nos guie por donde pastar, que nos oriente que cosechar. Si un humilde campesino dice que el campo es viable y tiene solución, luego entonces nuestro país ranqueado como la décima economía más grande del mundo con un potencial de riqueza primer productor de oro y plata, fauna y flora, reptiles y anfibios, clima favorecedor para cosechar todas las verduras, legumbres y frutas conocidas en el planeta.

### Problemática social mexicana

De poco le sirve a México tener la décima economía más grande del mundo por sus riquezas naturales, si el 46.1% de la población total vive condiciones de pobreza según el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social; ocupando el primer lugar mundial con personas obesas, con el índice más alto de rezago educativo dentro de los países miembros de la OCDE, así como uno de los países con el índice más alto en corrupción que le cuesta el 9 % del Producto Interno Bruto y falta de equidad de género. Ante la problemática nacional se plantean las siguientes interrogantes: ¿Será posible reducir los índices de pobreza en México?, ¿De qué manera podemos enfrentar los estragos de la corrupción en nuestro país?, ¿Qué nos hace diferentes como persona y como empresas?

### 3.1 Objetivos

Identificar las prácticas de responsabilidad social en la organizaciones mexicanas que permitan disminuir los índices de pobreza, corrupción y la crisis ambiental mediante la gestión de liderazgo.

Identificar la filosofía de la Responsabilidad Social Empresarial aplicada por las corporaciones que funcionan bajo el distintivo de ESR, de conformidad con los principios de ética y liderazgo.

Liderazgo interactivo y responsabilidad social corporativa pretende dar respuesta a las preguntas e hipótesis sobre la falta de líderes socialmente responsables necesarios para erradicar la pobreza, el hambre y la corrupción. Para este propósito se realizó una encuesta con empresarios de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción y Colegio de Ingenieros Civiles de la Ciudad de Zacatecas, Zacatecas.

### 3.2 Revisión Literaria

#### Liderazgo Interactivo

En un día de mayo esplendoroso de 1960 en Dublín, Irlanda vio la luz por primera vez el Rockero Bono, Paul Henson, cantante líder de la banda de rock más famosa del planeta después de los Rollin Stones. Varias de sus canciones son virtuales himnos que convocan a la participación social: en sus letras se reflejan lo mismo la preocupación por los conflictos en Irlanda del Norte, la segregación racial y los enconos étnicos. Bono ha impulsado el vistoso esfuerzo de Netwoking Social que ha realizado en los últimos tiempos para combatir la pobreza en África. Este personaje es uno de los individuos más versados en los problemas económicos del orbe, quizá con un conocimiento mayor al de varios funcionarios en gestiones económicas de las naciones industrializadas, (González Lara, 2008).

En febrero de 2016 el Super Bowl edición 50 de futbol americano, la cantante Lady Gaga dio una amplia demostración de liderazgo interactivo con sus seguidores de todo el orbe. Parte de sus temas musicales refieren causas de abuso sexual de menores tema mayor de la agenda mundial, por estas acciones la cantante ha sido nominada como una de las mujeres más influyentes del mundo según la revista Forbes México. El liderazgo es una habilidad clave que tiene un efecto importante sobre la manera como la gente se desempeña y los resultados que obtiene.

La diferencia con el liderazgo tradicional, es que el interactivo se desarrolla en el contacto horizontal del líder con sus seguidores; está siempre en contacto con ellos, utiliza la retroalimentación como herramienta de crecimiento, medición, seguimiento y promoción.

#### Características del líder interactivo

El líder interactivo consulta al equipo antes de tomar decisiones importantes de la corporación, permite a sus colaboradores participar en el establecimiento de sus objetivos personales y de la organización, delega tareas, reconoce y compensa los logros de sus seguidores, acepta ideas y sugerencias de los colaboradores y en general motiva a la acción.

#### ¿Qué es el liderazgo?

El liderazgo es la habilidad de influir en los seguidores hacia el logro de los objetivos del grupo. Existen dos funciones básicas en el desempeño del liderazgo: la primera se relaciona con las metas que deben cumplirse; por lo tanto aquí entran las habilidades personales para orientar, guiar, dirigir, evaluar tareas, corregir, empujar y alentar a los miembros de la organización.

La segunda se relaciona con el funcionamiento mismo del equipo: habilidades para escuchar, reconocer, unir, integrar, buscar consensos, mediar diferencias, negociar, hacer crecer, capacitar y valorar a las personas, así como celebrar sus logros (Stoner Fregman 1996).

Sun Tzu, en El Arte de la Guerra, dijo: Por influencia moral entiendo lo que hace que el pueblo esté en armonía con sus dirigentes, al punto de acompañarlos en la vida y en la muerte, sin temor de peligro mortal. Cuando se trata al pueblo con benevolencia, justicia y actitud, y se deposita confianza en él, el pueblo estará unido en espíritu y todos se sentirán felices de seguir a sus dirigentes.

#### Principios del liderazgo

La historia registra grandes personajes que en su paso por este mundo han dejado su legado a la humanidad, dentro de los que destacan Aristóteles, Jesús de Nazaret, Gandhi, Mandela, Juana de Arco, Teresa de Calcuta, líderes actuales Bill Gates, Papa Francisco y Carlos Slim.

Los principios de estos líderes son similares puesto que desde tiempos de Aristóteles, hasta el Papa Francisco y Bill Gates, los principios para ejercer el liderazgo, permanecen en constante bien común, amor y respeto al prójimo, integridad, justicia, equidad y don de mando. Para documentar el presente estudio, se analizó y comparó diversa literatura de destacados investigadores y narradores de liderazgo, entre otros Peter Drucker, Daniel Coleman, Stephen R. Covey, Roberto Wess, Lourdes Munch, James Hunter, sintetizando los principios y cualidades en la tabla 1.

**Tabla 1** Modelos de liderazgo centrado en principios: Destacados investigadores y narradores de liderazgo

Papa Francisco	Hunter James	Roberts Wess	Carlos Slim	Lourdes Munch
Visionario del futuro	Visionario del futuro	Visionario del futuro	Visionario del futuro	Visionario del futuro
Autoridad Moral	Autoridad	Autoridad	Autoridad	Autoridad o don de mando
Coherencia	Coherencia	Coherencia	Creatividad	
Amor y servicio al prójimo	Amor y servicio al prójimo	Amor y servicio al prójimo	Simplicidad organizacional	
Confianza	Confianza	Confianza		Confianza
Comunicación y Dialogo	Comunicación	Comunicación	Comunicación	Comunicación
Bien común	Bien común	Bien común	Toma de decisiones rápidas y flexibles	Sentido común
Integridad	Integridad	Integridad		
Solidaridad	Responsabilidad		Responsabilidad	Responsabilidad
Fraternidad	Fraternidad	Fraternidad		Unidad de la gente
Cambio transformador	Cambio transformador			Cambio Transformador
Pro actividad	Pro actividad	Pasión	Pro actividad	Pro actividad
Defensor, Derechos humanos	Humildad			Respeto
Justicia	Justicia	Justicia		Lealtad
Disciplina	Disciplina	Disciplina	Disciplina	Disciplina

Fuente: Elaboración propia tomada de Modelos de liderazgo centrado en principios

De los modelos de liderazgo desarrollados por los grandes líderes, se identifican diez habilidades fundamentales para liderar.

1. Visión de futuro
2. Autoridad o don de mando
3. Comunicación y dialogo con la gente
4. Disciplina
5. Coherencia
6. Confianza
7. Pro actividad
8. Bien común
9. Responsabilidad
10. Amor y servicio al prójimo

Dirigir consiste, paradójicamente, en servir a los demás. Un buen líder está pendiente de sus subordinados; atiende sus legítimas necesidades, les ayuda a lograr sus metas y aprovecha sus capacidades al máximo.

Leonel Messi y Lorena Ochoa vividores de la patada y de la pelota están en el salón de la fama por su carácter visionario, su disciplina, comunicación y dialogo con sus líderes formadores, por su pro actividad y confianza en sí mismos y en los demás.

Saberes básicos del líder

Un líder se hace, se forma, no nace como muchos creen, formarse como líder implica desarrollar cuatro saberes fundamentales basados en los objetivos de la educación del futuro recomendados por la UNESCO.



- Saber ser
- Saber Hacer
- Saber aprender
- Saber convivir

El saber ser consiste en conocerse así mismo, potencialidades y debilidades, aprovecharlas y mejorarlas, es desarrollar la propia inteligencia emocional, mental, física y espiritual.

Saber hacer consiste en desarrollar habilidades para influir en las personas, capacidades para resolver problemas sociales del entorno y de la agenda mundial, habilidades de negociación, desarrollar proyectos económicos y sociales, aplicar las tecnologías de la información y comunicación en la gestión corporativa, así como para interactuar en el mundo interior y exterior. Desarrollar actividades de primeros auxilios, oficios domésticos y demás cosas que necesita la gente y la comunidad.

Saber aprender implica adquirir múltiples conocimientos en ciencias exactas matemáticas, estadística, química biología, económica y mercados internacionales, contabilidad, ciencias sociales psicología, liderazgo, mercadotecnia, gestión de negocios, legislación impositiva y normatividad ambiental, habilidades de investigación y diversidad cultural mundial.

Saber convivir significa tener la habilidad de adaptarse a la convivencia humana para interactuar con personas, es desarrollar la inteligencia social y corporativa. Practicar actitudes éticas y morales para el bien comunitario, trabajo colaborativo, habilidad de escucha y comunicación virtual y presencial. Saber convivir fortalece la armonía de la familia como célula básica de los pueblos y primera escuela de aprendizaje para la vida.

Parafraseando a Sofía Macías, para la sobrevivencia humana si al menos se desarrollan los saberes de comprar, vender, cobrar, negociar y chambear serían suficientes para mejorar la condición económica personal; por lo tanto estos saberes son básicos para la formación de los jóvenes.

Retos del líder del futuro. Según informes de la Organización de las Naciones Unidas para 2050, el mundo se estima contabilice una población de 9,000 millones de personas y escasez de recursos naturales por los que los retos del líder serán mayores. ¿Porque hacen falta líderes? El primer desafío consiste en desprendernos de enseñanzas tradicionales y mitos populares del error y la ilusión; admitir que el mundo ha dado un giro de más de 180 grados, así como la manera de pensar de la gente y cambio constante organizacional.

Los líderes contemporáneos han perdido su credibilidad por la crisis de instituciones la familia, la iglesia, la partidocracia convertida en negocio de unos cuantos y los sistemas gubernamentales, por estas razones los líderes del futuro cercano enfrentarán cuatro retos principales:

- Mirar hacia adelante asumiendo una causa y los riesgos que el destino presente.
- Ser competentes para perseverar ante cualquier adversidad ante un mundo globalizado utilizando las Tecnologías de la Información y Comunicación.
- Servir de inspiración y liderar con el ejemplo.
- Liderar de acuerdo a los principios de ética y de responsabilidad social corporativa.

Los retos anteriores requieren visualizar un futuro esperanzador y noble, experimentar, asumir riesgos y aprender de los errores; así como buscar oportunidades desafiantes para cambiar, crecer, innovar y mejorar (Kouzer2010).

¿Cómo aprovechar el potencial de los jóvenes en la economía Mexicana?

La respuesta requiere profundas investigaciones. Este estudio deja más preguntas que respuestas; sin embargo, una pregunta quizá llame más la atención que cien respuestas. En relación con la pregunta vale la pena recordar un proverbio religioso “dale un pez a un hombre y comerá un día; enséñale a pescar y comerá siempre”. La experiencia indica la existencia de muchas parejas o matrimonios jóvenes subsidiados con parte de los gastos de manutención mensual por los papás, ¿Qué pasaría si en lugar de la manutención mensual se integrara un fondo de capital para emprender un proyecto de un pequeño negocio que generara fuentes de empleo y riqueza económica por el joven subsidiado?.

## Responsabilidad Social Corporativa

“He dedicado toda mi vida a la lucha del pueblo africano. He luchado contra el dominio blanco, y el dominio negro. He abrigado el ideal de una sociedad democrática y libre en la que todas las personas vivan juntas en armonía y con igualdad de oportunidades, es un ideal por el que estoy dispuesto a morir”. (Richard Stengel, Legado de Nelson Mandela).

Mandela siempre será recordado por su liderazgo en favor de la paz mundial, de la defensa de los derechos humanos, por el reclamo de las injusticias de los genocidios y las guerras y la lucha por la libertad del hombre. Madiba, seudónimo popular de Mandela, propuso ante la Organización Mundial de las Naciones Unidas, en 2009, animar a todos los ciudadanos del mundo a dedicar 67 minutos de su tiempo a cosas sociales, o sea un minuto por día.

En los tiempos que corren, donde la clase política se está convirtiendo en un problema para la sociedad (crea problemas en lugar de soluciones), la lección que, por otra parte, deja Mandela a la humanidad es que uno puede ser un gran ser humano y, a la vez, un gran líder, que los grandes valores compartidos por todas las culturas en todos los tiempos, el respeto, la generosidad, el perdón, son compatibles con la eficacia política.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE))

La Organización Internacional para la Estandarización ISO crea un criterio referencial de RSE, definiendo a la Responsabilidad como el compromiso asumido por una organización para responder a las expectativas de la sociedad respecto de temas como justicia laboral, desarrollo sustentable, calidad de vida y en general promoción del bien común.

Ejes de gestión para prácticas de responsabilidad social

La cultura de gestión de Responsabilidad Social incluye cuatro ejes principales:

1. Calidad de vida mediante un desarrollo integral. Educación para la vida, balance estudio, desarrollo personal, trabajo, familia, compromisos, seguridad, tolerancia y respeto a la diversidad.
2. Ética organizacional y social. Implica la práctica en el quehacer cotidiano de conformidad con la misión, visión, valores y códigos de conducta de la organización por y para clientes internos y externos a la misma, autoridades, gobierno corporativo y respeto a la legalidad.
3. Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo. Implica buenas prácticas para la sociedad y su entorno, balance social (cultura del ahorro, combate a las adicciones, prevención de enfermedades biodegenerativas, etc.), alianzas, inversión social, voluntariado y mercadotecnia social.
4. Cuidado y preservación del ambiente. Este eje conlleva a desarrollar buenos hábitos de la población para el cuidado y preservación de los recursos naturales, desarrollando y aplicando políticas ambientales y manejo del impacto ambiental.

La gestión del liderazgo en las corporaciones generará mejores resultados mediante la práctica de acciones que tengan como fin el bienestar de la comunidad.

Principios de responsabilidad social

Desde los tiempos más antiguos como en la época Socrática y Aristotélica, la mejor práctica de convivencia humana ha sido la que se basa en buenos hábitos y costumbres del ser humano. Retomando los principios Aristotélicos hoy en día es viable aplicar en la gestión de la responsabilidad social los siguientes principios.

1. Compromiso ético y valores.
2. Transparencia, rendición de cuentas y erradicar la corrupción.
3. Derechos humanos permeando el estatus de la mujer.
4. Cultura de la legalidad y respeto a las normas.

5. Sustentabilidad, cuidado y protección del ambiente.
6. Participación ciudadana.
7. Abolir las prácticas de discriminación en el empleo y la sociedad.

La sociedad contemporánea necesita de la práctica de acciones que mejoren la calidad de vida.

### **Filosofía de Responsabilidad Social Empresarial**

La filosofía de Responsabilidad Social Empresarial comprende tres elementos:

- Visión de futuro. Declaratoria para promover bienestar, bien común y mejor calidad de vida para las personas.
- Misión. Desarrollar buenas prácticas de bien común para una mejor calidad de vida, así como de formación integral del ser.
- Ética y valores. Realizar la gestión empresarial en base a un Código de ética, valores corporativos de orden superior, permeando la integridad, respeto a los derechos humanos, observancia de los derechos laborales, justicia, equidad de género y estatus de la mujer, respeto a leyes e instituciones, estableciendo política de transparencia y rendición de cuentas, combate a la corrupción e impunidad.

### **Corporaciones Socialmente Responsables admirables**

La gestión organizacional en base a la Responsabilidad Social paga y paga bien al buscar e impulsar el bien comunitario que se traduce en resultados económicos sostenibles para las empresas por la permanencia de los clientes y estabilidad del personal generando beneficios económicos para los socios. Está demostrado que cuando se elige entre dos marcas de la misma calidad y precio, la cuestión de responsabilidad social es la que más favorece en la decisión de compra 41%; ello por encima del diseño e innovación (32% y la lealtad de la marca (26%). Por si fuera poco, el 70% de los consumidores dice estar dispuesto a pagar más por una marca que apoya causas sociales o medioambientales.

De acuerdo al último Censo Económico, El Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, en la República Mexicana en 2009 existen 5'144,056 unidades económicas que ocupan a 27'727,406 personas.

De este universo de empresas en el año 2012 según datos del Centro Mexicano para la Filantropía, A. C. (CEMEFI), únicamente 688 empresas cuentan con el distintivo de Responsabilidad Social Empresarial de acuerdo a los lineamientos de la Norma ISO 26,000.

Corporativos empresariales y profesionales admirados por su gestión bajo el distintivo ESR.

En el sector económico destacan las corporaciones Mexicanas Corporativo Bimbo. S. A de C.V., por la práctica de políticas eliminación de barreras sociales, culturales y físicas, así como una nueva cultura laboral humanista.

Corporativo General Motors de México, tiene como políticas sociales beneficiar a la niñez con balones para deporte, apoyo a personas vulnerables, becas para estudiantes, cuidado y protección del medio ambiente.

Oprah Winfrey (2015) conductora de TV en Estados Unidos que ocupa el lugar décimo tercero como la mujer más influyente en el mundo por la revista Forbes, por fundar una escuela para formar líderes niños en Sudáfrica.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos que agrupa a sesenta Colegios y más de veinte mil contadores públicos en todo el país; liderado por una mujer, es la red social profesional más grande de México, posiblemente del mundo, por impulsar fuertemente el Código de ética del Contador Público y la práctica del mismo con la creación de Comisiones de Éticas en sus federadas por la certificación profesional de sus miembros en el ejercicio profesional.

En el marco de la Responsabilidad Social impulsa la generación de riqueza, asegurando la permanencia y crecimiento de la empresa, fomento de la ética empresarial para todas las partes relacionadas, calidad de vida en las empresas que fomenten un ambiente de trabajo sano, estimulante, seguro, creativo no discriminatorio, incluyente. También, apoya a la educación mediante becas, salud con servicios médicos en comunidades alejadas y justicia mediante la incorporación de pequeños delincuentes de primera falla.

### 3.3 Metodología

El estudio sobre “Liderazgo interactivo y responsabilidad social corporativa” representa un amplio tema de investigación en el ámbito social y económico.

#### Liderazgo corporativo, base del estudio

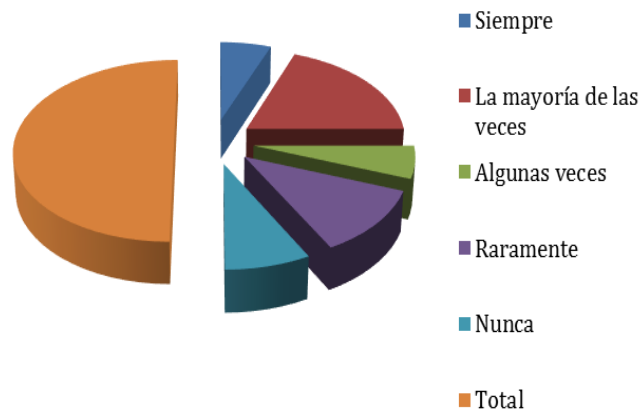
La investigación se realizó en las empresas afiliadas a la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, delegación Zacatecas, para lo cual se realizó una encuesta, donde se les preguntó que cual es la frecuencia con la que aplican el liderazgo económico financiero: Las respuestas por ellas expresadas fueron que el 11.5% “siempre” y “algunas veces” lo realizan; y el 38.5% de las empresas encuestadas adujeron que “la mayoría de las veces” como puede observarse en la tabla 2 y se confirma en la gráfica 1.

**Tabla 2** Frecuencia del liderazgo económico financiero

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	11.5
La mayoría de las veces	10	38.5
Algunas veces	3	11.5
Raramente	6	23.1
Nunca	4	15.4
Total	26	100

Fuente: Elaboración propia

**Gráfica 1** Frecuencia del liderazgo económico financiero



Fuente: Elaboración propia

Se compararon los resultados de la encuesta con la revisión bibliográfica analizada de destacados estudiosos del liderazgo para dar respuesta a la pregunta de investigación ¿La corrupción e impunidad y combate de la pobreza tiene solución?, objetivo central de este estudio.

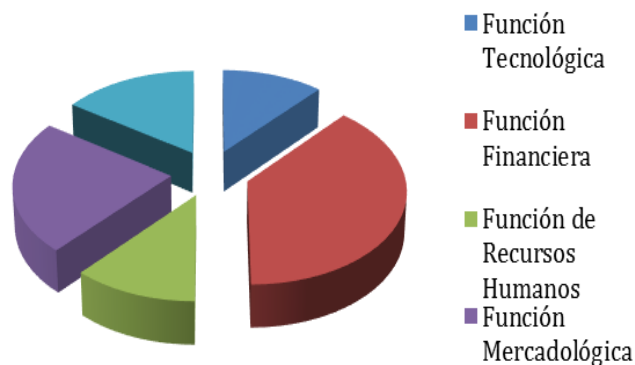
#### Resultados del Estudio: Funciones del Liderazgo Económico-Financiero

En el siglo XX, el liderazgo tuvo un enfoque en la industria y por lo tanto, en torno al capital, en el siglo XXI, el ejercicio del liderazgo se basa en la función tecnología con un 11.5%; en la función financiera un 38.5%; en la función de recursos humanos un 11.5%; en la función mercadológica un 23.1%; y en otras funciones un 15.4%; como se observa en la tabla 3 Liderazgo Económico-Financiero y gráfica 2 Funciones del Liderazgo Económico-Financiero.

**Tabla 3** Liderazgo Económico Financiero

	Frecuencia	Porcentaje
Función Tecnológica	3	11.5
Función Financiera	10	38.5
Función de Recursos Humanos	3	11.5
Función Mercadológica	6	23.1
Otras Funciones	4	15.4
Total	26	100

Fuente Elaboración propia

**Gráfica 2** Liderazgo Económico Financiero

Fuente Elaboración propia

La tabla 3 y gráfica 2 revelan que la función principal del Liderazgo corporativo se basa en la función financiera; esto es, en el aspecto económico por ser el fin principal de los empresarios.

### Funciones del Liderazgo Corporativo

El estudio reveló como las empresas centran la gestión del liderazgo: el 38.5% en la función financiera; el 23.1% en la función mercadológica; el 15.4% en funciones diversas; un 11.5% en la función tecnológica; y un 11.5% en la función de recursos humanos, véase grafica 3.

### 3.4 Resultados

El estudio de las empresas sobre las funciones en que basan el ejercicio del liderazgo empresarial, hoy por hoy, sigue siendo igual que el siglo pasado; basado en la función económico-financiera, dejando a un lado el enfoque social y mucho menos humanitario que contrasta con el liderazgo de los altos funcionarios públicos, legisladores y congresistas, partidos políticos y demás burócratas, que solo les interesa fortalecer su economía personal; así lo demuestran los altos índices de corrupción que a México le cuesta el 9 % del Producto Interno Bruto.

De acuerdo a las respuestas de las empresas se presume un desconocimiento de la problemática social de las personas que las lideran y de la filosofía y buenas prácticas de políticas de responsabilidad social; que al implementarlas, su gestión empresarial puede mejorar. El estudio también revela desactualización de los líderes empresariales en habilidades de gestión relacionadas con liderazgo interactivo, de inteligencia organizacional y emocional para encarar los retos que enfrentan las empresas ante la globalización.

Correlación de resultados del estudio con las interrogantes y objetivo materia del estudio

En el quehacer del investigador, es frecuente escuchar que cuando se conoce y plantea adecuadamente el problema, se tiene un alto porcentaje de la respuesta. El estudio se centró en tres preguntas principales ¿Es posible reducir los índices de pobreza en México?, ¿De qué manera podemos enfrentar los estragos de la corrupción en nuestro país? y ¿Qué nos hace diferentes como personas y como empresas?.

Las preguntas de investigación se sustentan en la problemática social que enfrenta México rezago educativo, personas que viven en estado de pobreza, problemas de salud (obesidad), corrupción e impunidad y falta de equidad de género entre otros. El estudio revela la necesidad de fortalecer los lazos de vinculación entre las escuelas de negocios y de nivel superior con las empresas como estrategia prioritaria para enfrentar y mejorar los índices educativos de nuestro país y con ello, abatir la pobreza extrema en la que viven millones de mexicanos, desarrollando emprendedores socialmente responsables y comprometidos con los derechos del hombre y del cuidado y protección del medio ambiente.

A las personas nos hace diferentes nuestros hechos de trascendencia benefactora a la humanidad, y las empresas las hace diferentes la transparencia, la sostenibilidad y trascendencia generacional, la observancia, práctica y respeto a los derechos humanos y no dañar el medio ambiente; así como reconocer y poner en acción la equidad de género en su gestión. El estudio muestra ausencia de todas estas prácticas en las empresas objeto de estudio presumiéndose que en una gran mayoría se debe a la falta de sensibilización por parte de sus líderes.

El estudio demostró que las buenas prácticas de responsabilidad social, en un alto porcentaje de las empresas mexicanas, aún están en pañales tal vez por desconocimiento o convicción, y si no se conocen, tampoco se practican. De acuerdo a estos resultados, se concluye, que para combatir la corrupción, y con ella el hambre existe un enorme trecho por caminar; y por lo tanto, la función del liderazgo socialmente responsable es la alternativa, impulsando la educación, creando fuentes de empleo para aprovechar los recursos potenciales de nuestro México; si es que verdaderamente aspiramos a una mejor calidad de vida.

### 3.5 Conclusiones

Reza un proverbio popular “a grandes males, grandes remedios”, si en el mundo no hubiera personas; el mundo no tendría problemas. Luego entonces, en las personas esta la solución, el mundo contemporáneo no tiene mañana, es hoy, cuando se requiere el cambio, empezando con el reconocimiento y aceptación de la problemática social para enfrenar las causas, sus efectos con todo y los riesgos que ello implique. Los resultados del estudio llaman a los lectores de este estudio a crear conciencia en lo siguiente:

1. Fomentar la cultura de buenas prácticas de responsabilidad social en las Escuelas de Negocios y de Educación Superior incluyendo asignaturas de ética y responsabilidad social en los planes y programas de estudio aunque sea de carácter optativo
2. Desarrollar habilidades de liderazgo socialmente responsable y de emprendedurismo con responsabilidad social en los estudiantes de las escuelas de negocios.
3. Sensibilizar a las Escuelas y Universidades de Educación Superior en la adopción y práctica de los principios y buenas acciones de responsabilidad social en la gestión educativa.
4. Fortalecer la vinculación entre las Escuelas y Universidades de Educación Superior y el Sector Empresarial, así como de Colegios de Profesionistas, Fundaciones Educativas y demás organizaciones y asociaciones privadas para conocer de cerca la problemática social y posibles soluciones.
5. El liderazgo organizacional requiere desarrollar habilidades de inteligencia emocional interactiva y funcional cercana y de frente con los seguidores y la sociedad, así como de responsabilizarse con la problemática social, sus causas, riesgos y soluciones.

Las empresas y organizaciones están urgidas de una renovación de liderazgos de jóvenes y de mujeres comprometidas y responsables ante la pasividad de los líderes varones y adultos que predomina en las corporaciones de hoy. El potencial de la juventud y el talento de las mujeres están desaprovechados.

### 3.6 Referencias

- Alva, S. (2010). *Tu vida tú mejor negocio*. México, D. F: Editorial Mexicana.
- Bennett, W. (2001). *El libro de las virtudes*. México. DF: Ediciones B.S.A.

- Bernal, M. Del C., & Taracena, E. (2012). *Talento femenino en la alta dirección en México*. México, DF: LID Editorial Mexicana.
- Cázares, A. D. (2011). *Líderes y educadores*. México, DF: Editorial Limusa, S. A. de C. V.
- Cázares, A. D., Siliceo, A. (2011). *Planeación de vida y carrera*. México, DF: Editorial Limusa, S. A. de C. V.
- Cóvey, S. R. (1990). *Los 7 Hábitos de la gente altamente efectiva*. México, DF: Ediciones Paidós Ibérica.
- Cohen, E., Franco, R. (2010). *Gestión social, como lograr eficiencia e impacto en las políticas sociales*. México, DF: Siglo XXI editores.
- Drucker, P. (1999). *La gerencia de empresa*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana S. A. de C. V.
- Drucker, P. F. (2014). *La administración en una época de grandes cambios*. México, D F: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Grandes Pensadores (2001). *Aristóteles Érica*. México: Grupo Editorial Diana, México.
- González, M. (2008). *Responsabilidad social empresarial una guía para comprender el fenómeno que está revolucionando a las empresas de Latinoamérica y el mundo*. México, DF: Norma Ediciones, S. A. de C. V.
- Goleman, D. (1999). *La inteligencia emocional en la empresa*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones B Argentina, S. A. de C. V.
- Gutiérrez, E., González, É., Solís, J. Luis, P., Quintanilla, J. C., y Macha, G. L. (2009). *México democracia participación social y proyecto de nación*. México, DF: Siglo XXI editores, S. A. de C. V.
- Hesselbein, F., Goldsmith, Marsall, B. (2004). *El líder del futuro*. Barcelona: Ediciones Deusto Planeta De Agostine Profesional y Formación.
- James, M., Kours, B., Posner, Z. (2010). *El desafío del liderazgo*. Buenos Aires Argentina: Editorial Peniel.
- López, I., Otterbach, D. H. (2013). *Grandes Personajes*. México, DF: Irma López Martínez y Dr. Dieter H. Otterbach.
- Macías, S. (2011). *Pequeño cerdo capitalista, Finanzas personales para hippies, yuppies y bohemios*. México, DF: Santillana Ediciones, S. A. de C. V.
- Morín, E. (2011). *Los siete saberes necesarios para de la educación del futuro*. México, DF: Dower Internacional, S. A. de C. V.
- Münch, L. (2006). *Liderazgo y dirección*. México, DF: Editorial Trillas, S. A. de C. V.
- Ochoa, L. (2012). *Soñar en grande*. Méxcio, DF: Random House Mondadori, S. A. de C. V.
- Rogak, L. (2009). *El optimista impaciente Bill Gates*. México, DF: Santillana Ediciones Generales, S. A, de C. V.
- Stengel, R. (2012). *El legado de Mandela*. México, DF: Grupo Editorial Planeta, S. A, de C. V.
- Trejo, R. (2012). *Carlos Slim vida y obra*. México, DF: Ediciones Quién es Quién, S. A. de C. V.
- Tzu, S. (2012). *El arte de la guerra*. México, DF: Ediciones Coyoacán, S. A. de C. V.
- Wess, R. (2010). *Secretos del liderazgo de Atila*. México, DF: Laser Press.

## **Responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas de la industria manufacturera en Aguascalientes**

### **Social responsibility in small and medium enterprises in the manufacturing industry in Aguascalientes**

LEAL-MEDINA, F. S.<sup>1</sup>, GONZÁLEZ-ACOLT, R.<sup>2</sup> & ROMO-ROJAS, L.<sup>3</sup>

*Universidad Autónoma de Aguascalientes, Avenida Universidad # 940, Ciudad Universitaria, C. P. 20131, Aguascalientes, Ags. México*

F. Leal. R. González & L. Romo

M. Moreno & D. Arrieta (eds.). *Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social. Proceedings-©ECORFAN-México, Durango, 2018.*



## Resumen

En México, el sector empresarial se ha enfocado en obtener reconocimiento de ser “Empresa Socialmente Responsable” a través de diferentes organismos como lo es el *Centro Mexicano de Filantropía* y la *Bolsa Mexicana de Valores* que distingue a las empresas que cotizan en ella con el IPC-Sustentable para estar a la par con otras Bolsas de Valores del mundo, por lo que se tiene como finalidad: *Identificar la Responsabilidad Social Empresarial, que tienen las empresas pequeñas y medianas del sector manufacturero de Aguascalientes, utilizando subdimensiones del IPC-Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores.* El método que se ha utilizado es descriptivo tipo encuesta, aplicado a 67 empresas de la industria manufacturera del Municipio de Aguascalientes.

En los resultados se observa en cuanto al perfil 89.4% son empresas pequeñas, y las subdimensiones con las que cumplen más del 60% de las Empresas de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes. Son Diversidad e Igualdad de Oportunidades, Prácticas de Seguridad, Rotulación de productos y Servicios, Salud y Seguridad del Consumidor, Desempeño económico, Empleo, Prácticas de Inversión y Aprovisionamiento y por último Relación empresa/ trabajador.

Conclusiones, las pequeñas y medianas empresas realizan prácticas de RSE, en diferentes porcentajes, a la par que las grandes empresas que tienen IPC Sustentable, considerando que se tiene que seguir haciendo esfuerzos a través de cámaras y del sector oficial para apoyarlas en su avance para lograr ser empresas socialmente responsables.

## IPC Sustentable, Finanzas, Bolsa Mexicana de Valores, Responsabilidad Social Empresarial

### 4 Introducción

La responsabilidad social de la empresa es considerada como “una integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, 2001, p.p.7), lo que no significa solo cumplir con la parte jurídica, sino, invertir más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores, llegando a lograr aumentar la competitividad de las empresas (2001, p.p.7-8) asimismo para la medición de este apartado fue necesaria la inclusión y consideración de normas reconocidas en todo el mundo como Global Reporting Initiative (GRI, 2011, p.p. 32)

En México el sector empresarial se ha enfocado en obtener el reconocimiento de ser “Empresa Socialmente Responsable” (ESR) a través de diferentes organismos como lo es el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI).

La Bolsa Mexicana de Valores, conocida por sus siglas (BMV), para distinguir a las empresas que quisieran contar con un distintivo adicional al de ESR, y para estar a la par con otras Bolsas de Valores del mundo, da origen al IPC-Sustentable, el cual se ha estado apoyando de EIRIS (Experts in Responsible Investments) y de la Universidad Anáhuac del Sur los ámbitos que se miden son (Anáhuac México Sur, 2013): Gobierno Corporativo, Medio Ambiente, y Responsabilidad Social.

Sin embargo, la forma como se está incorporando la gestión de las empresas y la condición para su sustentabilidad, así las conclusiones *“Estamos todavía en una fase de construcción y consolidación del concepto, de asentamiento de criterios para su implantación y desarrollo de los sistemas de evaluación, verificación e índices de referencia con aceptación generalizada”* (Moreno, 2006:53)

Considerando que las grandes empresas están sometidas a ello, también las medianas y pequeñas empresas, están compitiendo a nivel global y ha quedado atrás cuando las empresas tenían reglas claras y homogéneas en espacios de alguna manera controlados, a lo que está pasando actualmente con una economía globalizada.

La investigación de Ojeda y Jiménez (2011) en cuanto a las empresas, concluyen que la responsabilidad social no es una práctica cotidiana en las empresas yucatecas del sector servicio, que no hay una diferenciación en el uso de estas prácticas por el tamaño de la empresa, y que la dimensión de Ética empresarial es aquella en la que las empresas han trabajado más, mientras que es la Preservación del Medio Ambiente en la que menos.

## 4.1 Descripción del problema

Referente al contexto del Estado de Aguascalientes, los sectores económicos son las *Actividades primarias*: agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza; *Actividades secundarias* que está conformado por la Minería, construcción y electricidad, agua y gas y la Industria Manufacturera y las *Actividades terciarias* que están integradas por el comercio restaurantes y hoteles, transporte e información e inmobiliarios, servicios educativos y médicos, actividades del gobierno y el resto de los servicios. (INEGI, 2015).

Hasta el segundo trimestre del 2015 la Secretaría de Economía según los reportes del INEGI reportan que el Sector de Manufactura (Fabricación de maquinaria y equipo) representa el 20.6% del PIB estatal. En total es sector de la Industria de la manufactura cuenta con 4997 unidades económicas a nivel estatal en empresas de todos los tamaños, en relación de pequeñas y medianas empresas a nivel estatal se cuenta con 4929 empresas lo que representa el 98.64% de las unidades económicas correspondientes a la Industria Manufacturera.

Considerando que las empresas pequeñas y medianas actualmente deberían de estar realizando prácticas de Responsabilidad Social ante las recurrentes crisis económicas, y ante un mercado competitivo y globalizado la tendencia es diferenciarse, aunque también cada vez es más incierto el papel de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como fuente de legitimación de la empresa ante la ciudadanía (García y Mercado, 2013:11) así con la finalidad de identificar cuales prácticas de RSE realizan las pequeñas y medianas empresas Aguascalientes, se hace la siguiente pregunta: ¿Cuáles subdimensiones de Responsabilidad Social Empresarial, cumplen las pequeñas y medianas empresas de Aguascalientes, en base al IPC- Sustentable?

## 4.2 Objetivo

Identificar la Responsabilidad Social Empresarial, que tienen las empresas pequeñas y medianas del sector manufacturero de Aguascalientes, utilizando subdimensiones del IPC-Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores.

A partir de la investigación de Avalos, Liquidano y Silva (2013:96) la cual enfocaron a definir el “Perfil demográfico y Responsabilidad Social en las MYPES de Calvillo, Aguascalientes”, mencionan que es importante continuar con este tipo de estudios sobre las MYPES no solo de Calvillo sino también de todo el Estado de Aguascalientes enfocados a la RSE, debido a que la economía del mismo está mayormente soportada por este tamaño de empresas, y el obtener bases y fundamentos para las prácticas de RSE, puedan ser utilizadas como estrategia de negocios, mejorar la calidad de vida y del medio ambiente por nombrar algunas, por lo que ahora esta investigación se enfoca a pequeñas y medianas empresas del sector manufactura, utilizando otro instrumento como lo es el IPC-Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores, que enlista una serie de prácticas con las que se puede medir avance referente a RSE.

## 4.3 Revisión Literaria

Teoría de la responsabilidad social

La Responsabilidad Social es solamente una, aunque en algunos casos se denomina Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Responsabilidad Social Universitaria (RSU), por mencionar algunos nombres con los que se le conoce, sin embargo es nomenclatura, debido a que el concepto como tal parte de la Teoría de la Responsabilidad Social, siendo uno de sus precursores Andrews (1977:123) que con la “Responsabilidad Social se trata de demandar que las empresas deben atender en razón a ser parte de la sociedad, la cual puede exigirles cosas que le preocupan e interesan, las que son cambiantes a través del tiempo.

Frente a esto la empresa debe de actuar de manera activa en los asuntos públicos y también, en adquirir responsabilidades por el impacto de su actividad económica en la sociedad.

Hay otros criterios contrarios a los conceptos definidos anteriormente de la corriente economicista, entre los cuales se destaca la “Teoría de los accionistas o Teoría de Optimización, o maximización de Beneficios” de Friedman (1970) para quien la empresa privada existe en una economía y en un mercado libre en donde el Estado tiene la obligación de velar a través de reglas y como árbitro, por los intereses de los particulares y de la empresa privada” por lo tanto los directivos de la empresa únicamente tienen responsabilidad hacia los accionistas, logrando el máximo de ganancias, lucro o beneficios para los dueños del capital.

Otra definición es la de Vázquez (2006), quien hace un extracto del documento remitido a la secretaria del Foro de Expertos de RSE del Ministerio del Trabajo y Asuntos Sociales el 29 de abril de 2005, rubricado por 13 organizaciones, señala que la RSE es el conjunto de Obligaciones legales (nacionales e internacionales) y éticas de la empresa, que surgen de la relación con sus grupos de interés y del desarrollo de su actividad de la que se derivan impactos en el ámbito social, medioambiental, laboral y de derechos humanos en un contexto global.

#### Modelos de medición de RSE

La International Standards Organization, reconocida por su sigla como ISO, en noviembre del 2010 aprobó la ISO 26,000, intenta que las organizaciones se involucren con sus partes interesadas o Stakeholders, y que a su vez cumplan con las leyes nacionales y con las convenciones internacionales, definiendo la Responsabilidad Social como: “El deber de una organización de responder por los impactos de sus decisiones y actividades sobre la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento ético y transparente...” y tiene las siguientes variables: Administración Corporativa, Responsabilidad Social y Empresarial y Medio Ambiente.

Para Gómez (2011), la medición de la RSE, tiene “la aparente dificultad que representa la construcción de indicadores que permitan medir el impacto de las estrategias que en ese sentido diseñan y ejecutan las empresas”. La medición de la RSE, se ha efectuado a través del tiempo con diferentes sistemas o modelos, pero el que tiene el mayor reconocimiento es el Global Reporting Initiative (GRI), y las Memorias que lo conforman tienen en su estructura tres pilares base:

1. *Perfil*: incluye la Visión estrategia de sostenibilidad de la empresa y define el contexto general de la empresa y sus prácticas de gobierno corporativo.
2. *Enfoque de la dirección*: se mide el estilo de gestión a través del cual una organización describe aspectos específicos de un área concreta en términos de la estructura de decisiones y los sistemas de gestión con los que cuenta para el control de las decisiones. Así también presenta el compromiso con los stakeholders, las políticas sociales y ambientales que tiene la empresa.
3. *Conversación Global*: Se habla sobre la manera de desbloquear el valor de la Información de Sostenibilidad para los inversores y la sociedad y conocer realmente el impacto que está teniendo la organización en su día a día.

Con las declaraciones se observa la importancia y avance que el GRI, ejerce en relación al tema de sostenibilidad y como se está tomando en cuenta para la información que se da a los inversores así como a la sociedad en general. En México este sistema de medición de la sustentabilidad es utilizado por las grandes emisoras principalmente para poder entregar los reportes correspondientes al IPC-Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores.

#### 4.4 Metodología

La metodología es descriptiva, de tipo encuesta, con preguntas cerradas y dicotómicas y administradas.

#### Hipótesis

Las Pymes de la Industria Manufacturera de Municipio de Aguascalientes cumplen con 60% de las subdimensiones de Responsabilidad Social Empresarial, de acuerdo con metodología del IPC-Sustentable que propone la Bolsa Mexicana de Valores.

## Unidades de observación

Pequeñas y medianas empresas de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes.

## Muestreo

La población fue determinada por medio del programa del INEGI denominado DENUÉ<sup>2</sup> el cual permitió por medio de la georreferenciación acceder a la última actualización de unidades económicas 2015, y se aplicaron 67 encuestas.

## Diseño del instrumento

El instrumento es una encuesta de preguntas cerradas y dicotómicas, con un total de 9 ítems para el Perfil Empresarial, y 52 ítems adaptados de las dimensiones establecidas por las metodologías EIRIS|ECOVALORES y la Universidad Anáhuac del Sur; las subdimensiones e indicadores fueron rescatados del manual para la elaboración de las memorias sustentables del Global Report Initiative 3.1 Como se muestra en el siguiente tabulado (Tabla 1):

**Tabla 1** Responsabilidad Social Empresarial (GRI 3.1)

Dimensión	Subdimensiones e ítems.	Ítems
Responsabilidad Social Empresarial	1 Inversión y Prácticas de Adquisición	1
	2 No-discriminación	2
	3 Libertad de Asociación y Negociación Colectiva	2
	4 Trabajo Infantil	2
	5 Trabajo Forzado y No Consentido	3
	6 Prácticas de Seguridad	4
	7 Derechos Indígenas	2
	8 Comunidades Locales	3
	9 Empleo	2
	10 Relaciones Trabajadores/Administración	5
	11 Salud y Seguridad	4
	12 Diversidad e Igualdad de Oportunidades	1
	13 Salud y Seguridad del Consumidor	5
	14 Rotulación de Productos y Servicios	5
	15 Privacidad del Consumidor	6
	16 Desempeño Económico	2
	17 Comunicaciones de Marketing	3

## Análisis de Información

Los resultados fueron interpretados mediante la elaboración de gráficas de porcentajes y medias porcentuales correspondientes al perfil de la empresa y a la dimensión de Responsabilidad Social Empresarial.

### Alfa de Cronbach

Para estimar la consistencia interna del instrumento se utilizó el Alfa de Cronbach. Se mide que los ítems (los cuales deben de ser dicotómicos o en escala de Likert) tengan un mismo constructo y que estén altamente correlacionados (Welch y Comer, 1988). Se utilizó la siguiente formula:

$$a = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right] \quad (1)$$

La dimensión de Responsabilidad Social Empresarial, con un total de 52 ítems se obtuvo un total de .91 como coeficiente de Alfa de Cronbach, lo cual según George y Mallery (2003), es un coeficiente que permite buena consistencia al instrumento.

<sup>2</sup> Para mayor información se puede consultar <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denu/default.aspx>

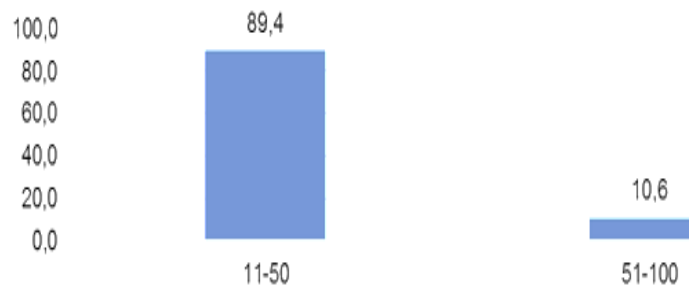
El apartado correspondiente a Perfil de la Empresa no se incluyó en la prueba de Alfa de Cronbach, ya que las respuestas en su mayoría son abiertas por la naturaleza de las mismas.

## 4.5 Resultados

### Perfil de las PyMES

En el siguiente gráfico (Gráfico 1) se puede observar que el 89.4% de las PyMES encuestadas corresponde a pequeñas empresas; mientras que el 10.6% es el equivalente a Medianas empresas.

**Gráfico 1** Porcentaje del número de trabajadores con los que cuentan las PyMES encuestadas de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes



Fuente: Elaboración propia

Respecto al registro que se tiene en hacienda el 32.3% corresponde a Personas Físicas, mientras que el 66.7% de las empresas están registradas como Personas Morales.

Al preguntar si cuenta con licencia municipal vigente el 90.2% contestó de una manera afirmativa, mientras que el 9.8% declara no tener licencia municipal vigente. El 46.2% de las empresas encuestadas pertenecen a una cámara empresarial, mientras que el 53.8% respondieron de una manera negativa, a ninguna con un 15.8%. Por otra parte del 46.2% que pertenecen a una cámara empresarial solo el 58% está activo. Del 46.2% de las empresas que pertenecen a una cámara empresarial el 47.4% forman parte de CANACINTRA, seguido del 18.4% en CANACO y el 5.3% a COPARMEX, presentando un alto porcentaje los que no pertenecen.

### Dimensión: Responsabilidad Social Empresarial

#### Prácticas de Inversión y Aprovisionamiento

En la primer subdimensión solo se tiene cuenta solo con un ítem: ¿Cuenta con presupuesto para recursos humanos, derechos humanos y/o responsabilidad social? el 60% dice tener un presupuesto destinado contra un 40% que niega tenerlo.

#### No discriminación

Está conformado por dos ítems: ¿Atiende quejas de discriminación? El 63.1% de las Pymes contestó de una forma afirmativa, mientras que el 36.9% dice no atenderlas.

En la siguiente se cuestiona sobre *haber generado estrategias para que no exista la discriminación en su empresa*, el 49.2% dice generarlas y el 50.8% no.

#### Libertad de Asociación y Negociación Colectiva

Se cuestiona sobre la *libertad de los trabajadores para asociarse o negociar entre ellos* el 66.2% dice que los trabajadores la tienen, mientras que el 33.8% no.

La siguiente variable dice ¿Sus trabajadores se pueden asociar o negociar con otras empresas? El 73.8% comenta que no pueden asociarse o negociar y el 26.2% comenta que si lo pueden hacer.

## Explotación Infantil

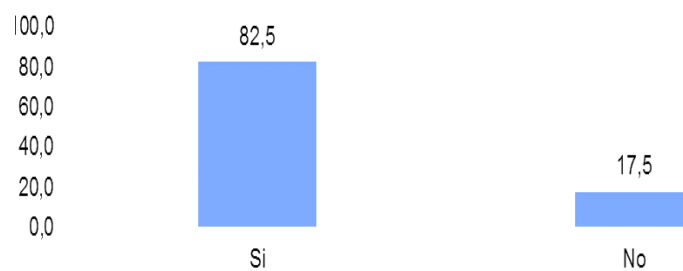
Respecto a la explotación infantil se hicieron los siguientes cuestionamientos: ¿Conoce cuál es la edad mínima para laborar?

El 83.1% dice tener conocimiento y el 16.9% no; también se preguntó ¿Genera empleos para menores de 14 años? A lo que el 6.2% contestó afirmativamente y 93.8% dice no tener menores de 14 años trabajando.

## Prevención del trabajo forzado y obligatorio

En la subdimensión correspondiente a la “Prevención del trabajo forzado y obligatorio” se cuenta con tres ítems. La primera pregunta es ¿Los empleados realizan jornadas de más de 8 horas al día? El 40% respondieron de una manera afirmativa y el 60% comenta que no. La siguiente pregunta ¿Les paga horas extras?, el 82.5% dice si pagarlas y el 17.5% no (Gráfico 2). Y por último se les preguntó ¿Los trabajadores tienen la opción de quedarse horas extras? El 63.1% de las Pymes dice si darles la opción y el 36.9% no.

**Gráfico 2** Porcentaje de respuestas de las Pymes de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes que les pagan horas extras



Fuente: Elaboración propia

## Prácticas de seguridad

En la subdimensión de Prácticas de seguridad se tienen cuatro ítems. La primera variable cuestiona a las Pymes si *sus trabajadores cuentan con seguridad social* a lo que el 81.5% respondieron de una manera afirmativa, mientras que el 18.5% no. Respecto al *tipo de seguridad que es brindada* se obtuvieron los siguientes resultados, del 81.5% que dicen brindar seguro social a sus trabajadores: el 76.2% los tienen asegurados en el IMSS, el 6.3% en el ISSSTE, el 15.9 % en el Seguro Popular y el 1.6% en otro. ¿La empresa cuenta con señalamientos de seguridad? El 93.8% contestó afirmativamente, mientras que el 6.2% dice no tenerlos. Por último se cuestiona ¿Cuenta con enfermería (botiquín) adecuada para cualquier accidente o síntoma que pueda presentar el empleo? 12.3% de las Pymes no cuenta con una enfermería mientras que el 87.7% sí.

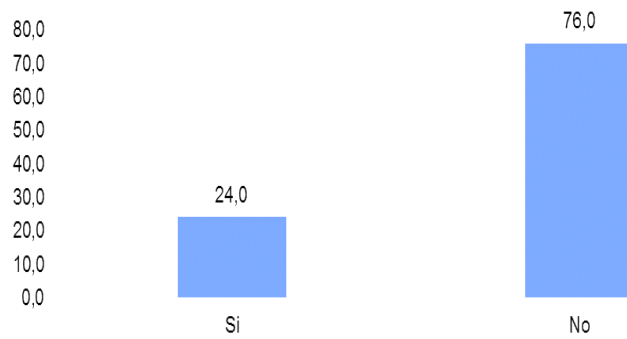
## Derechos Indígenas

En esta subdimensión se hacen dos preguntas: ¿Tiene empleados indígenas? a lo que solo el 4.6% dice si tener, mientras que el 95.4% no. La siguiente y última pregunta corresponde a ¿Consideraría contratar a indígenas? el 65.6% dice que sí y el 34.4% no.

## Comunidades Locales

En esta subdimensión se tiene tres variables, en la primera se cuestiona si existe un interés por el daño que puede generar en la colonia donde se encuentra, el 80.3% de las Pymes contestó que sí, mientras que el 19.7% no. La siguiente habla sobre si se ha evaluado el impacto que las prácticas generan en las comunidades, el 27.9% contestó de una manera afirmativa, mientras que el 72.1% no ha evaluado el impacto que tiene. Por último ¿Participa para el desarrollo de la colonia? El 24% dice que sí y el 76% no (Gráfico 3).

**Gráfico 3** Porcentaje de respuestas de las Pymes de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes sobre la participación en el desarrollo de la colonia

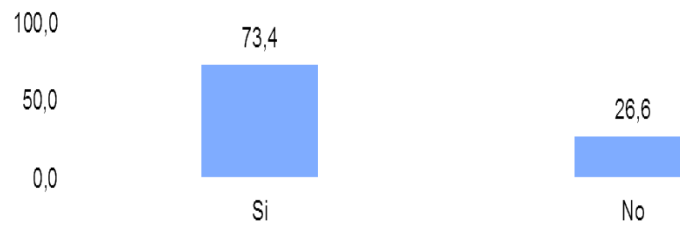


Fuente: Elaboración propia

### Empleo

La subdimensión de Empleo cuenta con dos variables a las cuales dicen: ¿Existe relación entre los empleados? A lo que las Pymes respondieron sí con un 62.3% y no con un 37.7% y ¿Cuenta con beneficios para los empleados por jornadas completas?, el 73.4% comenta que sí, mientras que el 26.6% dice que no (Gráfico 4).

**Gráfico 4** Porcentaje de respuestas de las Pymes de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes cuenta con beneficios para los empleados por jornadas completas

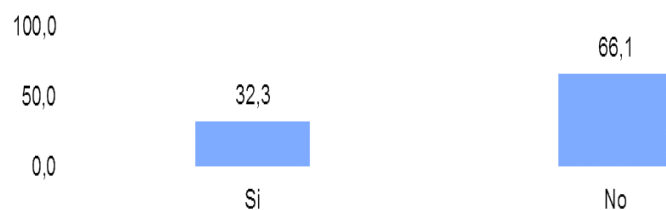


Fuente: Elaboración propia

### Relación Empresa/Trabajador

En la subdimensión correspondiente a la Relación Empresa/Trabajador cuenta con cinco variables. La primera variable habla sobre si *los empleados cuentan con algún convenio colectivo*, el 32.2% dice sí y el 66.1% no (Gráfico 5).

**Gráfico 5** Porcentaje de las respuestas de las Pymes de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes sobre si los empleados cuentan con algún convenio colectivo



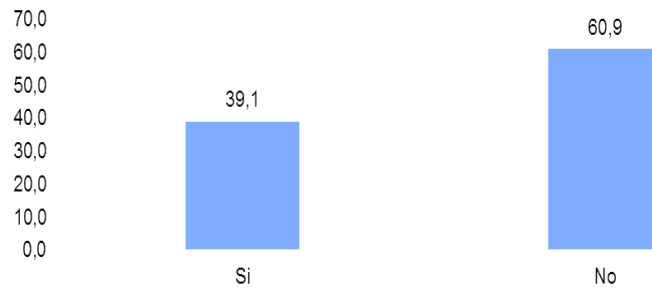
Fuente: Elaboración propia

La siguiente pregunta ¿Existe diálogo entre los empleados y los encargados de administración? El 83% dice que sí y el 19% no. La siguiente variable pregunta a las Pymes *cuentan con principios y derechos fundamentales para el trabajador* a lo que el 79% dice que sí y el 21% que no. ¿Hacen público oportunamente a los empleados los cambios que se realizan en la empresa? El 11.3% dice que no y el 88.7% que sí. Y por último ¿Promueven la participación y aplicación de iniciativas por parte de los trabajadores? El 62.3% dice que sí y el 37.7% no.

## Salud y Seguridad

En esta subdimensión se cuenta con cuatro ítems. La primera pregunta es ¿Cuenta con programa para la salud y seguridad en el trabajo? El 59.7% dice tenerla mientras que el 40.3% no. Respecto al *presupuesto con el que cuentan para la salud y seguridad en el trabajo*, el 90.2% dice tenerlo y el 9.8% no. El siguiente cuestionamiento tiene que ver con *llevar a cabo acciones para la difusión de programas y reglamentos*, a lo que el 84.8% dice hacerlo y el 15.2% no. Por último ¿Llevan el registro de enfermedades y accidentes dentro del trabajo? Como se muestra en el siguiente gráfico (Gráfico 6), solo el 39.1% dice tenerlo y el 60.9% no.

**Gráfico 6** Porcentaje de respuestas de las Pymes de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes sobre llevar el registro de enfermedades y accidentes dentro del trabajo



Fuente: Elaboración propia

## Diversidad e Igualdad de oportunidades

En esta subdimensión solo se cuenta con una pregunta: ¿La empresa cuenta con igualdad de oportunidades para todos los empleados?, el 88.7% de las Pymes contestaron de una manera afirmativa y el 11.3% dice no tenerlas.

## Salud y Seguridad del consumidor

La subdimensión correspondiente a la salud y seguridad del consumidor cuenta con cinco variables. La primera dice ¿Cuenta con áreas exclusivas de producción? El 88.9% dice si contar con ellas y el 11.1% no.

La siguiente pregunta dice ¿Constantemente innova el producto (servicio) a través de los proveedores?, el 72.1% dice tener una constante innovación y el 27.9% no.

La tercera pregunta corresponde a la **salud y seguridad de las y los clientes**, proveedores y empleados a lo que el 100% de las Pymes considera importante.

La siguiente variable dice ¿Evalúa y da mantenimiento necesario para el funcionamiento de la maquinaria? El 96.9% dice si realizarlo y el 3.1% no.

Por último se pregunta sobre la *promoción de acciones para mejorar el consumo sustentable* 73.4% dice que si lo hace, mientras que el 26.6% no realiza acciones para la mejora del consumo sustentable.

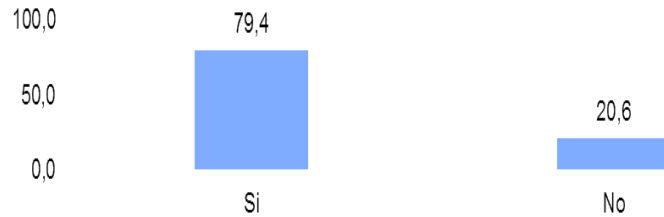
## Rotulación de productos y servicios

En el caso de la Rotulación de productos y servicios al igual que la anterior subdimensión Salud y Seguridad del consumidor cuenta con cinco variables. En la primer variable ¿Toma en consideración los productos y servicios? El 100% dice si hacerlo.

En seguida se pregunta ¿Sus productos cuentan con la información etiquetada de las propiedades para su uso? El 79.4% dice si tenerla y el 20.6% no, como se muestra en la siguiente gráfica (Gráfico 7):



**Gráfico 7** Porcentaje de respuesta de las Pymes de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes sobre la información sobre las propiedades y uso en las etiquetas de sus productos



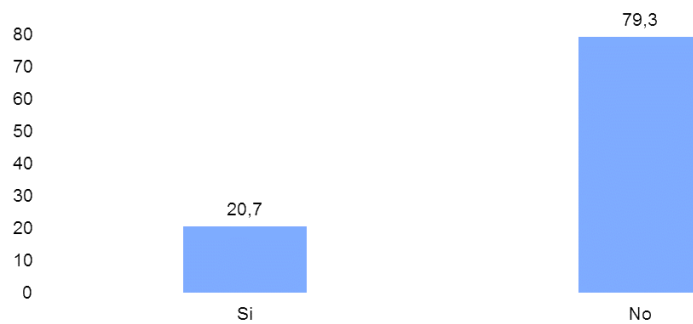
Fuente: Elaboración propia

En la siguiente: ¿Genera productos y/o servicios saludables y seguros para los consumidores? El 96.8% de las Pymes dice que si lo hace y el 3.2% no. La penúltima pregunta el 75.4% dice tener *atención a clientes en sus productos* y el 24.6% no. Por último se cuestiona el tomar en cuenta la opinión de los clientes, a lo que el 95.3% dice si hacerlo y el 4.7% no.

### Comunicaciones de Marketing

En la subdimensión correspondiente de Comunicaciones de Marketing se presentan tres variables. La primera cuestiona sobre el *empleo de las leyes en comunicaciones de marketing* a lo que el 60.3% de los encuestados comenta que si las emplea y el 39.75 no. La segunda pregunta es *¿Realiza actividades publicitarias en eventos para Mypimes (periódicos, revistas, internet, televisión y carteles)?* El 40.7% de las pymes dice hacerlo y el 59.3% no. Por último se cuestiona si *realizan algún tipo de patrocinio social o deportivo*, solo el 20.7% lo realiza, como se puede observar en el siguiente gráfico (Gráfico 8):

**Gráfico 8** Respuesta de las Pymes de la Industria manufacturera del Municipio de Aguascalientes que realizan algún patrocinio social o deportivo



Fuente: Elaboración propia

### Privacidad del consumidor

En la subdimensión correspondiente a la Privacidad del consumidor se cuenta con cinco ítems. La primera es referente a si *la empresa maneja datos importantes de los clientes o empleados*, el 49.2% dice tenerlos, mientras que el 50.8% no. En siguiente del 49.2% de las Pymes que *manejan datos importantes de los clientes o empleados*, el 91.2% dice *informarle a los empleados y clientes para que serán utilizados*, mientras el 8.8% no lo hace.

A continuación se realiza la siguiente pregunta: *¿Cuenta con algún aviso o política de privacidad hacia la clientela o proveedor?* El 93.9% dice si dar aviso a los clientes y proveedores y solo el 6.1% no lo hace. La siguiente pregunta corresponde al *uso de la información por parte de los clientes o empleados*, el 30.3% de las empresas dice que pueden hacer uso en cualquier momento y el 69.7% declara que los clientes y empleados no y la penúltima pregunta es *¿Existe alguna sanción para el empleado si hace mal uso de la información de los clientes?* El 90.6% de las Pymes dice tener una sanción al respecto y solo el 9.4% declara no tenerla. Por último se cuestiona si *ha tenido alguna demanda de proveedores o clientes* a lo que el 100% de los encuestados dicen nunca haberla tenido.

## Desempeño Económico

Como última subdimensión de la dimensión de Responsabilidad Social Empresarial se tiene la de Desempeño Económico en la cual se cuenta con dos preguntas: ¿Toman en consideración el salario inicial estándar y el salario mínimo local en unidades de desarrollo de la empresa? a lo que el 75% de los encuestados dice tomarlos en cuenta y el 25% no. Y por último se cuestiona la *forma en que se hace el reclutamiento del personal*, el 7.7% dice hacerlo a través de familiares, el 21.5% por medio de amistades, el 55.4% en los medios de comunicación y por último el 15.4% por otros medios.

En el Gráfico 9 se puede observar cuales son las subdimensiones con las que cumplen más del 60% de las Empresas de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes. La que tiene una mayor participación es la correspondiente a Diversidad e Igualdad de Oportunidades con un 90.8%, seguida de Prácticas de Seguridad 89.2% y Rotulación de productos y Servicios (86.5%). En los últimos lugares se encuentran Empleo con 69.7%, seguido de Prácticas de Inversión y Aprovisionamiento con un 67.3% y por último Relación empresa/trabajador con un 66.2%.

**Gráfico 9** Subdimensiones de Responsabilidad Social Empresarial que cumplen con más del 60% de cumplimiento por parte de los Sectores de la Industria Manufacturera del Municipio de Aguascalientes



Fuente: Elaboración propia

La hipótesis planteada: *Las Pymes de la Industria Manufacturera de Municipio de Aguascalientes cumplen con 60% de subdimensiones de Responsabilidad Social Empresarial, de acuerdo con metodología del IPC Sustentable que propone la Bolsa Mexicana de Valores*, así de las 17 subdimensiones que se contemplan para la dimensión de responsabilidad Social Empresarial, en ocho de ellas se logra más del 60% .

## 4.6 Conclusiones

Utilizando subdimensiones del IPC-Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores se cumplió con el objetivo de la investigación el cual corresponde a: Identificar la Responsabilidad Social Empresarial, que tienen las empresas pequeñas y medianas del sector manufacturero de Aguascalientes, para lo cual se realizó una descripción detallada de cada una de las subdimensiones con sus ítems, permitiendo ver las acciones que realizan y que no realizan para lograr la responsabilidad social de las empresas alcanzando más de la mitad de las dimensiones más del 60%.

Concluyendo que aunque se utilizó un instrumento con indicadores que se identificaron se aplican para catalogar a empresas como sustentables que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, y que se les otorga el IPC Sustentable, con la dimensión y subdimensiones utilizadas se observa un acercamiento en cuanto al nivel de responsabilidad social empresarial que las pequeñas empresas manufactureras tienen hacia ella y retomando a Moreno, *op cit*, actualmente no hay un solo instrumento con aceptación generalizada que pueda aplicarse para medir y evaluar la Responsabilidad Social Empresarial, debido a que diferentes organismos tanto nacionales como internacionales tienen varias propuestas y aplicaciones así como las investigaciones que se presentan como referencias acerca del tema de RSE. Como limitantes se tiene la muestra toda vez que fue por conveniencia y en cuanto al número de empresas encuestadas, sigue abierta la variable de responsabilidad social empresarial, para dar seguimiento y contrastar con los diferentes públicos que tanto consideran que la empresa cumple así como ir mejorando o diseñando nuevos modelos para RSE.

## 4.7 Referencias

- Anáhuac México Sur (2013) *Calificadora de Sustentabilidad corporativa ESG (Environment, Social, Governance)*. Recuperado de: [http://www.bmv.com.mx/wb3/work/sites/BMV/resources/LocalContent/2005/12/UAMS\\_Metodologia\\_Nov2013.pdf](http://www.bmv.com.mx/wb3/work/sites/BMV/resources/LocalContent/2005/12/UAMS_Metodologia_Nov2013.pdf)
- Avalos T. Liquidano R. Silva O. (2013) Perfil demográfico y Responsabilidad Social en las MYPES de Calvillo, Aguascalientes.- *Análisis de la responsabilidad social en el siglo XXI*, González A. Martín G.(Coord) DeLaSalleediciones.-
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001) *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>
- Diario Oficial de la Federación (2009) *Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de: [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle\\_popup.php?codigo=5096849](http://dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5096849)
- ECOVALORES|EIRIS (2013) *Metodología EIRIS para la evaluación ambiental, social y ética de las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores*. Recuperado de: [http://www.bmv.com.mx/wb3/work/sites/BMV/resources/LocalContent/2005/12/MetodologiaEIRIS\\_Ecovaiores2013.pdf](http://www.bmv.com.mx/wb3/work/sites/BMV/resources/LocalContent/2005/12/MetodologiaEIRIS_Ecovaiores2013.pdf)
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of business is to increase its profits. Recuperado de: <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>
- García, H., Mercado, S. (2013). Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad Organizacional: significado y alcances.- *Análisis de la responsabilidad social en el siglo XXI*, González A. Martín G (Coord) DeLaSalleediciones.-
- Gómez, S. (2011) ¿Cómo medir la Responsabilidad Social Empresarial?. Recuperado de: <http://kiosdecolombia.blogspot.mx/2011/04/como-medir-la-responsabilidad-social.html>
- George y Mallery. (2003). Calculating, Interpreting and Reporting Cronbach's Alpha Reliability Coefficient for Likert-Type Scales. Recuperado de: <https://scholarworks.iupui.edu/handle/1805/344>
- GRI (2011). Guía para la elaboración de Memorias de Sustentabilidad. Recuperado de: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>
- INEGI (2015). Información de México para niños. Actividades Económicas Aguascalientes. Recuperado de: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/ags/economia/>
- Moreno, C. (2006). La Responsabilidad Social Corporativa como criterio de gestión empresarial. *Lan Harremanak: Revista de relaciones laborales*,(14), 43-53.
- Ojeda, R. y Jiménez, O. (2011). Responsabilidad Social en empresas de servicios de Mérida, Yucatán. *Tec Empresarial*,(5), 2, 37-4.
- Secretaria de Economía (2015) *Aguascalientes*. Recuperado de: <http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/29779/Aguascalientes.pdf>
- Vázquez, O. (2006) Responsabilidad Social Empresarial: Matices Conceptuales. *Lan Harremanak*, (14), 2006-I,13-23.
- Welch, S. y Comer, J. (1988). *Quantitative methods for public administration*. Dorsey Press. Editorial Books/Cole Publishing. USA.

## **¿Son Socialmente Responsables los Gobiernos de los Municipios de Ocoyoacac y de Lerma de Villada del Estado de México?**

### **Are the governments of the municipalities of Ocoyoacac and Lerma de Villada of the state of Mexico socially responsible?**

RAMÍREZ- BARRERA, V. A.<sup>1</sup>, RAMÍREZ-NIEVES A. E.<sup>2</sup> & PÉREZ-MADRID, J.<sup>3</sup>

*Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Ixtapalapa, San Rafael Atlixco 186, Col. Vicentina, Del. Ixtapalapa, C. P. 09340*

ID 1° Autor: Vicente Ángel Ramírez-Barrera/ **ORC ID:** 0000-0003-2880-6930, **Arxiv ID:** CT4B7P-GY8FOA

ID 1° Coautor: Ángel Eduardo Ramírez-Nieves

ID 2° Coauthor: Joel Pérez-Madrid

V. Ramírez, Á. Ramírez & J. Pérez

varbar@correo.xoc.uam.mx

M. Moreno & D. Arrieta (eds.). Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social. Proceedings-©ECORFAN-México, Durango, 2018.

## Resumen

El presente trabajo tiene como propósito llevar a cabo una reflexión sobre las consecuencias en los municipios de Ocoyoacac y Lerma de Villada durante la realización de dos proyectos actualmente dominantes entre la Ciudad de México y el Municipio de Zinacantepec en el Estado de México. Ambos han ocasionado durante su desarrollo que recursos naturales sean devastados con prácticamente nula oportunidad de rehacerlos. Son contradictorios en forma significativa; porque por una parte se considera la construcción de grandes estructuras con las cuales se traerán beneficios sociales tanto en traslado de personas y bienes como de tiempo y, por el otro lado, se genera una devastadora situación en recursos naturales con un alto valor ecológico.

Estas contradicciones, entonces, merecen de una seria reflexión para comprender la dimensión tanto de los beneficios, como de las repercusiones que tendrán en las futuras generaciones de la sociedad en esta parte del país. Como conclusiones declaramos lo siguiente: el discurso de responsabilidad social que ha adoptado el gobierno mexicano, como una estrategia para incursionar sus acciones de progreso, no deben estar limitadas a su aceptación y admiración como grandes maquinarias que se utilizan para construir estructuras modernas porque realmente son operaciones agresivas contra recursos naturales que no se recuperarán jamás a pesar de los mensajes publicitarios que prometen su reparación.

Además de las consecuencias en los municipios de Ocoyoacac y Lerma de Villada respecto a los recursos naturales también se tendrán otros sociales como son la sobrepoblación, embotellamientos de tránsito y falta de agua.

## Nuevo Institucionalismo, Recursos Naturales, Discurso Político, Coercitividad, Niveles de Gobierno

### 5 Introducción

El presente trabajo tiene como propósito llevar a cabo una reflexión sobre las consecuencias en los municipios de Ocoyoacac y Lerma de Villada durante la realización de dos proyectos actualmente dominantes entre la Ciudad de México y el Municipio de Zinacantepec en el Estado de México: Uno de ellos es el Tren Interurbano de pasajeros llamado Toluca – Valle de México y, el otro, es la autopista de cuota de la Marquesa a Toluca. Ambos han ocasionado durante su desarrollo que recursos naturales sean devastados con prácticamente nula oportunidad de rehacerlos.

A continuación se presenta un panorama de lo que está ocurriendo en ambos municipios desde la perspectiva del enfoque posmodernista del nuevo institucionalismo para los actos coercitivos de las instituciones gubernamentales de los tres niveles (Federal, Estatal y Municipal). En este caso, la imposición de planes de desarrollo de transporte Ciudad de México – Valle de Toluca, aun cuando el precio es la pérdida de valiosos espacios de cultivo, zonas de acumulación de agua de lluvia, devastación del terreno y derribamiento de cientos de árboles.

Este análisis, se enfoca tanto en los hechos como en los discursos que justifican los actos de las pérdidas mencionadas al final del párrafo anterior más lo referente a la flora y fauna que ahí había; vendiendo la idea de “bienestar social” al plantear un progreso en las vías de transporte por carretera y una novedad en un tren de alta velocidad. Esto es, se busca comprender el alcance que tiene el discurso de la responsabilidad social desde el enfoque crítico del nuevo institucionalismo.

Finalmente, la discusión y las conclusiones que se trazan son planteamientos para reflexionar acerca de las formas en se determinan las condiciones que se le imponen a una sociedad, para asumir los costos ecológicos al aceptar a un sistema capitalista dentro de un formato de concesión a empresas privadas.

### 5.1 Descripción del problema

¿Las acciones coercitivas de un gobierno deberán ser aceptadas como una estrategia de inserción a la sociedad, a pesar de que estas resultan devastadoras para recursos naturales insustituibles? Y todo ello, ¿con la finalidad de implementar alternativas de tránsito que están en el marco de concesión y que responden a un formato propio de la privatización empresarial?

Debido a que la responsabilidad social actualmente es un tema controvertido, merece de una reflexión desde una perspectiva crítica posmodernista; es decir, que a pesar de que los proyectos de infraestructura que construye el gobierno mexicano para agilizar el tránsito que hay entre la Ciudad de México y Toluca, modernizando los medios y las vías de transporte, hay importantes sacrificio a recursos naturales de un gran valor ecológico. De manera, que hay que cuestionar las formas en que las instituciones gubernamentales demuestran “hacer las cosas” en bien de la sociedad que representan.

Ambos proyectos muestran ser contradictorios en forma significativa; porque por una parte se considera la construcción de grandes estructuras con las cuales se traerán beneficios sociales tanto en traslado de personas y bienes como de tiempo entre la Ciudad de México y los municipios del Valle de Toluca y, por el otro lado, se genera una devastadora situación en recursos naturales con un alto valor ecológico. Estas contradicciones, entonces, merecen de una seria reflexión para comprender la dimensión tanto de los beneficios, como de las repercusiones que tendrán en las futuras generaciones de la sociedad en esta parte del país.

Por lo que al profundizar en la reflexión social se entenderán otras realidades que están implícitas dentro de una estrategia de inserción social. En este sentido, el plan de desarrollo de infraestructura responde a un contexto institucional, que interpreta las necesidades sociales con ineficiencia, lo cual debe ser un foco de atención para la sociedad.

Por tanto, no es posible observar este fenómeno como una práctica legítima ya que violentan los recursos ecológicos de una región, como es la tala de árboles, modificaciones del suelo, relleno de zonas acuíferas, que además traen aparejadas el desalojo de fauna silvestre y devastación de flora. Acontecimientos como estos alejan a México de ser una sociedad contemporánea responsable socialmente si se destruye el ambiente ecológico.

La idea del discurso del gobierno, que pregona como el progreso de una sociedad moderna con desarrollo al construir grandes y costosas estructuras resulta controvertido.

Es por ello que hay que analizarlo y en este trabajo se hará desde la perspectiva del nuevo institucionalismo, disciplina que provoca el debate sobre la gestión de las organizaciones y la imposición de las instituciones gubernamentales que pretenden convencer a la sociedad de que sus acciones y actos son en favor de la modernización para su bienestar, aun cuando va más allá de los límites de conservación y cuidados de recursos naturales que son únicos e insustituibles.

## 5.2 Objetivos

- Reflexionar acerca de las formas coercitivas que el gobierno mexicano en sus tres niveles (Federal, Estatal y Municipal) utiliza como estrategia de inserción a la sociedad mediante la construcción de grandes estructuras.
- Comprender el alcance que tiene el discurso de la responsabilidad social desde el enfoque crítico del nuevo institucionalismo.

## 5.3 Revisión Literaria

El marco teórico de este documento se conformó con dos campos disciplinarios; uno es sobre responsabilidad social y el otro es del nuevo institucionalismo, ambos tienen la perspectiva crítica posmoderna como dos corrientes que permiten la reflexión de fenómenos o situaciones donde están implicados asuntos sociales con relación a la ecología o recursos naturales de una región.

Stoner y Freeman (1996) señalan que las organizaciones, principalmente las grandes, han sido objeto de muchas críticas. Durante el siglo XX hubo movimientos en pro de los derechos civiles y de los consumidores que achacaban a estas la responsabilidad de una larguísima lista de problemas sociales.

El principio de la custodia de Andrew Carnegie dicta que las organizaciones se deben considerar custodias (es decir, cuidadoras) de los bienes que les han sido entregados para provecho de la sociedad entera (Stoner y Freeman, 1996). Asimismo él establecía que estas tenían el encargo de multiplicar la riqueza de la sociedad y la propia, haciendo “inversiones prudentes” de los recursos que se les encomendaban.

Stoner y Freeman (1996) declaran que en 1979, Archie Carroll combinó los conceptos filosóficos de responsabilidad social y los de capacidad de respuesta para crear la teoría de desempeño social de la empresa; para Carroll significaba que “los principios económicos, jurídicos y éticos daban forma al terreno de los debates sobre responsabilidad social”.

De esta manera, cuando los dirigentes tomarán sus decisiones y establecieran sus políticas podían reflejar una de las cuatro posiciones siguientes:

1. Reactiva: la organización responde a un asunto social después de que éste ha puesto en riesgo las metas de la misma.
2. Defensiva: la organización actúa para protegerse de un enfrentamiento.
3. Acomodatícia: la organización se ciñe a los requisitos del gobierno y la opinión pública.
4. Proactiva: la organización se anticipa a demandas que no han sido planteadas.

Chiavenato (2009) define la responsabilidad social como las obligaciones que asume una organización para preservar o incrementar el bienestar de la sociedad al mismo tiempo que trata de satisfacer sus propios intereses.

Por tanto, la responsabilidad social obliga a la organización a adoptar políticas, tomar decisiones y emprender acciones de beneficio colectivo. En otras palabras, es un compromiso administrativo que tienen los directivos de las organizaciones privadas o los gobernantes elegidos de las públicas, para actuar en bien de la sociedad y de la organización simultáneamente. Posteriormente, él mismo establece que una organización que asume su responsabilidad social es aquella que cumple las siguientes obligaciones:

- Incluye objetivos sociales en sus procesos de planeación.
- Aplica en sus programas sociales normas comparables a las de otras organizaciones.
- Presenta informes a los miembros de la organización y a sus grupos de interés sobre los avances de su responsabilidad social.
- Experimenta con distintos enfoques para medir su desempeño social.
- Trata de medir los costos de los programas sociales y el rendimiento de las inversiones en programas sociales.

Es una realidad que toda organización produce alguna repercusión en su entorno. Los efectos pueden ser positivos si las decisiones y acciones de la organización benefician al medio, o pueden ser negativos si la organización causa problemas o perjuicios al ambiente.

Existen dos perspectivas de a quién debe rendir cuentas la organización: La primera es la “posición contraria a la responsabilidad social de las organizaciones” donde lo que preocupa es básicamente aumentar las ganancias al máximo posible para sus propietarios o accionistas y, la segunda, es “a favor de la responsabilidad social de las organizaciones” para garantizar su supervivencia a largo plazo, satisfaciendo los intereses de los múltiples grupos que hay en la sociedad y de su entorno ambiental. A continuación se describen algunos de los nuevos atributos que deben tener las organizaciones:

- Relaciones transparentes con la sociedad.
- Responsabilidad frente a generaciones futuras.
- Autorregulación de la conducta.
- Comprensión de las dimensiones sociales de los actos económicos (producción, generación de renta, consumo y acumulación).
- Selección de agentes y de grupos de interés que integran las cadenas productivas y la administración de los efectos internos y externos de sus actividades.

A su vez, también deben existir responsabilidades por parte de la sociedad, como las siguientes:

1. Establecer reglas claras y consistentes. Esta es una tarea que la sociedad debe realizar por medio de su gobierno.
2. Hacer que las reglas sean técnicamente viables. Los estándares deben ser alcanzables.
3. Asegurar que las reglas sean económicamente viables.
4. Hacer que las reglas sean prospectivas y no reactivas.

5. Hacer que las reglas estén orientadas para alcanzar objetivos y no para prescribir procedimientos.

Este “fenómeno se explica principalmente por el convencimiento por parte de los administradores de que los esfuerzos de responsabilidad social que hagan sus organizaciones serán recompensados por distintos stakeholders (interesados)” (Mercado y García, 2007). Sin embargo, “la proliferación de teorías, perspectivas y terminologías en la literatura académica que estudian los fenómenos asociados a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha provocado una elevada confusión cuando se pretende abordar su estudio” (Lantos, 2001).

Haciendo énfasis en las conclusiones de Alvarado (2009), en su estudio de Perspectivas teóricas de la RSE, con base a los tipos de racionalidades del rol empresarial o institucional ante la perspectiva de la RSE, se resalta que:

“Del análisis de la clasificación propuesta se puede extraer la siguiente conclusión: parece existir una íntima relación entre la racionalidad subyacente en las teorías utilizadas para el estudio de RSE, y la concepción del rol de la empresa (o institución). Sin embargo, a medida que el estudio de la RSE se apoya en teorías con racionalidades jurídicas o económicas, es más probable que se conciba a la empresa como una institución maximadora de utilidades. Pero, aproximaciones a la RSE desde lógicas sociológicas o éticas, algunas teorías parten de una concepción de empresa más abierta al servicio de la comunidad”.

En este sentido, Ibarra (2007) señala a diversos autores representantes del “nuevo institucionalismo”, que han realizado propuestas teóricas para conceptualizar este importante campo crítico de los Estudios Organizacionales como son Hall y Taylor 1996; Tolbert y Zucker 1996; Fligstein 1999; Powell y DiMaggio 1999; Nielsen 2001; Scott 2001. Además declara que:

“El nuevo institucionalismo, se ha conformado como una perspectiva teórica muy relevante para analizar diversos fenómenos sociales contemporáneos que no eran adecuadamente explicados desde posiciones teóricas convencionales o desde aquellas de orden crítico que por su nivel de análisis desatendían la especificidad de los fenómenos, de sus procesos de estructuración y su funcionamiento. Se trata de una nueva propuesta en expansión que se encuentra presente prácticamente en cualquier terreno disciplinario y que aborda todo problema relevante de la sociedad moderna contemporánea”.

Benito y Sánchez (2011) determinan, que: “los principios de responsabilidad social pueden y deben integrarse en cualquier tipo de organización”; es decir, que las instituciones gubernamentales están obligadas a abordar este tipo de políticas como un grado de desarrollo de su capital relacional y estructural.

La importancia de “la responsabilidad social para el desarrollo regional, es considerado como un factor del sistema actual económico, caracterizado por la sociedad de la información y la productividad, que no depende únicamente del incremento cuantitativo de los factores de producción, sino también de la aplicación de conocimientos e información a la gestión, la producción y la distribución, tanto en los procesos como en los productos” (Borja y Castell, 1997).

Dueñas (2013) señala que “el papel de la RSE en los cambios de comportamiento es relevante. Así, por ejemplo, se pueden observar contextos como el español, donde se ha determinado que la RSE juega un papel central dentro de la variable reputación de las organizaciones y por lo tanto tiene un efecto en el comportamiento del consumidor (sociedad)”. Con base en lo anterior, Calderón et al. (2011) señalan que “la gestión humana está trascendiendo su papel instrumental para convertirse en apoyo para la competitividad de las organizaciones y uno de los aspectos en que tienen que apoyar a la empresa es en el cumplimiento de su responsabilidad social”.

Para el nuevo institucionalismo, “resulta especialmente relevante la consideración de un comportamiento irracional como una de las fuentes fundamentales de la racionalidad”; es decir, que el raciocinio mostrado por el gobierno en sus decisiones relacionadas con la Responsabilidad Social, están delimitadas ante las relaciones sociales.



Un argumento que es pertinente citar ahora es el pensamiento de Karl Marx acerca de las instituciones que han dado forma al capitalismo: “encuentran importantes elementos de explicación, no sólo por el papel que las estructuras económicas desempeñan delimitando las relaciones sociales, sino por la importancia que otorga al papel del Estado como regulador de las relaciones sociales y los derechos de propiedad”. (Giddens, 1998)

Ibarra (2001) y Dean (1999) señalan que el nuevo institucionalismo puede ser considerada como una formulación alternativa para la gubernamentalidad institucional, al determinar que: “la capacidad del nuevo institucionalismo sociológico como aproximación explicativa de las nuevas realidades en que operan las instituciones. Asimismo, será una oportunidad para ampliar la perspectiva teórica del nuevo institucionalismo sociológico, que se puede ver ampliamente enriquecida a partir de la recuperación de algunas formulaciones desarrolladas por la teoría de gubernamentalidad”.

#### 5.4 Metodología

Para llevar a cabo el análisis de los actos coercitivos por parte de la integración de los tres niveles de gobierno en los proyectos citados se aplicó una metodología de investigación de tipo documental, manteniendo presente los riesgos de interpretación por parte de los autores. Para ello, fue necesario consultar fuentes de información bibliográfica específica en temáticas de responsabilidad social, nuevo institucionalismo y análisis del discurso para que dieran soporte teórico a las observaciones de los actos dominantes dentro del marco de un fenómeno con diferentes escenarios.

En un primer plano esta lo titulado “Progreso en la Infraestructura: Comunicación y Desarrollo para México”, con una importante inversión (tres mil quinientos millones de pesos) para construir 15 kilómetros, con lo que se facilitará el tránsito de la zona, según el Secretario de Comunicaciones y Transportes. Pero en un segundo plano estas realidades representan una anómala que merece de la discusión sobre responsabilidad social que ejercen las instituciones, como parte de múltiples disciplinas que buscan explicar permutaciones significativas en la sociedades actuales.

Cabe mencionar que para realizar la investigación documental también se consultaron fuentes hemerográficas como son diarios o gacetas que publicaron los decretos y los diferentes actos administrativos que han llevado a cabo las instituciones gubernamentales en relación a la construcción de los proyectos: férreo y carretero.

Es decir, se utilizó un enfoque cualitativo apoyado en una técnica de investigación documental, con la finalidad de entender los efectos positivos y negativos de los proyectos citados. Esta estrategia permitió a través del análisis de la documentación y la observación directa revisar los antecedentes del objeto de estudio e interpretar una realidad actual (Yuni, et al., 2014). Para determinar la autenticidad, confiabilidad y representatividad de la información se contextualizó el fenómeno de estudio de acuerdo a la siguiente clasificación de documentos:

- a) Documentos según su materialidad
  - Documentos escritos: se consultaron periódicos y revistas que proporcionaron información de las situaciones y acontecimientos en los ámbitos social, económico y ecológico.
  - Documentos visuales: se empleó la observación directa de fotografías tomadas por periodistas que reportaban los acontecimientos sociales en la región donde se realiza el proyecto de infraestructura.
- b) Documentos según su intencionalidad
  - Documentos públicos: se consultó información difundida por la SCT, principalmente publicaciones en el Diario Oficial de la Federación. Así mismo se consideraron comunicados e informes publicados en el sitio oficial de la SCT.

Posterior a la recopilación el material documental, se prosiguió con la interpretación y análisis de la información, que dio paso a la conceptualización de la responsabilidad social desde la perspectiva del nuevo institucionalismo.

## 5.5 Conclusiones

El discurso se construye según las líneas de responsabilidad social, intencionadas en justificar la agresividad que se ejerce sobre los recursos naturales de la zona en construcción; es decir, los actos de devastación de la naturaleza se argumentan con base en decisiones políticas que están dentro del programa de construcción de carreteras y transporte férreo para presentar un Estado (o región), con mayor y mejores vías de transporte de México.

La dimensión de triple participación gubernamental, envuelve a un proyecto de planeación institucionalizada. En este sentido la concepción metafórica de organización es determinada como una institución que determina arbitrariamente los procesos de habituación para condicionar, adaptar y modificar los espacios naturales de la zona ecológica de la Marquesa, situado en el Municipio de Ocoyoacac del Estado de México. Esta habituación, es la expresión de un acto coercitivo normativo que carece de una contra postura con una dimensión similar, que tenga la capacidad para defender los recursos naturales que son agredidos y demolidos arbitrariamente, como es el caso de la devastación forestal de la zona.

La situación del municipio de Lerma de Villada es una consecuencia. En terrenos donde se acumulaba el agua de lluvia se han vertido toneladas de tierra extraída de las obras multicitadas.

Ya de por sí, estos terrenos estaban siendo invadidos por personas que construyen inadecuadamente casas, con falta de infraestructura de todo tipo, desalojando la fauna característica de lagos (garzas, patos, ranas). Otros daños son la destrucción de las calles, con fugas de agua, por el paso de grandes camiones con varias toneladas de tierra y piedra. Además, ante la venta de la idea de que habrá mayor vialidad y se hará menos tiempo de una ciudad a otra, se están desarrollando fraccionamientos donde antes se cultivaba a precios exagerados, pero sin modificar la amplitud de las calles ni el orden de sentido de las mismas, donde ya actualmente es un problema.

La realización de los dos proyectos de construcción, tanto de la autopista de cuota como del Tren Interurbano de pasajeros Toluca – Valle de México, es un fenómeno desarrollado por instituciones integrativas, con un conjunto de normas regulativas, normativas y cognoscitivas que resultan oportunistas para los intereses del gobierno de triple dimensión en turno y de particulares.

El discurso está orientado en describir un escenario de “una sociedad organizada” que acepta las acciones de obras para construir ese tipo de infraestructura aunque dañen el medio ambiente. Sin embargo, la realidad es que son las organizaciones gubernamentales las que tienen el poder para tomar la decisión para construir todo tipo estructura civil. El que las instituciones gubernamentales en sus tres niveles estén interesadas en la construcción de estos dos proyectos se manifiesta a través de sus discursos políticos. En un primer plano del escenario discursivo, la estrategia de inserción de los planes de desarrollo son captados como impulsores de grandes beneficios a la sociedad, pero que realmente no son más que prácticas de poder basadas en constructos sociales legítimos.

Esto bajo la perspectiva de nuevo institucionalismo (que es una visión crítica- posmoderna) visualiza a las acciones del gobierno, como actos coercitivos que pretenden poner orden de manera impuesta. Es decir, que la institución implemente estrategias con la finalidad de responder a necesidades sociales con el propósito de brindar un orden social sin importar el daño ecológico. No pensar en las articulaciones entre lo social y lo ecológico es generar conflictos a sucesivas generaciones sociales. Por tanto, la estrategia de inserción de ideas funcionalistas de las instituciones gubernamentales, puede ser vista como una acción limitada, al carecer de una responsabilidad social

Mercado y García (2007) indican que “En un mundo globalizado, el sector empresarial no puede seguir negando la necesidad de adoptar la responsabilidad social como estrategia para alcanzar beneficios externos e internos, pues sigue latente cierto comportamiento dominante de rechazo hacia ella”.

Como conclusiones declaramos lo siguiente: el discurso de responsabilidad social que ha adoptado el gobierno mexicano, como una estrategia para incursionar sus acciones de progreso, no deben estar limitadas a su aceptación y admiración como grandes maquinarias que se utilizan para construir estructuras modernas porque realmente son operaciones agresivas contra recursos naturales que no se recuperarán jamás a pesar de los mensajes publicitarios que prometen su reparación.

Se puede administrar teniendo en mente la ética y la responsabilidad social de las instituciones, pero es preciso que haya creatividad en cada una de sus acciones para mejorar el futuro, para no caer en lo que expone Chiavenato (2009), quién subraya que para algunos críticos, el concepto de la responsabilidad social permite que los ejecutivos elijan las obligaciones sociales de sus organizaciones con base en sus convicciones particulares. Pero, según estos críticos, el concepto de la responsabilidad de las organizaciones es una cortina de humo que oculta los valores personales de unos cuantos individuos muy poderosos.

Con base en los argumentos teóricos de Responsabilidad Social y Nuevo Institucionalismo es posible considerar, primero, durante el proceso de gestión de los proyectos de construcción tanto de la autopista y del tren férreo para pasajeros que conectarán a las dos ciudades, cabía la posibilidad de la participación de los ciudadanos que habitan en las regiones afectadas en su ecología y forma de vivir.

El hecho de que se hayan dado protestas demuestra que la decisión del gobierno fue coercitiva y, segundo, el gobierno ante los hechos de agredir a una zona ecológica como es el parque Nacional “La Marquesa” al que devasta sus recursos naturales más las consecuencias en otros lugares, se muestra como un Estado limitado en el raciocinio de responsabilidad social.

Actualmente las organizaciones se preocupan por sus obligaciones sociales si se dan movimientos ecologistas y de defensa del consumidor, que se enfocan en la relación entre las organizaciones y la sociedad, como fue el caso del pueblo de Santa Fe en la Ciudad de México que logro se hicieran modificaciones a la construcción de la vía férrea; sin embargo, no hubo repercusión alguna en la protesta de la gente del municipio de Ocoyoacac.

## 5. 6 Referencias

- Alvarado et al. (2009). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad.
- Benito, S. y Sánchez, P. (2011). La influencia de las políticas de responsabilidad social y la pertenencia a redes de cooperación en el capital relacional y estructural de las microempresas”. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía*. 18. pp: 166-176.
- Borja, C. & Catells, M. (1997). *Local y global, la gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus, pp 24-25.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones*. México: McGraw Hill Interamericana Editores, S. A. de C. V.
- Dean, M. (1999). *Gubernamentalidad: Power and Rule in Modern Society*. Londres: Sage página 229.
- Dueñas, S. et al. (2014). El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de literatura. *Estudios Gerenciales* 30, Elsevier, pp: 287-300.
- Giddens, A. et al. (1993). *Emile Durkheim: Escritos selectos*. Buenos Aires: Nueva Visión, p. 267.
- Ibarra, E. (2007). *Nuevo institucionalismo sociológico e instituciones educativas empresarializadas: procesos de institucionalización bajo la racionalidad de mercado*. México: UAM Iztapalapa.
- Mercado, P. y García, P. (2007). *La responsabilidad social en empresas del Valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio*. México: UNAM
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., y Gilbert, JR, D. R., (1996). *Administración*. Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana, S. A.
- Yuni, J., y Urbano, C. (2014). La investigación documental. En *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación (Vol. 2, págs. 99-107)*. Argentina: Ed. Brujas.

## **La responsabilidad social empresarial en el ingenio azucarero**

### **Corporate social responsibility in the sugar mill**

VERA-QUIÑONES, F. C.<sup>1</sup>, MENDIOLA-CAMPUZANO, J. V. H.<sup>2</sup>, ALPUCHE-PALMA, A.<sup>3</sup> & GARCÍA-ROSADO, A. G.<sup>4</sup>

*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Av. Universidad S/N, Zona de la Cultura, Col. Magisterial, C.P. 86040, Villahermosa, Tab., México.*

F. Vera, J. Mendiola, A. Alpuche & A. García

M. Moreno & D. Arrieta (eds.). *Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social. Proceedings-©ECORFAN-México, Durango, 2018.*

## Resumen

Identificar si las empresas trabajan con responsabilidad social empresarial es el principio de una larga cadena de estrategias que coadyuven en mejorar la relación de la empresa con su entorno. En esta investigación se determina a través de un instrumento de medición, si la empresa azucarera que se encuentra en el municipio de Tenosique del estado de Tabasco tiene RSE y en que rubro se encuentra fortalecida y en cual muestra debilidad.

## Ética, Sustentabilidad, Medio Ambiente, Derechos Humanos, Evaluación

### 6 Introducción

En el municipio de Tenosique Tabasco, se encuentra el Ingenio azucarero Azsuremex que es la empresa que oferta la mayor fuente de empleo a los habitantes del municipio, la gran mayoría depende del ingenio, entre ellos; empleados, cañeros, proveedores, etc. Los ingenios azucareros en México son empresas que mantienen por lo general, un sistema productivo de muchos años y no actualizado, con la finalidad de conocer si el ingenio trabaja bajo el enfoque de RSE, se diseñó un instrumento de evaluación y se les aplicó a los empleados del ingenio.

#### 6.1 Descripción del Problema

El ingenio azucarero Azsuremex tiene dificultades en mejorar su RSE, esto se observa; en la continua queja de los habitantes de la región hacia la empresa, consideran que el ingenio no se interesa en apoyar al municipio. De esta preocupación de la sociedad ante la empresa, surgen las siguientes preguntas de investigación.

Preguntas de Investigación: ¿Cuáles son los factores débiles de la empresa frente a la RSE?, ¿Es la empresa sustentable?. La presente investigación servirá para conocer el compromiso de la empresa azsuremex con la sociedad, su ética con sus empleados, su preocupación con el medio ambiente y también su sustentabilidad; con la finalidad de saber si la empresa ha adoptado una postura consciente en el impacto que causan sus operaciones a favor del desarrollo sostenible.

#### 6.2 Objetivos

##### Objetivo General

- Identificar los factores vulnerables de la RSE de la empresa.

##### Objetivos Específicos

- Diseñar un instrumento de medición de acuerdo a lo que se busca.
- Aplicar el instrumento de medición.
- Obtener el porcentaje de aceptación en el rubro de derechos humanos.
- Obtener el porcentaje de aceptación en el rubro de ética.
- Obtener el porcentaje de aceptación en el rubro de sustentabilidad.
- Obtener el porcentaje de aceptación en el rubro de derechos medio ambiente.

#### 6.3 Revisión Literaria

Las empresas que incluyen el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus actividades son aquellas que tienen un corte capitalista, esto es; en los países llamados de primer mundo se favorece la responsabilidad social empresarial, sin embargo; las empresas que se encuentran en los países en vía de desarrollo se les dificulta implementar la RSE, porque estas no tienen las mismas oportunidades económicas que las empresas establecidas en los países desarrollados, su situación económica no es la misma. Como en México; que las empresas están luchando día a día por sobrevivir, con una alta imposición tributaria, sin embargo; los movimientos sociales están empujando a las empresas a implementar la responsabilidad social empresarial, la presión ejercida por la sociedad le abre las puertas al modelo de RSE (Solís, 2008).

Para que la Responsabilidad Social Empresarial se incorpore en las empresas que se encuentran en los países en vías de desarrollo, esta se debe popularizar, o sea; que las organizaciones sociales las adopten, tales como; las juntas de acción comunal, los sindicatos, las organizaciones de consumidores, los diferentes grupos ambientales y las ONG defensoras de los derechos humanos con la finalidad de reclamar a las empresas su compromiso social y al final se logren instrumentos de monitoreo y rendición de cuentas (Vargas, 2011).

Piñeiro y Romero (2011) comentan que para que las empresas cambien su enfoque del viejo paradigma a la responsabilidad social empresarial, la resiliencia juega un papel sumamente importante, porque se debe tener esa capacidad de confrontar las diversas situaciones que compliquen el desarrollo de la empresa con el fin de lograr buenos acuerdos con la sociedad e incorporando a la RSE en la estrategia empresarial. El éxito de la relación empresa – sociedad se da a través del dialogo, la confianza y la credibilidad, ya que; es base para que las empresas logren identificar los aspectos sociales y ambientales que afectan y por consecuente generar estrategias para disminuir o eliminar en su caso los impactos negativos, inclusive las ISO deben exigir métodos de verificación externa para asegurarla credibilidad y ganar la confianza de la población respecto a la empresa (Rodríguez, 2005).

La RSE podría manejar cuatro elementos sustanciales: la comunidad, como un escenario de interacción empresa sociedad donde se crea la acción y se construye; la transformación social, como el camino de bienestar, equidad y justicia; la ética como la consideración al otro y el rol profesional, como el logro de facilitadores socialmente responsables. Logrando estos cuatro enfoques desde la escuela y las diferentes esferas sociales (Morí, 2009). Las empresas pueden o deben ser las artífices de la innovación empresarial con un enfoque social, los problemas sociales han rebasado en algunos países a sus gobiernos, es una ventaja que las empresas deben aprovechar para mejorar su entorno colaborando en el desarrollo de nuevas que fomenten la mejora de su entorno social (León, Baptista, & Contreras, 2012).

Por otro lado, existen factores que presionan a las empresas para asumir compromisos en los ámbitos social y medioambiental, incluso por encima de sus compromisos legales, estos factores son:

- Aumento de la presión por parte de las instituciones que elaboran normas de comportamiento socialmente responsable.
- Modificación de las pautas de la demanda en los mercados de bienes como consecuencia de las prácticas de consumo responsable.
- Alteración de los criterios de inversión en los mercados financieros debido al auge de la inversión socialmente responsable y la consideración de los riesgos sociales y medioambientales (Nieto & Fernández, 2004).

Hasta ahora se ha hablado de la responsabilidad social de las empresas, sin embargo; los sindicatos no pueden estar ausentes en este cambio empresarial, ellos han abandonado sus principios de confrontación a favor de un grupo reducido de trabajadores privilegiados, actuando de una manera egoísta e insensible, se debe reformular su actuar centrado en la responsabilidad social (Rodríguez, 2009).

En el marco global, las empresas también tienen que implementar la RSE, porque los organismos internacionales han implementado castigos a aquellos productos que no han sido producidos bajo los parámetros de las buenas prácticas, como; el respeto al medio ambiente, al trabajo en si, por lo que es imperante para las empresas que quieran crecer vendiendo sus productos en los mercado de primer mundo mejorar sus prácticas ambientales, de equidad, laboral, sociales entre otros (Pérez y Bedoya, 2005). Pero como conocer los avances en la RSE, se sabe que si hay avances, pero como cuantificarlo, si a nivel mundial se informa poco sobre la RSE, por ejemplo; en Europa los países bajos son los que quieren informar pero les ha sido difícil impulsar la difusión, solo países como Noruega y Finlandia han mostrado buen avance en la difusión, las propuestas que se dan para impulsar la difusión son:

Fomentar el trabajo en equipo entre las diferentes áreas, definición y publicación de los criterios de selección de los grupos de interés y análisis de sus demandas informativas relacionadas a RS, elaboración y publicación de información dirigida a los grupos de interés, emprender reformas normativas para ampliar el volumen de información a publicar con instrumentos para motivar a los gestores políticos (Navarro, Tirado, Ruiz, & Ríos de los, 2015).

Esta resistencia al cambio por parte de los diversos sectores frena a la misma empresa, porque; las personas que observan a las empresas comprometidas con la responsabilidad social, favorecen a las empresas comprando sus productos, o sea; la RSE fomenta la ventaja competitiva, aunque; hay varios factores que influyen en la asociación entre la responsabilidad social, la estrategia corporativa y la ventaja competitiva, tales como valores organizacionales, la relación con los stakeholders, el contexto del ambiente externo y el contexto competitivo, fuentes internas, las ideologías de la dirección y la expectativa de la comunidad (De Sousa, Outtes, Pasa, & Farache, 2010).

## 6.4 Metodología

Se diseñó el instrumento de medición que se presenta a continuación:

### CUESTIONARIO

Hola, el presente cuestionario es para conocer la preocupación de la empresa en el impacto que ocasiona en el entorno económico, social y ambiental con la finalidad de acrecentar la Responsabilidad Social Empresarial.

Por favor responda las siguientes preguntas, colocando una X en la respuesta que considere verdadera.

1. Considera justa la relación de la empresa con sus trabajadores.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
2. El producto que obtiene la empresa, beneficia a la sociedad.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
3. De 10 años a la fecha, considera usted que el producto ha mejorado.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
4. Considera usted que la empresa está creciendo.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
5. Su empresa contamina.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
6. Tiene la empresa un programa de mejora social en su entorno.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
7. La empresa respeta los contratos contraídos con sus trabajadores.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
8. La empresa tiene algún proyecto económico para mejorar su entorno.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
9. La empresa supervisa las condiciones de satisfacción de sus trabajadores.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10. La empresa tiene un programa que cuide la salud de sus empleados.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
11. La empresa cuida el buen uso del agua.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
12. La empresa evalúa frecuentemente los riesgos ambientales que genera.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
13. De 10 años a la fecha, considera usted que la empresa ha mejorado sus procesos de producción.				
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Gracias por su tiempo en responder las preguntas, ya que servirán para encontrar debilidades y fortalezas de la empresa en su Responsabilidad Social empresarial.

En una población de 138 empleados, se definió una muestra poblacional con el programa Decision Analysis STATS 2.0, como se muestra en la figura 1.

**Figura 1** Tamaño de muestra

The screenshot shows the 'Sample Size Determination' window in Decision Analyst STATS 2.0. The 'Inputs' section includes:
 

- Universe Size: 138
- Maximum Acceptable Percentage Points of Error: 5%
- Estimated Percentage Level: 50%
- Desired Confidence Level: 95%

 The 'Results' section shows 'The Sample Size Should Be...' as 102. The Decision Analyst logo is visible at the bottom right.

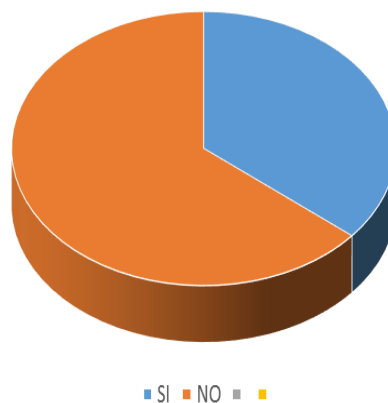
Fuente: Elaboración propia con el programa Decision Analysis STATS 2.0

El resultado de personas a encuestar en la muestra poblacional es de 102 personas con un margen de error del 5% y un nivel deseado de la muestra de 95%.

Se aplicó el cuestionario y el análisis de ellos se presenta a continuación.

En el apartado de Derechos Humanos:

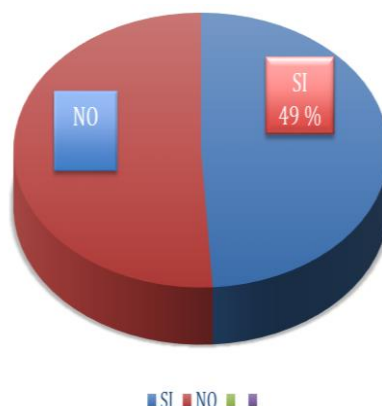
**Gráfico 1** Derechos humanos



Fuente: Elaboración propia (2016)

En el apartado de ética, los resultados se presentan en la siguiente gráfica:

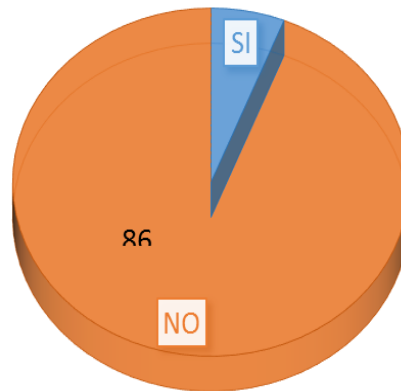
**Gráfico 2** Ética





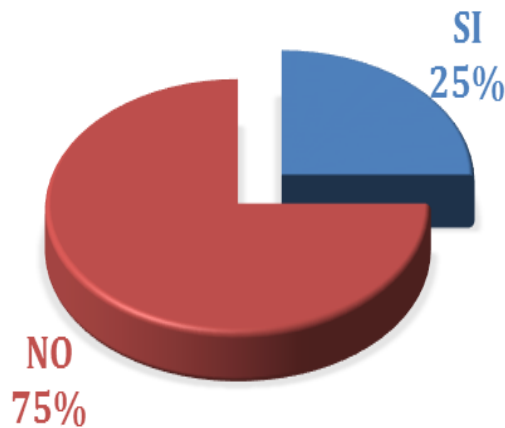
En el apartado de sustentabilidad, los resultados se muestran a continuación.

**Gráfico 3 Sustentabilidad**



En el apartado de Responsabilidad Ambiental, los resultados se muestran en la gráfica 4.

**Gráfico 4 Responsabilidad Ambiental**



## 6.5 Resultados

Los resultados obtenidos muestran la falta de responsabilidad de la empresa con la sociedad y el medio ambiente, ya que todos los factores de RSE que se evaluaron, manifiestan el desinterés de la empresa en mejorar en este rubro. Sin embargo, el rubro de sustentabilidad es el más crítico porque el 86% de los encuestados consideran que la empresa no es sustentable, le sigue la responsabilidad social con un 75% y el de responsabilidad social en un 75%, en el caso de la ética el 51% considera que la empresa no es ética para con sus empleados.

## 6.6 Conclusiones

La RSE es una fuerza importante que encauza a las empresas a preocuparse y actuar en apoyo a la sociedad y medio ambiente, como en este proyecto se identificó que la empresa no actúa encauzada hacia la RSE.

Estos indicadores hallados servirán para continuar con otras investigaciones en donde se busquen estrategias empresariales que dirija a la empresa hacia la RSE sin que esto afecte económicamente a la empresa, ya que esta tiene problemas económicos.

## 6.7 Referencias

Aristizábal, C. A., González, C. C., Duran, G., & Bolívar, N. (2012). Impactos de responsabilidad social-fundación universitaria Monserrate. *Revista Venezolana de gerencia*, 17(59), 498-511.

Filho, J., Wanderley, L., Gomez, C., & Farache, F. (2010). Strategic corporate social responsibility management for competitive advantage. *Brazilian administration review*, 7(3), 294-309.

- Heincke, M. (2005). La responsabilidad social empresarial: ¿Una herramienta para el desarrollo local sostenible en Colombia? *Opera*, 5(005), 55-74.
- León, M.F., Baptista, M.V., & Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Fórum empresarial*, 17(1), 31-63.
- Mori, M.P. (2009). Responsabilidad social. una mirada desde la Psicología comunitaria. *Liberabit. Revista de Psicología*, 15(2), 163–170.
- Navarro, A., Tirado, P., Ruiz, M., & Ríos de los, A. (2015). Divulgación de información sobre responsabilidad social de los gobiernos locales europeos. el caso de los países nórdicos. *Gestión y política pública*, 24(1), 229-269.
- Nieto, M., & Fernández, R. (2004). Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management. *Universia Business Review*, 1, 28-39.
- Pérez, G., & Bedoya, D. (2005). Las estrategias de responsabilidad social en la expansión global, nuevo paradigma de la gestión. *Empresarial y ambiente*, 8(2), 173-180.
- Piñeiro, J., & Romero, N. (2011). Responsabilidad social empresarial y resiliencia. *Galega de economía*, 20(2), 1-34.
- Rodríguez, J. (2009). La responsabilidad social nuevo paradigma para las empresas y para los sindicatos. *Umbral científico*, 15, 103-110.
- Rodríguez, M. (2005). La responsabilidad social empresarial y los consumidores. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, 53, 97–109.
- Solís, J.L. (2008). Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo. *Análisis económico*, 23(4), 227-252.
- Vargas, G. A. (2011). Responsabilidad social empresarial, ciudadanía y desarrollo. *Cuadernos de administración*, 24(43), 177-191.
- Vintró, C., & Comajuncosa, J. (2010). Corporate social responsibility in the minig industry: criteria and indicators. *Dyna*, 77(161), 31-41.

## **La responsabilidad social universitaria en la gestión del conocimiento-investigación y la transferencia del conocimiento en la Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez**

### **University social responsibility in knowledge management-research and knowledge transfer at the Technological University of Ciudad Juarez**

ARCELÚS-PÉREZ, E.<sup>1</sup>, RODRÍGUEZ-QUINTANA, P. I.<sup>2</sup> & SALCIDO-TRILLO, B. M.<sup>3</sup>

*Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez, Av. Universidad Tecnológica No. 3051, Col. Lote Bravo II, C.P. 32695 Ciudad Juárez. Chih. México*

ID 1° Autor: Elvira Arcelús-Pérez/ **ORC ID:** 0000-0001- 5173-7406, **Researcher ID Thomson:** D-9896 2018, **CVU CONACYT** 585375

ID 1° Coautor: Pedro Isabel Rodríguez-Quintana/ **ORC ID:** 0000-0002- 8886-4684

ID 2° Coautor: Brenda Marcela Salcido-Trillo/ **ORC ID:** 0000-0002- 5183-4238, **Researcher ID Thomson:** D-8328-2018, **CVU CONACYT:** CVU323283

E. Arcelús, P. Rodríguez & B. Salcido

elvira\_ancelus@utcj.edu.mx

M. Moreno & D. Arrieta (eds.). Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social. Proceedings-©ECORFAN-México, Durango, 2018.

## Resumen

El presente trabajo pretende mostrar los resultados obtenidos en cuanto al análisis de la gestión del conocimiento-investigación y la transferencia del conocimiento en la Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez (UTCJ) así como su incidencia con los criterios de Responsabilidad Social Universitaria (RSU), lo anterior con la finalidad de plantear políticas institucionales que fomenten la investigación y con un sentido de responsabilidad social.

La naturaleza de la investigación fue cuantitativa, toda vez que se tomaron en cuenta los resultados del desempeño de los docentes investigadores de la universidad. El carácter de la investigación fue de diseño no experimental ya que no se manipuló la variable de estudio y se trabajó sobre situaciones o hechos ya existentes.

El diseño No Experimental Transaccional Descriptivo, se desarrolló en tiempo específico. Se describe a través de los hallazgos la percepción que tienen los docentes investigadores. El método fue deductivo con un procedimiento de muestras en cual se analizó estadísticamente. El modo fue de campo con apoyo bibliográfico.

El trabajo de investigación se realizó en la UTCJ entre marzo y abril 2016. La población de interés con la que se trabajó fueron los 142 docentes investigadores de la UTCJ.

Los resultados nos revelan la necesidad de articular las actividades y funciones académicas, así como fomentar la creación de políticas institucionales en materia de RSU, la gestión del conocimiento-investigación y transferencia del conocimiento a través de los cuerpos colegiados y los docentes investigadores.

## Responsabilidad Social Universitaria, Cuerpos Académicos, Sujeto estratégico

### 7 Introducción

Sin duda, la investigación es parte fundamental del quehacer diario de las universidades dado que ésta influye de manera determinante tanto en el proceso formativo de los futuros profesionistas, así como en la generación de nuevo conocimiento y transferencia del mismo.

A 17 años de creada, la UTCJ, ha logrado avanzar en materia de investigación aprovechando los recursos que, principalmente, se han obtenido del Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP) así como de la misma institución; sin embargo, consideramos importante y conveniente revisar, analizar y evaluar dicho avance, reflexionar sobre la incidencia de la responsabilidad social universitaria (RSU), identificar la figura responsable de la investigación al interior de la institución para aprovechar el área de oportunidad que presenta el entorno respecto de la vinculación con el sector productivo.

Por lo anterior, el objetivo de esta investigación es el generar un diagnóstico así como analizar la situación actual que prevalece en la gestión del conocimiento-investigación y la transferencia del conocimiento en la UTCJ.

La generación del conocimiento, se sirve de distintos programas de apoyo y actores. Es así como en 1996, tras un análisis realizado entre la Secretaría de Educación Pública (SEP), la Asociación de Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) sobre la situación que prevalecía dentro del Sistema Nacional de Educación Superior, se encontró que un alto porcentaje de profesores de carrera de las Universidades Públicas Estatales no contaba con el nivel académico adecuado (doctorado), ni articulado en las tareas de investigación, a través de Cuerpos Académicos (CA), y es así como derivado de éste análisis surge el Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP), el cual fue diseñado, en lo que refiere al tipo superior, para mejorar el nivel de habilitación y profesionalizar al personal académico de tiempo completo, ofreciendo las mismas oportunidades a mujeres y hombres para acceder a los apoyos que otorga el Programa, a fin de que alcancen las capacidades de investigación-docencia, desarrollo tecnológico e innovación y con responsabilidad social; se articulen y consoliden en CA y con ello generen una nueva comunidad académica capaz de transformar su entorno (DOF, 2015).

## 7.1 Descripción del problema

Para Vallaey, de la Cruz y Sasia (2009), asumir su compromiso y responsabilidad social es, para una universidad, un proceso permanente de mejora continua; el camino hacia un horizonte que nunca se puede alcanzar en su totalidad. Para enfrentar una verdadera responsabilidad social universitaria, las instituciones deben reflexionar en las implicaciones que traen consigo las prácticas universitarias y los impactos que estas generan en la comunidad educativa. Es por lo anterior que para afrontar y asumir la responsabilidad social, la UTCJ debe entablar una reflexión institucional participativa a fin de que su comunidad educativa pueda comprender, y comprometerse con la RSU.

Por lo anterior, se deberá dar respuesta al siguiente planteamiento en materia de investigación:  
¿La gestión del conocimiento-investigación y la transferencia del conocimiento en la UTCJ lleva implícita la responsabilidad social lo que permite articular esta actividad con las necesidades del desarrollo social, la ciencia y la tecnología en el país?

## 7.2 Objetivos

Analizar la gestión del conocimiento-investigación y la transferencia del conocimiento en la UTCJ y su incidencia con los criterios de RSU con la finalidad de plantear políticas institucionales que fomenten la investigación con un sentido de responsabilidad social.

## 7.3 Revisión Literaria

Responsabilidad Social Universitaria (RSU)

El grupo de académicos que trabajaron en el proyecto “Universidad: Construye País” (2004) consideró indispensable definir con más precisión lo que se entendería por Responsabilidad Social, acordando trabajar con un concepto que no pretende ser definitivo, pero que ofrece los lineamientos necesarios para pensar y actuar con una orientación común; de este modo entendieron por RSU la capacidad que tiene la universidad de difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos, por medio de cuatro procesos claves: gestión, docencia, investigación y extensión. Así asume su Responsabilidad Social ante la propia comunidad universitaria y el país donde está inserta.

Las Universidades Jesuitas de América Latina, por sus siglas AUSJAL, (2007) conciben a la RSU como la habilidad y efectividad de la universidad para responder a las necesidades de transformación de la sociedad donde está inmersa, mediante el ejercicio de sus funciones sustantivas: docencia, investigación, extensión y gestión interna.

Estas funciones deben estar animadas por la búsqueda de la promoción de la justicia, la solidaridad y la equidad social, mediante la construcción de respuestas exitosas para atender los retos que implica promover el desarrollo humano sustentable.

Por su parte, F. Vallaey (2008), define la Responsabilidad Social Universitaria como una política de mejora continua de la Universidad hacia el cumplimiento efectivo de su misión social mediante 4 procesos: Gestión ética y ambiental de la institución; Formación de ciudadanos responsables y solidarios; Producción y Difusión de conocimientos socialmente pertinentes; Participación social en promoción de un Desarrollo más humano y sostenible.

Para el proyecto Universidad Construye País citado por Abarca (2011), la universidad, como institución, debe difundir y poner en práctica un conjunto de principios y valores generales y específicos por medio de los procesos claves de gestión, docencia, investigación y extensión, para responder a la propia comunidad universitaria y a la sociedad en la que está inserta; debe mostrar un carácter normativo del concepto de responsabilidad social, sustentado en la existencia de un conjunto de valores y principios aplicables al quehacer universitario, distribuidos en dos grupos:

- a) Principios y valores de la vida universitaria relacionados con la vida en sociedad.
- b) Principios y valores de la universidad.

Gaete (2011), hace una adaptación de los planteamientos de Howard Bowen y define a la RSU como las obligaciones de los gestores universitarios para impulsar políticas institucionales para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad.

Para Quintana (2011), es labor de la universidad comprometerse con los problemas actuales para poder responder a la sociedad, lo cual se realizará por medio de una formación tanto científica como ética. A través de la formación científica se puede proveer a los futuros profesionales de los conocimientos necesarios para investigar y resolver problemas de la sociedad y la formación ética los ayudará a emplear esa ciencia sin hacer daño al planeta ni a sus habitantes dirigiendo sus inquietudes científicas al servicio de los demás y no sólo hacia el servicio de sí mismos.

Por otra parte, Arocena y Sutz citados por Ramos (2012), advierten que la responsabilidad social universitaria supone la definición de la nueva misión, correspondiéndole a la universidad latinoamericana atender los desafíos científico-tecnológicos estableciendo nuevas relaciones con la sociedad en general y con el sistema productivo en particular, promover en sus comunidades una cultura de la justicia social y de los derechos humanos, acometer la formación de profesionales capaces de dominar intelectualmente el sistema productivo en pro de las culturas regionales latinoamericanas, menor dependencia tecnológica y mayores esfuerzos para humanizar la tecnología; mayor participación en la interacción cultura-desarrollo.

Por su parte Muñoz (2012), señala que a la RSU atañe a la reflexión y la intervención sobre las implicancias psicológicas, sociales, políticas y ambientales que se producen en las prácticas universitarias de forma explícita o implícita, tanto por acción u omisión.

Para Fernández, Otero, Rodeiro y Rodríguez (2015), la universidad ya no puede limitarse a formar, investigar y a ser una fuente de desarrollo y transmisión cultural, sino que además es un agente responsable del progreso económico y social del área geográfica en la que se encuentra inmersa.

Kliksberg (2015), sugiere que los valores éticos deberían enseñarse desde los primeros estudios educativos así como en el ámbito familiar. Países como Finlandia y los países nórdicos, no tienen corrupción; sin embargo, no se trata solamente de enfatizar el no caer en la corrupción, sino de educar la responsabilidad social empresarial, concepto que se ha ido ampliando cada vez más ante las exigencias de la sociedad civil en los países desarrollados, y hoy implica que una empresa debe tener trato limpio con los consumidores, buen comportamiento con sus empleados, cuidado del medio ambiente, comportarse correctamente en los países en desarrollo, e involucrarse activamente en programas a favor de la comunidad y de la ciudad donde opera.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2015) el mundo de hoy se ha caracterizado por injusticias, desigualdades y exclusiones, y muy especialmente en América, reclama a la educación superior su participación decisiva para que desde su misma razón de ser - la formación profesional y/o tecnológica y la investigación- contribuyan a resarcir el tejido social a través de acciones que dignifiquen el sentido de lo humano.

### Objetivos de la Responsabilidad Social Universitaria

A decir de Quintana (2011), si los universitarios poseyeran una responsabilidad social universitaria bien consolidada, tendrían una idea más adecuada de las problemáticas del entorno y una idea más adecuada de cómo enfrentarlos.

Hutchins (2015) sostiene que la universidad antes que crear empleo para la industria y los servicios está llamada a formar ciudadanos responsables.

### Impactos de la organización universitaria

Para Drucker (1996), toda organización tiene que asumir la responsabilidad total de su impacto en los empleados, en el ambiente, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Esa es su responsabilidad social.

Vallaey (2007), considera que el camino más práctico para delimitar lo que es el proceso de Responsabilización Social Universitaria pasa por resaltar la definición de la Responsabilidad Social en términos de gestión de impactos. Por ello, es preciso conocer cuáles son los principales impactos que la institución universitaria genera en su entorno, los cuales se agrupan en cuatro grandes rubros:

- a. Impactos de funcionamiento organizacional
- b. Impactos Educativos
- c. Impactos cognitivos y epistemológicos (conocimiento)
- d. Impactos sociales

Para Salvador (2011), las influencias específicas donde se pueden observar los impactos que la universidad tiene son las áreas: educativa, cognitivo-epistemológico, social, organizacional y ambiental.

En cuanto al impacto cognitivo y epistemológico (conocimiento), Mujica, Machado y Riera (2006), presentan una visión acerca de cómo se intenta realizar la actividad investigativa y su pertinencia social con el contexto, considerando entre otros los siguientes aspectos:

1. La Necesidad Social como la generadora de los requerimientos de las investigación en el campo de las Ciencias Administrativas
2. El impacto de incidencia de la Investigación como contribución al bienestar social.
3. La búsqueda de la satisfacción de los requerimientos de los tres actores sociales fundamentales: Sociedad, Estado y Empresa en el contexto de la Informacionalización, la Globalización la Competitividad, el Desarrollo Sustentable y la Responsabilidad Social Empresarial.
4. La optimización de procesos productivos de bienes y servicios en base a las propuestas de investigación.
5. La orientación del proceso investigativo buscando conciliar la pertinencia de la investigación con respecto al interés del participante y los requerimientos del medio externo.

Desde la perspectiva de Kliksberg (2009), sugiere que las universidades, como pilar de la investigación, la transferencia de conocimientos, y la preparación de las nuevas generaciones de profesionales, no puede conformarse con “rendimientos mediocres”, sino que debe autoexigirse y pedir a su grupo de interés la conformación de equipos que marchen en dirección de las nuevas fronteras tecnológicas.

Para AUSJAL (2009), la universidad orienta la producción del saber y las tecnologías. Por ello, debe procurar desde este nuevo enfoque, la gestión socialmente responsable de dicha producción y los modelos epistemológicos promovidos, a fin de evitar la fragmentación del saber, favorecer la articulación entre tecnociencia y sociedad, promover la democratización de la ciencia, e influir fuertemente en la definición y selección de los problemas de la agenda científica

Justo Sierra citado por Quintana (2010), declara que “La Universidad tiene por función crear hombres de ciencia, hombres de saber en toda la extensión de la palabra, hombres que puedan adquirir los más altos elementos de la ciencia humana, para propagarla y crearla”

Para Vallaey, (2015), la universidad orienta la producción del saber y las tecnologías, influye en la definición de lo que se llama socialmente “Verdad, Ciencia, Racionalidad, Legitimidad, Utilidad, Enseñanza, etc.” Incentiva (o no) la fragmentación y separación de los saberes al participar en la delimitación de los ámbitos de cada especialidad. Articula la relación entre tecnociencia y sociedad, posibilitando (o no) el control social de la ciencia. Genera actitudes como el elitismo científico, la “expertocracia” o al contrario promueve la democratización de la ciencia. Influye finalmente sobre la definición y selección de los problemas de la agenda científica.

### Cuerpos Académicos

Al amparo de las reglas de operación de PRODEP (DOF, 2014), se define a los CA (Cuerpos Académicos) como grupos de PTC (profesores de Tiempo Completo) que comparten una o varias líneas de generación de conocimiento, investigación aplicada o desarrollo tecnológico e innovación en temas disciplinares o multidisciplinares y un conjunto de objetivos y metas académicas. Adicionalmente atienden los programas educativos (PE) afines a su especialidad en varios tipos.

La investigación colegiada o en equipo fomenta la capacidad institucional para generar o aplicar el conocimiento; identificar, integrar y coordinar los recursos intelectuales de las instituciones en beneficio de los programas educativos y articular esta actividad con las necesidades del desarrollo social, la ciencia y la tecnología en el país.

Importante resulta no perder el objetivo general del PRODEP (DOF, 2015) que es el de contribuir a asegurar la calidad de los aprendizajes en la educación, a través de la formación integral de todos los grupos de la población mediante esquemas de formación, actualización académica, capacitación e/o investigación al personal docente, personal técnico docente, personal con funciones de dirección, personal con funciones de supervisión, personal docente con funciones de asesoría técnica pedagógica, PTC y CA.

Así pues, el objetivo específico del programa, es el de profesionalizar a las/los PTC, ofreciendo las mismas oportunidades a mujeres y hombres para acceder a los apoyos que otorga el Programa, a fin de que alcancen las capacidades de investigación-docencia, desarrollo tecnológico e innovación y con responsabilidad social; se articulen y consoliden en CA y con ello generen una nueva comunidad académica capaz de transformar su entorno.

Para el logro de lo anterior, el PRODEP ofrece a los PTC distintos apoyos que las instituciones pueden capitalizar. En la práctica, el logro de estos apoyos, se torna un tanto complicado para la planta docente de la UTCJ, pues si bien es cierto que cualquier PTC puede decidir participar en las convocatorias anuales del PRODEP, también es cierto que para tener éxito se requiere tener una formación mínima como investigador.

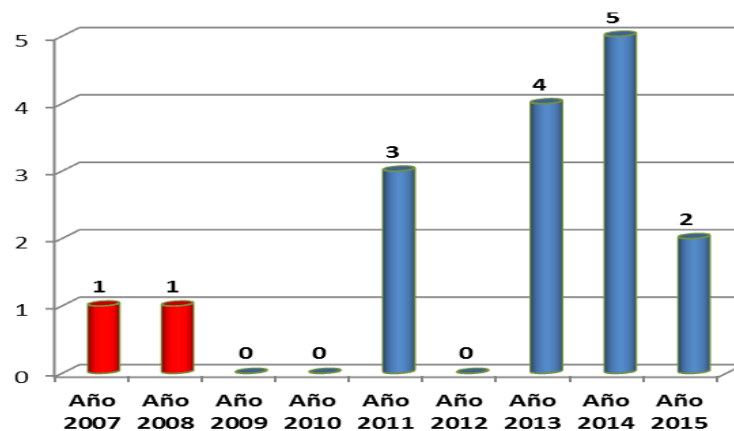
En la actualidad, la UTCJ cuenta con catorce CA, todos ellos en formación y cada uno de ellos con al menos una línea innovadora investigación aplicada y desarrollo tecnológico (LIADT). De acuerdo a con sus líneas de investigación, estos CA se enfocan a las áreas de desarrollo tecnológico, desarrollo económico y desarrollo organizacional.

Algunos de ellos, han logrado establecer una vinculación con el sector productivo con la finalidad de coadyuvar a dar solución a diversas problemáticas que se presentan justamente en el sector productivo regional.

En cuanto a la creación de los CA, se ha buscado que estos respondan a las demandas que tiene el sector productivo, así como también la búsqueda de nuevo conocimiento.

No ha sido tarea fácil para la institución, pues entre otras problemáticas, se encuentra el grado de habilitación de la planta docente, que es entendida como la capacidad para la investigación que tienen los integrantes de los CA.

**Gráfico 1** Situación actual de los CA en la UTCJ



Fuente: Departamento de Desarrollo Académico de la UTCJ



**Tabla 1** Habilitación de la planta docente de la UTCJ

	2012	2013	2014	2015	2016
	Absolutos				
PTC	133	135	149	142	142
PTC con posgrado	67	76	99	101	102
PTC con posgrado en el área disciplinar de su desempeño	49	54	80	83	83
PTC con doctorado	0	1	4	2	3
PTC con doctorado en el área disciplinar de su desempeño	0	1	2	2	2
PTC con Perfil	17	27	33	41	41
PTC en el S.N.I.	0	0	0	0	0
CAC	0	0	0	0	0
CAEC	0	0	0	0	0
CAEF	3	4	8	14	14

Fuente: Departamento de Desarrollo Académico de la UTCJ

### Sujeto estratégico institucional

Considerando la importancia que la gestión del conocimiento-investigación y la transferencia del conocimiento debe tener en las IES como parte fundamental de su quehacer diario, es que la UTCJ empieza a concebir y a adoptar como figura estratégica al Representante Institucional ante el Programa (RIP), no tan solo para que este sea un enlace entre el PRODEP y la institución como se señala en las reglas de operación, persona de la propia Institución de Educación Superior (IES), designada por el/la Titular de cada institución con la finalidad de ser el enlace entre ésta y el Programa, (DOF, 2015). Lo anterior de acuerdo a que, en nuestro parecer institucional, el RIP debería ser una figura estratégica y no de simple operación.

Desde la aplicación del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP), en 1996, hoy PRODEP, se han producido una serie de cambios en las IES públicas, que abarcan desde el empleo de una nueva terminología, hasta el empleo de modelos, y prácticas, que en no pocos casos se traducen en una nueva cultura en la vida universitaria, sin dar tiempo a la necesaria reflexión sobre el sentido y alcances de estos cambios (Castañeda, 2010). Sin duda alguna, la evolución que ha tenido el PRODEP, en cuanto al número de IES adscritas es innegable, la cobertura de atención del Programa se extiende a 730 IES. Sin embargo, no podemos regirnos tan solo por el número de universidades adscritas al Programa, tendríamos que analizar el número de beneficiados por cada IES, así como el impacto de la investigación y transferencia de conocimiento.

### 7.4 Metodología

La naturaleza de la investigación fue cuantitativa, toda vez que se tomaron en cuenta los resultados del desempeño de los docentes investigadores de la universidad. El carácter de la investigación fue con un diseño no experimental ya que no se manipuló la variable de estudio y se trabajó sobre situaciones o hechos ya existentes. El diseño fue No Experimental Transaccional Descriptivo, se desarrolló en tiempo específico. Se describe a través de los hallazgos la percepción que tienen los docentes investigadores. El método fue deductivo con un procedimiento de muestras en cual se analizó estadísticamente. El modo será de campo con apoyo bibliográfico. El trabajo de investigación se realizó en la Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez entre marzo y abril 2016.

La población de interés con la que se trabajó fueron los docentes investigadores de la UTCJ. El marco muestral se tomó de la base de datos de la UTCJ, identificando a los docentes investigadores. El tamaño de la población es de 142 PTC, el tamaño de la muestra fue de 76 PTC, es decir que se encuestó al 53.21%. Se aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, con seis alternativas de respuesta. La confiabilidad fue de .970 calculada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach.

## 7.5 Resultados

Se entrevistaron a 76 docentes investigadores de los once PE que oferta la UTCJ. Respecto a la antigüedad de los encuestados, se observó que el 57% de la muestra está integrado por PTC con una antigüedad menor a seis, el 17% tiene entre 7 y 10 años, el 13% tiene entre 11 y 14 años y el 5% tiene una antigüedad de 15 años y más. Datos perdidos 8%.

En relación a Cuerpos Académicos, se observó que el 46% dijo pertenecer a un CA, mientras que el 54% dijo no ser integrante de ningún CA.

En referencia al Perfil Deseable (PD) PRODEP, se observó que 37% dijo ser PD PRODEP, mientras que el 63% dijo no ser PD PRODEP.

Respecto a formar parte del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), se observó que el 97% dijo no ser SNI, mientras que el 3% dijo ser parte. Sin embargo este dato se contrapone con la Tabla 2. Habilitación de la planta docente de la UTCJ, ya que el Departamento de Desarrollo Académico no tiene registro de algún PTC que pertenezca al SNI.

En cuanto al género, se observó que el 51% de encuestados son hombres y el 49% mujeres. En cuanto a la edad, el 21% de los encuestados son menores de 33 años, el 18% tienen entre 33 y 37 años, el 12% tienen entre 38 y 42, el 19% tienen entre 43 y 47, el 16% tienen entre 48 y 52, el 8% tienen entre 53 y 57 y el 5% tienen 58 y más. Datos perdidos 1%. En referencia a las LIIADT, su orientación hacia el desarrollo social y la sostenibilidad ambiental, y la participación que tiene el sector el sector productivo en ellas, se observó, que el 62% de los PTC no consideran al sector productivo en la generación de las LIIADT por consiguiente éstas no se encuentran enfocadas hacia el desarrollo social y a la sostenibilidad del entorno.

En cuanto a la función de investigación, se observó que los mismos PTC determinan por iniciativa propia los proyectos de investigación, el 35% no toma en cuenta las necesidades del sector productivo, lo cual limita la pertinencia social y por ende el desarrollo del entorno. Lo anterior impacta en una escasa vinculación con el sector productivo perdiéndose de vista el objetivo del trabajo colegiado que realizan los CA, y cuya finalidad es la de coadyuvar a dar solución a diversas problemáticas desde un área de conocimiento específico o bien multidisciplinar. En lo que respecta a la promoción de investigaciones socialmente útiles, se concluye que la universidad no cuenta con un sistema de promoción de las capacidades de los CA para dar solución a problemáticas del sector productivo, sino que son los mismos investigadores quienes, a través de sus propios intereses, logran promocionar sus potencialidades y vincularse con el entorno a través de distintos organismos.

Con relación a la disposición de la universidad en cuanto al seguimiento de las políticas públicas, identificación y análisis de las problemáticas que presenta el entorno, para proponer y ofrecer respuestas académicamente fundamentadas a través de sus docentes investigadores, el 70% de los encuestados consideran que no existe esta disposición. Lo anterior podría relacionarse con el hecho de que los mismos investigadores los que determinan sus investigaciones de acuerdo a su muy personal interés.

En cuanto a la capacidad de la universidad de promover y estimular el dialogo entre investigadores y decisores políticos, el 85% de los docentes respondieron que lo anterior no existe. Aunado a lo anterior, y en materia de capacitación en investigación para docentes investigadores, se observó que el 38% de los encuestados consideran no tener las herramientas para generar investigación, mientras que el 34% aseguran estar medianamente capacitado; el 28% restante considera que la universidad les provee de capacitación. Otros resultados revelan, que un 25% de los docentes investigadores no incorporan sistemáticamente alumnos en proyectos y programas de investigación. Por tanto la generación de recurso humano para la investigación no se está generando.

## 7.6 Conclusiones

Sin duda alguna el resultado de la investigación permite ver que la UTCJ tiene una amplia área de oportunidad en materia de responsabilidad social universitaria, la gestión del conocimiento-investigación y transferencia del conocimiento. La universidad se enfrenta a un desafío matizado por retos y dificultades que debe sortear para lograr una RSU holística en la investigación.

Como parte de su planeación estratégica, la institución podría realizar algunos planteamientos sólidos en materia de investigación, RSU, vinculación universidad-sector productivo (entorno), transferencia tecnológica y del conocimiento conjuntando todo lo anterior y apoyado por una figura estratégica del lado de la institución que acompañe y marque pautas de desempeño, sus CA y los docentes investigadores en general

Por otro lado, la investigación denota que no existe una conexión estrecha entre el entorno y la universidad, por varios motivos, entre ellos, el que la investigación en la UTCJ se realiza basada en los intereses de los mismos investigadores sin tomar en cuenta las necesidades del sector productivo, la falta de seguimiento de las políticas públicas, identificación y análisis de las problemáticas que presenta el entorno.

Otra área de oportunidad la encontramos en la capacidad académica, en la necesidad que existe de formar investigadores multidisciplinarios que permitan la generación de nuevo conocimiento para la solución de problemas del entorno.

Concluimos esta investigación diciendo que en la UTCJ existe desarticulación de las actividades y funciones, una cultura débil y una ausencia de políticas institucionales en materia de RSU, la gestión del conocimiento-investigación y transferencia del conocimiento. Sin duda, esta investigación abre la posibilidad de atender y sobreponerse a las demandas del entorno a través de los cuerpos colegiados y los docentes investigadores.

## 7.7 Referencias

Abarca, R. R. (2011). La universidad vive el paradigma de la responsabilidad social. I Congreso Responsabilidad Social Universitaria "Víctor Martín Fiorino", 3-18. Obtenido de La Universidad vive el paradigma de la responsabilidad social: <http://www.ucsm.edu.pe/rabarcaf/documentos/UnivResSoc.pdf>

AUSJAL Responsabilidad Social Universitaria. (s/f marzo de 2009). Políticas y sistemas de autoevaluación y gestión de la responsabilidad social universitaria en AUSJAL . Córdoba, Argentina: Alejandría Editorial. Obtenido de Políticas y sistema de autoevaluación y gestión de la Responsabilidad Social Universitaria en AUSJAL: <http://www.ausjal.org>

Castañeda, J. (2010). Los Cuerpos Académicos del PROMEP. Una mirada desde los académicos. Estudio introductorio (Primera ed.). (J. B. Castañeda Cortés, Ed.) Culiacán, Sinaloa, México: Universidad Autónoma de Sinaloa.

DOF. (27 de Diciembre de 2014). ACUERDO número 23/12/14 por el que se emiten las Reglas de Operación del Programa para el Desarrollo. Obtenido de [http://ds.a.sep.gob.mx/pdfs/Reglas\\_2015.pdf](http://ds.a.sep.gob.mx/pdfs/Reglas_2015.pdf)

DOF. (31 de Diciembre de 2015). ACUERDO número 24/12/15 por el que se emiten las Reglas de Operación del Programa para el Desarrollo. Obtenido de [http://dsa.sep.gob.mx/pdfs/Reglas\\_2016.pdf](http://dsa.sep.gob.mx/pdfs/Reglas_2016.pdf)

Drucker, P. (1996). Drucker su visión sobre: la administración, la organización basada en la información, la economía, la sociedad. Obtenido de <https://books.google.com.mx/books?id=C0Nol4DipbMC&pg=PA78&lpg=PA78&dq=%22para+que+la+organizacion+cumpla+con+una+alta+norma+de+desempe%C3%B1o,+sus+miembros+tienen+que+crear+que+lo+que+ella+est%C3%A1+ha+ciendo+es&source=bl&ots=TfwQIvwMjc&sig=fpVwqx-O6OZC2PCD>

Equipo Coordinador Universidad: Construye País. (s/f julio de 2004). [www.rsu.uninter.edu.mx](http://www.rsu.uninter.edu.mx). Obtenido de Universidad: Construye País: [http://www.rsu.uninter.edu.mx/doc/herramientas\\_RSU/ObservandolaRSU.pdf](http://www.rsu.uninter.edu.mx/doc/herramientas_RSU/ObservandolaRSU.pdf)

Fernández, S., Otero, L., Rodeiro, D., & Rodríguez, A. (26 de 04 de 2015). Las patentes universitarias: un motor de emprendimiento. Obtenido de Las patentes universitarias: un motor de emprendimiento: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/emprendimiento.pdf>

Gaete, R. (2011). La Responsabilidad Social Universitaria como desafío para la gestión estratégica de la Educación Superior: El caso de España. *Revista de Educación*, 355, 109-133.

- Infoamérica. (marzo de 2015). [www.infoamerica.org](http://www.infoamerica.org). Obtenido de Robert Maynard Hutchins (1899-1977): <http://www.infoamerica.org/teoria/hutchins1.htm>
- Kliksberg, B. (s/f febrero de 2009). [www.econo.unlp.edu.ar](http://www.econo.unlp.edu.ar). Revista CLAD Reforma y Democracia, 63-82. Obtenido de [http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/los\\_desafios\\_eticos\\_pendientes\\_en\\_un\\_mundo\\_paradojal\\_bernardo\\_kliksberg.pdf](http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/los_desafios_eticos_pendientes_en_un_mundo_paradojal_bernardo_kliksberg.pdf)
- Kliksberg, B. (febrero de 2015). [www.rsu.uninter.edu.mx](http://www.rsu.uninter.edu.mx). Obtenido de Se Necesitan Gerentes Éticos. La Era Post Enron : <http://www.rsu.uninter.edu.mx/doc/Kliksberg.pdf>
- Mujica, M., Machado, F., & Riera, P. (2006). Responsabilidad Social Empresarial, Desarrollo Sustentable Y Capital Social: Su Discurso en las Escuelas Universitarias de Gerencia. En M. Mujica, Responsabilidad Social: Su inherencia con las MicroPyMEs, el Turismo y las Escuelas Universitarias de Gerencia (pág. 51). Valencia, Venezuela: Universidad de Carabobo.
- Muñoz, C. (mayo de 2012). Responsabilidad Social Universitaria: Aportes al enriquecimiento del concepto desde la dimensión de las prácticas. Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación IUDC-UCM, 9.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (marzo de 2015). [www.unesco.org](http://www.unesco.org). Obtenido de Observatorio de Responsabilidad Social para América Latina y el Caribe: [http://www.unesco.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2479&Itemid=644&lang=es](http://www.unesco.org/index.php?option=com_content&view=article&id=2479&Itemid=644&lang=es)
- Quintana, E. A. (2010). Cien años de conciencia crítica en México: La UNAM. México, D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Derecho.
- Quintana, M. R. (2011). Conceptos de responsabilidad en los índices de responsabilidad social universitaria. En M. d. Guerra González, & R. Mendoza Valdés, Enfoque ético de la Responsabilidad Social Universitaria (págs. 15-53). México D.F.: Torres Asociados.
- Ramos, C. (2012). Cultura innovativa para la universidad de servicio en el marco de la responsabilidad social universitaria. *Opción*, 287-302.
- Salvador, J. L. (2011). La responsabilidad universitaria en la enseñanza y reflexión del conocimiento. En M. d. Guerra González, & R. Mendoza Valdés, Enfoque ético de la Responsabilidad Social Universitaria (pág. 125). México, D.F.: Torres Asociados.
- Vallaey, F. (2007). [www.responsable.net](http://www.responsable.net). Obtenido de Responsabilidad Social Universitaria: Propuesta para una definición madura y eficiente: [http://www.responsable.net/sites/default/files/responsabilidad\\_social\\_universitaria\\_francois\\_vallaey.pdf](http://www.responsable.net/sites/default/files/responsabilidad_social_universitaria_francois_vallaey.pdf)
- Vallaey, F. (2008). "Responsabilidad Social Universitaria": una nueva filosofía de gestión ética e inteligente para las universidades. *Educación Superior y Sociedad*, 198-219. Obtenido de "Responsabilidad Social Universitaria": una nueva filosofía de gestión ética e inteligente para las universidades" : [file:///C:/Users/user/Downloads/ess\\_septiembre\\_13\\_nro2\\_2008.pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/ess_septiembre_13_nro2_2008.pdf)
- Vallaey, F. (28 de Marzo de 2015). <http://rsuniversitaria.org>. Obtenido de Breve Marco Teorico de la Responsabilidad Social universitaria: <http://rsuniversitaria.org/web/images/stories/BreveMarcoTeodelaResponsabilidadSocialUniv.pdf>
- Vallaey, F., De la Cruz, C., & Sasia, P. M. (2009). Responsabilidad Social Universitaria, Manual de primeros pasos. México: Mc. Graw Hill, Banco Interamericano de Desarrollo. Obtenido de Responsabilidad Social Universitaria: Manual de primeros pasos: <http://publications.iadb.org/handle/11319/245?locale-attribute=es>

## **Evaluación por la innovación y la responsabilidad social universitaria**

### **Evaluation for innovation and university social responsibility**

MORENO-ELIZALDE, M. L.<sup>1</sup>

*Universidad Juárez del Estado de Durango, Facultad de Economía, Contaduría y Administración, Fanny Anitúa y Priv. Loza S/N, Col. Los Ángeles C.P. 34,200 Durango, Dgo. México*

ID 1° Autor: María Leticia Moreno-Elizade/ **ORC ID:** 0000-0002 7712-9502, **Researcher ID Thomson:** D-9204-2018, **arXiv ID:** Leticia\_1955, **CVU CONACYT-ID:** 814185

M. Moreno

letymoreno@ujed.mx

M. Moreno & D. Arrieta (eds.). Gestión de las Organizaciones desde la Responsabilidad Social. Proceedings-©ECORFAN-México, Durango, 2018.

## Resumen

Este estudio pretende profundizar en el modo en que las universidades puedan avanzar hacia instituciones más innovadoras y responsables socialmente. Se comienza delimitando los conceptos de responsabilidad social e innovación social según la literatura.

Asimismo, se presenta un análisis de modelo de evaluación para que las universidades conozcan el grado de desarrollo con respecto a su implicación social. Se describe después la metodología de este modelo de innovación social universitaria responsable que tiene en cuenta cuatro dimensiones primordiales: Campus responsable, Formación profesional y ciudadana, Gestión del conocimiento y Participación social; proporcionando insumos para tomar decisiones de mejora. Finalmente, se presentan las conclusiones.

## Universidades, Implicación Social, Decisiones de Mejora

### 8 Introducción

Vallaey (2013) afirma que la RSU no es un modelo acabado para copiar y replicar fielmente, por lo que no existe aún la posibilidad de proponer una “norma de responsabilidad social universitaria”. No es en sí misma una metodología de excelencia en la gestión, sino que aporta un nuevo campo de evaluación, actuación y aprendizaje para la universidad; y que a vez posibilita dinámicas de cambio sustancial hacia una mejor responsabilidad social del conjunto de la universidad; cambios en los comportamientos de las personas, lo que valoran, hacen y comunican; en la información institucional que se recopila y en cómo se utiliza para progresar; y en las metas y estrategias de largo plazo; y en qué forma se organiza la institución para realizarlas.

El estudio que se presenta, tiene como objetivo presentar un análisis documentado y descriptivo sobre la necesidad que tienen las universidades de adoptar un modelo de evaluación guiado, como es la propuesta de evaluación planteada por Vallaey, de la Cruz y Sasia (2009), basada en cuatro ejes de responsabilidad social: Campus responsable, Formación profesional y ciudadana, Gestión social del conocimiento y Participación social. Este modelo proporciona a las universidades con instrumentos que evalúan los cambios experimentados internamente, y particularmente su impacto social. Una apuesta por valores sociales concretos; y una visión de proceso, cuyo análisis permita que la comunidad universitaria reflexione sobre los resultados, y decida sobre las mejoras a implementar en el futuro.

Este estudio plantea reflexiones respecto a los ámbitos de evaluación; la naturaleza de la información recopilada; los tipos de evaluación; dimensiones e indicadores analizados. Las dimensiones e indicadores ofrecen un marco de evaluación fundamentado en el análisis teórico a adaptarse para su aplicación en los procesos de evaluación y autodiagnóstico sobre el compromiso social por cualquier institución universitaria interesada. Se describen los antecedentes, se presenta la metodología de este modelo de innovación social universitaria responsable que tiene en cuenta cuatro dimensiones primordiales. Finalmente, se presentan las conclusiones.

En las últimas décadas, gracias a las declaraciones internacionales sobre la educación superior de la UNESCO (1998) ha aumentado la sensibilización de las universidades con respecto a su responsabilidad de poner al servicio de toda la comunidad sus conocimientos y recursos. Como determina la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI (UNESCO, 1998), es deber de las instituciones de educación superior realizar un análisis interdisciplinario y transdisciplinario de los desafíos con los que se enfrenta la sociedad para, de esta manera, afrontarlos y contribuir a su erradicación y al desarrollo social y humano (Corbett, 2008).

Este mandato se reitera en la Declaración de la Conferencia Mundial de Educación Superior (2009), donde se hace hincapié en el liderazgo y responsabilidad social de las universidades que, a través de sus funciones principales, de docencia, investigación y extensión, fomente un conocimiento profundo de la complejidad de los problemas actuales de la sociedad, y que proporcione la formación en las capacidades humanas necesarias para contribuir a garantizar los derechos humanos, entre ellos, la equidad de género, la paz, el bienestar y el desarrollo sustentable (UNESCO, 2009).

A su vez, la Estrategia Europea 2020 hace hincapié en el hecho de promover tres tipos de crecimiento como base de la economía: el crecimiento inteligente, es decir, el conocimiento y la innovación; el crecimiento sostenible, uso más eficaz y ecológico de los recursos; y el crecimiento integrador, que fomente un alto nivel de empleo, a la vez que la cohesión social y territorial.

La Estrategia Europa 2020 marca la pauta de acción de las instituciones de educación superior europeas con el objetivo de lograr que Europa se convierta en una economía basada en el conocimiento, que crezca de forma sostenible y mejore su cohesión social. Asimismo, la Estrategia de Lisboa 2000 insta a responder de forma eficaz a los desafíos sociales fomentando la creatividad para lograr soluciones innovadoras y un mejor uso de los recursos disponibles (European Communities, 2011).

Según sostiene Furco (2010), una forma de institucionalizar las iniciativas universitarias de compromiso social es integrarlas dentro de los tres pilares académicos fundamentales, la docencia, la investigación y la extensión o servicio a la comunidad. No obstante, dicha institucionalización debe ir unida a la implementación de procesos de evaluación que permitan a los miembros de la comunidad universitaria reflexionar sobre lo realizado y sus impactos, y tomar decisiones de mejora. Este es el único modo en que la universidad pueda no solo avanzar en su responsabilidad con la sociedad, sino que legitime su rol como institución, y su labor académica (Vallaey, 2014).

## **8.1 Descripción del problema**

Entendemos que asumir el compromiso de responsabilidad social es, para una universidad, un proceso permanente de mejora continua, donde las universidades puedan responsabilizarse por sus vínculos e impactos sociales.

Sin embargo, La responsabilidad social es un área todavía en construcción; por lo que es necesario que las universidades empiezen a reflexionar y realizar evaluaciones y autodiagnósticos sobre la manera como responden a la sociedad mediante el desarrollo de su misión, y cómo pueden incorporar medidas que permitan mejorar y hacer significativa su contribución para una sociedad más justa y sostenible. Así como responsabilizarse de los impactos de su misión de formación, investigación y participación en la sociedad. Por lo que igualmente se busca poder dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo influiría la cultura de evaluación en la gestión de responsabilidad universitaria para que las universidades institucionalicen las acciones en relación al compromiso social, y reflexionen sobre cómo mejorar la labor universitaria?

## **8.2 Objetivo**

Presentar un análisis documentado y descriptivo de la importancia de que las universidades adopten modelos de evaluación guiados por la propuesta de evaluación planteada por Vallaey, de la Cruz y Sasia (2009), basada en cuatro dimensiones de responsabilidad social: Campus responsable, Formación profesional y ciudadana, Gestión social del conocimiento y Participación social.

Esto ayudará a que las universidades institucionalicen las acciones en relación al compromiso social, y asuman una cultura de evaluación que no sólo rinda cuentas de lo realizado, sino que utilice sus resultados para la reflexión conjunta sobre cómo mejorar la labor universitaria.

## **8.3 Revisión Literaria**

La innovación social

La innovación social es un proceso para lograr un nuevo modelo, no sólo dirigido a la creación o mejora de productos y servicios, sino también a la contribución a las mejoras sociales. Se hace hincapié, por tanto, en la contribución que dichas innovaciones deben tener para la sociedad. El objetivo fundamental debe ser solucionar un problema social. Dicha solución suele ser creativa, ingeniosa y responde de una forma novedosa a los desafíos de la realidad social en la que vivimos. De esta manera, las innovaciones sociales se caracterizan por satisfacer necesidades de la sociedad y, a su vez, tejer redes y colaboraciones sociales (Villa y Lopez, 2012).

Esta idea de innovación social no se refiere a algo puntual, sino que es un proceso, que durante un extenso periodo de tiempo pasa por distintas etapas: germinación de ideas, materialización, logro de primeros resultados, institucionalización, y definitivamente, su meta, la transformación social (Murray, Cavlier-Grice y Mulgan, 2010).

De esta manera, las innovaciones empoderan a la sociedad, fomentando sus capacidades para la acción. No obstante, las respuestas que dichas innovaciones den a los problemas y necesidades sociales deben ser eficaces, eficientes, sostenibles y justas. Deben ser eficaces, es decir, que logren los objetivos planteados. Deben ser eficientes, en otras palabras, sin despilfarros de recursos. Deben ser sostenibles, desde dos principios, que perduren en el tiempo y que sean respetuosas con el medio ambiente. Deben ser justas y equitativas, cuyo objetivo último sea conseguir la justicia social. Y finalmente, deben tener un valor añadido, que en vez de considerar los intereses particulares velen por beneficiar a la sociedad en su conjunto (Villa y López, 2012).

Un aspecto fundamental de toda innovación social es que esté envuelta en un continuo proceso de evaluación. De esta manera, no solo se rinde cuentas de lo realizado, sino que también se logra información que permita tomar decisiones sobre los pasos a dar en el corto, medio y largo plazo para lograr de la forma más idónea los objetivos planteados (Murray et al., 2010). Esta idea también es fundamental dentro del concepto de responsabilidad social que se describe a continuación.

### La responsabilidad social

En el ámbito universitario, la responsabilidad social plantea que la universidad debe utilizar su influencia para transformar la sociedad, particularmente hacia aquellos ámbitos que se encuentran en situación de mayor vulnerabilidad social y económica (De la Cruz y Sasía, 2008).

La comunidad académica debe fomentar la justicia social, la solidaridad, la equidad, y el respeto por el medio ambiente; en definitiva, el desarrollo humano sustentable y sostenible (AUSJAL, 2009; Parra, 2005). Sin embargo, esto no puede ser posible si no se cuenta con una política y una gestión universitaria socialmente responsable que articule y dé coherencia a todos los pilares fundamentales de la institución: el pedagógico, el epistemológico, el de acción social y el organizativo (Vallaes, de la Cruz y Sasía, 2009).

Por ello, la responsabilidad social se define como un eje transversal de la labor académica que educa al alumnado para que sea solidario y socialmente responsable; investigue construyendo conocimientos al servicio de la sociedad; y promueva capacidades y acciones en pro de la justicia, los derechos humanos y la dignidad de las personas. En definitiva, una universidad socialmente responsable debe formar a ciudadanos y ciudadanas que contribuyan al bien de la comunidad (García, 2010).

Según Vallaes (2014) es necesario que la universidad comprenda que su compromiso ético es una respuesta obligada hacia la sociedad y no una opción. Por ello, manifiesta que las instituciones de educación superior deben asumir su responsabilidad por los impactos sociales y medioambientales que ejercen tanto en su ámbito interno, como hacia el entorno. En lo referente a su organización, las universidades deben medir sus impactos laborales y los ambientales, dentro y fuera de la institución. Con respecto a lo académico, deben evaluar los impactos educativos, relativos a la formación del alumnado; y los impactos cognitivos, generados por la investigación.

La aportación de Vallaes pone el énfasis en la preocupación por los resultados que las acciones universitarias tienen en su entorno social y ambiental. Además, la reflexión sobre estos impactos con objetivo de mejorarlos es lo que legitima la acción de la propia universidad y el conocimiento que genera.

Este planteamiento va a ser central en el modelo de evaluación que se presenta a continuación, ya que en su gran mayoría, no se centran únicamente en medir resultados, sino también en fomentar el análisis y la reflexión sobre ellos para implementar mejoras en la acción universitaria.

### Modelo de evaluación para las universidades

La evaluación debe centrarse en aquellos aspectos que han funcionado, los motivos por los que se logró, y el contexto en que dieron frutos.



Además, debe detectar los resultados esperados y los no esperados, y proporcionar información a la comunidad académica para que tomen decisiones para implementar mejoras a largo plazo en los cuatro ámbitos de la vida académica: docencia, investigación, relación con el entorno y organización (Vallaeyts et al., 2009).

Se han recopilado procesos de auto-evaluación, donde la propia comunidad universitaria analiza su situación y toma decisiones de mejora. Estas pueden conllevar procesos dirigidos autónomamente por los miembros de la universidad (AUSJAL, 2009), o estar guiados por personas externas que facilitan momentos de reflexión y de toma de decisiones (Nef Consulting, 2009).

Se aprecia que los modelos más útiles tienen un carácter formativo, ya que fomentan la capacitación organizativa y la implementación de acciones de mejora.

Por ello, se recomienda que dichos procesos deben ser inclusivos, que favorezcan la participación amplia; holísticos, que considere los beneficios y costes tanto individuales como sociales; y sea interiorizado y legitimado por todas las personas involucradas, dentro y fuera de la institución universitaria (Koehn y Uitto, 2014).

El modelo de análisis, que se presenta a continuación, se centra en la revisión documental del Manual de Pasos de Responsabilidad Social Universitaria (Vallaeyts, de la Cruz y Sasía, 2009), que quiere contribuir a la tarea de pensar a la universidad desde la clave de su responsabilidad social. Este Manual presenta un conjunto de instrumentos que tiene como objetivo ayudar a las instituciones de educación superior, paso a paso y de manera sencilla, a evaluar de qué manera responden a la sociedad mediante el desarrollo de su misión, y cómo pueden incorporar medidas que permitan mejorar y hacer significativa su contribución para una sociedad más justa y sostenible.

Las herramientas presentadas en el Manual están pensadas para que una universidad pueda dialogar consigo misma, integrar sus diferentes áreas, funciones y personas, conocerse y colaborar mejor, en forma más solidaria y coherente.

El texto ofrece una oportunidad para iniciar un ciclo de mejora continua, lo cual significa organizarse para garantizar que se seguirá avanzando en el futuro.

Por lo tanto, este estudio analiza los cuatro ámbitos de la universidad dentro del el proceso de responsabilidad social:

- **Ámbito organizacional:** como una institución que opera en torno a un proyecto universitario, con una estructura que lo desarrolla y unas políticas concretas que lo promueven. Una institución, además, que consume, contrata, genera residuos, etcétera.
- **Ámbito educativo:** como una institución que se encarga de la formación de sus estudiantes, con una vocación profesionalizante y cívica.
- **Ámbito del conocimiento:** como una institución que investiga, que produce saber y lo transmite.
- **Ámbito social:** como una institución que forma parte de la sociedad e interactúa con otros agentes, colectivos y comunidades, tanto a nivel local como global.

A partir de estos cuatro ámbitos de actuación, este Manual propone una metodología basada en un proceso de mejora continua. No es en sí misma una metodología de excelencia en la gestión, sino que aporta un nuevo campo de evaluación, actuación y aprendizaje para la universidad.

## 8.4 Metodología

La metodología propuesta por Vallaeyts, de la Cruz y Sasía (2009) sobre la evaluación de efectividad de la relación de la universidad con la sociedad, comprende cuatro pasos que se muestran en la Figura 1.

**Figura 1** Los cuatro pasos de la responsabilidad social de la universidad

Fuente: Vallaeys, de la Cruz y Sasia (2009)

Como metodología centrada en el autoaprendizaje institucional y la mejora continua, las herramientas del autodiagnóstico recopilan tres tipos de información:

- Las percepciones de los actores internos a la universidad (indicadores cualitativos).
- Los resultados de desempeño de la universidad (indicadores cuantitativos).
- Las expectativas de los grupos de interés externos a la universidad (opiniones y sugerencias).

Esto tiene como intención tratar que la información recopilada pueda ser útil a la universidad para cumplir con su proceso de responsabilidad social, al contrastar los resultados con su propia misión y visión. Las herramientas de análisis de percepciones de los actores internos a la universidad se dividen en grupos focales y encuestas.

La dinámica del grupo focal permite motivar a la reflexión y el diálogo, ahondar en las razones por las cuales las personas perciben lo que perciben y piensan lo que piensan, y recoger no sólo datos cualitativos sino también las sugerencias de la misma comunidad universitaria. La Figura 2 muestra una breve descripción de las herramientas de investigación.

Las encuestas permiten lograr una mayor representatividad estadística en la recopilación de opiniones y sirven para comparar en el tiempo la evolución de las percepciones de la comunidad universitaria, lo que es útil para comprobar la efectividad de los proyectos emprendidos. Por su parte, los instrumentos han sido validados en su creación por grupo de expertos y en su aplicación en diferentes universidades latinoamericanas.

Contiene afirmaciones positivas y un formato de respuesta tipo Likert con cinco opciones ascendente: 1: totalmente en desacuerdo, 2: en desacuerdo, 3: parcialmente en desacuerdo, 4: parcialmente de acuerdo, 5: de acuerdo, 6: totalmente de acuerdo.

**Tabla 1** Herramientas de investigación

Ejes de responsabilidad social	Sujetos de investigación	Instrumentos	Indicadores
Campus responsable	Estudiantes	Encuesta	Cuantitativos
	Docentes	Encuesta	Cuantitativos
	Administrativos	Encuesta	Cuantitativos
Formación profesional ciudadana	Estudiantes	Encuesta	Cuantitativos
	Docentes	Encuesta	Cuantitativos
Gestión social del conocimiento	Docentes investigadores	Encuesta	Cuantitativos
Participación social	Estudiantes	Encuesta	Cuantitativos
	Docentes de extensión	Encuesta	Cuantitativos

Fuente: Elaboración propia, tomado de Valleys et al. (2009)

Por su parte, las dimensiones que se analizan se refieren a los cuatro ejes de responsabilidad social que corresponden a las cuatro áreas de impacto:

1. **Campus responsable:** implica la gestión socialmente responsable de la organización y sus procedimientos institucionales; del clima laboral, el manejo de los recursos humanos, los procesos democráticos internos y el cuidado del medio ambiente. Los indicadores analizados en esta dimensión son: valores de buen trato interpersonal, democracia, transparencia, buen gobierno, respeto de los derechos laborales, prácticas ambientales sostenibles, etc., los miembros de la comunidad universitaria aprenden, interiorizan y comparten normas de convivencia éticas.
2. **Formación profesional y ciudadana:** es la gestión socialmente responsable de la formación académica (en su temática, organización curricular, metodología y propuesta didáctica). Los indicadores analizados en esta dimensión son: la orientación curricular en relación estrecha con los problemas reales (económicos, sociales, ecológicos) de la sociedad y esté en contacto con actores externos involucrados con dichos problemas.
3. **Gestión social del conocimiento:** es la gestión socialmente responsable de la producción y difusión del saber, la investigación y los modelos epistemológicos promovidos desde el aula. Los indicadores que tratan esta dimensión son sobre: orientar la actividad científica a través de una concertación de las líneas de investigación universitaria con interlocutores externos a fin de articular la producción de conocimiento con la agenda de desarrollo local y nacional, así como con los programas sociales del sector público.
4. **Participación social:** es la gestión socialmente responsable de la participación de la universidad en la comunidad. El objetivo se dirige a la realización de proyectos con otros actores de tal modo que se constituyan vínculos de capital social para el aprendizaje mutuo y el desarrollo social.

Los indicadores que se abordan en esta dimensión son: la relación con la sociedad, proyectos, y contribución al desarrollo del país; trabajos en red; incidencia en políticas públicas; y conocimiento académico popular.

En este sentido, las evaluaciones que recopilan información tanto cuantitativa como cualitativa suelen centrarse tanto en los procesos y los resultados internos a la universidad, como en los impactos que tienen en el exterior. Es decir, recopila datos cualitativos para evaluar indicadores estructurales y de eficiencia; y estadísticas donde se miden los resultados y las contribuciones, con el objetivo de comparar y analizar el modo en que las universidades responden al objetivo nacional del compromiso social y económico.

Por ello, en el caso de intentar comprender realmente el fenómeno educativo, este modelo de evaluación (Vallaey, de la Cruz y Sasía, 2009), incorpora datos cualitativos. Esto permite comprobar los resultados cuantitativos y enriquecer el análisis a través de la triangulación de métodos y perspectivas. El uso de métodos mixtos facilita un conocimiento más profundo tanto del proceso, como de los resultados, y la relación entre ellos, poniendo hincapié en el contexto social y cultural.

Las evaluaciones centradas en factores internos analizan las propias estructuras universitarias. Sus objetivos son evaluar las acciones llevadas a cabo por la universidad para que se fomente la reflexión interna en la toma de decisiones sobre planes de mejora; proporcionar evidencias sobre buenas prácticas; clasificar y comparar los logros alcanzados por distintas universidades; y acreditar los avances realizados.

## 8.5 Conclusiones

En suma, este modelo de evaluación propuesto por Vallaey, de la Cruz y Sasía (2009) tiene como finalidad contar con tres aspectos principales que debe contemplar un modelo de evaluación en innovación y responsabilidad social universitaria: una idea de globalidad, donde no solo se consideran los resultados logrados dentro de la universidad, sino también el impacto en el entorno; una apuesta por valores sociales concretos, con respecto al compromiso social y medioambiental; y una visión de proceso, donde la propia evaluación proporciona insumos para la reflexión de los miembros de la comunidad educativa con miras a tomar decisiones de mejora.

Las dimensiones, indicadores y preguntas que propone ofrecen a la comunidad académica un marco de evaluación fundamentado en el análisis teórico que pueda ser adaptado para su aplicación en los procesos de evaluación y auto-evaluación que sobre responsabilidad e innovación social quieran llevar a cabo.

Con el objetivo de promover una cultura de evaluación y rendición de resultados respecto a la innovación y a la responsabilidad social para lograr la construcción de estrategias para un modelo de innovación social universitaria responsable en la educación superior; este Manual ofrece la realidad de acompañar a las universidades y otras entidades de educación superior en el diagnóstico de la efectividad de su relación con la sociedad. Esto con la finalidad de ayudar a las universidades que deseen institucionalizar la innovación social responsable como parte de los fundamentos de su acción universitaria.

La innovación social universitaria responsable en la universidad se entiende como una competencia organizativa desde sus ámbitos sustantivos (docencia, investigación, extensión y gestión) para transformarse y promover soluciones a los desafíos del entorno social y global. Estas respuestas novedosas a los problemas sociales y globales se construyen con la participación de sujetos y actores sociales, y con características de rapidez, pertinencia, eficiencia, sostenibilidad y justicia generando prioritariamente valor y transformación social. (Villa, 2013, p. 104).

Finalmente, varios elementos pueden ser claves para determinar las tres bases fundamentales para la construcción de un modelo de innovación social universitaria responsable:

- Visión de globalidad que tiene como objetivos:

El fomento de la competencia organizativa: una evaluación formativa que permita evaluar y tomar decisiones de mejora en relación a los cuatro pilares centrales del quehacer académico: la innovación social responsable en el currículo, en la investigación, en la extensión/ proyección social y en la gestión universitaria.

Énfasis en los factores externos, para promover transformaciones sociales. Dada la importancia de que la innovación social en la universidad haga una contribución en su comunidad, se ve necesario recabar información clara, tanto de naturaleza cuantitativa como cualitativa, de los resultados que la innovación universitaria tiene en la situación real de su entorno y en su población, y sus impactos a largo plazo.

- Un compromiso con respecto a valores sociales concretos, se hace una apuesta clara por determinados ámbitos sociales y ecológicos y sobre colectivos concretos, por encontrarse en situación de mayor vulnerabilidad.
- Una visión de proceso, que se materializa a través de:

Utilización de métodos mixtos de recogida de datos. Se diseñan dimensiones, indicadores y preguntas que recojan información cuantitativa y cualitativa. A cada respuesta, se solicita incluir documentación institucional adicional que permita completar la información dada.

Focalización en todos los hitos que caracterizan el proceso de innovación social. Se focaliza en los factores internos y externos, para analizar los *inputs*, los objetivos, los procesos, los *outputs*, los resultados y los impactos de las acciones implementadas.

Implicación de distintos actores sociales, para ello la universidad debe generar canales de participación interna, incluyendo particularmente a aquellos colectivos en riesgo de exclusión. A su vez, convoca a que la universidad tienda lazos de colaboración con instituciones y organizaciones comunitarias, y cree o participe en redes de colaboración y creación de conocimiento para la innovación social. Evaluación siguiendo criterios claros: en base a criterios de eficiencia, eficacia, sostenibilidad, justicia social, con miras al bien común de la sociedad.

## 8.6 Referencias

- AUSJAL. (2009). *Políticas y sistemas de autoevaluación y gestión de la Responsabilidad Social Universitaria*. Córdoba: Alejandría Editorial.
- Comisión Europea. (2010). *Europa 2020. Una estrategia para el crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Bruselas: Comisión Europea.
- Corbett, A. (2008). El rol de la Educación Superior para el desarrollo humano y social en Europa. En Global University Network for Innovation, GUNI (Ed.), *La Educación Superior en el Mundo 3. Educación Superior: nuevos retos y roles emergentes para el desarrollo humano y social* (pp. 240-258). Madrid: Mundi-Prensa.
- De la Cruz, C. y Sasía, S. (2008). La responsabilidad de la universidad en el proyecto de construcción de una sociedad. *Educación Superior y Sociedad. Nueva Época*, 13(2), 17-52.
- European Communities. (2011). *Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Furco, A. (2010). The Engaged Campus: Toward a Comprehensive Approach to Public Engagement. *British Journal of Educational Studies*, 58(4), 375-390. doi: 10.1080/00071005.2010.527656
- García, M. (2010). La misión de la universidad en y para el siglo XXI en los textos recientes de Benedicto XVI. *Estudios sobre Educación*, 18, 277-293.
- Koehn, P. H y Uitto, J. I. (2014). Evaluating sustainability education: lessons from international development experience. *Higher Education*, 67(5), 621-635.
- Ministerio de Educación. (2010). *Estrategia Universidad 2015. Contribución de las universidades al progreso socioeconómico español*. Madrid: Gobierno de España.
- Murray, R., Cavlier-Grice, J. y Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. NESTA, The National Endowment for Science Technology and the Arts, and Young Foundation.
- Nef Consulting. (2009). *Prove it! Toolkit*. New Economics Foundation Consulting. Extraído el 12 de abril de 2016, de <http://www.proveit.org.uk/downloads.html>.
- Parra, C. (2005). La universidad, institución social. *Estudios sobre Educación*, 9, 145-165.
- UNESCO. (1998). *World Declaration on Higher Education for the Twenty-First Century*. París: UNESCO.
- UNESCO. (2009). *World Conference on Higher Education: The New Dynamics of Higher Education and Research for Societal Change and Development*. París: UNESCO.
- Vallaey, F. (2014). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización. *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*, 5(12), 105-117. Extraído el 21 de febrero de 2016, <https://ries.universia.net/article/view/137/responsabilidad-social-universitaria-modelouniversitario-mercantilizacion>.
- Valleys, F., de la Cruz, C. y Sasia, P. (2009). *Responsabilidad-Social-Universitaria: Manual de Primeros Pasos*. Banco Interamericano de Desarrollo. México: Mcgraw- Hill Interamericana Editores.
- Villa, A. y López, A. L. (2012). La evaluación de la innovación social en las universidades: un primer acercamiento. En D. Montero y P. Fernández de Larrinoa (Eds.), *Calidad de vida, inclusión social y procesos de intervención* (pp. 305-328).

**Apéndice A. Consejo Editor Universidad Juárez del Estado de Durango**

SALCIDO-MARTÍNEZ, Claudia Nora. MsC  
Universidad de Texas

NAVARRO-RODRÍGUEZ, Miguel. PhD  
Universidad Pedagógica de Durango

BARRAZA-SOTO, Isidro. PhD  
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

RICO-PÉREZ, Ma. Concepción. PhD  
MORENO-ELIZALDE, María Leticia. PhD  
RICO-PÉREZ, Luz María. MsC  
HERNÁNDEZ-VELA, Hortensia. PhD  
Universidad Juárez del Estado de Durango

ORTEGA-MARTÍNEZ, Rosa Martha. MsC  
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

## Apéndice B. Consejo Editor ECORFAN

ANGELES-CASTRO, Gerardo. PhD  
Instituto Politécnico Nacional, México

MANRIQUEZ-CAMPOS, Irma. PhD  
Universidad Nacional Autónoma de México, México

PERALTA-FERRIZ, Cecilia. PhD  
Washington University, EUA

PALACIO, Juan. PhD  
University of St. Gallen, Suiza

DAVID-FELDMAN, German. PhD  
Johann Wolfgang Goethe Universität, Alemania

GUZMÁN-SALA, Andrés. PhD  
Université de Perpignan, Francia

VARGAS-HERNÁNDEZ, José. PhD  
Keele University, Inglaterra

AZIZ-POSWAL, Bilal. PhD  
University of the Punjab, Pakistan

VILLASANTE, Sebastian. PhD  
Royal Swedish Academy of Sciences, Suecia

PIRES-FERREIRA-MARÃO, José. PhD  
Federal University of Maranhão, Brasil

RAÚL-CHAPARRO, Germán. PhD  
Universidad Central, Colombia

QUINTANILLA-CÓNDOR, Cerapio. PhD  
Universidad Nacional de Huancavelica, Perú

GARCÍA-ESPINOSA, Cecilia. PhD  
Universidad Península de Santa Elena, Ecuador

ALVAREZ-ECHEVERRÍA, Francisco. PhD  
University José Matías Delgado, El Salvador

GUZMÁN-HURTADO, Juan. PhD  
Universidad Real y Pontifica de San Francisco Xavier, Bolivia

NUÑEZ-SELLES, Alberto. PhD  
Universidad Evangelica Nacional, Republica Dominicana

ESCOBEDO-BONILLA, Cesar Marcial. PhD  
Universidad de Gante, Bélgica

ARMADO-MATUTE, Arnaldo José. PhD  
Universidad de Carabobo, Venezuela

GALICIA-PALACIOS, Alexander. PhD  
Instituto Politécnico Nacional, México

- NAVARRO-FRÓMETA, Enrique. PhD  
Instituto Azerbaidzhan de Petróleo y Química Azizbekov, Rusia
- ALVAREZ-ECHEVERRÍA, Francisco. PhD  
University José Matías Delgado, El Salvador
- BELTRÁN-MORALES, Luis Felipe. PhD  
Universidad de Concepción, Chile
- TUTOR-SÁNCHEZ, Joaquín. PhD  
Universidad de la Habana, Cuba
- ARAUJO-BURGOS, Tania. PhD  
Universita Degli Studi Di Napoli Federico II, Italia
- HIRA, Anil. PhD  
Simon Fraser University, Canadá
- MIRANDA-GARCÍA, Marta. PhD  
Universidad Complutense de Madrid, España
- LUFUNDISU- BADENGO, Patrick. BsC  
Institut Superieur de Techniques Appliquee, Republica Democratica del Congo
- DUARTE, Oscar Mauricio. PhD  
Higher Institute of Economics "Karl Marx", Bulgaria
- OCAÑA, Ely. MsC  
Universidad de San Carlos de Guatemala, Republica de Guatemala
- CANTEROS, Cristina. PhD  
ANLIS "Dr. Carlos G. Malbrán", Argentina
- NARVÁEZ-SOLÍS, Concepción. MsC  
Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Republica de Nicaragua
- ROJAS-BUSTAMANTE, Nataly. BsC  
Universidad de Medellín, Colombia
- CANDIDO-GONZALES, Bogarin. BsC  
Universidad Nacional de Asunción, Paraguay
- GANDICA-DE ROA, Elizabeth. PhD  
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
- BANERJEE, Bidisha. MsC  
Amity University, India



**Apéndice C. Comité Arbitral ECORFAN**

HERNANDEZ-MARTÍNEZ, Rufina PhD  
University of California, EUA

DE AZEVEDO-JUNIOR, Wladimir Colman. PhD  
Federal University of Mato Grosso, Brasil

VARGAS-DELGADO, Oscar. PhD.  
Universidad Centroamericana, Nicaragua

MARTINEZ-BRAVO, Oscar Mario. PhD  
Instituto Nacional de Astrofísica, Óptica y Electrónica-UNAM, México

GONZALEZ-TORRIVILLA, Cesar Castor. PhD  
Universidad Central de Venezuela, Venezuela

TUTOR-SÁNCHEZ, Joaquín. PhD  
Universidad de la Habana, Cuba

YAN-TSAI, Jeng. PhD  
Tampkang University, Taiwan

POSADA-GOMEZ, Rubén. PhD  
Institut National Polytechnique de la Lorraine, Francia

SOTERO-SOLIS, Victor Erasmo. PhD  
Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Perú

GONZÁLEZ-IBARRA, Miguel Rodrigo. PhD  
Universidad Nacional Autónoma de México, México

MONTERO-PANTOJA, Carlos. PhD  
Universidad de Valladolid, España

RAMIREZ-MARTINEZ, Ivonne. PhD  
Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

ARAUJO-BURGOS, Tania. PhD  
Universita Degli Studi Di Napoli Federico II, Italia

ALVAREZ-ECHEVERRÍA, Francisco. PhD  
Universidad José Matías Delgado, El Salvador

SORIA-FREIRE, Vladimir. PhD  
Universidad de Guayaquil, Ecuador



ISBN 978-607-8534-54-8



[www.ecorfan.org](http://www.ecorfan.org)