

## **La Responsabilidad Social de las organizaciones y su perspectiva para el desarrollo en la región noroeste del Estado de Chihuahua**

**TERESITA DE JESÚS AMADOR PARRA\***  
**EVA MARTÍNEZ LOERA\***  
**HORTENCIA MENDOZA OLIVAS\***

### **Resumen**

El presente trabajo de investigación tiene por objeto analizar la responsabilidad social en organizaciones de la región de Cuauhtémoc, Chihuahua, México, y su repercusión en la competitividad de las mismas. El proceso de investigación que se llevo a cabo, consistió en la recolección y análisis de datos obtenidos, a través de cuestionarios a personal dirigente de los organismos, para posteriormente elaborar un análisis comparativo de ellos, identificando las acciones tendientes a la RS de cada organismo, utilizando un instrumentos de recolección de datos, consistente en una encuesta estructurada, validado por el Centro Mexicano para la filantropía "CEMEFI".

Los resultados obtenidos son mostrados a través de gráficas, donde se destaca un alto porcentaje de Responsabilidad social (RS), sin embargo, se concluye al analizarse las acciones llevadas a cabo por cada organismo, que realmente las actividades realizadas por la mayoría de ellos, no los muestran como organismos socialmente responsables.

**Palabras clave:** Responsabilidad social, ética, desarrollo económico y medio ambiente.

### **Abstract**

The present research is to analyze the social responsibility in organizations in the region of Cuauhtemec, Chihuahua, Mexico, and its impact on their competitiveness. The research process took place, involved the collection and analysis of data obtained through questionnaires to senior staff in the agencies to further develop a comparative analysis of them, identifying actions to the RS of each agency using a data collection instrument, consisting of a structured, validated by the Mexican Center for Philanthropy "CEMEFI."

The results are shown through graphs, which highlights a high percentage of social responsibility (SR), however, the conclusion when analyzing the actions taken by each agency, the activities actually performed by most of them not appear as socially responsible organizations.

**Keywords:** social responsibility, ethics, economic development and the environment.

---

\*Profesores del Instituto Tecnológico de Cd. Cuauhtémoc

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación concentra información relevante de la Responsabilidad Social (RS), en trece organizaciones, destacando instituciones públicas, educativas y privadas, de la región noroeste del Estado de Chihuahua, México, con el fin de conocer las prácticas y políticas socialmente responsables, que soportan la toma de decisiones y conllevan a alcanzar la competitividad de las mismas, en mercados internacionales, que hoy más que nunca, muestran interés por el respeto de los derechos humanos de los países en vías de desarrollo, para poder llegar a ser competentes, sostenibles y responsables. El proceso de investigación, consistió en la recolección y análisis de datos obtenidos, a través de cuestionarios aplicados al personal dirigente de los organismos, para posteriormente elaborar un análisis comparativo de ellos, identificando las acciones tendientes a la RS de cada organismo.

El Instrumentos de recolección de datos, consistió en una encuesta estructurada, validado por el Centro Mexicano para la filantropía “CEMEFI”, cuestionándose sobre las acciones que llevan a cabo las instituciones involucradas para satisfacer las necesidades de los usuarios y el cuidado del medio ambiente. Posteriormente se examinaron los resultados obtenidos, para realizar un análisis de cada organismo y las ventajas competitivas que implica la RS.

Concluyéndose que la mayoría de los organismos encuestados, desconocen lo que es la RS, por consiguiente se consideran socialmente responsables, sin embargo, al cuestionarles sobre las actividades realizadas, se hace evidente que no cumplen con los requerimientos necesarios para serlo.

Por otro lado, si cada organismo tiene diferentes percepciones sobre el concepto de RS, es conveniente, establecer foros de discusión en los diferentes ámbitos, sobre las implicaciones que surgen al actuar con RS, y donde se hagan públicos los compromisos que cada organismo establece en la sociedad, así como sus logros; siendo necesario respetar y preservar el entorno ecológico, buscando el éxito empresarial y al mismo tiempo contribuyendo al bienestar de la sociedad, donde las organizaciones motiven a su personal, accionistas y proveedores, para que participen en los programas de desarrollo social sustentable.

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Para Prat (2006), las organizaciones empezaron a crear grupos de presión, para defenderse de los cuerpos legislativos, puesto que consideraban que había exceso de control, por ejemplo en la forma de los envases, los folletos que acompañaban a los productos, hasta el porcentaje de mujeres y grupos raciales que debía haber en los grupos de poder.

En base a lo anterior, surge el llamado “Global Compact”, promovido por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el año 2000, el cuál contiene los siguientes principios: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia; deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos; apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción; contribuir con la erradicación del trabajo infantil; participar en la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación; mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente; fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente; actuar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

En la actualidad numerosas organizaciones, han empezado a adoptar la RS, debido no sólo a las presiones de los consumidores, proveedores, comunidad, organizaciones de activistas, inversionistas, entre otros, sino que, se esta considerando como una actividad estratégica adicional para obtener ventajas competitivas.

Las instituciones desempeñan un papel muy importante en la comunidad donde operan, no sólo como generadoras de empleo y de riqueza, sino como agentes de desarrollo. Algunas organizaciones, además de cumplir con la ley, llevan a cabo acciones extraordinarias en algunos campos, mientras que otras prefieren enfocarse a su productividad y ganancias de sus accionistas, sin embargo, aquellas que realizan actividades de RS, afirman recibir beneficios intangibles y cuantificables.

Son cada vez más, las empresas que se inclinan por la RS, sin embargo, no todas están comprometidas o definen los alcances reales de este concepto, ya que para tal caso, debe

involucrarse a la comunidad, para que esta interactúe con las organizaciones y se alcancen los objetivos que se pretenden, al establecer la RS. Fernández (2003), cita a Peter Druker, quien parte de la premisa siguiente: si no hay sociedad no hay empresa, ya que ninguna empresa podría llegar hasta donde esta sin ayuda de la sociedad, ni esta alcanzaría su desarrollo sin la empresa.

En la región de Cuauhtemoc, Chihuahua, a pesar de que existe numerosa información relativa a la RS, muchos organismos, desconocen todo lo que implica, limitándose a llevar a cabo políticas de mejora y satisfacción del cliente, así como mayor eficiencia en el uso de recursos y productividad y disminución del riesgo, dejando de lado el desarrollo sustentable. Otras por su parte, consideran que están siendo socialmente responsables, sin embargo, llevan a cabo prácticas que muestran todo lo contrario. Actualmente se dan procesos donde se tiende a lo tradicional, al conservadurismo y la resistencia al cambio, se considero la RS durante el advenimiento del pacto mundial de la ONU, pero a los pocos años, ese pacto retrocedió, y todavía no se llega a la autenticidad de la RS, ya que se está en un período de filantropía y un emprendurismo social.

## **1.1 Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar la responsabilidad social en organizaciones de la región de Cuauhtémoc, Chihuahua y su repercusión en la competitividad de las mismas.

## **1.2 Justificación**

La empresa debe servir a la sociedad, a través de la influencia que tiene en la comunidad y el medio ambiente, siendo el funcionario quien imprime el sello particular en la institución, al crear, innovar, conciliar, multiplicar, arriesgar, soñar, producir riqueza, crear empleo y hacer posible la sinergia; por lo que debe estar a la altura de su misión y servir bien; hecho que permitirá una buena aceptación en un ambiente de mercado sumamente competitivo (Servitje, 2003).

Con este proyecto se busca analizar las prácticas de RS en las instituciones, las cuáles contribuyan al mejoramiento social, económico y ambiental, cumpliendo de esa manera con la misión para la

cual fueron creadas. La RS de las empresas, pretende alcanzar la excelencia en el seno de las mismas, poniendo especial atención a las personas y sus condiciones de trabajo, así como a la calidad de sus procesos productivos.

Además de lo anteriormente mencionado, la responsabilidad social va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental, considerando que toda empresa debe cumplir, al realizar su actividad cualquiera que ésta sea.

Académicamente, existe un desafío, que gira en torno a la necesidad de que se asuma un compromiso social, ayudando a encontrar que la RS, es promotora de ventajas competitivas, para lo cual se requiere de establecer estrategias de RS, que vayan a la par con las estrategias empresariales, logrando que las mismas no sean un costo, sino una inversión, que ayude a la empresa a mejorar su competitividad y la sustentabilidad.

Una organización que logra mantener una imagen positiva, a través de la RS, tiene mayor probabilidad de ser aceptada por la comunidad, ya que participa en problemas actuales, tales como: la contaminación, educación, el transporte y la seguridad pública, obteniendo de esta manera, otros beneficios que le permitirán desarrollarse con mayor libertad de acción, logrando trascender, permanecer en el mercado y consecuentemente ser más competitiva.

El papel de la RS en el impulso al desarrollo de las comunidades de los países y del cuidado al medio ambiente es un tema que se ha tratado en los últimos diez años con más auge, siendo un factor fundamental en la generación de empleos y bienestar para la comunidad, y en este sentido la RS es el camino ético bajo el cual actúa la empresa, por lo que, cada día son más las organizaciones que adoptan la RS dentro de su plan de negocios, asumiendo su responsabilidad social para con sus trabajadores, su comunidad el medio ambiente y su país (Núñez, 2010).

Una organización al colaborar con la comunidad donde opera, esta mejorando la calidad de vida de la misma, a la vez que mejora la prestación de sus servicios, su productividad y desarrollo. Esta forma de colaboración puede ser a través de becas, donaciones, entrega de material didáctico, educación, entre otros, que permite establecer una relación de colaboración mutua, donde ambas partes salen ganando, al implantar estrategias de mejora continua, que las llevará a un crecimiento sostenido, que se verá reflejado en mano de obra calificada, establecimiento de convenios con organizaciones de educación, mejorando así el nivel educativo.

### 3. MARCO TEÓRICO

Se considera que el origen del movimiento de la RS surge en la década de los treinta, cobrando fuerza en los años noventa, con la evolución constante, tras el surgimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de nuevas tecnologías. De acuerdo a Kenneth E. Goodpaster y John B. Mathews, Jr., las empresas multinacionales son tan poderosas, que se considera peligroso que interfieran en temas sociales y políticos, pero también lo es que solamente se dediquen a maximizar sus ganancias.

Granillo (2010), menciona que la RS ha pasado por tres etapas, la primera de ellas data del siglo XIX y se le llamaba filantropía; la segunda se da a finales de la segunda guerra mundial, se le conoció como política social de la empresa, la tercera de ellas, inicia con el proyecto de la Norma ISO 26000 a finales de los años noventa, siendo el proceso de la gestión sustentable o sea la administración de los recursos tanto naturales como humanos, utilizados con el fin de no agotarlos y así no comprometer la calidad de vida de las actuales y futuras generaciones.

La necesidad de las organizaciones públicas y privadas de comportarse de manera socialmente responsable se está volviendo un requisito. Actualmente en las organizaciones se ha empezado a adoptar la Responsabilidad Social (RS), debido no sólo a las presiones de los consumidores, proveedores, comunidad, organizaciones de activistas, inversionistas, entre otros, sino que se esta considerando como una actividad estratégica adicional para obtener ventajas competitivas.

Las instituciones desempeñan un papel muy importante en la comunidad donde operan, no sólo como generadoras de empleo y de riqueza, sino como agentes de desarrollo; Existen iniciativas internacionales para acercar a las organizaciones al desarrollo humano, por lo que se han emprendido acciones para desarrollar una Norma Internacional que sirva de guía para la RS (ISO 26000), siendo de uso voluntario (Durán, 2008).

Algunas empresas, se han esforzado por obtener el reconocimiento como empresa socialmente responsable (ESR), otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), quien a través de la Acreditación de los Indicadores de Institucionalidad y Transparencia otorga este organismo, con el objetivo de aumentar la transparencia y rendición de cuentas de las organizaciones de la sociedad civil para fomentar la confianza de las entidades donantes (empresas, fundaciones y particulares) y, así, incrementar las donaciones y las colaboraciones.

Una visión futura de las empresas, no podrá limitarse únicamente a la explotación económica, sino que deberá tener un mayor protagonismo en la sociedad, donde sea socialmente responsable, lo cual implica, no solo la aceptación de sus productos, y cumplimiento de las normas y leyes vigentes, sino que incorpore aspectos sociales y ambientales, como miembros de una comunidad que debe ajustarse a la ética y respeto por las personas y el medio ambiente, ya que la RS se entiende como el compromiso que tienen todos y cada uno de los ciudadanos, las instituciones públicas, privadas así como las organizaciones sociales en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

En las organizaciones modernas, la RS es más que un conjunto de prácticas, siendo un programa integrado y reconocido de prácticas y políticas socialmente responsables, que soporta la toma de decisiones y conlleva al éxito del negocio a largo plazo.

Según Acosta (2002), la Responsabilidad Social se basa principalmente en tres actitudes: a) Respeto. Es aquello que acompaña a la justicia y se fundamenta en la dignidad del ser humano, todos los seres humanos merecen respeto por su misma condición. Esta actitud se expresa en el respeto a la dignidad, tolerancia ante la diversidad, la veracidad y el diálogo. b) Justicia. Es la voluntad de dar a cada uno lo que le corresponde; en sentido social, hace referencia a la solidaridad con los más débiles, procurando distribuir equitativamente, con el objeto de suprimir las desigualdades.

Dicha justicia se manifiesta especialmente a través de la equidad, la honestidad y la lealtad. c) Solidaridad. Es la actitud que lleva a descubrir las exigencias de la justicia, moviendo a las personas a actuar desinteresadamente, por amor. En su sentido original supone una adhesión, una ayuda al otro, especialmente en lo que respecta a sus necesidades, en el ámbito individual y social. Lleva a la comprensión, la cooperación y la confianza.

La RS no significa actividades de beneficencia ni actuación socialmente responsable de sus miembros, son los compromisos de la organización para con la sociedad en general y de manera especial con los grupos de interés para ella. Cada institución depende de su entorno para lograr éxito o fracaso de sus actividades, teniendo éxito cuando alcanza la eficiencia al conseguir sus objetivos y es capaz de atender las necesidades de su entorno. Por lo tanto la RS está condicionada por otros factores del entorno, tales como el social, cultural, político-legal y principalmente el tecnológico, así como por grupos y organizaciones implicadas y por el tiempo.

El concepto de responsabilidad social incluye un elemento determinante que mueve a las personas, grupos o instituciones, a adoptar conductas éticas caracterizadas por el compromiso activo de hábitos, valores y actitud social, siendo una disposición inmediata para la acción, indicando una dirección a la actividad que ha de venir, la cuál puede ser de acercamiento o rechazo, simpatía o de antipatía, positiva o negativa.

Por lo tanto, la RS busca el bien común de la sociedad, constituido por cuatro elementos: Ambiente propicio o favorable (Paz social); Abundancia de bienes requeridos (Desarrollo sustentable); Accesibilidad a los bienes por todos los integrantes de la sociedad (Igualdad de oportunidades) y Orden establecido para lograr que todo lo anterior pueda acontecer (Orden social). Además la RS puede entenderse como la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones y decisiones que toman las diferentes personas y organizaciones, como parte del logro de sus propios objetivos y metas (Acosta, 2002).

Para el autor antes mencionado, la RS incluye: Actores sociales, conductas, compromiso activo y libre y por último la finalidad que consiste en alcanzar el bien común, el cuál implica una verdadera inversión social en el desarrollo, que permita un avance de una sociedad sustentable y solidaria. Las tendencias modernas en las organizaciones sugieren, que la preocupación integral por las personas o grupos que interactúan dentro de ellas, es un detonante fundamental en el éxito de las mismas.

Los avances en la tecnología y en los sistemas de información, han creado nuevos dilemas, mayoritariamente éticos, en el ámbito empresarial, así como una serie de ideas difundidas en los últimos tiempos, que afirman que la permanencia en el tiempo de una sociedad democrática basada en los intercambios libres, requiere que las personas y las organizaciones existentes, incorporen libremente en sus decisiones una serie de valores asociados a la Justicia, la Lealtad y la Verdad, entre otros.

Existen organismos de carácter internacional que se encargan de delimitar en lo posible el concepto teórico de la RS, cuyas directrices sirven como orientación para las empresas que se deciden a transitar por este camino. Dentro de los más destacados se podría citar a los siguientes: Global Compact (Pacto Mundial) de Naciones Unidas y Global Reporting Initiative (Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global). Además, existen otras entidades e iniciativas nacionales con una especialización en el tema de la RS, que están contribuyendo de forma determinante a la creación y difusión de una cultura responsable entre las organizaciones que forman cuerpo empresarial de cada país.



Es poco factible que una organización asuma una política de RS, si esto se considera como un gasto, que va en contra de sus intereses, ya que en el ámbito empresarial todo se mide en costos de inversión y en la recuperación de la misma. Aguilar et al. (2005), citan a Chiavenato, para definir la RS de una organización como los compromisos para con la sociedad en general y específicamente con aquellos grupos o parte de la sociedad con los cuáles está más en contacto, en relación hacia la actitud y el comportamiento, frente a las exigencias sociales como consecuencia de sus actividades y el medio ambiente. Esto lleva a la organización a considerar la evaluación y la compensación de los costos sociales que la misma genera, definiendo así su papel social a desarrollar, no sólo en relación al medio ambiente, sino con los diversos grupos humanos que integran la sociedad.

Las organizaciones son partícipes de la RS, por sus políticas o la carencia de las mismas, por sus sistemas de dirección, y por una serie de costumbres y vicios empresariales que le alejan de una actuación responsable que mida la consecuencia de sus actos. La responsabilidad o la no responsabilidad, es parte de la cultura de un organismo. La falta de ética y moral, es sin duda el principal elemento del problema, ya que se busca generar resultados a toda costa, sin medir las consecuencias, dejando de lado la atención que merece la RS.

La inmoralidad ciudadana, la falta de civismo, los bajos escrúpulos de las personas, la falta de lealtad, la poca seriedad, el bajo sentido de pertenencia, la mediocridad misma, las inadecuadas relaciones humanas, son comportamientos que afectan el desarrollo de las organizaciones y por ende su eficacia.

El deseo de toda organización es contar con un perfil ideal de colaboradores, los que salen de su comunidad, y éste perfil requiere de: Personas comprometidas que den lo mejor de sí mismo y que ayuden al crecimiento de la empresa, que sepan trabajar en equipo y que se enfoquen a los objetivos de la organización, evitando el conflicto en beneficio de la creación de un clima laboral sano, personas que además posean inteligencia, sean creativas, proactivas y con agilidad mental para generar soluciones, que decidan y aporten beneficios a los procesos, al sistema en general y por ende al resultado.

La formación individual inicia desde el hogar, en su núcleo familiar, y la educación básica y superior la complementa y valida, pero es en la vida laboral donde el individuo refuerza conductas o creencias, e inclusive donde las replantea. Existen personas con una alta capacidad creativa e innovadora y que sin embargo, muchas veces los ambientes organizacionales o el sistema de dirección limitan sus capacidades positivamente desarrolladas. Es decir, existen empresas donde no se le concede valor a las competencias personales, a la calidad integral de vida (Personal, familiar y

social, no solamente lo laboral), a lo emocional y cultural en general, posibilita la generación de ingresos, más no agrega nada positivo a la calidad de vida. Ocasionando que la misma empresa fomente la apatía por los deberes ciudadanos, y atropelle los derechos de los mismos.

Una inadecuada forma de dirigir a los empleados, mediante políticas que atropellan las relaciones laborales, tales como el hostigamiento, ordenes confusas y la saturación de trabajo, sin prestar importancia a la salud y el bienestar del individuo, son como muchos otros factores comunes en algunas organizaciones que generan problemas y se pueden calificar como acciones de una organización sin RS.

Lo anterior, es parte de una cultura actual, que muestra el alcance de la irresponsabilidad social, que solo beneficia los intereses de quienes promueven o pronuncian este tipo de cultura, por lo que se requiere que los diversos organismos consideren las consecuencias y asuman una actitud de cambio, ya que cuando se adquiera conciencia de que la Responsabilidad social es una inversión que impulsa y produce retornos en utilidades, los empresarios y directivos asumirán un liderazgo positivo en el tema, ya que, es una realidad hacer de la responsabilidad social una acción de ganancias para la misma empresa.

Las fuerzas impulsoras antes mencionadas, unidas al desarrollo que presenta el tema de la ética de los negocios en sociedades más desarrolladas, hacen que surja la necesidad de investigar y sistematizar los desarrollos teóricos realizados en dicho ámbito; además el auge de la globalización iniciada en la década de los noventa, produjo profundos cambios en la forma de hacer negocios, los mercados, el comercio, las finanzas así como las actitudes.

Las tendencias y eventos económicos, políticos, sociales, culturales, tecnológicos, entre otros, han producido impacto en los países sus instituciones, empresas, familias y en los individuos, prediciendo que los cambios serán más frecuentes y novedosos, con el cual el entorno de las empresas será más turbulento y difícil de predecir, por lo que se obliga a las organizaciones a modificar sustancialmente los conceptos tradicionales de empresas.

#### **4. METODOLOGÍA**

El presente trabajo de investigación es de tipo documental, de campo y transeccional, documental ya que se consultaron diversos autores, y la segunda, debido a que se acudió a encuestar en agrupaciones, tanto públicas como privadas, transeccional ya que los datos se recabaron en un solo momento para hacer inferencias e interpretación de lo que le esta ocurriendo, el enfoque se centra en analizar el grado de responsabilidad social y el impacto que este tiene en la competitividad de las

organizaciones. El proceso de investigación, consistió en la recolección y análisis de los datos obtenidos de las diversas instancias visitadas, recolectados a través de cuestionarios a personal dirigente de las mismas, para posteriormente elaborar un análisis comparativo entre ellas, que permitiera identificar las acciones tendientes a la RS de cada organismo.

Los sujetos que formaron parte de la investigación fueron 13 Instituciones tanto públicas como privadas de la región de Cuauhtémoc, Chih., México. El Instrumentos de recolección de datos, consistió en una encuesta estructurada, con preguntas dicotómicas, el cuál, esta validado por el Centro Mexicano para la filantropía “CEMEFI”, cuestionando sobre las acciones que llevan a cabo las instituciones involucradas para satisfacer las necesidades de los usuarios y el cuidado del medio ambiente. La técnica de evaluación, es mediante el programa SPSS con el cual se analizaron y validaron los datos, mediante herramientas estadísticas de software Microsoft y excel 2007. Siendo los indicadores (variables), acciones para satisfacer las necesidades de los usuarios. Posteriormente se examinaron los resultados obtenidos de las investigaciones a las diversas instituciones, para realizar un análisis de cada organismo y las ventajas competitivas que ha implicado la RS.

Una de las limitantes de esta investigación es que se avoca a una muestra de trece empresas de la región de Cuauhtemoc, Chih.

## 5. Resultados y discusión

Los resultados obtenidos mediante encuestas aplicadas a diversas empresas de la región de Cuauhtémoc, Chihuahua, se analizan para conocer el grado de RSC que tiene cada una de ellas, presentándose a continuación a través de gráficas.

En la Tabla 5.1 se muestran los resultados generales en porcentajes, de los organismos encuestados, con respecto a la RSC, donde se aprecia que la mayoría, señalan la existencia de responsabilidad social en cada uno de ellas.

Tabla 5.1 Percepción de la Responsabilidad Social Corporativa de los organismos encuestados en la Región Noroeste del Estado de Chihuahua.

<i>NO:</i>	<i>ORGANIZACIONES</i>	<i>SI</i>	<i>NO</i>
1	UNIPRO	100%	
2	IMSS	100%	
3	CDJ.COM.MX	90%	10%
4	NORTEÑITA	100%	
5	SIN NOMBRE	70%	30%
6	CECYT #2	60%	40%
7	AFI	100%	

8	INTEMETRO	90%	10%
9	NORTEÑITA	100%	
10	SEC. NIÑOS HEROES	100%	
11	FIERROS SPORT	70%	30%
12	ITCC	100%	
13	SIN NOMBRE	100%	

A continuación se exponen las gráficas correspondientes a cada ítem del cuestionario, aplicado a los diversos organismos de la región de Cuauhtémoc, Chihuahua (Anexo 1).

En la pregunta número uno, se cuestionó sobre si el organismo, promueve e impulsa en su interior una cultura de responsabilidad social que busque las metas y el éxito de la organización, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad, encontrándose que un 83% señala que si lo llevan a cabo, a diferencia de un 17% que admite que no (Ver Figura 5.1).

El cuestionamiento número dos, muestra si los organismos identifican las necesidades del entorno en que operan y colaboran en su solución impulsando el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. Al respecto se encontró que un 92% contesta afirmativamente, mientras que el 8% dice no cumplir con esta responsabilidad (Ver Figura 5.2).

En la pregunta tres, se cuestiona, si se hacen públicos los valores organizacionales y si se desempeña con base en un código de ética. Dando como resultado que el 92% cumple al mostrar los valores institucionales y se desempeñan en función de un código ético, el resto no lo lleva a cabo (Ver Figura 5.3).

La siguiente pregunta, se relaciona con la forma en que se vive al interior y al exterior, los esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y respeto a la dignidad humana. Donde el 100% de los organismos considera que si lo vive (Ver Figura 5.4).

Sobre si en la organización se promueve el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad, empleados, familiares, accionistas y proveedores. El 92% considera que si lo promueve a diferencia del 8% que considera que no (Ver Figura 5.5).

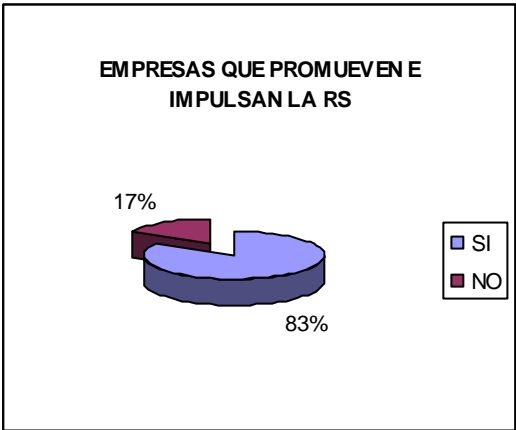
En la pregunta número seis, se busca conocer si los organismos identifican y apoyan causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial. Encontrando que el 92% si lo hace, el resto de los encuestados no (Ver Figura 5.6).

El séptimo cuestionamiento establece que el total de los organismos (100%), respetan el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente (Ver Figura 5.7).

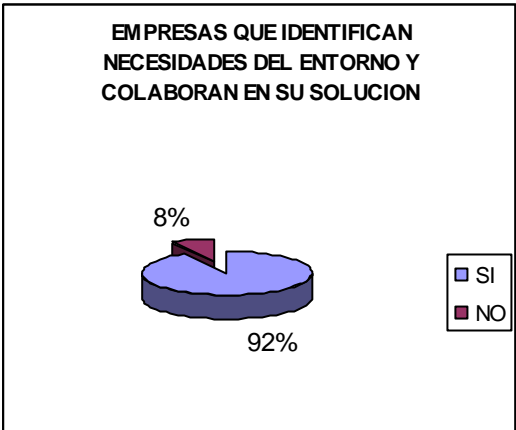
La pregunta numero ocho indica que el 83% de las organizaciones invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en que operan, a diferencia del 17% que no lo hace (Ver Figura 5.8).

La interrogante nueve esta relacionada con la participación mediante alianzas con otras empresas, organizaciones de sociedades civiles y/o gobierno, en atención de causas sociales. Encontrándose que el 92% de las organizaciones si participan y el resto no (Ver Figura 5.9).

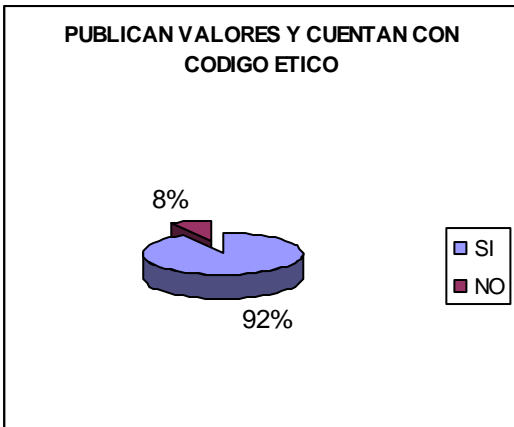
En la pregunta diez, se interroga sobre si toman en cuenta e involucran a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social, la respuesta coincide con el cuestionamiento anterior (Ver Figura 5.10).



Gráfica 5.1



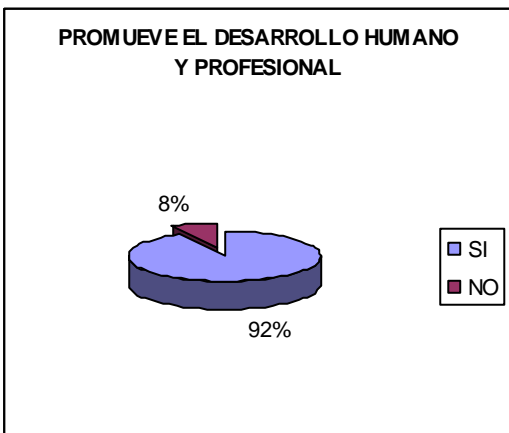
Gráfica 5.2



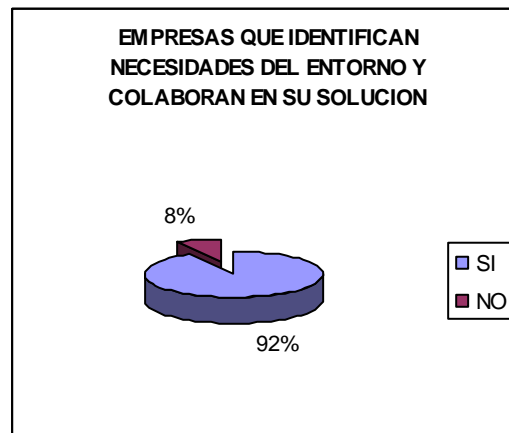
Gráfica 5.3



Gráfica 5.4



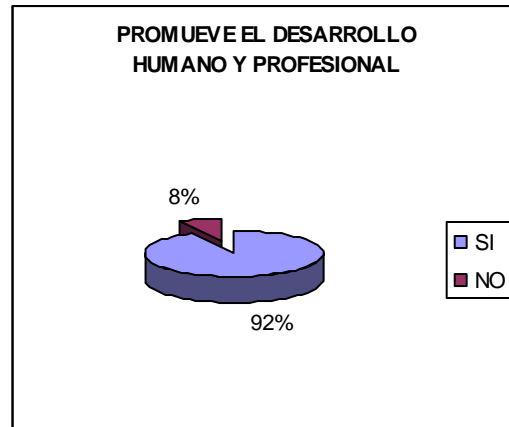
Gráfica 5.5



Gráfica 5.6



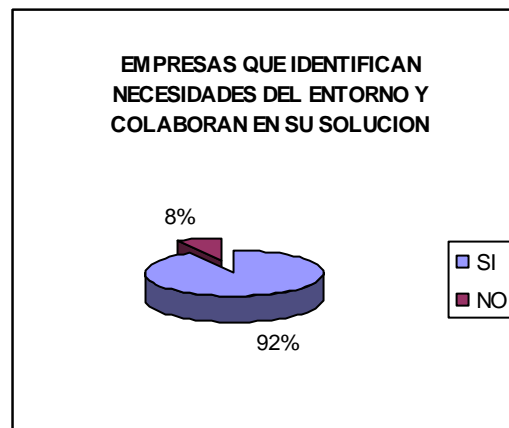
Gráfica 5.7



Gráfica 5.8



Gráfica 5.9



Gráfica 5.10

En la tabla 52 se registran todas las actividades que realiza cada uno de los organismos encuestados para lograr ser socialmente responsable, en relación a cada uno de los ítems anteriores.

Tabla 5.1 Actividades por organismo entrevistado.

ORGANISMOS	Items	ACTIVIDADES QUE REALIZAN PARA ALCANZAR LAS
UNIPRO	1	Programas de apoyo a la comercialización y subsidios
CDJ.COM.MX	1	La información generada es avalada con la firma de un responsable
IMSS	1	Promoción valores y ética en los servidores públicos
La Norteña	1	Programas de capacitación, talleres, conferencias que promueven la preparación del personal para un mejor servicio a la sociedad
Intermetro	1	Proyectos ecológicos y sociales
Fierros Sport	1	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	1	Programas de estímulo y apoyo a docentes
AFI	1	Apoyo a la sociedad mediante sus acciones
CHOGUITAS Y ANEXAS	1	
CFE	1	Capacita al personal para alcanzar la mejora continua
Secundaria Niños Héroes	1	
Anónima	1	
ITCC	1	Apoya asociaciones civiles en causas sociales
UNIPRO	2	Comercializa y gestiona permisos
CDJ.COM.MX	2	Proporciona información verídica
IMSS	2	Campañas de salud
La Norteña	2	
Intermetro	2	Encuestas de opinión
Fierros Sport	2	No fomenta la tala inmoderada, utiliza madera legal
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	2	Especialidades académica en base a la demanda del entorno
AFI	2	
CHOGUITAS Y ANEXAS	2	
CFE	2	Sondeo y encuestas de servicio a los clientes
Secundaria Niños Héroes	2	
Anónima	2	
ITCC	2	Ofreciendo carreras que requiere el entorno
UNIPRO	3	Informe y asambleas con socios y público en general
CDJ.COM.MX	3	En página de internet, aceptando críticas para mejorar
IMSS	3	Carteles e información electrónica
La Norteña	3	En página de internet, espectaculares y otros medios
Intermetro	3	
Fierros Sport	3	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	3	Actividades cívicas
AFI	3	Publicados en tableros de la dependencia
CHOGUITAS Y ANEXAS	3	
CFE	3	
Secundaria Niños Héroes	3	
Anónima	3	
ITCC	3	Página Web, tableros y documentos institucionales
UNIPRO	4	Cursos de capacitación
CDJ.COM.MX	4	Trabajando en equipo y respetando los lineamientos
IMSS	4	Participando con otras empresas y a través del trabajo
La Norteña	4	Cursos de capacitación
Intermetro	4	Obras altruistas
Fierros Sport	4	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	4	
AFI	4	Comunicación social
CHOGUITAS Y ANEXAS	4	Brindando oportunidades de trabajo
CFE	4	Cursos de capacitación en primeros auxilios, de incendios y liderazgo, nuevos hábitos, entre otros.
Secundaria Niños Héroes	4	
Anónima	4	
ITCC	4	Diversas actividades, tales como concursos regionales a nivel local y regional
UNIPRO	5	Becas y aportaciones sociales
CDJ.COM.MX	5	Cursos gratuitos de inglés y fotografía digital
IMSS	5	Capacitación motivacional a empleados y mejora continua de sus procesos
La Norteña	5	Programas educativos y becas para los hijos de los trabajadores, además se apoya a instituciones educativas en eventos culturales
Intermetro	5	Ascensos y promociones
Fierros Sport	5	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	5	
AFI	5	
CHOGUITAS Y ANEXAS	5	Mejoramiento de la comunidad mediante fuentes de empleo
CFE	5	
Secundaria Niños Héroes	5	
Anónima	5	
ITCC	5	A través de cursos de capacitación
UNIPRO	6	Apoyo a instituciones de beneficencia y en caso de siniestros programas de acopio
CDJ.COM.MX	6	Cobertura a eventos de beneficencia
IMSS	6	Campañas de salud
La Norteña	6	Apoyo y donativos a asociaciones civiles
Intermetro	6	
Fierros Sport	6	Apoyo a escuelas locales
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	6	
AFI	6	
CHOGUITAS Y ANEXAS	6	Detectando necesidades dentro de la comunidad
CFE	6	
Secundaria Niños Héroes	6	
Anónima	6	
ITCC	6	Con gobierno municipal, estatal y federal
UNIPRO	7	Reforestando y reestructurando áreas naturales afectadas
CDJ.COM.MX	7	Siendo una empresa digital
IMSS	7	Difundiendo el cuidado del medio ambiente, manejo responsable de residuos peligrosos y aplicando normas de seguridad ambiental
La Norteña	7	Utilizando técnicas innovadoras en el uso de fertilizantes orgánicos, uso adecuado del agua, uso de material reciclado y biodegradables, evitando el uso de plaguicidas pesticidas, utilización de microorganismos benéficos, sistema de calefacción que no contamina
Intermetro	7	Reciclando materia prima y agua
Fierros Sport	7	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	7	Reciclando papel y aluminio
AFI	7	
CHOGUITAS Y ANEXAS	7	Programas de reforestación y respeto al tratado del bosque modelo
CFE	7	Certificándose en políticas ISO14001
Secundaria Niños Héroes	7	Reforestación



Anónima	7	
ITCC	7	Clasificación de la basura
UNIPRO	8	En su programa anual establece actividades tiempo y recurso en beneficio de la comunidad
CDJ.COM.MX	8	
IMSS	8	Programas de mejora continua y salud a la comunidad
La Norteña	8	Becas en medicamentos, donativos a escuelas
Intermetro	8	
Fierros Sport	8	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	8	
AFI	8	
CHOGUITAS Y ANEXAS	8	Detectando necesidades de los integrantes de organización y rotación de horarios de trabajo
CFE	8	Llevando energía eléctrica a pueblos marginados
Secundaria Niños Héros	8	
Anónima	8	
ITCC	8	Promueve que el personal acuda a dar y recibir conferencias y platicas, además se promueve la asistencia a eventos académicos
UNIPRO	9	Con Gobierno Federal, SAGARPA, FIRCO Y FIRA
CDJ.COM.MX	9	Participa con otras estaciones para apoyar eventos de beneficencia
IMSS	9	Campañas de vacunación y programas sociales
La Norteña	9	Con Gobierno del Estado, Gobierno Municipal, AMANC, ENLAC, con la Secretaría de Turismo actualmente colabora para construir el parque ecológico Santa Lucia.
Intermetro	9	
Fierros Sport	9	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	9	
AFI	9	Con dependencias que atienden la seguridad social
CHOGUITAS Y ANEXAS	9	Con Gobierno Municipal y la Universidad Autónoma de Chihuahua
CFE	9	Gobierno Federal y Estatal, así como con algunos establecimientos en el programa "cambie su refrigerador"
Secundaria Niños Héros	9	Gobierno del Estado y DIF Municipal
Anónima	9	
ITCC	9	Asignación de becas socioeconómicas
UNIPRO	10	Realiza proyectos sobre estrategias propuestas
CDJ.COM.MX	10	Trabajo en equipo para beneficio de la empresa y su personal
IMSS	10	Capacitación y programas de mejoramiento e investigación
La Norteña	10	Proyectos de desarrollo para el comercio local
Intermetro	10	
Fierros Sport	10	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	10	
AFI	10	
CHOGUITAS Y ANEXAS	10	Trabajo en equipo para lograr la equidad entre sus miembros
CFE	10	Hace saber de proyectos y mejoras realizadas en la zona
Secundaria Niños Héros	10	
Anónima	10	
ITCC	10	
AFI	7	
CHOGUITAS Y ANEXAS	7	Programas de reforestación y respeto al tratado del bosque modelo
CFE	7	Certificándose en políticas ISO14001

Secundaria Niños Héros	7	Reforestación
Anónima	7	
ITCC	7	Clasificación de la basura
UNIPRO	8	En su programa anual establece actividades tiempo y recurso en beneficio de la comunidad
CDJ.COM.MX	8	
IMSS	8	Programas de mejora continua y salud a la comunidad
La Norteña	8	Becas en medicamentos, donativos a escuelas
Intermetro	8	
Fierros Sport	8	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	8	
AFI	8	
CHOGUITAS Y ANEXAS	8	Detectando necesidades de los integrantes de organización y rotación de horarios de trabajo
CFE	8	Llevando energía eléctrica a pueblos marginados
Secundaria Niños Héros	8	
Anónima	8	
ITCC	8	Promueve que el personal acuda a dar y recibir conferencias y platicas, además se promueve la asistencia a eventos académicos
UNIPRO	9	Con Gobierno Federal, SAGARPA, FIRCO Y FIRA
CDJ.COM.MX	9	Participa con otras estaciones para apoyar eventos de beneficencia
IMSS	9	Campañas de vacunación y programas sociales
La Norteña	9	Con Gobierno del Estado, Gobierno Municipal, AMANC, ENLAC, con la Secretaría de Turismo actualmente colabora para construir el parque ecológico Santa Lucia.
Intermetro	9	
Fierros Sport	9	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	9	
AFI	9	Con dependencias que atienden la seguridad social
CHOGUITAS Y ANEXAS	9	Con Gobierno Municipal y la Universidad Autónoma de Chihuahua
CFE	9	Gobierno Federal y Estatal, así como con algunos establecimientos en el programa "cambie su refrigerador"
Secundaria Niños Héros	9	Gobierno del Estado y DIF Municipal
Anónima	9	
ITCC	9	Asignación de becas socioeconómicas
UNIPRO	10	Realiza proyectos sobre estrategias propuestas
CDJ.COM.MX	10	Trabajo en equipo para beneficio de la empresa y su personal
IMSS	10	Capacitación y programas de mejoramiento e investigación
La Norteña	10	Proyectos de desarrollo para el comercio local
Intermetro	10	
Fierros Sport	10	
CECyT NO. 2 DE LA JUNTA, CHIH.	10	
AFI	10	
CHOGUITAS Y ANEXAS	10	Trabajo en equipo para lograr la equidad entre sus miembros
CFE	10	Hace saber de proyectos y mejoras realizadas en la zona
Secundaria Niños Héros	10	
Anónima	10	
ITCC	10	

## 6. CONCLUSIONES

Se concluye que la mayoría de los organismos encuestados no tienen una definición clara sobre la responsabilidad social, ya que mencionan que son socialmente responsables, sin embargo, al momento de cuestionárseles sobre las acciones que realizan para tal efecto, se evidencia que no están realizando actos de responsabilidad social, o que estas acciones son mínimas. De los trece organismos encuestados, se considera que tres de ellos, son quienes más se acercan al concepto de RS, al realizar actividades tendientes a obtenerla.

Ante los nuevos requerimientos para obtener beneficios que se traduzcan en ventajas competitivas, el conocimiento y la conciencia que cada organismo tenga al respecto, contribuirá a que se logre el alcance de estándares en RS, mismos que contribuirán a un beneficio global, al invertir más en el capital humano, el entorno y el medio ambiente que las rodea, siendo en este sentido la RS, el camino ético que debe guiar a toda organización.

Por otro lado, cada organismo tiene diferentes percepciones sobre el concepto de RS, por lo que sería conveniente, que se estableciera foros de discusión en los diferentes ámbitos, sobre las implicaciones que surgen al actuar con RS, y donde se hagan públicos los compromisos que cada organismos establece con la sociedad, así como los logros que alcance; además sería necesario respetar y preservar el entorno ecológico, buscando el éxito empresarial y al mismo tiempo contribuyendo al bienestar de la sociedad, donde las organizaciones motiven a su personal, accionistas y proveedores, para que participen en los programas de desarrollo social sustentable.

## REFERENCIAS

- Aguilar, (2005). *La ética en los agronegocios*. México: Ed. Limusa
- Acosta, R. (2002). *Inserción del Eje Transversal Responsabilidad Social en los Planes*.
- Aristóteles, (1988). *Ética a Nicómaco*. En: Obras completas. Madrid: Aguilar.
- Bestratén, B. (2004). *NTP 644: Responsabilidad Social de las Empresas (II): Tipos de responsabilidades y plan de actuación*. España: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Durán, A. (2008). *II Jornadas RSC ene l Sur*. Ingeniería sin Fronteras ETSI Industriales UPM, Madrid.
- Estudio de la Universidad Metropolitana. (2002). *Revista Anales*. 2(2), 51-71.

Fernández, D. (2003). Responsabilidad Social Empresarial. *Ingeniería Sanitaria y Ambiental*, 66(1), 4-76.

Guía de recursos sobre responsabilidad social de la empresa (2007). Organización Internacional del Trabajo.

Núñez, R. (2010). *NEO. Las empresas y la Responsabilidad Social*. Publicación mensual.

OIT. (2006). *Declaración Tripartita de Principios sobre las empresas multinacionales y la política Social*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.

Parlamento Europeo. (2007). *Resolución de 13 de marzo de 2007, sobre la Responsabilidad Social de las empresas: una nueva asociación*, en Portal del Parlamento Europeo.

Prat, M. (2006). *Universidad Pontificia Comillas-ICADE*. Recuperado de <http://www.ahciet.net>

Servitje, R., (2003). *Bimbo, Estrategia del éxito empresarial*. Ed. Pearson

ANEXO 1

**CUESTIONARIO SOBRE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA  
(RSC)**

NOMBRE DE LA EMPRESA: \_\_\_\_\_

Marque la respuesta que corresponda a cada uno de los cuestionamientos de la empresa.

1	¿Promueve e impulsa en su interior una cultura de responsabilidad social que busque las metas y el éxito de la organización, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad?	Si ___ No ___ ¿Cómo?
2	¿Identifica las necesidades del entorno en que opera y colabora en su solución impulsando el desarrollo y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes?	Si ___ No ___ ¿Cómo?
3	¿Hace públicos sus valores organizacionales y se desempeña con base en un código de ética?	Si ___ No ___ ¿Cómo?
4	¿Vive al interior y al exterior esquemas de liderazgo participativo, solidaridad, servicio y respeto a la dignidad humana?	Si ___ No ___ ¿Cómo?
5	¿Promueve el desarrollo humano y profesional de toda su comunidad "empleados, familiares, accionistas y proveedores?"	Si ___ No ___ ¿Cómo?
6	¿Identifica y apoya causas sociales como parte de su estrategia de acción empresarial?	Si ___ No ___ ¿Cuáles?
7	¿Respeto el entorno ecológico en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización, además de contribuir a la preservación del medio ambiente?	Si ___ No ___ ¿Cómo?
8	¿Invierte tiempo, talento y recursos en el desarrollo de las comunidades en que opera?	Si ___ No ___ ¿Cómo?
9	¿Participa mediante alianzas con otras empresas, organizaciones de la sociedad civil y/o gobierno, en la atención de causas sociales que elijan?	Si ___ No ___ ¿Cómo?
10	¿Toma en cuenta e involucra a su personal, accionistas y proveedores en sus programas de inversión y desarrollo social?	Si ___ No ___ ¿Cómo?

Basado en el decálogo de Responsabilidad Social del Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI)