



XVIII Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia e Investigación en Ciencias Económico

TEMÁTICA A DESARROLLAR CON ÉNFASIS EN ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE
Desarrollo Integral de los Alumnos

Evaluación de la Responsabilidad Social dentro de una universidad pública

AUTORES:

*Nora Robles Lozoya*¹

*Victor Manuel Gallegos Cereceres*²

*Orieta Cecilia Ahumada Erives*³

Chihuahua. Chih., abril de 2015

¹ **Maestro en Administración.** Maestro Investigador de Tiempo Completo Adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Tel. 614-239-88-88. nrobles@uach.mx.

² **Dr. en Administración.** Maestro Investigador de Tiempo Completo Adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Tel. 614-247-91-92. vgallegos@uach.mx

³ **Maestro en Administración de Recursos Humanos.** Maestro Investigador de Tiempo Completo Adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Tel. 614-220-14-43. oahumada@uach.mx.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación fue evaluar si el instrumento desarrollado por la FECHAC puede ser utilizado por otras empresas o instituciones para el diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial, como segundo objetivo fue determinar la percepción de Responsabilidad Social Empresarial desde la óptica del personal administrativo dentro de una universidad pública. La investigación se llevó a cabo en el periodo comprendido de octubre a noviembre del 2013. Para la obtención de los resultados se aplicó el instrumento de diagnóstico elaborado por la FECHAC (Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C.) y adaptado para su aplicación. Los factores considerados en la investigación fueron: calidad de vida en la empresa, compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente, competitividad y relación con sus involucrados, bajo una escala tipo Likert siendo 5 el mayor y 1 el menor valor. El resultado promedio obtenido para Calidad de vida en la empresa fue de 3.51, para Compromiso con la comunidad 3.57, para Cuidado y preservación del medio ambiente 3.74 y para Competitividad y relación con sus involucrados 2.82, de una escala de 5 en cumplimiento del grado de responsabilidad social.

Palabras clave: responsabilidad social, responsabilidad social empresarial

ÍNDICE GENERAL	PÁGINA
RESUMEN	2
I. INTRODUCCIÓN	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
ANTECEDENTES.....	5
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	6
OBJETIVOS DEL ESTUDIO.....	7
JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO.....	7
II. MARCO DE REFERENCIA.....	8
III. CRITERIOS METODOLÓGICOS.....	15
IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES.....	15
V. DISCUSIÓN.....	21
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	22

I. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la forma de conducir a las empresas tomando en cuenta todos los aspectos de sus actividades que generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medio ambiente y sobre la sociedad en general.

El ISO 26000 define la Responsabilidad Social como la responsabilidad que adquieren las empresas por el impacto de sus decisiones y las actividades en la sociedad y medio ambiente a través de una ética y comportamiento transparente el cual contribuye con el desarrollo sostenible incluso en la salud y el bienestar de la sociedad, tomando en cuenta las expectativas de las partes interesadas en cumplimiento consistente con la ley y las normas internacionales de comportamiento integrado a lo largo de la organización y en lo practicado en sus relaciones (ISO, 2010).

El libro verde se refiere al concepto de RSE como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. También es definida, en un sentido más amplio, como un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio (Greaves, 2006).

Las principales empresas Socialmente Responsables que existen actualmente en el Estado de Chihuahua son: ABITAT, Aceites y Lubricantes de Chihuahua, Agnico Eagle México, ALSUPER, Aurico Gold de México, Coeur Mexicana, Compañía Minera Dolores, El Heraldo de Chihuahua, Grupo American Industries, Grupo CATRAAR México, Grupo Cementos de Chihuahua, Grupo PROSESA, INTERCERAMIC, Intermex Parques Industriales, S-Mart, Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Chihuahua, Unidad de Investigación en Salud y la Universidad Autónoma de Chihuahua (FECHAC, s/f).

Este trabajo de investigación pretende evaluar la responsabilidad social de una universidad pública en cuatro apartados:

- Calidad de vida en la empresa
- Compromiso con la comunidad
- Cuidado y preservación del medio ambiente
- Competitividad y relación con sus involucrados

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La responsabilidad social corporativa está despertando en los últimos años un enorme interés por parte del sector empresarial, las escuelas de negocio, los inversores e incluso algunos gobiernos. Desde finales de los noventa han ido apareciendo en el panorama internacional diferentes iniciativas, códigos, normas encaminados a promover un comportamiento de las empresas más ético, sostenible y respetuoso con la sociedad y el medioambiente. La mayoría de estas recomendaciones, de carácter voluntario, pretenden animar al desarrollo de políticas y estrategias empresariales que incorporen estos criterios

argumentando su necesidad desde diferentes puntos de vista: morales, económicos y sociales (De la Cuesta, 2004).

Para poder planear el desarrollo de la RSE de una empresa, es necesario conocer el grado de desarrollo de sus áreas fundamentales. A partir del autodiagnóstico se puede elaborar el plan de desarrollo orientando con eficacia la aplicación de recursos económicos y humanos, logrando beneficios inmediatos (FECHAC, s/f).

Considerando lo anterior, se pretende evaluar si el instrumento desarrollado por la FECHAC puede ser utilizado por otras empresas o instituciones para el diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial, así como determinar la percepción de Responsabilidad Social Empresarial desde la óptica del personal administrativo dentro de una universidad pública.

ANTECEDENTES

Hoy en día, el concepto de responsabilidad social ha sido introducido en el ámbito de la Universidad y se entiende como: una política de gestión de la calidad ética de la Universidad que busca alinear sus cuatro procesos (gestión, docencia, investigación, extensión) con la misión universitaria, sus valores y compromiso social, mediante el logro de la congruencia institucional, la transparencia y la participación dialógica de toda la comunidad universitaria (autoridades, estudiantes, docentes, administrativos) con los múltiples actores sociales interesados en el buen desempeño universitario y necesitados de él, para la transformación efectiva de la sociedad hacia la solución de sus problemas de exclusión, inequidad y sostenibilidad (Vallaey, 2007).

La UNESCO aporta sus concepciones sobre responsabilidad social universitaria; estima que en las universidades el concepto debe incluirse en sus planes a largo plazo, con un enfoque de vinculación social, para resolver necesidades colectivas y atender, por parte de los estudiantes, las necesidades que laceran a las personas, como la pobreza, la injusticia, la

contaminación ambiental, la violación de derechos humanos y los que de acuerdo con cada comunidad se presenten (Martínez y Hernández, 2013).

En un ejercicio continuo de Responsabilidad Social, la Universidad Autónoma de Nuevo León inició formalmente el semestre Agosto-Diciembre 2011 con la apertura del programa Universidad para los Mayores y de Atención para Personas con Necesidades Especiales, dando así ejemplo de equidad educativa (Armendariz, 2011).

A pesar de ser una tarea difícil en el ámbito empresarial, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) preocupado en esta ebullición mundial ha emprendido una serie de actividades pioneras, pero significativas para lograr una responsabilidad social mediante cursos, alianzas estratégicas con diferentes empresas, crear cambios en la cultura y tratar de lograr impactos sociales y medio ambientales para redefinir la responsabilidad social (Vallaey, 2007).

Implementar una política de responsabilidad social universitaria debe ser un gradual y permanente proceso de transformación actitudinal del sujeto universidad y que pueda ser evaluado por instituciones de la sociedad civil. La marcha de la universidad debe tener un sistema de transparencia para ponderar su trabajo interno con fines y con estrategias de vinculación social (Martínez y Hernández, 2013).

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La universidad pública objeto de esta investigación, actualmente no es una Empresa Socialmente Responsable por lo que se consideró evaluar cual es su participación y que requisitos logran reunir para obtener un diagnóstico.

¿Los instrumentos diseñados por las empresas industrias y sector maquilador pueden ser utilizados para evaluar a Instituciones educativas?

¿Cuál es la percepción de Responsabilidad Social Empresarial desde la óptica del personal administrativo dentro de una universidad pública ?

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Evaluar si el instrumento desarrollado por la FECHAC puede ser utilizado por otras empresas o instituciones para el diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial.

Determinar cuál es la percepción de Responsabilidad Social Empresarial desde la óptica del personal administrativo de una universidad pública.

JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

En este mundo globalizado donde se incrementa la competencia entre las diferentes instancias educativas se ha remarcado que exista una responsabilidad social, no solo en el cuidado del medio ambiente, sino en todos aquellos factores que conllevan a una responsabilidad social de la institución; por lo que este trabajo pretende evaluar si el instrumento desarrollado por la FECHAC puede ser utilizado por otras empresas o instituciones para el diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial, así como determinar la percepción de Responsabilidad Social Empresarial desde la óptica del personal administrativo dentro de una universidad pública.

¿Cuál es la dimensión del estudio?

Pretende evaluar si el instrumento desarrollado por la FECHAC puede ser utilizado por otras empresas o instituciones para el diagnóstico de la Responsabilidad Social Empresarial, así como determinar la percepción de Responsabilidad Social Empresarial desde la óptica del personal administrativo dentro de una universidad pública, en el periodo comprendido de octubre a noviembre del 2013, en la ciudad de Chihuahua, Chih.

II. MARCO DE REFERENCIA

El concepto de Empresa Socialmente Responsable se define como la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad (PROhumana, 2013).

La responsabilidad social es la ruta de la sustentabilidad, que abarca cuatro ejes a desarrollarse de manera paralela: estrategia, organización, productos, servicios y consumo, e información (Trejo, 2013).

Es una tendencia en pleno crecimiento y muy importante tanto en las empresas como para las personas que integran la comunidad (ESETLatinoamérica, 2012).

Responsabilidad Social Empresarial

Es para la FECHAC) una visión amplia de lo que significa ser empresa, Un cambio de fondo no de forma. Un proceso que se construye día a día. El compromiso activo del empresario y de los colaboradores. Un círculo virtuoso que empuja de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba. La opción de ganar-ganar (FECHAC, s/f).

Es hoy en día un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas empresas que desde hoy incorporen o refuercen sus acciones de Responsabilidad Social podrán, mañana, atender las exigencias del entorno (ALIARSE por MEXICO, 2013).

Es el compromiso consiente 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, s/f).

Historia Responsabilidad Social Empresarial

Los orígenes de la Responsabilidad Social Empresarial moderna pueden rastrearse desde los años '70, en que aparece con mucha fuerza el tema ambiental en EEUU. Es el tema ambiental la punta de lanza de la moderna RSE. Hasta esos años el tema del medio ambiente no estaba muy difundido en la opinión pública ni era preocupante para los gobiernos a nivel nacional.

Con la aparición de ciertos casos judiciales muy importantes en EEUU, que concluyeron en grandes indemnizaciones por daños, las grandes empresas petroleras, mineras y petroquímicas comenzaron a darse cuenta que en muchos países en los que operaban no había legislación suficiente como para prevenir daños importantes al medio ambiente. O sea, no bastaba con cumplir con la ley de un país para asegurarse que en el futuro no iban a ser ellas responsables de un daño ambiental. Esto hizo que las empresas incorporaran voluntariamente normas ambientales más estrictas que las del país anfitrión. Y el voluntariamente es clave para definir las acciones de RSE. Algunos llaman a esto autorregulación.

Esta adopción voluntaria por parte de las empresas de normas ambientales más estrictas que las legales indica también que los Estados no estaban técnicamente preparados para regular el tema mientras que las empresas sí lo estaban y actuaron en consecuencia.

Se puede decir que la RSE moderna se origina en dos fenómenos vinculados: por una parte en el debilitamiento relativo de los Estados y la simultánea necesidad de las empresas en modelar su entorno para poder expandirse, y por otra parte en una demanda creciente de la sociedad por ciertos bienes públicos que en el pasado eran provistos por el Estado. La segunda tendencia a la cual atribuyó la aparición y aceptación de la RSE como una actividad natural de la empresa moderna es consecuencia de varios cambios de paradigmas culturales que se producen en Occidente durante el siglo 20 (Fernandez, 2011).

Concepto de Responsabilidad Social Empresarial

Es 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.

De esta forma se da por entendido que la responsabilidad empresarial no es algo ajeno o añadido a la función original de la empresa. Por el contrario, implica cumplir con ella con la conciencia de que esto impactará de forma positiva o negativa, directa o indirectamente, interna o externamente, a grupos y comunidades vinculadas con su operación. Es la capacidad de responder a estos desafíos buscando maximizar los impactos positivos y minimizar los negativos, haciendo mejores negocios al atender estas expectativas.

La Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de hacer negocios en la que la empresa gestiona sus operaciones de forma sustentable en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos públicos con los que se relaciona (los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, etc.) y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

Ambas definiciones tienen elementos en común que describen, en esencia, lo que debe considerarse al determinar la responsabilidad social de una empresa y sus alcances.

La Responsabilidad Social Empresarial debe sustentarse en los valores expresados por la empresa y debe ser plasmada en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas a lo largo de las operaciones empresariales para institucionalizarla.

En conclusión, la Responsabilidad Social Empresarial lleva a la actuación consciente y comprometida de mejora continua, medida y consistente que permite a la empresa generar valor agregado para todos sus públicos, y con ello ser sustentablemente competitiva (FEMP, 2008).

Distintivo RSE, una inversión no un gasto

Las empresas deben ser conscientes de que la responsabilidad social es una inversión al corto, mediano y largo plazo, sostuvo Heriberto Ortiz Becerril, gerente global de Responsabilidad Social de la consultoría Softtek.

Una de las mayores dificultades observadas por la consultoría del sector empresarial es que, en diversas ocasiones, los ejecutivos ven a la responsabilidad social no como una oportunidad, sino como un gasto, expresó durante su participación en el congreso Creando para el ser humano.

Por lo que urgió a las compañías a sensibilizarse y adquieran consciencia de la importancia y trascendencia que tiene el ser humano dentro de las organizaciones (Durán, 2013).

Organización Internacional de Estandarización (ISO)

ISO cuenta con una membresía de 163 organismos nacionales de normalización de países grandes y pequeños, industrializados, en desarrollo y en transición, en todas las regiones del mundo. ISO cuenta con un portafolio de más de 18.400 normas que proveen a las empresas, el gobierno y la sociedad de herramientas prácticas en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social. Las normas ISO hacen una contribución positiva al mundo en que vivimos. Ellas facilitan el comercio, la difusión del conocimiento, la difusión de los avances innovadores en tecnología y comparten prácticas de buena gestión y evaluación de conformidades (ISO, 2010).

ISO 26000

Proporciona orientación sobre como las empresas y las organizaciones pueden operar de una manera socialmente responsable. Esto significa actuar de manera ética y transparente que contribuya a la salud y el bienestar de la sociedad.

La responsabilidad social es importante ya que a escala mundial, las organizaciones y sus partes interesadas son cada vez más conscientes de la necesidad y los beneficios de un comportamiento socialmente responsable. El objetivo de la responsabilidad social es

contribuir al desarrollo sostenible. El desempeño de una organización en relación con la sociedad en la que opera y con su impacto sobre el medio ambiente se ha convertido en una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para continuar operando de manera eficaz. En parte, esto es reflejo del creciente reconocimiento de la necesidad de asegurar ecosistemas saludables, equidad social y buena gobernanza de las organizaciones. En el largo plazo, todas las actividades de las organizaciones dependen de la salud de los ecosistemas mundiales.

Las organizaciones están sometidas a un escrutinio cada vez mayor por parte de sus diversas áreas interesadas.

ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de la responsabilidad social definidas en la norma:

- Gobernanza de la Organización
- Derechos humanos
- Prácticas laborales
- Medio ambiente
- Prácticas justas de operación
- Asuntos de consumidores
- Participación activa y desarrollo de la comunidad (ISO, 2010).

Entre la Responsabilidad Social Empresarial y la sustentabilidad

Sostenibilidad corporativa es hoy el concepto que guía el quehacer del mundo empresarial; éste se originó en Estados Unidos y se refiere a cómo una empresa genera valor en un entorno restrictivo de los sistemas sociales, ambientales y económicos en los que opera. Las empresas mexicanas viven un proceso de migración hacia este concepto; no obstante, aún están inmersas en la (RSE), coincidieron especialistas.

La diferencia entre los conceptos de sostenibilidad o sustentabilidad corporativas y RSE se centra en que ésta última tiende más a la ética, en tanto que la primera adopta una visión de largo plazo en la cual predomina la transparencia, aunque sin descuidar la ética, refirió

Antonio Lloret, especialista en negocios del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

Para Rodrigo de León, especialista del Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE), la sostenibilidad se refiere a la permanencia de la empresa en el tiempo -no a la ecología- y consiste en que las compañías incorporen a sus procesos tres aspectos: social, ambiental y económico. Al hacerlo, dijo, la organización adquiere el compromiso de crear valor para todos y cumple los estándares competitivos.

Carlos Barber Kuri, especialista en negocios de la Universidad del Valle de México (UVM), explicó que el término sostenible se vincula normalmente con la palabra desarrollo, articulándose como desarrollo sostenible o perdurable, que involucra el satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.

Advirtió que hay una confusión entre sustentabilidad y sostenibilidad debido a que el término sajón *sustainable* ha sido erróneamente traducido al castellano como *sustentable* cuando ese vocablo no existe en nuestro idioma, independientemente de que cada día sea más utilizado.

Lloret consideró que el concepto de sustentabilidad está más vinculado al uso de recursos naturales y el de sostenibilidad a la parte económica, aunque en ambos el largo plazo es indispensable (Trejo, 2013).

Responsabilidad Social de la Empresa: Una aproximación desde la Ética Empresarial (García-Marza, 2007) propone una definición dialógica de responsabilidad que nos permita comprender y gestionar las bases éticas de la confianza depositada en la empresa. Se parte de la comprensión de la responsabilidad como un recurso moral imprescindible para mantener la legitimidad y credibilidad de la empresa.

Las empresas y su responsabilidad en el campo social

Hace un par de décadas, aún se esperaba que los problemas sociales fueran resueltos a través de una oferta de servicios casi exclusivamente gubernamental. Posteriormente, con la aplicación del enfoque neoliberal y su crítica a la ineficiencia estatal, dicha participación se redujo, al tiempo que se incrementaba el papel de las organizaciones civiles. El campo social pasó así a depender de la gestión de estos dos actores. Sin embargo, es necesario un tercer actor que asuma la responsabilidad que le corresponde en materia social. Existen cambios sufridos por las políticas sociales en las últimas décadas y nuevos conceptos que se han ido generando capital humano, capital social, responsabilidad social empresarial (Cardozo, 2003).

La empresa social y su responsabilidad social

Barrera (2007) reflexiona acerca de la definición de la denominada empresa social y se propone un contenido para su responsabilidad social. Se presentan dos matrices como elementos de análisis y de apoyo para la construcción del concepto, y se propone una tipología para las organizaciones. Las dimensiones para la conceptualización son la creación de valor económico, la creación de valor social y la captura de valor económico por parte de los clientes ubicados en la base de la pirámide. En cuanto a la responsabilidad social de la empresa social, se hace énfasis en la importancia de la implementación de su estrategia social genérica: la adquisición y el desarrollo de sus propios recursos y capacidades orientados a mejorar la propuesta de valor, la interacción comercial creadora de valor social, la reputación y la motivación trascendente o contributiva de los empleados. Se establece la educación del cliente de rentas bajas en el uso de los productos, bienes y servicios como uno de los puntos de impacto social más importantes de la actividad de la empresa social, ya que es una de las vías para la expansión de sus capacidades y libertades y, en consecuencia, para aprovechar de una mejor manera las oportunidades económicas y sociales del contexto.

III. METODOLOGÍA

- El diseño de la investigación fue no experimental, de tipo aplicada, de naturaleza cualitativa con apoyo bibliográfico.
- Lugar y tiempo: Se realizó la investigación en una universidad pública en el periodo comprendido de octubre a noviembre del 2013.
- Población de interés fue el personal administrativo de una universidad pública con un muestreo total, siendo 8 administrativos.
- Procedimiento.

Después de analizar el instrumento proporcionado por Fundación del Empresariado Chihuahuense, A.C. al cual se adaptó y se le realizaron algunas adecuaciones para poder ser aplicado a una institución educativa; se codificó la información recopilada en una hoja tabular y se procedió a analizar las respuestas; se realizaron correcciones en caso de encuestas con faltantes de información, seguidamente se validó la información mediante un Alpha de Cronbach general y por factor. Posteriormente se determinó la independencia de la información.

IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Para la validación del instrumento se utilizó una Alpha de Cronbach con el fin de determinar si la información era consistente y fiable.

Tabla 1. Estadísticos de fiabilidad general

Indicador	Alfa de Cronbach
Global	.766

Como se puede observar en la tabla anterior el valor fue de .766 lo cual se considera bueno, ya que aquellos valores que oscilan entre .7 y .9 se consideran entre buenos y aceptables.

Tabla 2. Estadísticos de fiabilidad por factor

Factor	Alfa de Cronbach
Calidad de Vida en la Empresa	.780
Compromiso con la Comunidad	.821

Competitividad y Relación con sus Involucrados	.724
Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	.798

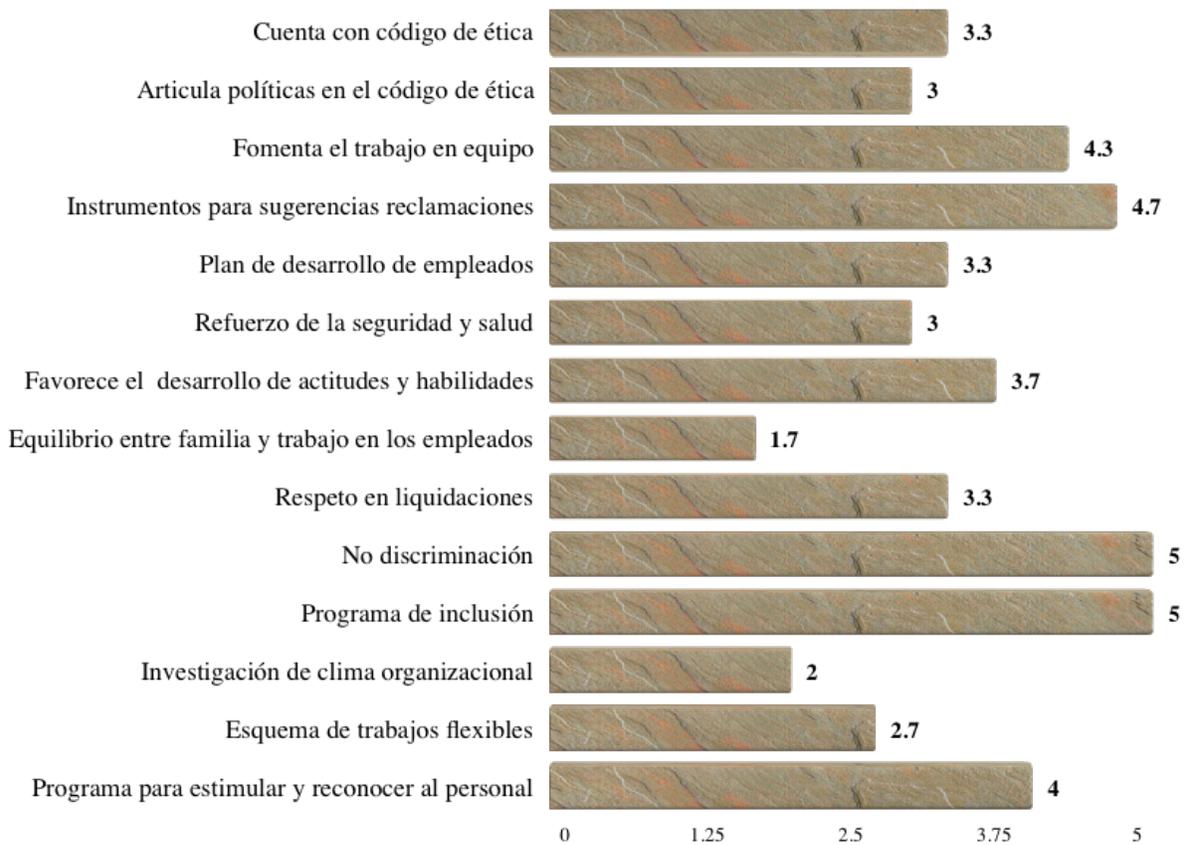
Como se puede observar en la tabla 2 todos los valores de los factores son superiores a .7 por lo que se consideran buenos, así mismo se muestra que la información recolectada en el instrumento es consistente.

Tabla 3. Pruebas de chi-cuadrado

Chi-cuadrado de Pearson	Sig. asintótica (bilateral)
Calidad de Vida de la Empresa* Compromiso con la Comunidad	,241
Calidad de Vida de la Empresa* Competitividad y Relación con sus Involucrados	,163
Calidad de Vida de la Empresa* Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	,196
Compromiso con la Comunidad* Competitividad y Relación con sus Involucrados	,091
Compromiso con la Comunidad* Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	,067
Competitividad y Relación con sus Involucrados* Cuidado y Preservación del Medio Ambiente	,151

Se realizó la prueba de chi-cuadrado con la finalidad de identificar la independencia de los factores, y como se puede apreciar todos los valores de significancia son superiores a $p > .05$, lo que demuestra que todos los factores analizados son independientes.

Gráfica1. Calidad de Vida en la Empresa



Una empresa Responsable Socialmente según la FECHAC en lo referente al Factor Calidad de Vida en la Empresa debe:

- Fomentar el ejercicio de la ética en todas sus operaciones (procesos, productos y/o servicios).
- Contar con programas de desarrollo integral para sus trabajadores y sus familias.
- Procurar el balance vida familiar- vida laboral al interior de la organización.
- Fomentar la inclusión y la diversidad en su fuerza laboral.

Sin embargo, como se puede observar en la gráfica 1, los indicadores equilibrio entre familia y trabajo en los empleados, así como investigación de clima organizacional y esquema de trabajos flexibles, son inferiores al valor promedio, por lo que se recomienda poner atención a estos indicadores con la finalidad de obtener mejor puntuación.

Gráfica2. Compromiso con la Comunidad

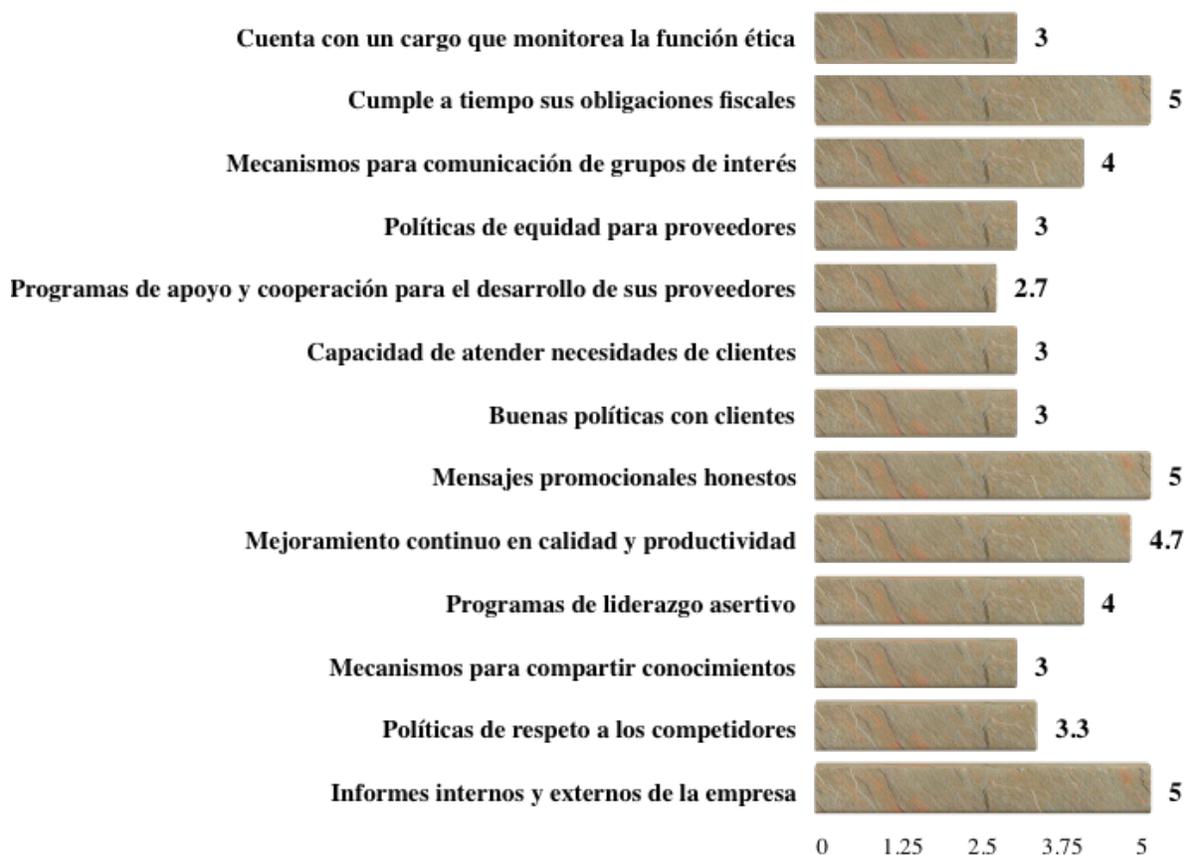


Respecto al Factor Compromiso con la Comunidad, una empresa debe:

- Realizar aportaciones y/o inversiones en beneficio de su entorno inmediato.
- Realizar y/o participar en actividades sociales y comunitarias y darles seguimiento.
- Promover el trabajo voluntario de sus trabajadores hacia la comunidad (FECHAC,s/f).

Considerando el resultado que se muestra en la gráfica 2, los indicadores Prever conflictos con la comunidad y Responde a las expectativas de la comunidad, se encuentran por debajo del promedio en este factor.

Gráfica 3. Competitividad y Relación con sus Involucrados

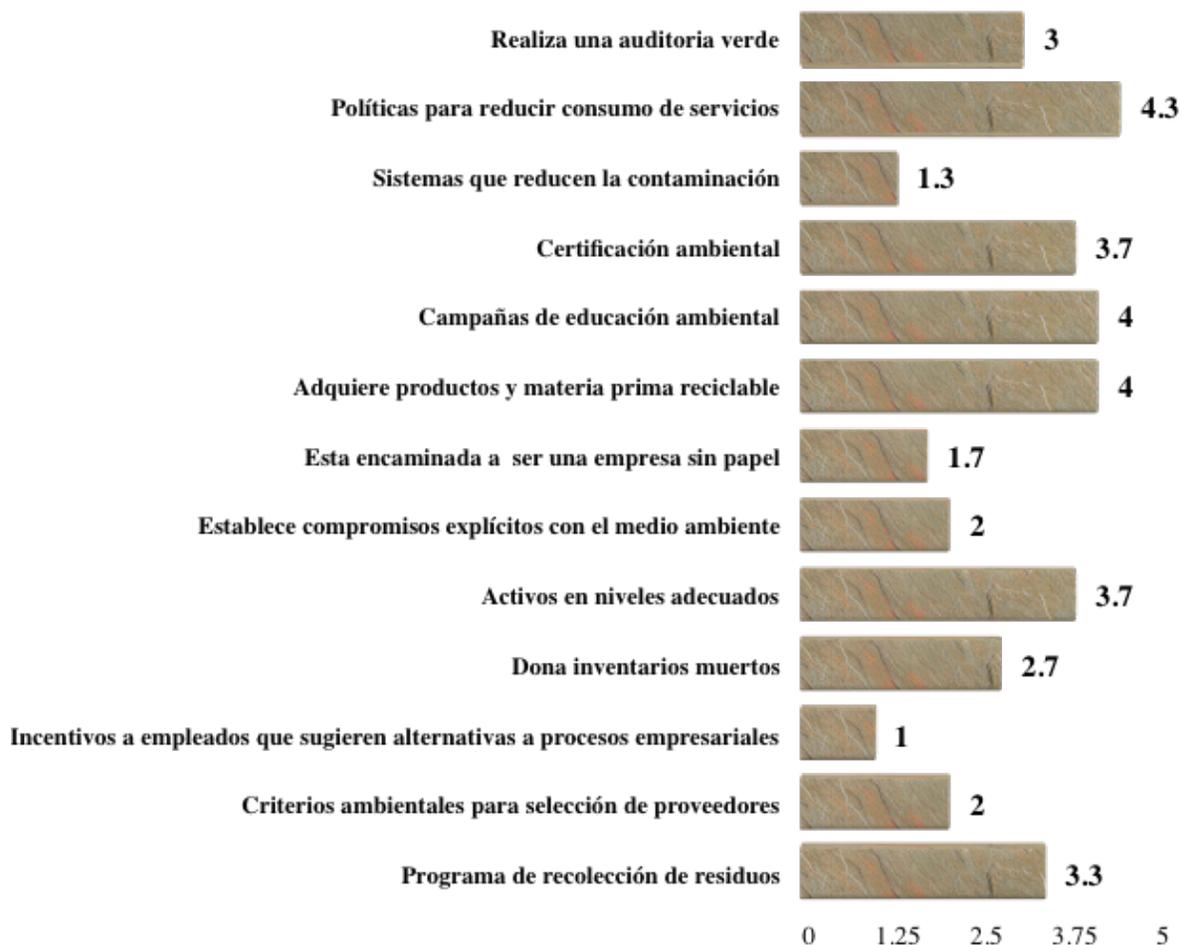


Respecto al factor Competitividad y Relación con sus Involucrados una empresa que cumple en forma socialmente responsable debe:

- Cumplir con sus obligaciones ante las Autoridades.
- Construir relaciones de ganar-ganar con sus Proveedores.
- Satisfacer a sus Clientes.
- Cumplir con sus obligaciones ante sus Accionistas.
- Mantener una relación sana con sus Competidores (FECHAC,s/f).

En la gráfica 3 se puede observar que el indicador programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de sus proveedores se encuentra por debajo del promedio para este factor.

Gráfica 4. Cuidado y Preservación del Medio Ambiente



Referente al factor Cuidado y Preservación del Medio Ambiente una empresa que cumple en forma socialmente responsable debe:

- Cumplir con las obligaciones ambientales de su localidad.
- Contar con políticas o programas de cuidado del medio ambiente.
- Participar o apoyar campañas de prevención, conservación y/o regeneración del medio ambiente (FECHAC, s/f).

Como se aprecia en la gráfica 4, respecto al factor Cuidado y Preservación del Medio Ambiente, se encuentra una mayor cantidad de indicadores con un promedio inferior, lo cual indica que la tendencia es negativa.

Tabla 4. Nivel de responsabilidad social de una Universidad Pública

FACTORES	PROMEDIO	DESV.ST
Calidad de vida en la empresa	3.51	1.23
Compromiso con la comunidad	3.57	1.17
Cuidado y preservación del medio ambiente	3.74	1.07
Competitividad y relación con sus involucrados	2.82	1.43

Como se puede apreciar en la tabla 4, en los factores Calidad de Vida en la Empresa y Cuidado, así como Competitividad y relación con sus involucrados, los encuestados mostraron una mayor dispersión en estos indicadores. Así también se puede apreciar que los indicadores Calidad de vida en la empresa, Compromiso con la comunidad y Cuidado y preservación del medio ambiente; presentan un grado aceptable dentro de la institución, sin embargo, el factor Competitividad y relación con sus involucrados se encuentra debajo del promedio de la escala de valoración.

V. DISCUSIÓN

A pesar de que existe mucha información teórica sobre el tema de responsabilidad social empresarial, se hace necesario que se lleve a cabo en forma individual en las diferentes instituciones públicas y privadas ya que cada una de ellas se maneja en un entorno y medio ambiente específico.

Al haber aplicado el instrumento de diagnóstico elaborado por la FECHAC modificado y adaptado para su aplicación a una universidad pública, se percibió que el instrumento con las modificaciones efectuadas, si puede ser utilizado para evaluar la responsabilidad social en diferentes empresas e instituciones.

Como se puede apreciar en los resultados obtenidos sobre esta institución educativa, la tendencia de los indicadores es buena, sin embargo, esta investigación servirá para mejorar aquellos indicadores que se encuentran débiles en lo que se refiere a la Responsabilidad

Social Empresarial, es importante señalar que se deben conservar todos aquellos indicadores que resultaron con puntuaciones altas.

Considerando lo anterior se concluye que la percepción de esta institución es que cumple con la normatividad establecida por la FECHAC.

Respecto al factor Competitividad y relación con sus involucrados, se debe concientizar que son indicadores de mejora para la institución por lo que se sugiere realizar una serie de cursos y alianzas con todos los integrantes de esta institución para mejorarlos.

VI. BIBLIOGRAFÍA

ALIARSE por México. (2013). ¿Qué es la RSE??. Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado de: <http://www.aliarse.org.mx>

Armendariz E., (2011). Universidad socialmente responsable, Editorial Universidad Autónoma de Nuevo León, Revista Transparencia Recuperado de: <http://www.uanl.mx/noticias/academico/universidad-socialmente-responsable.html>

Barrera, E. (2007). La Empresa Social y su Responsabilidad Social. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales.

Cajiga, J. F. (s/f). Concepto ESR. Recuperado de: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf.

Cardozo, M. (2003). Las empresas y su responsabilidad en el campo social. Economía, Sociedad y Territorio, vol. IV, El Colegio Mexiquense, A.C. Toluca, México. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11101307>

De la Cuesta, M. (2004). El porque de la responsabilidad social corporativa. Boletín Económico De Ice N° 2813. Recuperado de: http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE_2813_45-58__3878E11FE5EA92486445FF5860C4DF47.pdf

Durán, L. (2013). Distintivo ESR Inversión no gasto. El economista. Recuperado de: <http://www.eleconomista.com.mx/estados/2013/10/24/distintivo-esr-inversión-no-gasto>.

- ESET Latinoamérica. (2012). Responsabilidad Social. Obtenido de <http://www.eset-la.com/responsabilidad-social/index>.
- FECHAC Fundación del Empresario Chihuahuense A.C. (s/f). RSE. Recuperado de: <http://www.fechac.org/web/rse.php>.
- Fernandez, H. (2011). ¿Cuándo y porqué aparece la Responsabilidad Social Empresaria (RSE)?. ComunicaRSE. Recuperado de: http://comunicarseweb.com.ar/?_Cuando_y_porque_aparece_la_Responsabilidad_Social_Empresaria__RSE_%3F&page=ampliada&id=2704&s=&_page=articulos_d_e_opinion
- García-Marza, D. (2007). Desde La Ética Empresarial . Veritas. Revista de Filosofía y Teología, 17.
- Greaves, P. (2006). Empresarios mexicanos ante la responsabilidad social. Serie Análisis del Desarrollo. México D.F., Universidad Iberoamericana A.C. Recuperado de: http://www.uia.mx/campus/publicaciones/IIDSES/5_empresarios_mexicanos.pdf
- ISO International Organization for Standardization. (2010). Acerca de ISO. Recuperado de: <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>, ISO 26000 Social responsibility. Recuperado de: <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>
- FEMP Federación española de municipios y provincias. (2008). Manual de la empresa responsable y sostenible: conceptos, ejemplos y herramientas de la Responsabilidad Social Corporativa o de la Empresa . Recuperado de: <http://www.femp.es/files/566-100-archivo/Manual%20RSE.pdf>
- Martínez P. y Hernández A. (2013). Responsabilidad social universitaria: un desafío de la universidad pública mexicana Contribuciones desde Coatepec, núm. 24, Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28126456001>
- PROhumana (2013). ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial? Recuperado de: http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60
- SECD Secretaría de Educación, Cultura y Deporte (2013). Entregan galardón a la UTCH como la mejor del País. Recuperado de: <http://www.educación.chihuahua.gob.mx/content/entregan-galardón-la-utch-como-la-mejor-del-país>
- Trejo, L. (2013). Entre la RSE y la sustentabilidad. El Economista. Recuperado de: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/10/21/entre-rse-sustentabilidad>
- Vallaesys, F. (2007). Responsabilidad social universitaria, Propuesta para una definición madura y eficiente. Instituto Tecnológico de monterrey. Editado por el programa para

la Formación en Humanidades Recuperado de: http://www.responsable.net/cites/default/responsabilidad_social_universitaria_francois_vallaes.pdf