



TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CIUDAD MADERO
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
MAESTRÍA EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA



TESIS

**“PLAN DE ACTIVIDADES PARA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE
EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE (ESR) DENTRO DE UNA MIPYME”**

Que para obtener el Grado de
Maestra en Gestión Administrativa

Presenta
Ing. María de los Angeles Barrón Guerrero

Director de Tesis
M.C. Nora Leticia Castelán Ortiz

Co-director de Tesis
M.C. Irma Beatriz Florencia Castillo

Cd. Madero, Tamaulipas

Noviembre 2018

Cd. Madero, Tams., a **06 de Noviembre de 2018**

OFICIO No.: U8.225/18
ÁREA: DIVISIÓN DE ESTUDIOS
DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN
ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN
DE TESIS.

ING. MARÍA DE LOS ÁNGELES BARRÓN GUERRERO
No. DE CONTROL G06070820.
PRESENTE

Me es grato comunicarle que después de la revisión realizada por el Jurado designado para su Examen de Grado de Maestro en Gestión Administrativa, se acordó autorizar la impresión de su tesis titulada:

**“PLAN DE ACTIVIDADES PARA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA
DE EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE (ESR) DENTRO DE UNA MIPYME”**

El Jurado está integrado por los siguientes catedráticos:

PRESIDENTE :	M.C. NORA LETICIA CASTELÁN ORTIZ
SECRETARIO:	M.C. IRMA BEATRIZ FLORENCIA CASTILLO
VOCAL:	M.A. JESÚS GÓMEZ ROJAS
SUPLENTE:	M.A. AQUILES IBARRA HERNÁNDEZ
DIRECTORA DE TESIS :	M.C. NORA LETICIA CASTELÁN ORTIZ
CO-DIRECTORA DE TESIS:	M.C. IRMA BEATRIZ FLORENCIA CASTILLO

Es muy satisfactorio para la División de Estudios de Posgrado e Investigación compartir con Usted el logro de esta meta. Espero que continúe con éxito su desarrollo profesional y dedique su experiencia e inteligencia en beneficio de México.

ATENTAMENTE
“Excelencia en Educación Tecnológica®
“POR MI PATRIA Y POR MI BIEN”®



DR. JOSÉ AARÓN MELO BANDA
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS
DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
TECNOLÓGICO NACIONAL
DE MÉXICO
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CIUDAD MADERO
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
E INVESTIGACIÓN

c.c.p.- Archivo
Minuta

JAMB 'GCG' jar



DEDICATORIAS

Agradezco a Dios y a la vida por haberme dado la oportunidad de continuar con mi preparación profesional.

He sido una persona afortunada porque tengo la bendición de nunca haber carecido de lo necesario para mi desarrollo en lo económico, emocional y espiritual. Esto ha sido gracias a mis padres por guiarme con el ejemplo de superación, de levantarse a pesar de los fracasos, con sus consejos que me han indicado el camino para alcanzar mis objetivos basados en el esfuerzo y el trabajo.

Mi hermana, que se ha convertido en mi compañera, la voz de mi conciencia, apoyándome y creyendo en mí en los momentos en los que pensaba dejar todo atrás, siempre teniendo las palabras exactas para alentarme a seguir adelante.

A todos ustedes, gracias...

AGRADECIMIENTOS

A todo el cuerpo docente del Instituto Tecnológico de Ciudad Madero, por ser guías en el conocimiento de herramientas durante la maestría que me ayudaron a desarrollar la presente tesis.

Asimismo, agradezco a la empresa que me brindó las facilidades para hacer uso de su infraestructura y el apoyo de su personal operativo y administrativo para la realización de este trabajo.

RESUMEN

La Responsabilidad Social (RS) va cobrando cada día mayor importancia a nivel global pues aunque tuvo su origen en el ámbito empresarial, ha permeado en todo tipo de organizaciones: sociedad civil, sector público o gubernamental así como del sector privado en general. (Delgado Gallart, 2017).

Al ser ejercida la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se modifica el papel social y ético de la empresa, según las necesidades y el contexto propio de cada una y de acuerdo a los requerimientos de cada sociedad. La RSE brinda beneficios reales y tangibles para la empresa, que pueden medirse de diferentes maneras, basándose en información cuantitativa y cualitativa. (Cajiga Calderón, s.f., pág. 10).

Sin embargo, aún cuando existe un amplio consenso de que este es un tema prioritario para la generación de un desarrollo sostenible en nuestro país, nos encontramos con que la gran mayoría de las empresas, quienes generan mayores empleos, y son las exponentes del espíritu empresarial a través de su emprendimiento, las empresas conocidas como Pymes, aún no son muy activas en el ámbito de la RSE, o no han desarrollado una estrategia clara en esta materia. De esta manera, la necesidad de avanzar en el proceso de adopción de la RSE en las empresas emergentes, muchas veces de tamaño pequeño o mediano, se convierte en una tarea urgente, que requiere de instrumentos que posibiliten este proceso de manera gradual y ajustada a las posibilidades de cada empresa. (Confederación de la Producción y del Comercio, Fundación Prohumana, 2006).

De ahí la importancia de este trabajo de investigación que tiene como objetivo elaborar un plan de actividades en una MiPyMe para implementar un sistema de responsabilidad social que le permita ser reconocida como una empresa comprometida con la sociedad y el medio ambiente. La técnica de obtención de la información se dividió en dos partes; la primera fue la investigación documental

basada en la normatividad vigente y la segunda involucró el diseño, y aplicación de entrevistas estructuradas con intención definida a ejecutivos y colaboradores de la empresa para identificar áreas de mejora en los rubros de medio ambiente, vinculación con la comunidad, ética empresarial y calidad de vida en la empresa.

En cuanto a los resultados, se analizaron los fundamentos teóricos que incluyen la norma ISO 26000 *“Guidance on social responsibility”* y la MNX-SAST-26000-IMNC-2011 *“Guía de responsabilidad social”*. Con la información obtenida en las entrevistas se diseñó un plan de actividades que permitirá a la empresa hacer una planeación para implementar un sistema de responsabilidad social de forma progresiva y gradual.

ABSTRACT

There is no doubt that Social Responsibility (SR) is becoming greater importance on a global basis. Fortunately, Social Responsibility - which originated in the business world - has permeated all kinds of organizations: civil society, the public or government sector and the private sector in general. (Delgado Gallart, 2017).

When exercised the Corporate Social Responsibility (CSR), modifies the social and ethical role of the company, according to the needs and context of each one, and according to the requirements of each society. CSR provides real and tangible benefits for the company, which can be measured in different ways, based on quantitative and qualitative information. ((Cajiga Calderón, s.f., page 10).

However, even though there is a broad consensus that this is a priority issue for the generation of sustainable development in our country, we find that the vast majority of companies, which generate more jobs, and are the exponents of the spirit Business through its entrepreneurship, the companies known as SMEs, are not yet very active in the field of CSR, or have not developed a clear strategy in this area. Thus, the need to move forward in the process of adopting CSR in emerging companies, often small or medium-sized, becomes an urgent task, requiring instruments that enable this process gradually and adjusted to the possibilities of each company. (Confederation of Production and Commerce, Prohumana Foundation, 2006).

Hence the importance of this research work that aimed to develop a plan of activities in a SMEs to implement a social responsibility system that allows it to be recognized as a company committed to society and the environment. The technique of obtaining information was divided into two parts; the first was documentary research based on the current regulations and the second involved the design and application of structured interviews with defined intent to executives and employees of the company to identify areas of improvement in the fields of environment, community engagement,

business ethics and quality of life in the company. As for the results, the theoretical foundations were analyzed, which include the ISO 26000 standard "Guidance on social responsibility and the MNX-SAST-26000-IMNC-2011" Guide of social responsibility ". With the information obtained in the interviews a plan of activities was designed that will allow the company to make a planning to implement a social responsibility system of in the company in a progressive and gradual way.

ÍNDICE

DEDICATORIAS	i
AGRADECIMIENTOS	ii
RESUMEN	iii
ABSTRACT	v
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1 Antecedentes	4
1.2 Nacimiento de la idea	4
1.3 Declaración del problema de investigación.....	5
1.4 Objetivo general.....	5
1.5 Objetivos específicos	5
1.6 Justificación e importancia del trabajo de investigación.....	6
1.7 Limitaciones del trabajo	6
1.8 Delimitaciones de la investigación	7
CAPÍTULO 2. EL MARCO TEÓRICO	9
2.1 Marco terminológico.....	9
2.2 Marco histórico	11
2.3 Marco organizacional.....	16
2.4 Marco normativo o legal.....	18

2.5 Fundamentos teóricos	21
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1 Enfoque de estudio de investigación	39
3.2 Diseño de la investigación	39
3.3 La población o sujeto de estudio	41
3.4 Tamaño de la muestra	41
3.5 Recolección de datos.....	42
3.6 Técnicas de análisis de la información	44
CAPÍTULO 4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	48
4.1 Contexto de la organización	48
4.2 Identificación de los grupos de interés (stakeholders)	50
4.3 Autoevaluación de la empresa en materia de responsabilidad social.....	52
4.4 Propuesta de actividades para la implementación de Responsabilidad Social Empresarial.....	61
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
5.1 Conclusiones Objetivo General.....	67
5.2 Conclusiones Objetivos específicos.....	67
5.3 Recomendaciones	68
Referencias Bibliográficas	90
Bibliografía	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Organigrama del área Ingeniería	18
Figura 2.2 Visión esquemática de la norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011	24
Figura 2.3 Relación entre una organización, sus partes interesadas y la sociedad .	28
Figura 2.4 Las siete materias fundamentales	31
Figura 2.5 Proceso de autoevaluación de Guía Izaite	32
Figura 3.1 Naturaleza del proceso cualitativo ejemplificada con un tipo de recolección de datos: la entrevista	43
Figura 3.2 Propuesta de “coreografía” del análisis cualitativo (directrices de las tareas potenciales para el investigador).....	45
Figura 4.1 Integración de la responsabilidad social en toda la organización.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Características de los principales diseños cualitativos	40
Tabla 3.2 Tamaños de muestra comunes en estudios cualitativos	42
Tabla 4.1 Análisis FODA	49
Tabla 4.2 Identificación de partes interesadas	51
Tabla 4.3 Propuesta de Plan de implementación de RSE en una MiPyMe	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 4.1 Percepción de la Alta gerencia en relación a la Responsabilidad Social (RS)	54
Gráfica 4.2 Percepción de cumplimiento de requisitos de RSE	57
Gráfica 4.3 Fomento de actividades en pro de la comunidad	58
Gráfica 4.4 Actividades en las que el empleado está dispuesto a participar para mejora de la comunidad	59
Gráfica 4.5 Actividades enfocadas a la formación y crecimiento de los empleados..	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Resumen de Materias fundamentales y Asuntos de Responsabilidad Social de la NMX-SAST-26000-IMNC-2011	71
Anexo B. Instrumento para la autoevaluación de Responsabilidad Social (RS).....	84
Anexo C. Instrumento de percepción de la Responsabilidad Social (RS)	88

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las empresas son conscientes que las actividades que realizan no sólo deben generar riqueza, sino retribuir a la sociedad y al entorno de manera activa para contrarrestar los efectos adversos que éstas han provocado.

Es importante reconocer que en la actualidad la RSE es un valor agregado y una ventaja competitiva para la empresa. Aquellas empresas que desde hoy incorporen o refuercen sus acciones de Responsabilidad Social lo harán a su propio ritmo y de acuerdo a sus posibilidades; mañana tendrán la exigencia del entorno. (De Tigueros, 2012, pág. 6).

Por ello, el presente trabajo planteó un medio para que una MiPyMe pueda llevar a cabo un análisis de responsabilidad social en la empresa y con ello planear de forma adecuada una implementación que le permita adoptar la responsabilidad social como parte de sus actividades.

El presente trabajo está estructurado de la siguiente manera:

- En el capítulo 1 se describieron los antecedentes de la empresa de estudio, la idea con la cual se planteó el problema de investigación, el objetivo general y objetivos específicos, la justificación e importancia que tendrá en la empresa, así como las limitaciones y delimitaciones que se consideraron durante el desarrollo de la investigación.
- Durante el desarrollo del capítulo 2, se recopiló toda la información necesaria para una mejor comprensión de la investigación, es decir, la terminología, marco histórico, la estructura organizacional de la empresa objeto de estudio, la normatividad aplicada en el tema de responsabilidad social y los fundamentos teóricos que sirvieron de referencia para la investigación.

- En el capítulo 3 se definió el método de investigación que se emplearía para la recopilación de la información de campo, el diseño de la investigación, así como los instrumentos de análisis y tratamiento de los datos.
- El capítulo 4 se presentan los resultados obtenidos del análisis de la información (encuestas de percepción, contexto de la organización), los cuales proporcionaron la base para la elaboración del plan de actividades que servirá de referencia para la implementación de la responsabilidad social en la empresa objeto de estudio.
- Por último, en el capítulo 5 se encuentran las conclusiones del trabajo, y las recomendaciones adicionales que ayudarán a llevar a cabo la implementación de la RSE.

Este trabajo está dirigido a todos aquellos quienes tengan el interés de iniciar en el camino de la Responsabilidad Social dentro de la organización donde colaboran, sirviendo como una fuente de referencia para ampliar sus conocimientos en esta materia.

CAPÍTULO 1.
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE
INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

Para el presente trabajo, se toma como referencia una empresa ubicada en la ciudad de Tampico, Tamaulipas, dedicada desde el año 2008 a ofrecer servicios de diseño de ingeniería principalmente al corredor industrial de Altamira, Tamaulipas.

Con el paso del tiempo, la empresa se ha consolidado en el giro en el cual se desempeña, por tal razón, su preocupación en mejorar sus procesos técnicos y administrativos.

Dentro de estas mejoras, se encuentran la incorporación a la norma de calidad ISO 9001:2008. A partir de ese momento, la empresa consideró la necesidad de hacer cambios importantes para mejorar el desempeño mediante la mejora continua de sus procesos.

Con esto, se percibe la disposición de la misma por seguir en el camino de mejora, se presume que incorporar una cultura organizacional con responsabilidad social lograría mayores beneficios a la empresa no sólo como organización sino como parte de la sociedad que conformamos.

1.2 Nacimiento de la idea

Debido a la inclusión de la empresa en el sistema de calidad ISO 9001, donde se implementaron procedimientos y controles para estandarizar la realización de las actividades y así brindar a los clientes un mejor servicio, se observó un cambio profundo en la cultura organizacional.

Este cambio ha conseguido despertar el interés de continuar en el camino de mejora y seguir contribuyendo al crecimiento de la empresa a través del desarrollo del entorno social, económico y medio ambiental. Por ello, la cultura de responsabilidad social es un concepto que se adapta a esta visión.

1.3 Declaración del problema de investigación

Actualmente, en la empresa no existe un programa que englobe los aspectos económicos, sociales y ambientales, por lo tanto, se desea implementar este sistema con la finalidad de volverla una práctica común.

Esto lleva a cuestionarse ¿cómo se podría conocer la situación de la empresa respecto a los aspectos económicos, sociales y ambientales?

¿Qué herramientas se podrían utilizar para introducir los aspectos económicos, sociales y ambientales en la cultura organizacional de la empresa?

1.4 Objetivo general

Elaborar un plan de actividades dentro de una MiPyMe con el objetivo de implementar un sistema como Empresa Socialmente Responsable (ESR) para que sea reconocida por su compromiso con la sociedad y el medio ambiente, y con ello mejorar la competitividad y aumentar la reputación de la empresa impactando positivamente su entorno.

1.5 Objetivos específicos

- Identificar los requerimientos necesarios que debe procurar una Empresa Socialmente Responsable, basadas en normatividad vigente.

- Realizar un análisis de la situación actual de la empresa para identificar áreas de mejora en los rubros de medio ambiente, vinculación con la comunidad, ética empresarial y calidad de vida en la empresa.
- Proponer las actividades necesarias para la implementación de un sistema de responsabilidad social.

1.6 Justificación e importancia del trabajo de investigación

Este trabajo considera todos los recursos materiales, humanos y tecnológicos, que son necesarios para conseguir una planeación de las actividades imprescindibles para lograr la implementación para un sistema de responsabilidad social.

Debido a los cambios perceptibles en los últimos tiempos en el medio ambiente, comunidad, entre otros, cada vez más empresas se suman a los esfuerzos por ser parte del cambio positivo y así retribuir a la sociedad por los daños provocados consecuencia de sus actividades.

Por tal motivo, al iniciarse en una cultura de responsabilidad social la empresa obtendría además del reconocimiento por el esfuerzo y el interés hacia el entorno, la percepción de otros como una empresa comprometida creando confiabilidad entre la comunidad.

1.7 Limitaciones del trabajo

- La información proporcionada será limitada por cuestiones de confidencialidad de la empresa.
- El tiempo del investigador disponible para la realización de la investigación.

- Fuentes de información para consulta y referencias en México de RSE para Pymes.
- Los recursos económicos disponibles para la realización del trabajo de investigación.

1.8 Delimitaciones de la investigación

- El estudio se realiza sólo para el área de ingeniería de la empresa.
- Las actividades incluyen sólo el análisis de los requerimientos hasta su etapa de implementación.
- La investigación tiene un tiempo de elaboración de junio 2017 a junio 2018.

CAPÍTULO 2.

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO 2. EL MARCO TEÓRICO

2.1 Marco terminológico

Calidad. Una organización orientada a la calidad promueve una cultura que da como resultado comportamientos, actitudes, actividades y procesos para proporcionar valor mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas pertinentes. (ISO, 9000:2015).

Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Asociación civil fundada en diciembre de 1988. Es una institución privada, no lucrativa, sin ninguna filiación a partido, raza o religión. Su misión es promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos, sus organizaciones sociales y empresas para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera. (Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI], s.f.).

Coreografía. En la investigación, es un término utilizado generalmente para referenciar que el análisis de los datos no es predeterminado, sino que se comienza a efectuar según un plan general, pero su desarrollo sufre modificaciones de acuerdo con los resultados. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 419).

Derechos humanos. Conjunto de prerrogativas sustentadas en la dignidad humana, cuya realización efectiva resulta indispensable para el desarrollo integral de la persona. Este conjunto de prerrogativas se encuentra establecido dentro del orden jurídico nacional, en nuestra Constitución Política, tratados internacionales y las leyes. (Comisión Nacional de los Derechos Humanos [CNDH], s.f.).

Empresa. Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. (RAE, s.f.).

Empresa Socialmente Responsable (ESR). También conocida como Responsabilidad Social Empresarial (RSE) 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. (Cajiga Calderón, s.f.).

Filantropía. Vocablo de origen griego que significa “amor al género humano”. Se trata de un concepto utilizado de manera positiva para hacer referencia a la ayuda que se ofrece al prójimo sin requerir una respuesta o algo a cambio. El voluntariado, las donaciones y la acción social sin fines de lucro o políticos forman parte de la filantropía, que pretende construir una sociedad más justa y equitativa, en la cual todas las personas tengan las mismas posibilidades de desarrollo. (Pérez Porto & Gardey, s.f.).

ISO (Organización Internacional de Normalización, por sus siglas en inglés). Organización internacional no gubernamental, independiente, con la participación de organismos de normalización nacional 162. A través de sus miembros, reúne a expertos para compartir conocimiento y desarrollar normas internacionales voluntarias, basado en el consenso, y relevantes para el mercado que respalden la innovación y proporcionen soluciones a los desafíos globales del mercado. (ISO, s.f.).

Medio Ambiente. Conjunto de todas las cosas vivas que nos rodean. De éste obtenemos agua, comida, combustibles y materias primas que sirven para fabricar las cosas que utilizamos diariamente. (Naciones Unidas-Centro de Información México, Cuba y República Dominicana, s.f.).

Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Conocidas bajo el concepto de MiPyMe's, clasificándose en base a su tamaño, sector, rango de número de trabajadores y rango de monto de ventas anuales (mdp) de acuerdo a la Secretaría de Economía (SE) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). (Sistema de Información Empresarial Mexicano [SIEM], s.f.).

Partes interesadas. También conocidas como “stakeholders” se refiere Individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización. (IMNC, 2011).

Sistema. Las organizaciones buscan entender el contexto interno y externo para identificar las necesidades y expectativas de las partes interesadas pertinentes. Las salidas de un proceso pueden ser las entradas de otro proceso y están interconectados en una red total. (International Standardization Organization [ISO], 2015)

2.2 Marco histórico

2.2.1 Antecedentes históricos de la RSE

El concepto de RSE no es nuevo, ni es una práctica reciente. Las prácticas sociales empresariales se pueden remontar a la Revolución Industrial, a partir de la cual se evidencian conductas paternalistas y filantrópicas que alcanzan la mitad del siglo XX. (Sánchez, 2014).

A lo largo del tiempo, las empresas han ido adecuando sus operaciones a la demanda de la sociedad, accionistas o empleados, por lo que revisaremos la evolución y descripción de algunas aportaciones sobre este concepto. (Portales & García de la Torre, 2012, págs. 1-13).

Durante el año 1953, Howard Bowen, en su libro “*Social Responsibilities of the Businessman*” planteó por primera vez, que la acción de las grandes empresas crea gran impacto a un número importante de personas, por lo que consideró necesaria la vinculación de las políticas y toma de decisiones de las empresas basadas en los objetivos y los valores de la sociedad.

Más tarde, durante 1960, Davis K., propuso que la responsabilidad de las empresas es directamente proporcional al poder que éstas poseen sobre la sociedad.

Por su parte, Milton Friedman, Premio Nobel de Economía, afirmaba que la responsabilidad de los altos mandos consistía en sólo aumentar las ganancias de sus accionistas, pareciéndole la RSE como un principio peligroso.

En 1970, Johnson H, descubrió cuatro visiones del concepto de RSE:

- ✓ Visión 1. Conocimiento del entorno en que se desarrollan las empresas.
- ✓ Visión 2. Realización de programas sociales para la generación de ganancias.
- ✓ Visión 3. Generar la máxima ganancia en varios niveles mediante su accionar.
- ✓ Visión 4. Conocimiento de los grupos de interés y generación de riqueza.

En 1975, Sethi S. P., propuso un esquema de tres etapas en función de las obligaciones y responsabilidades que la empresa tiene y que va integrando en su operación:

- ✓ Etapa obligatoria: Por el mercado o regulación vigente.
- ✓ Etapa política: dada por las presiones que la sociedad genera alrededor de la empresa.
- ✓ Etapa socialmente responsable: por la capacidad de anticiparse y prevenir los impactos que genera una empresa en su acción diario.

Asimismo, en 1979 Carroll, creó un modelo centrado en el desempeño socialmente responsable por parte de las empresas, definiéndolas en cuatro categorías:

- ✓ Económica. Ligada a la generación de utilidades.

- ✓ Legal. Cumplimiento de la normatividad concerniente a la empresa.
- ✓ Ética. Desempeño en base a valores y principios morales.
- ✓ Discrecional. Relativa al juicio de cada empresa según el entorno que se encuentre.

En este periodo, se desarrolló un índice de RSE con base en los reportes anuales de las 500 empresas más influyentes según la revista *Fortune*, reportándose como temas principales el medio ambiente, igualdad de oportunidades, personal, integración de la comunidad, productos y otros.

Más tarde, Drucker P.F., planteó que para lograr la puesta en marcha de la RSE es necesario que los negocios conviertan sus responsabilidades sociales en oportunidades de negocio, con ello resulta el interés por establecer la relación que existe entre el desempeño financiero y la RSE.

En 1984, Ullman, concluyó su trabajo introduciendo la necesidad de generar un marco de referencia estratégico para el concepto, a la vez que señala la importancia de vincular el concepto con teorías tales como la teoría de grupos de interés de Freeman.

En el mismo año, Cochran y Wood, plantearon la idea de que los principios, las políticas y los procesos en las empresas, deben definir su participación en la sociedad, así como dar respuesta a los problemas que la aquejan a través de sus acciones.

Por otro lado, en 1990 Donna Wood, propuso tres principios de la RSE:

- ✓ Legitimidad. Supone que las sociedades ceden poder a las empresas.
- ✓ Responsabilidad pública. Las empresas son responsables de los impactos en su entorno social a nivel primario y secundario.
- ✓ Gestión discrecional. Los directivos son actores morales que deben actuar de forma voluntaria de su entorno social.

En 1993, Drucker P.F, Señala que uno de los principales objetivos de la gestión estratégica será la vinculación de las investigaciones de grupos de interés con la RSE.

En 1995, Donaldson T. y Preston L.E., ponen énfasis especial en las relaciones y las fundaciones normativas que reconocen el valor intrínseco de los grupos de interés externos, donde más adelante, sería retomada y operacionalizada por normas y herramientas de gestión que reconocen el valor intrínseco de los grupos de interés internos y externos.

Porter y Kramer, reafirmaron la postura de finales de los 90's que las acciones filantrópicas crean ventajas competitivas.

Por su parte, Kotler y Lee, consolidaron las afirmaciones de Porter y Kramer a través de la explicación que las acciones filantrópicas son buenas para los negocios desde un punto de vista mercadológico.

Hart. S.L., señala la necesidad de vincular la estrategia y el desarrollo tecnológico con el concepto de sustentabilidad expresado en 1986 por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con la finalidad de generar ventajas competitivas, agregándose así una nueva dimensión de la RSE.

Elkington J., elaboró el modelo conocido como Triple Bottom Line (TBL) o la Triple Cuenta de Resultados, vinculando los aspectos económico, social y ambiental y la interacción entre ellas.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), en 1999 emite el Impacto Global, iniciativa en la cual incluye a las empresas como socios estratégicos por medio del compromiso de cumplir con diez principios agrupados en cuatro dimensiones: aspectos laborales, derechos humanos, medidas anticorrupción y prácticas de medio ambiente.

Por su parte, en 1999 se crea el Global Reporting Initiative (GRI), organización sin fines de lucro cuyo propósito es que las empresas tengan un desempeño equilibrado en tres aspectos: ecológico, social y económico y orientada a la generación de reportes de sustentabilidad, en lo que se incluyen diferentes elementos de RSE.

A partir de 2001 el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), otorga la distinción denominada Empresa Socialmente Responsable a aquellas empresas (pequeñas, medianas y grandes) y organizaciones que a través de un autodiagnóstico muestren tener prácticas de RSE.

En 2006 lanza la iniciativa “Crecimiento de mercados inclusivos”, una alianza entre negocios y desarrollo, cuyo propósito es recopilar las diferentes iniciativas que presentan las empresas para lograr la obtención de los llamados objetivos de desarrollo del milenio.

International Standardization Organization (ISO), desde el año 2005 hasta el 2011 trabajó en el estándar ISO 26000, el cual busca ser la base para que las compañías reporten sus acciones en materia de RSE.

Es así que, durante la primera década del siglo XXI, como resultado del vínculo entre la RSE y los procesos de desarrollo sustentable y humano de los países, se percibe un mayor número de actores que inciden en la construcción, así como en el entendimiento y la implementación de la RSE en empresas y organizaciones.

2.2.2 Antecedentes de la empresa

Por experiencia de la investigadora es de conocimiento que la empresa objeto de estudio, fue fundada en el año 2008, como proveedora de servicios de diseño de Ingeniería de Proceso e Ingeniería Mecánico-Tuberías.

Más tarde, en el año 2009 se empezaron a subcontratar los servicios de Ingeniería Civil, el cual formó parte de la plantilla definitiva hasta 2010.

Debido al buen desempeño de la empresa, en el año 2012 tuvo la oportunidad de participar en un proyecto de gran magnitud en el corredor industrial de Altamira, Tamaulipas, lo cual le dio el empuje que necesitaba para posicionarse en el mercado.

Esto trajo consigo, la necesidad de crecimiento y modernización de la empresa, en infraestructura y en personal. Por ello, en el año 2015, los servicios de Ingeniería Eléctrico e Instrumentos que antes eran subcontratados, forman parte de las actividades de la empresa.

Todo esto permitió que, en 2014 la empresa decidiera estandarizar sus procesos para dar un mejor servicio a sus clientes basándose en la norma internacional ISO 9001:2008, obteniendo así el certificado en las áreas de Ingeniería de Proceso, Mecánico-Tuberías y Civil y posteriormente a las áreas Eléctrico e Instrumentos.

Durante el año 2016, la empresa se expandió para abarcar el área de construcción, la cual se tiene proyectado que en los próximos años se certifique bajo esta norma de calidad.

Asimismo, debido a su crecimiento y al interés por la mejora continua de sus servicios, la empresa pretende implementar un sistema que beneficie al desarrollo de sus trabajadores y comunidad en general, por ello la cultura de responsabilidad social es un aspecto relevante para la empresa.

2.3 Marco organizacional

El marco organizacional o estructura organizacional es un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización pues en ella se identifica cada puesto, su

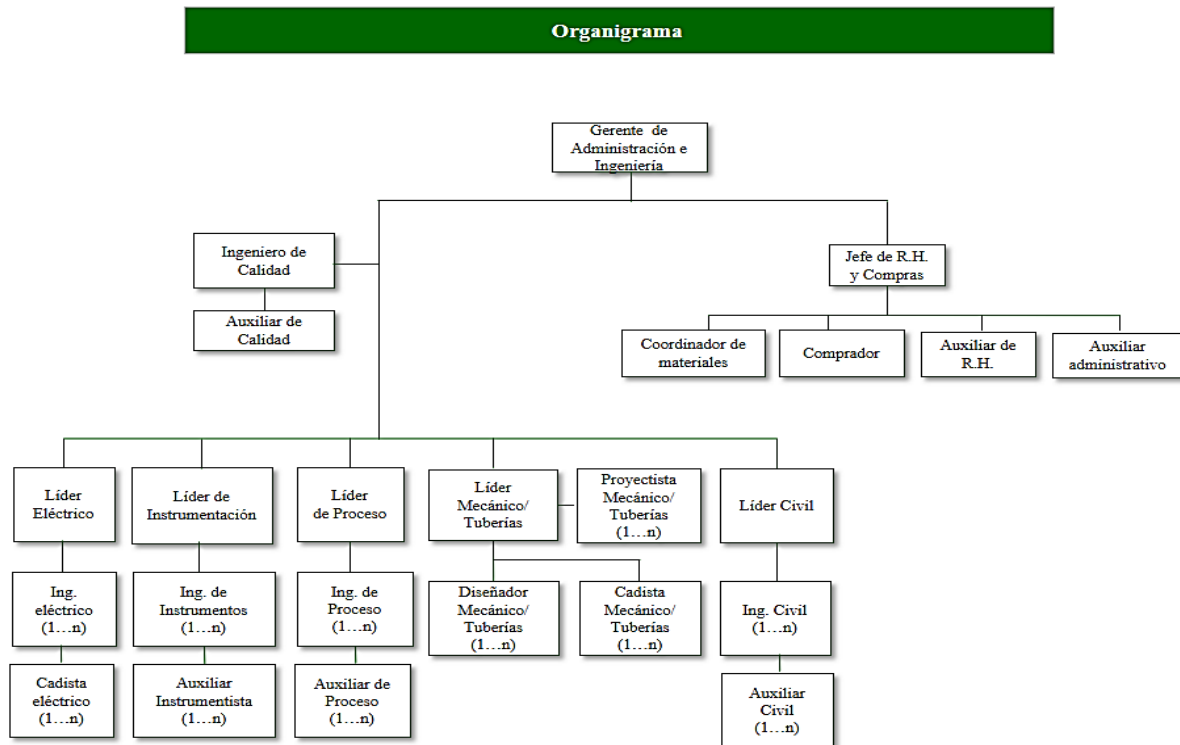
función y dónde se reporta dentro de la organización. Esta estructura se desarrolla para establecer cómo opera una organización y ayudar a lograr las metas para permitir un crecimiento futuro. (Friend, s.f.)

La empresa objeto de estudio actualmente ofrece servicios de ingeniería y construcción y posee un capital humano de 20 colaboradores en el área de Ingeniería, 6 colaboradores en el área administrativa y una plantilla de 60 colaboradores del área de construcción.

El presente trabajo de investigación consideró sólo el área de Ingeniería, ya que se cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad implementado y certificado, lo que contempla algunos de los aspectos de Responsabilidad Social, tales como el ambiente laboral, la gestión de las partes interesadas, entre otros. Posteriormente se incluirá el área de construcción.

Debido a ello, el marco organizacional representado en la figura 2.1 corresponde al área de ingeniería.

Figura 2.1
Organigrama del Área de Ingeniería



Fuente: Elaboración propia

2.4 Marco normativo o legal

Guía de Responsabilidad Social NMX-SAST-26000-IMNC-2011

La iniciativa e inquietud de otras organizaciones acerca de la necesidad de construir una norma del tema de Responsabilidad Social fue incorporada por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC).

Los trabajos de normalización iniciaron en el 2002 con el Comité Técnico de Normalización Nacional de Sistema de Administración y Seguridad y Salud en el Trabajo (IMNC/COTENNSASST/ SC 4). Tras 2 años de trabajo continuo del comité, se publicó la norma mexicana NMX-SAST-004-IMNC-2004 *“Directrices para la*

implementación de un sistema de gestión de responsabilidad social” el 01 de marzo de 2005, la cual contemplaba los siguientes aspectos: derechos humanos, medio ambiente, proveedores, clientes, competidores, Inversionistas/accionistas, impacto en la sociedad, autoridades, personal; sirviendo como modelo base para el desarrollo de la norma internacional ISO 26000.

La norma ISO 26000 *“Guidance on social responsibility”*, fue emitida en 2010, por lo que la IMNC, realizó una revisión de la norma NMX-SAST-004-IMNC-2004, obteniendo así la MNX-SAST-26000-IMNC-2011 *“Guía de responsabilidad social”* emitida en 2011, cancelando y sustituyendo a su predecesora. (Olmedo Díaz, 2011).

Esta nueva norma tiene como propósito fomentar que las organizaciones vayan más allá del cumplimiento legal, reconociendo que el cumplimiento de la ley es una obligación fundamental para cualquier organización y una parte esencial de su responsabilidad social. Se pretende promover un entendimiento común en el campo de la responsabilidad social y complementar otros instrumentos e iniciativas relacionados con la responsabilidad social, sin reemplazarlos. (IMNC, 2011).

Global Reporting Initiative (GRI)

La Global Reporting Initiative (GRI) es una organización no gubernamental basada en una red, que tiene como objetivo impulsar los Reportes de Sostenibilidad y de ESG (Medio ambiente, Social y Gobierno Corporativo). (Global Reporting Initiative [GRI], 2011).

Aunque tiene sus inicios en 1997; es hasta el 2000 cuando se aplica por primera vez en 50 empresas de países de Norteamérica, Sudamérica, Europa, Sur de Asia, Asia y Japón el reporte de sustentabilidad. Actualmente se le reconoce como una institución independiente que elabora y difunde la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad. (ESR México, s.f.).

La elaboración de la memoria debe ser parte de un proceso más amplio para fijar la estrategia de la organización, implantar los planes de acción, y evaluar los resultados. Asimismo, la elaboración de la memoria permite una evaluación sólida del comportamiento de la organización, y puede servir de base para una mejora continua de los resultados. También sirve como herramienta para afianzar vínculos con los grupos de interés y para obtener aportaciones valiosas a los propios procesos de la organización. (Global Reporting Initiative [GRI], 2011).

Carta internacional de los Derechos Humanos

La Declaración Universal de Derechos Humanos fue adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948 y es el instrumento de Derechos Humanos más ampliamente reconocido. Proporciona base para la legislación relacionada con los Derechos Humanos, y algunos de sus elementos representan el derecho consuetudinario internacional obligado para todos los Estados, individuos y organizaciones. La Declaración Universal hace un llamado a todos los individuos y órganos de la sociedad a contribuir a garantizar los Derechos Humanos. El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales son tratados adoptados por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1966, ratificación por los Estados, para entrar en vigor 1976. La carta Internacional de los Derechos Humanos se compone de la Declaración Universal de Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, y del Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales, de los protocolos opcionales para estos pactos, uno de los cuales persigue abolir la pena de muerte. (IMNC, 2011, pág. 24).

Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor

Las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor constituyen el documento internacional más importante en materia de protección al consumidor. (IMNC, 2011, pág. 54). Fueron aprobadas por la Asamblea General en su resolución 39/248, de 16 de abril de 1985, ampliadas posteriormente por el Consejo Económico y Social en su resolución 1999/7, de 26 de julio de 1999, y revisadas y aprobadas por la Asamblea General en su resolución 70/186, de 22 de diciembre de 2015.

Las directrices establecen las principales características que deben tener las leyes de protección del consumidor, las instituciones encargadas de aplicarlas y los sistemas de compensación para que sean eficaces. Además, las Directrices ayudan a los Estados Miembros interesados a formular y aplicar leyes, normas y reglamentos nacionales y regionales adaptados a sus circunstancias económicas, sociales y ambientales; también contribuyen a promover la cooperación internacional entre los Estados Miembros en el ámbito de la aplicación y alientan a que se compartan las experiencias en materia de protección de los consumidores. (Naciones Unidas, 2016).

2.5 Fundamentos teóricos

2.5.1 Empresa Socialmente Responsable

La práctica de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es afortunadamente cada vez más común en México y en el mundo, echando raíces en el entorno empresarial. Los líderes que se comprometen a respetar el medio ambiente y a construir una sociedad más justa con respeto por la dignidad humana, son cada día más numerosos.

La Responsabilidad Social Empresarial es hoy en día un concepto que utilizan las empresas que quieren crecer económicamente y posicionarse socialmente en un contexto ampliamente competitivo. (Montoya Arévalo & Ramos, 2012).

Dentro del actual contexto globalizado mundial, las empresas han cobrado especial relevancia, no sólo económica sino también política, y se han convertido en actores protagónicos en el escenario mundial. Los grandes niveles de ventas y utilidades, la explotación y uso de los recursos naturales, el rol que juegan en sectores estratégicos de la economía y la consiguiente influencia en el ámbito público; entre otros factores, denotan la relevancia que han adquirido.

Sin embargo, este escenario no ha estado exento de controversias, reclamos y exigencias, ya que la generación de riqueza que se logra a través de las organizaciones ha significado, por lo general, una mayor polarización y un aumento de la pobreza y de las desigualdades sociales.

De aquí que diversos organismos internacionales hayan propuesto lineamientos, normas o directrices para regular el comportamiento corporativo, abogando por una “globalización con rostro humano” y que, de manera paralela, diversos actores sociales (sindicatos, grupos de consumidores u organizaciones de la sociedad civil de países desarrollados principalmente), hayan ideado también mecanismos y estrategias de presión para incidir en el terreno de las decisiones corporativas.

En este sentido, la nueva actitud de los grupos de interés frente a la actividad empresarial se tradujo en mayores exigencias para que las empresas operen según códigos y estándares de comportamiento responsable. Las empresas, por su parte, comenzaron a percatarse de que la puesta en marcha de políticas y acciones de Responsabilidad Social Corporativa constituye una fuente de beneficios en términos de reputación e imagen corporativa, la cual, a su vez reduce el riesgo de la oposición pública contra sus operaciones, ayuda a conservar a los clientes y facilita el ingreso a nuevos mercados con mayores exigencias. (Martínez Ramos, Escobedo Cisneros, & Gacía Bencomo, 2012).

2.5.2 Guía de Responsabilidad Social NMX-SAST-26000-IMNC-2011

El objetivo de la responsabilidad social es contribuir al desarrollo sostenible. Las organizaciones están sometidas a un escrutinio cada vez mayor por parte de sus diversas partes interesadas tanto la percepción que se tenga acerca del desempeño de una organización en material de responsabilidad social, como su desempeño real pueden influir, entre otras cosas en:

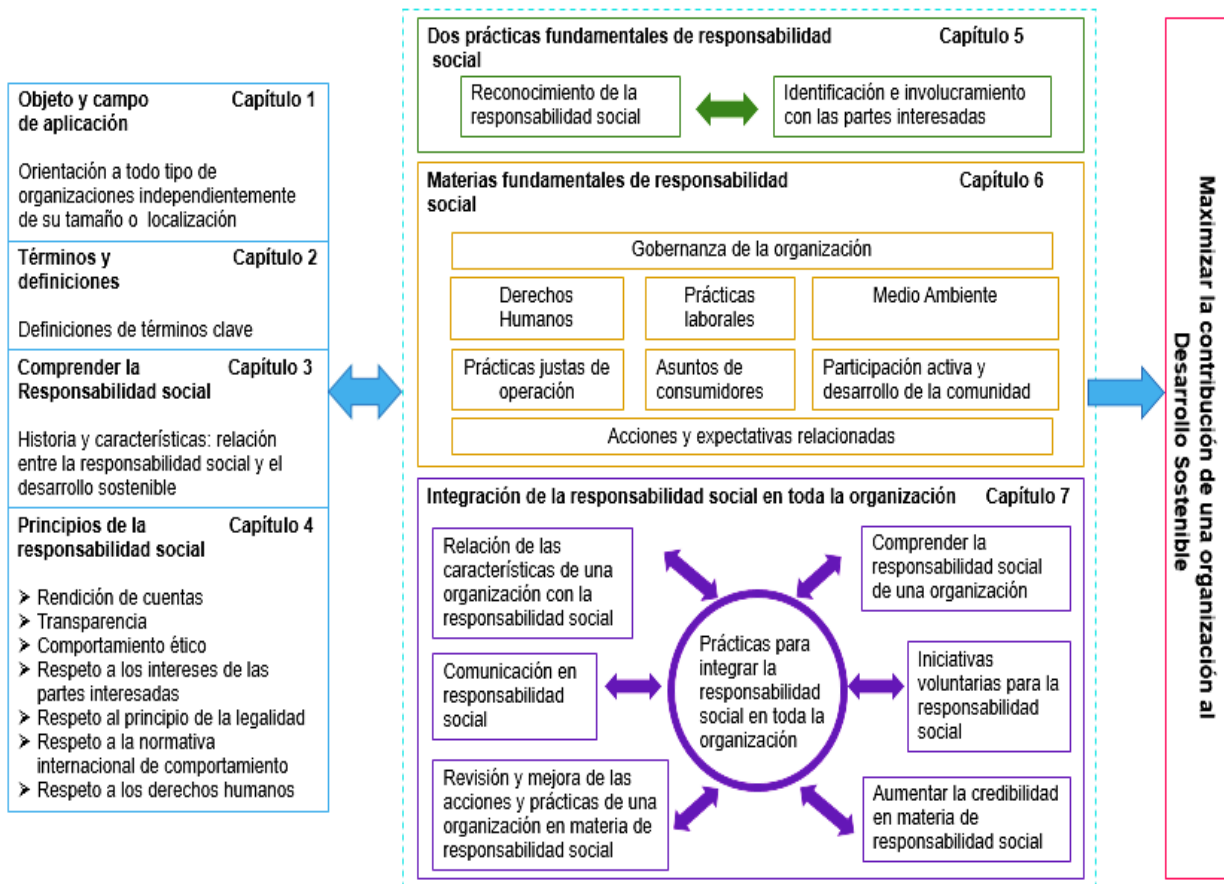
- Ventaja competitiva;
- Su reputación;
- Su capacidad para atraer y retener a trabajadores o miembros de la organización, clientes o usuarios;
- Mantener la motivación, compromiso y productividad de los empleados;
- La percepción de los inversionistas, propietarios, donantes, patrocinadores y la comunidad financiera, y sus relaciones con empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones pares, clientes y comunidad donde opera.

Esta norma mexicana pretende ser de utilidad para todo tipo de organizaciones del sector privado, público y sin fines de lucro, con independencia de que sean grandes o pequeñas y estén operando en países desarrollados o en países en desarrollo. Es responsabilidad individual de cada organización identificar qué asuntos resultan pertinentes e importantes para ser abordados, por la organización, a través de sus propias consideraciones y del diálogo con las partes interesadas.

Esta norma mexicana proporciona orientación a los usuarios no es adecuada ni pretende servir con propósitos de certificación.

En la figura 2.2 se puede observar la visión esquemática de la Norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011.

Figura 2.2
Visión Esquemática de la norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011



Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

Cuando se aborda y ejerce la responsabilidad social, el objetivo primordial para una organización es maximizar su contribución al desarrollo sostenible. Si bien no existe una lista definitiva de principios para la responsabilidad social, dentro de este objetivo se plantea que las organizaciones deberían respetar los siete principios que se describen a continuación, así como los principios específicos para cada materia fundamental:

1) Rendición de cuentas

Una organización debería rendir cuentas por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente especialmente las consecuencias negativas, así como prevenir la su repetición de manera involuntaria e imprevista; es una obligación de la alta dirección de la organización responder ante inversionistas y autoridades competentes.

2) Transparencia

Una organización debería ser transparente en el propósito, naturaleza y localización de sus actividades; la identidad de cualquier interés que controle la actividad de la organización; la manera en que se toman, implementan y revisan sus decisiones; las normas y criterios frente a los cuales la organización evalúa su desempeño en relación con la responsabilidad social; los orígenes, cantidades y aplicación de sus recursos financieros; los impactos conocidos y probables de sus decisiones y actividades en sus partes interesadas, la sociedad, la economía y el medio ambiente; y la identidad de sus partes interesadas y los criterios y procedimientos utilizados para identificarlas, seleccionarlas e involucrarse con ellas.

3) Comportamiento ético

El comportamiento de una organización debería basarse en los valores de la honestidad, equidad e integridad donde debería promover activamente un comportamiento ético tales como: la identificación, la adopción y la aplicación de normas de comportamiento ético apropiadas a su propósito y a sus actividades; la prevención o resolución de conflictos de interés en toda la organización; el establecimiento y el mantenimiento de mecanismos para facilitar que se informe sobre comportamientos no éticos sin miedo a represalias; el reconocimiento y el abordaje de situaciones cuando no existan leyes y regulaciones locales, o entren en conflicto con el comportamiento ético, entre otras.

4) Respeto a los intereses de las partes interesadas

Una organización debería respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas, de tal manera que debería tenerlas identificadas; reconocer y mostrar el debido respeto, tanto por los intereses, como por los derechos humanos legales; reconocer que algunas partes interesadas pueden afectar significativamente a las actividades de la organización; considerar los puntos de vista de las partes interesadas cuyos intereses probablemente se vean afectados por una decisión o actividad, incluso cuando no tengan un rol formal en la gobernanza de la organización, o no sean conscientes de estos intereses, etcétera.

5) Respeto al principio de legalidad

El principio de legalidad se refiere a la supremacía del derecho y, en particular, a la idea de que ningún individuo u organización está por encima de la ley y de que los gobiernos también están sujetos a la ley. Esto implica que una organización debería dar los pasos necesarios para conocer las leyes y regulaciones aplicables, para informar a aquellos dentro de la organización de su obligación de observar e implementar esas medidas.

6) Respeto a la normativa internacional de comportamiento

Una organización debería respetar la normativa internacional de comportamiento, a la vez que acatar el principio de respeto al principio de legalidad.

En situaciones en la que la ley o su implementación no proporcionen las salvaguardas ambientales o sociales adecuadas, una organización debería esforzarse por respetar, como mínimo, la normativa internacional de comportamiento.

7) Respeto a los derechos humanos

Una organización debería respetar los derechos humanos y reconocer, tanto su importancia como su universalidad, promoviendo los derechos establecidos en la Carta Universal de los Derechos Humanos, en situaciones donde los derechos humanos no se protegen, dar pasos para respetar los derechos humanos y evitar beneficiarse de esas situaciones, y en situaciones en las que la ley o su implementación no proporcionan la protección adecuada de los derechos humanos, acatar el principio a la normativa internacional de comportamiento.

Reconocer la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas

El reconocimiento de la responsabilidad social implica identificar los asuntos que surgen como consecuencia de los impactos de las decisiones y actividades de una organización, así como la manera en que esos asuntos deberían abordarse para contribuir al desarrollo sostenible.

El reconocimiento de la responsabilidad social también implica reconocer a las partes interesadas de una organización.

Al abordar su responsabilidad social una organización debería entender tres relaciones (Figura 2.3)

- *Entre la organización y la sociedad:* una organización debería entender y reconocer cómo impactan en la sociedad y el medio ambiente sus decisiones y actividades, así como las expectativas de comportamiento responsable que tiene la sociedad en que concierne a estos impactos.

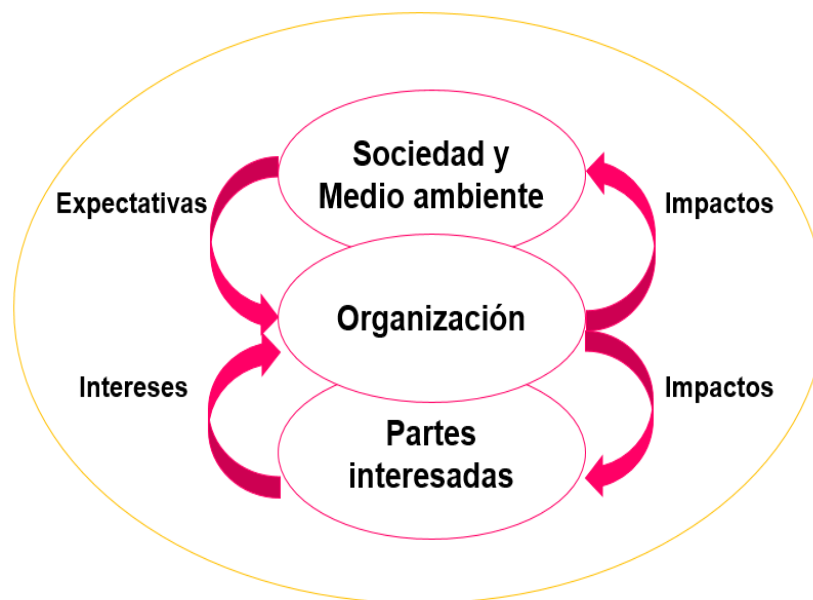
- *Entre la organización y sus partes interesadas:* una organización debería ser consciente de sus distintas partes interesadas. Éstas se componen de los individuos

o grupos cuyos intereses podrían verse afectados por las decisiones y actividades de la organización, y

- *Entre las partes interesadas y la sociedad:* una organización debería comprender, por un lado, la relación entre los intereses de las partes interesadas que se ven afectadas por otro lado, las expectativas de la sociedad.

Figura 2.3

Relación entre una organización, sus partes interesadas y la sociedad



Fuente: Norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011

Identificación e involucramiento con las partes interesadas

Las partes interesadas son organizaciones o individuos que tienen uno o más intereses en cualquiera de las decisiones o actividades de una organización.

Comprender cómo los individuos o grupos se ven, o pueden verse afectados, por las decisiones y actividades de la organización, hará posible identificar los intereses que establecen una relación con la organización.

En este caso, la organización debería hacerse las siguientes preguntas para identificar cuáles son sus partes interesadas (IMNC, 2011):

- ¿Con quién tiene obligaciones legales la organización?
- ¿Quién podría verse afectado positiva o negativamente por las decisiones o actividades de la organización?
- ¿Quién estuvo involucrado en el pasado cuando fue preciso atender inquietudes similares?
- ¿Quién puede ayudar a la organización a tratar impactos específicos?
- ¿Quién puede afectar la capacidad de la organización para cumplir con sus responsabilidades?
- ¿Quién quedaría desfavorecido si se le excluyera del involucramiento?
- ¿Quién se ve afectado en la cadena de valor?

El involucramiento con las partes interesadas incluye el diálogo entre la organización y una o más de sus partes interesadas. Estas respuestas se pueden usar para:

- Incrementar el entendimiento por parte de la organización de las consecuencias probables que sus decisiones y actividades puedan tener en determinadas partes interesadas;
- Determinar la mejor manera de incrementar los impactos beneficiosos que generan las decisiones y actividades de la organización y determinar cómo disminuir cualquier impacto negativo;
- Cumplir con obligaciones legales (por ejemplo, con los empleados);
- Incrementar la transparencia y la credibilidad de sus comunicaciones; entre otras.

Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social

Para definir el alcance de su responsabilidad social, identificar asuntos pertinentes y establecer sus prioridades, una organización debería abordar las siguientes materias fundamentales:

- Gobernanza de la organización
- Prácticas laborales
- Prácticas justas de operación
- Participación activa y desarrollo de la comunidad.
- Derechos humanos
- Medio ambiente
- Asuntos de consumidores, y

Los aspectos económicos, así como aquellos relacionados con la salud y la seguridad y la cadena de valor, se tratan dentro de las siete materias fundamentales, cuando es apropiado. Cada materia fundamental incluye una serie de asuntos de responsabilidad social.

Para cada materia fundamental, una organización debería identificar y abordar todos aquellos asuntos que son pertinentes o significativos para sus decisiones y actividades (Figura 2.4). Al evaluar la relevancia de un asunto, se deberían considerar los objetivos a corto y largo plazo.

Figura 2.4

Las siete materias fundamentales



Fuente: Norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011

En el anexo A se muestra un resumen de las materias fundamentales, así como la descripción de cada uno de los asuntos que la componen de acuerdo a la norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011

2.5.3 Guía para la implantación de la RSE en la empresa

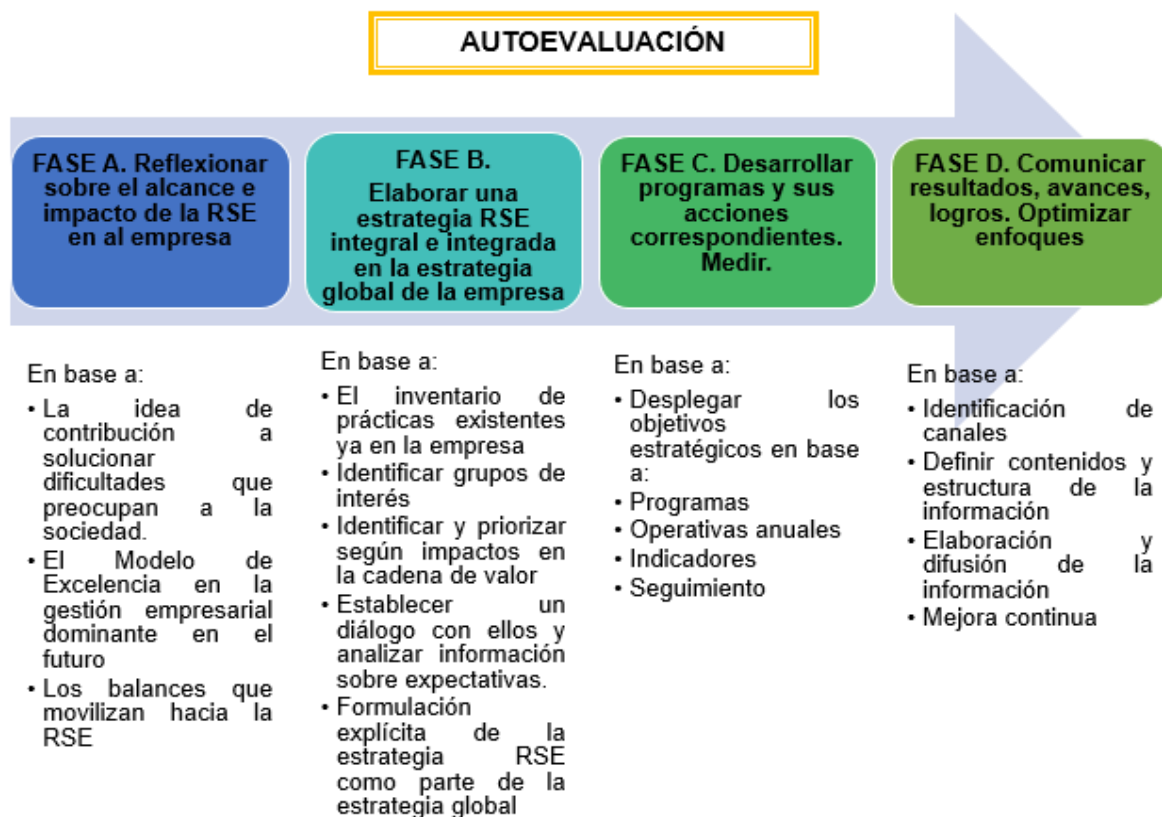
Izaite, es una asociación sin ánimo de lucro formada por una agrupación de empresas privadas comprometidas con el Desarrollo Sostenible y la Responsabilidad Social Empresarial.

Al ser la primera organización de empresas privadas de ámbito vasco implicadas con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa, Izaite a lo largo de los años ha logrado compatibilizar la actividad empresarial con el medio ambiente y el interés social. (Ivap Herri Ardularitaren Euskal Erakundea, 2004).

Para ayudar al desarrollo de la RSE en las organizaciones empresariales Izaite ha querido hacer su aportación, realizando la “Guía para la implantación de la RSE en las empresas”. Esta Guía pretende ser un referente a la hora de desarrollar e implantar la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones, independientemente de su tamaño o tipología. También intenta resolver las dudas que puedan plantearse las organizaciones y dar unas pautas sobre cómo implantar la RSE, incluyendo diferentes modelos existentes, en función de las características de las empresas, que puedan ayudar en esta implantación.

De acuerdo a esta guía, la implantación de la RSE en la empresa, debería abordar un proceso como se muestra en la figura 2.5:

Figura 2.5
Proceso de autoevaluación de Guía Izaite



Fuente: Guía para la implantación de la RSE en la empresa, Izaite

Fase A. Reflexionar sobre el alcance e impacto de la RSE en la empresa

En esta fase la empresa decidirá cuál es el alcance de la RSE dentro de su organización, en base a las siguientes dos ideas:

- 1) Una idea latente...clave del origen de la RSE, es decir, contribuir a la solución de las dificultades que preocupan a la sociedad.
- 2) Conciencia generalizada sobre gestión empresarial, donde demostrando su eficiencia económica, disponga de mayor legitimidad y logre la máxima aceptación social.

Antes de la aplicación de la RSE en las organizaciones, hay que contar con una “tierra fértil”. Esta expresión se puede desarrollar en tres ideas, tales como:

1. Compromiso por parte de la Dirección.
2. Apoyo por parte de las personas.
3. Recursos dedicados, incluyendo la formación.

Las conclusiones derivadas de la fase de reflexión por las que debe pasarla implantación de una política de RSE deben servir para conocer qué es la RSE y qué es lo que quiere la empresa.

Fase B. Elaborar una estrategia RSE

En esta fase, se deben identificar los siguientes elementos:

- 1) Identificar dónde estamos.

Se hará mediante el análisis de la situación inicial de la empresa en políticas de RSE y la realización de un inventario que ponga a la empresa en el punto de salida para la aplicación/implantación de políticas RSE.

La mejor herramienta para llevarlo a cabo sería mediante una autoevaluación, que será más profunda en función del tipo de organización.

2) Identificar grupos de interés o stakeholders.

Grupos de interés son aquellas terceras personas interesadas (físicas, jurídicas o colectivos) que se ven afectados de forma directa o indirecta por las actividades de la empresa o tienen incidencia sobre ella.

3) Priorización de los grupos de interés.

Existen varias herramientas para hacer esta priorización, se puede evaluar teniendo en cuenta:

- **Potencia:** Valoración de la capacidad que tiene un determinado colectivo de imponer exigencias a la organización.
- **Legitimidad:** Valoración de la posibilidad de la que dispone un determinado colectivo para incidir en los resultados de la organización.
- **Criticidad:** Valoración de la urgencia en la que se requiere atención.
- **Interés** que el stakeholder tiene en la organización.
- **Poder** del stakeholder en influenciar en la organización.

Estos factores se pueden valorar en una escala numérica de 1 a 10 o según tres niveles (alto, medio y bajo). A continuación, en función de los valores obtenidos, se calculará la **Prioridad de Riesgo (PR)**.

Otro posible método es considerar:

- **Interés** que el stakeholder tiene en la organización.
- **Poder** del stakeholder en influenciar en la organización

4) Definir diálogo con los representantes de los grupos de interés

La muestra de grupos de interés debe ser elegida por la empresa (clientes, población aleatoria, empleados, etc.) efectuándose las preguntas a los mismos sobre cuestiones relacionadas con la RSE en dos aspectos:

- a) Grado de importancia/expectativas.

b) Cómo es su grado de percepción en esos aspectos.

5) Formulación de la estrategia RSE a través de:

Una vez conocidos los aspectos previamente descritos, se hará una formulación explícita de la RSE en los elementos clave de la estrategia de la empresa, tales como:

- Visión
- Misión
- Objetivos estratégicos
- Valores
- Políticas de empresa
- Código de conducta

Fase C. Desarrollo de programas

Partiendo de la estrategia y teniendo en cuenta los puntos de atención identificados en el análisis de los grupos de interés, junto con el inventario de las principales amenazas y oportunidades de cada momento, se debe definir el programa de actuación con sus correspondientes actividades, responsables, indicadores, medios, etc.

Este programa debe estar integrado en la propia gestión de las organizaciones y puede contemplar aspectos tales como:

A. Dimensión Económica

Aparte de los aspectos habituales gestionados por las empresas como facturación o rentabilidad, se deberán integrar aspectos relacionados con:

- Innovación (Inversión en Investigación y Desarrollo, lanzamiento nuevos productos, etc.).
- Eficiencia (Costos, tiempos de espera, etc.).
- Clientes (satisfacción, fidelidad, rechazos, garantías, etc.).

B. Dimensión Ambiental

- Gestión (Implantación de sistemas).
- Consumos de recursos (energía, agua, etc.).

- Vertidos, residuos, emisiones.
- Consumo de materias primas.
- Consideración de aspectos ambientales en el diseño de productos y servicios.

C. Dimensión Social

- Satisfacción del personal.
- Salud (Enfermedad, accidentes, absentismo, etc.).
- Implicación con la Sociedad en general.
- Educación.
- Patrocinios, mecenazgo.

Todos estos programas deben ir acompañados de diferentes indicadores que vayan mostrando la realidad de cada momento y permitirán corregir nuestras actuaciones en el futuro, priorizando en base a resultados presentes y previsiones futuras.

Fase D. Comunicación de los resultados

Es importante comunicar las actividades y resultados en RSE desarrolladas por la empresa. Está claro que una comunicación regular y eficaz puede tener un impacto directo y positivo sobre los resultados finales y especialmente sobre nuevas oportunidades de negocio.

La comunicación eficaz consiste en transmitir información al grupo de destinatarios (clientes, empleados, comunidad, etc.), de manera que sea válido para su empresa y para los objetivos de dichos grupos.

Existen herramientas en el mercado que estructuran la forma en que la información sobre RSE debe comunicarse a las partes interesadas. La que en estos momentos goza de un mayor prestigio internacional, sin ser la única, es el GRI (Global Reporting

Iniciative), institución independiente cuya misión es el desarrollo y realización de guías que faciliten la confección de Informes de Sostenibilidad.

El desarrollo de este trabajo, se fundamentó en el proceso de implementación de la Guía Izaite, así como las materias fundamentales indicadas en la norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011.

De igual manera, se consideraron como instrumentos para el autodiagnóstico de la situación actual de la empresa en materia de Responsabilidad Social los propuestos por la Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (FECHAC) y la Cámara Valencia en colaboración con Bancaja e Iberdrola.

CAPÍTULO 3.
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología en la cual se basó la investigación es la descrita en el libro Metodología de la Investigación de Hernández Sampieri.

3.1 Enfoque de estudio de investigación

El enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 358).

Los resultados de este tipo de estudios no intentan generalizarse a poblaciones más amplias, sino que se dirigen a la comprensión de vivencias en un entorno específico, cuyos datos emergentes contribuyen a entender el fenómeno. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 364).

Teniendo esto en cuenta, la investigación se adapta a este tipo de investigación, pues se requiere identificar la percepción específicamente del personal de la empresa en el área de Ingeniería y de la gerencia ante las materias fundamentales de la Responsabilidad Social, y con ello conocer el punto de partida de la empresa para una implementación.

3.2 Diseño de la investigación

En el enfoque cualitativo, el diseño se refiere al abordaje general que habremos de utilizar en el proceso de investigación. El diseño, al igual que la muestra, la recolección de los datos y el análisis, va surgiendo desde el planteamiento del problema hasta la

inmersión inicial y el trabajo de campo y, desde luego, sufre modificaciones, aun cuando es más bien una forma de enfocar el fenómeno de interés.

Existen diversas tipologías de los diseños cualitativos, sin embargo, los más comunes de manera genérica y sus características se muestran en la tabla 3.1 (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, págs. 471,472)

Tabla 3.1 Características de los principales diseños cualitativos

Característica	Teoría fundamentada	Etnográficos	Narrativos	Etnográficos Narrativos	Investigación/ acción
Tipo de problema de Investigación más apropiado para ser abordado por el diseño	Cuando no disponemos de teorías o son inadecuadas para el contexto, tiempo, casos o muestra, circunstancias, etcétera.	Cuando se pretende describir, entender y explicar un sistema social.	Cuando las historias detalladas ayudan a comprender el problema.	Cuando se busca entender las experiencias de personas sobre un fenómeno o múltiples perspectivas de éste.	Cuando una problemática de una comunidad necesita resolverse y se pretende lograr el cambio.
Disciplinas en las cuales se cuenta con más antecedentes	Ciencias sociales y del comportamiento humano, ciencias de la salud, ingenierías	Antropología, arqueología, ciencias administrativas (negocios).	Humanidades (historia) y ciencias sociales y de la salud.	Psicología, educación, ciencias de la salud, ciencias naturales e ingenierías.	Ciencias sociales, ciencias ambientales, ciencias de la salud e ingenierías.
Objeto de estudio	Proceso, acción o interacciones entre individuos.	Sistema social (como un todo).	Uno o más individuos y sus historias. Varias historias de un evento.	Individuos que hayan compartido la experiencia o el fenómeno.	Problemática de un grupo o comunidad (académica, social, política, etcétera).
Instrumentos de recolección de los datos más comunes	Entrevistas y grupos de enfoque.	Observación participante, notas de campo, entrevistas, documentos (de toda clase) y artefactos.	Entrevistas y documentos (escritos, audio y video).	Observación, entrevistas y grupos de enfoque.	Entrevistas, reuniones grupales (grupos de enfoque, foros de discusión, reuniones de trabajo) y cuestionarios (preguntas abiertas y cerradas).
Estrategias de análisis de los datos	Codificación abierta, axial y selectiva (en primero y segundo planos).	Triangulación (integración de las evidencias).	Cronología de eventos e historias, ensamblaje de elementos que integran la historia, recuento de la historia por parte del investigador.	Unidades de significado, categorías, descripciones del fenómeno y experiencias compartidas.	Involucrar a la comunidad en las decisiones sobre cómo analizar los datos y el análisis mismo.
Producto (en el reporte)	Una teoría que explica un fenómeno o responde al planteamiento.	La descripción y explicación de un sistema social.	Una historia secuencial que integra varias narrativas.	La descripción de un fenómeno y la experiencia común de varios participantes con respecto a éste.	Diagnóstico de una problemática y un programa o proyecto para resolverla (soluciones específicas).

Fuente: Metodología de la investigación. Hernández Sampieri Roberto

De acuerdo a esta clasificación, y por la naturaleza de la investigación, nos encontramos ante un diseño del tipo investigación/acción la cual nos permite comprender y resolver la problemática específica.

Para ello, se aplicó la observación a través de las actividades diarias de la empresa, así como de su Sistema de Gestión de Calidad, con estos elementos, así como los requisitos de la NOM-SAST-26000-IMNC-2011 se analizaron e interpretaron para el diseño del plan de actividades propuesto que ayudarán a implementar una cultura de Responsabilidad Social.

3.3 La población o sujeto de estudio

La población analizada fue el personal del área de ingeniería de la empresa objeto de estudio con 30 colaboradores.

3.4 Tamaño de la muestra

En las investigaciones cualitativas se cuestiona qué casos son de interés inicial y dónde se pueden encontrar. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 384). En este sentido, se identificó que era importante conocer el nivel de disponibilidad de los colaboradores ante un cambio en la cultura organizacional al incorporar un sistema de responsabilidad social, así como el conocimiento de la gerencia ante este tema de acuerdo al contexto de la empresa.

Aunque diversos autores recomiendan ciertos tamaños mínimos de muestras (número de unidades o casos) para diversos estudios cualitativos (Tabla 3.2), no hay parámetros definidos ni precisos. La tabla es únicamente un marco de referencia, pero la decisión del número de casos que conformen la muestra es del investigador, así como de la capacidad operativa de recolección y análisis, el entendimiento del

fenómeno y la naturaliza del fenómeno en análisis. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, págs. 384, 385).

Tabla 3.2
Tamaños de muestra comunes en estudios cualitativos

Tipo de estudio	Tamaño mínimo de muestra sugerido
Etnográfico cultural	Una comunidad o grupo cultural, 30-50 casos que lo conformen. Si es menor el grupo, incluir a todos los individuos o el mayor número posible.
Etnográfico básico	Doce participantes homogéneos Si la unidad de análisis es observaciones, 100-200 unidades
Fenomenológico	Diez casos.
Teoría fundamentada, entrevistas o personas bajo observación	De 20 a 30 casos.
Historia de vida familiar	Toda la familia, cada miembro es un caso.
Biografía	El sujeto de estudio (si vive) y el mayor número de personas vinculadas a él, incluyendo críticos.
Estudio de casos	De seis a 10. Si son en profundidad, tres a cinco.
Grupos de enfoque	Siete a 10 casos por grupo, al menos un grupo por tipo de población. Si el grupo es menor, incluir a todos los individuos o el mayor número posible. Para generar teoría, tres a seis grupos.

Fuente: Metodología de la investigación. Hernández Sampieri Roberto

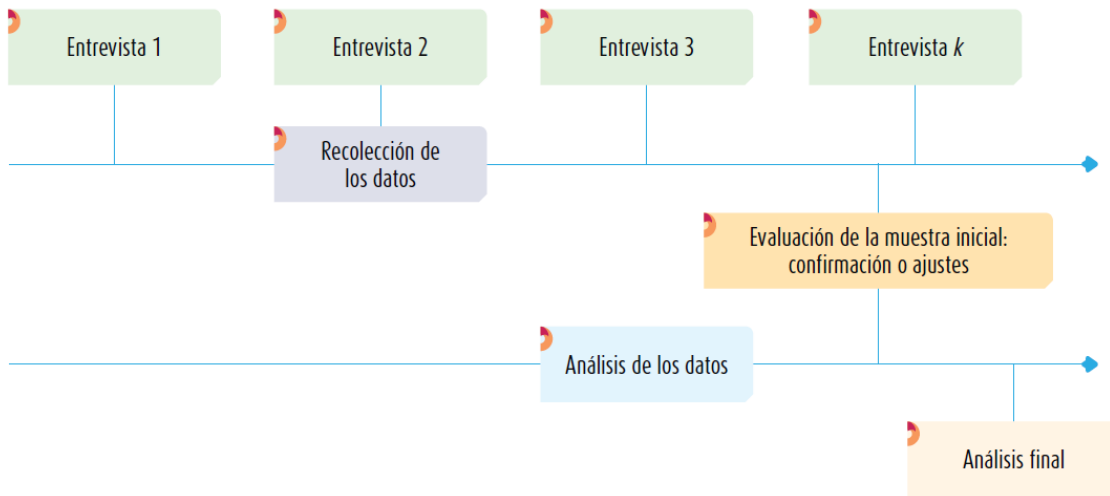
Teniendo todas estas consideraciones, y comprendiendo que el objeto de investigación es una empresa con poco personal, se determina que no existe muestra, pues se analiza el total de los colaboradores (alrededor de 30 personas en el área de ingeniería).

3.5 Recolección de datos

El proceso cualitativo no es lineal ni lleva una secuencia como el proceso cuantitativo. Las etapas constituyen más bien acciones que efectuamos para cumplir con los objetivos de la investigación y responder a las preguntas del estudio; son acciones que se yuxtaponen, además de ser iterativas o recurrentes. El muestreo, recolección y análisis son actividades casi paralelas. En la figura 3.1 se representa la naturaleza del

proceso cualitativo. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 396).

Figura 3.1
Naturaleza del proceso cualitativo ejemplificada con un tipo de recolección de datos: la entrevista.



Fuente: Metodología de la investigación. Hernández Sampieri Roberto

Para el desarrollo se realizó una investigación de campo, lo cual implicó:

- Las recolecciones de datos se llevaron a cabo en las oficinas de la empresa objeto de estudio, al inicio se consideró tomar una muestra sólo con los líderes de proceso de la empresa; sin embargo, al observar que la muestra no era representativa, se optó por incluir a todo el personal para llevar a cabo el estudio.
- Los colaboradores mostraron apertura en contestar las encuestas solicitadas. Por parte de la gerencia, se dieron las facilidades para realizar el estudio.
- Se percibió entre los colaboradores que las evaluaciones realizadas se debían a un cambio en su Sistema de Gestión de Calidad y no como la adopción de una nueva cultura organizacional.

- El instrumento final se definió como encuestas, la primera se llevó a cabo a los colaboradores (Anexo C) del área de Ingeniería para conocer su percepción acerca de la responsabilidad social, con la finalidad de mostrar que tan receptivos estarían de llevar este cambio de cultura en el centro de trabajo.
- La segunda encuesta (Anexo B), que incluye sólo la gerencia con el objetivo de entender su comprensión en asuntos de responsabilidad social y si tienen consciencia que la empresa lleva a cabo o no actividades encaminadas a ella, con esto contemplará un panorama del estatus de la empresa en materia de RSE.

3.6 Técnicas de análisis de la información

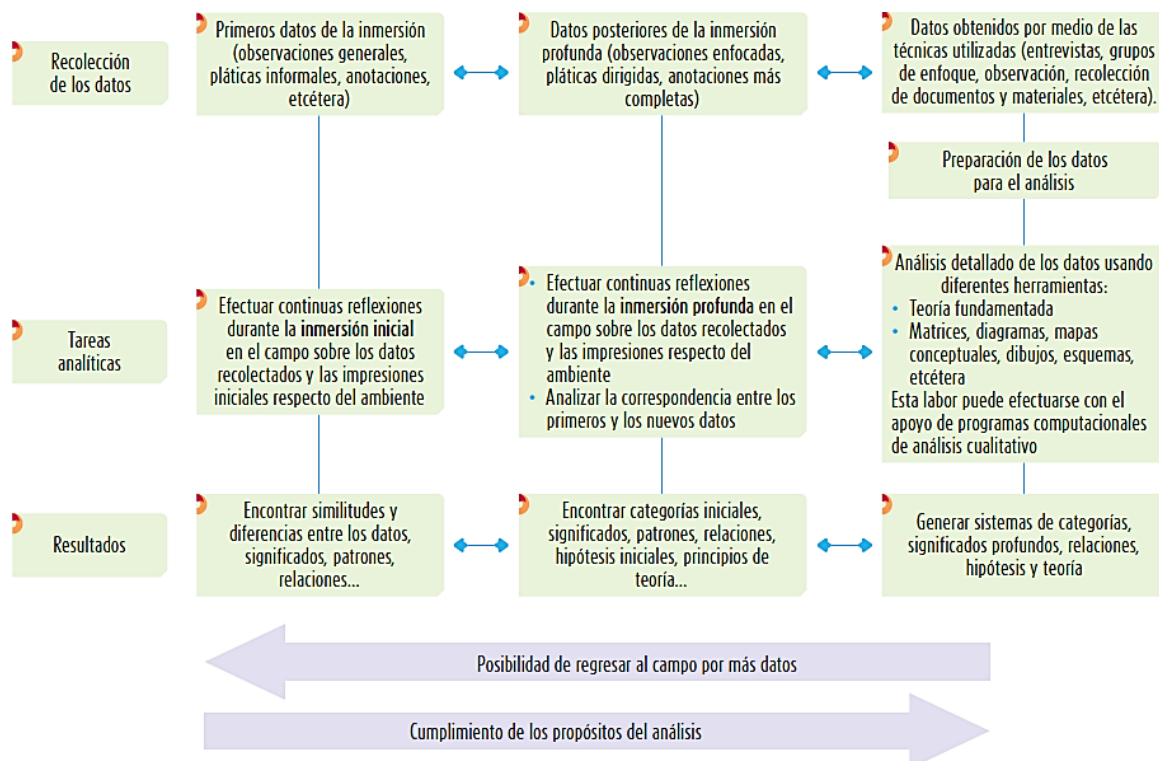
En el proceso cuantitativo primero se recolectan todos los datos y luego se analizan, mientras que en la investigación cualitativa no es así, sino que la recolección y el análisis ocurren prácticamente en paralelo.

Los propósitos centrales del análisis cualitativo son: 1) explorar los datos, 2) imponerles una estructura (organizándolos en unidades y categorías), 3) describir las experiencias de los participantes según su óptica, lenguaje y expresiones; 4) descubrir los conceptos, categorías, temas y patrones presentes en los datos, así como sus vínculos, a fin de otorgarles sentido, interpretarlos y explicarlos en función del planteamiento del problema; 5) comprender en profundidad el contexto que rodea a los datos, 6) reconstruir hechos e historias, 7) vincular los resultados con el conocimiento disponible y 8) generar una teoría fundamentada en los datos.

En la figura 3.2 podemos observar una propuesta de directriz general para la “coreografía” del análisis. Recordemos que se incluyen tres acciones progresivas (vertientes) en paralelo íntimamente ligadas: recolección de los datos, tareas analíticas y resultados. Las flechas en dos sentidos implican que podemos regresar a etapas

previas y las flechas sin direccionalidad indican actividades asociadas. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 420).

Figura 3.2
Propuesta de “coreografía” del análisis cualitativo (directrices de las tareas potenciales para el investigador)



Fuente: Metodología de la investigación. Hernández Sampieri Roberto

Los procesos de recolección y el análisis de la información se realizaron en paralelo conforme al estudio de los requisitos para una RSE.

Asimismo, se designaron “categorías” para la entrevista con la finalidad de agrupar los criterios que se vinculan para realizar el análisis de los datos por grupos.

El análisis se llevó a cabo a través de medios electrónicos, pues con la apertura de información a través del internet permitió extraer información de estudios similares, textos y bibliografía en general del tema que ayudó a la comprensión y entendimiento.

Para la elaboración del programa final se utilizó el software Microsoft Project versión 2016, el cual permite indicar cada una de las fases, actividades, duración, fechas estimadas de inicio-fin y % de avance cuando se inicie la implementación, lo cual permitirá llevar el control y seguimiento de manera efectiva.

CAPÍTULO 4.
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS
RESULTADOS

CAPITULO 4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Contexto de la organización

La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos.

La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas. (International Standardization Organization [ISO], 2015). Esas cuestiones deben ser relativas al objetivo y directrices de la organización y deben considerarse todas aquellas que pudieran afectar a la capacidad de la empresa para alcanzar los resultados deseados.

Por ello, el análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) donde se estudian los factores de producción, marketing, organización y finanzas; por su parte el análisis externo (Oportunidades y Amenazas) abarca las áreas del mercado, sector competencia y entorno de la empresa. (Emprendedores, s.f.)

Para la empresa objeto de estudio, el análisis FODA se llevó a cabo cuando se realizó la transición de su Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015. Dicho análisis se presenta en la tabla 4.1, la cual servirá como punto de partida para la implementación de un Sistema de Responsabilidad Social.

Tabla 4.1

Análisis FODA para Empresa objeto de estudio

Factores Internos		Factores Externos	
Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
Certificación SGC (ISO 9001:2015)	Deficientes habilidades gerenciales	Ampliar el mercado de servicios	Falta de presupuesto para desarrollar ingeniería
Se cuenta con 5 disciplinas de ingeniería	Falta de seguimiento a procesos del SGC		Devaluación del Dólar
Calidad en el Servicios	Seguimiento a Plan de Capacitación		Inseguridad
Ubicación Geográfica	Internet área ingeniería		
Implementación del Software especializado para el Sistema de Gestión de Calidad (SGC)	Falta de Capacitación		
Adquisición de Software especializado para el Sistema de Gestión de Calidad (SGC)	Incapacidad para ver errores		
Buen Ambiente Laboral	Deficiente habilidades en liderazgo		
Procesos técnicos y administrativos de calidad	Comunicación interna		
Cualidades del servicio que se considera de alto nivel			
Prestaciones de Ley			
Amplia Gama de Proveedores			
Líneas de Crédito			
Evaluación a proveedores			
Cumplimiento a Requisitos legales			
Fuente Generador de empleos			

4.2 Identificación de los grupos de interés (stakeholders)

Para lograr llevar a cabo una implementación adecuada se requiere establecer los elementos necesarios para un sistema de responsabilidad social.

Parte de estos requisitos conlleva a la determinación de todas las necesidades y expectativas de las partes interesadas que puedan afectar o verse afectadas con la operación de la empresa.

Para ello, se realizó el análisis FODA para conocer el contexto de la organización. Posteriormente, se identificaron quiénes podrían influir en los resultados de la empresa positiva o negativamente en la operación de la empresa. De esta manera, se identificaron las partes interesadas y sus requisitos (tabla 4.2). Este análisis se realizó tomando como referencia el punto 4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas de la norma ISO 9001:2015.

La información obtenida, sólo servirá de referencia como punto de partida, de llevarse a cabo la implementación deberá llevarse a cabo un análisis más profundo, para determinar si las necesidades detectadas por la empresa objeto de estudio son cubren con las demandas y son pertinentes a estos grupos de interés.

Esto le permitirá a la empresa, el establecimiento de nuevos lazos y el fortalecimiento de los existentes, pues en una cultura de responsabilidad social el elemento de la comunicación, el diálogo y la transparencia son cada vez más apreciados por los grupos de interés.

Tabla 4.2
Identificación de partes interesadas

PARTES INTERESADAS		IMPACTOS		
Proveedores de bienes y Servicios	Proveedores de servicios de estudios complemento para ingeniería	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de papelería • Proveedores para mantenimiento o de plotter e impresoras 	<ul style="list-style-type: none"> • Pago en tiempo • Orden de compra o contrato • Buena comunicación. • Requisitos bien especificados. 	
Clientes	BASF MEXICHEM INDELPRO ANDERCOL	STYROLUTION SICSA TEPEAL STYROPEK	<ul style="list-style-type: none"> • Apego a reglas y requisitos de Higiene, Salud y Medio Ambiente . • Precios justos. • Créditos • Entrega en tiempo. • Cumplimiento de requisitos. • Certificaciones • Comunicación activa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado y competente. • Ingeniería en diferentes disciplinas. • Seguimiento a solicitudes • Calidad en el dibujo. • Seguimiento a quejas. • Disponibilidad de horario
Accionistas	Accionistas		<ul style="list-style-type: none"> • Rendimiento de cuentas. • Expandir mercado 	
Empleados	Líderes de área de ingeniería y sus colaboradores		<ul style="list-style-type: none"> • Buen ambiente laboral • Contratos de trabajo • Buen salario • Prestaciones • Igualdad • Oportunidad de crecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones • Alcances de proyectos completos • Fechas de entrega • Requisitos especificados • Coordinación y planeación de proyectos.
Competencia	ICA Águila PYSIG Bufete Grupo Zener	Motrek Gow Services Electroconstructora del Golfo BITESA	<ul style="list-style-type: none"> • Menor calidad • Menor acaparamiento de mercado • Menor personal competente • Menor experiencia • Costos más elevados • Menor disponibilidad de horario • Servicios ineficientes 	

4.3 Autoevaluación de la empresa en materia de responsabilidad social

A) Percepción de la responsabilidad social de la alta gerencia

Como ya se ha visto en la norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011, la cual establece los requisitos que debe procurar cualquier organización para considerar sus prácticas dentro de la responsabilidad social, se elaboró un cuestionario de autodiagnóstico basado en las herramientas ofrecidas por diferentes organizaciones como:

- Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (FECHAC).

Es una organización, independiente y autónoma, apartidista y sin fines de lucro, dedicada a atender las necesidades críticas de la comunidad en materia de educación básica, salud preventiva y formación de capital social, con el propósito de elevar la calidad de vida de los chihuahuenses, promoviendo la responsabilidad social empresarial, la participación ciudadana y el fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil, en el arduo intento por seguir construyendo y fortaleciendo a nuestra comunidad.

FECHAC propone un Instrumento de Autodiagnóstico para las Empresas, que ayudarán a que los miembros de las empresas aprendan a identificar los principales elementos de su institución y a calificar el estado en que se encuentran en su proceso de desarrollo. Esta herramienta contempla la naturaleza y dinámica de una empresa en cuatro áreas fundamentales: calidad de vida en la empresa, compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente; y competitividad de la empresa y su relación con sus involucrados (stakeholders).

- Cámara Valencia en colaboración con Bancaja e Iberdrola

La Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, en colaboración con Bancaja, Iberdrola e Intercontrol y la asistencia técnica de Imedes ha

llevado a cabo un proyecto para la aplicación de la RSE en las PYMES, cuyo objetivo es acercar la Responsabilidad Social Empresarial a las PYMES Valencianas, ofreciendo una metodología sencilla, tangible, operativa y eficaz que permita incorporar la RSE en la estrategia empresa.

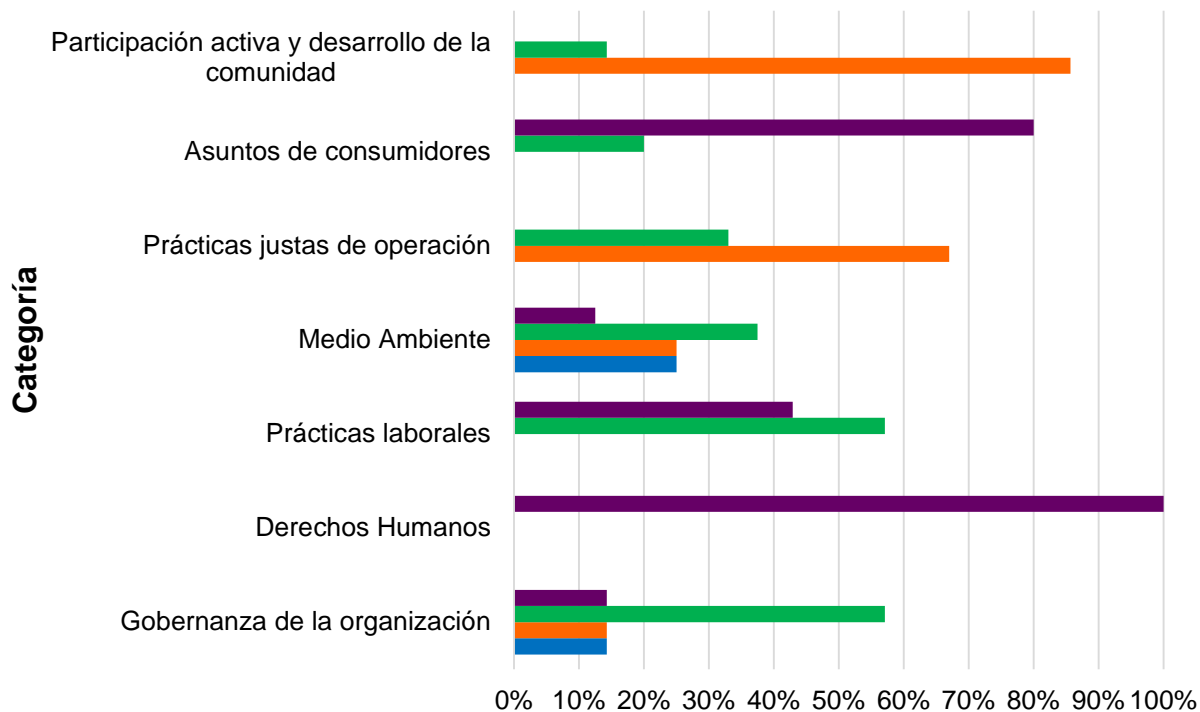
Su metodología diseñada se desarrolla en tres etapas: un diagnóstico previo en RSE, el plan de acción y la comunicación

Ambas instituciones se basan en normas internacionales tales como la ISO 26000:2011, lo cual permitió tomarlas como instrumentos de referencia para el presente trabajo.

Debido a que la toma de decisiones en cuanto a los recursos otorgados, debe determinarse desde la alta dirección, se elaboró un instrumento que permitiera conocer la percepción de ésta en cuanto a la situación actual de la organización en relación a las siete materias fundamentales que se analizan en la norma NMX-IMNC-26000-SAST-2011: gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, participación activa y desarrollo de la comunidad.

El instrumento se puede observar en el anexo B siendo aplicado al Gerente de Ingeniería y Administración de la empresa objeto de estudio. Los resultados se enuncian a continuación:

Gráfica 4.1
Percepción de la Alta gerencia en relación a la Responsabilidad Social (RS)



	Gobernanza de la organización	Derechos Humanos	Prácticas laborales	Medio Ambiente	Prácticas justas de operación	Asuntos de consumidores	Participación activa y desarrollo de la comunidad
■ 3 (siempre)	14.30%	100%	42.90%	12.50%	0%	80%	0%
■ 2 (a veces)	57.10%	0%	57.10%	37.50%	33%	20%	14.30%
■ 1 (poco)	14.30%	0%	0%	25%	67%	0%	85.70%
■ 0 (nunca)	14.30%	0%	0%	25%	0%	0%	0%

Como se muestra en la gráfica 4.1, las materias fundamentales con mayor área de oportunidad, son participación activa y desarrollo de la comunidad, prácticas justas de operación y medio ambiente.

Con base a los resultados se identificaron en cada categoría como áreas de oportunidad las siguientes acciones:

Gobernanza de la organización:

- Existencia de órganos de gobierno y dirección en la empresa.
- Proporcionar información pública accesible, clara, completa y veraz sobre el funcionamiento de la empresa en términos económicos, sociales y medioambientales a sus grupos de interés.

Medio ambiente:

- Realización de acciones que generen entre el personal la conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrollar campañas de educación ambiental a familiares del personal y la comunidad inmediata de la empresa.
- Contar con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).
- Utilizar criterios ambientales para la selección de sus proveedores.
- Contar con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo.

Prácticas justas de operación:

- Contar con un código de ética publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior.
- Identificar y articular políticas para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas.

Participación activa y desarrollo de la comunidad:

- Inversión para conocer las particularidades de la comunidad local, con el objetivo de identificar sus expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto a sus costumbres y creencias.
- Responder a las expectativas de la comunidad, intervenir para remediar sus necesidades e impulsar su desarrollo.

- Establecer canales de diálogo sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad con los que se relaciona.
- Mantener alianza con al menos alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad.
- Buscar oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales (mercadotecnia con causa social)
- Promover con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona.

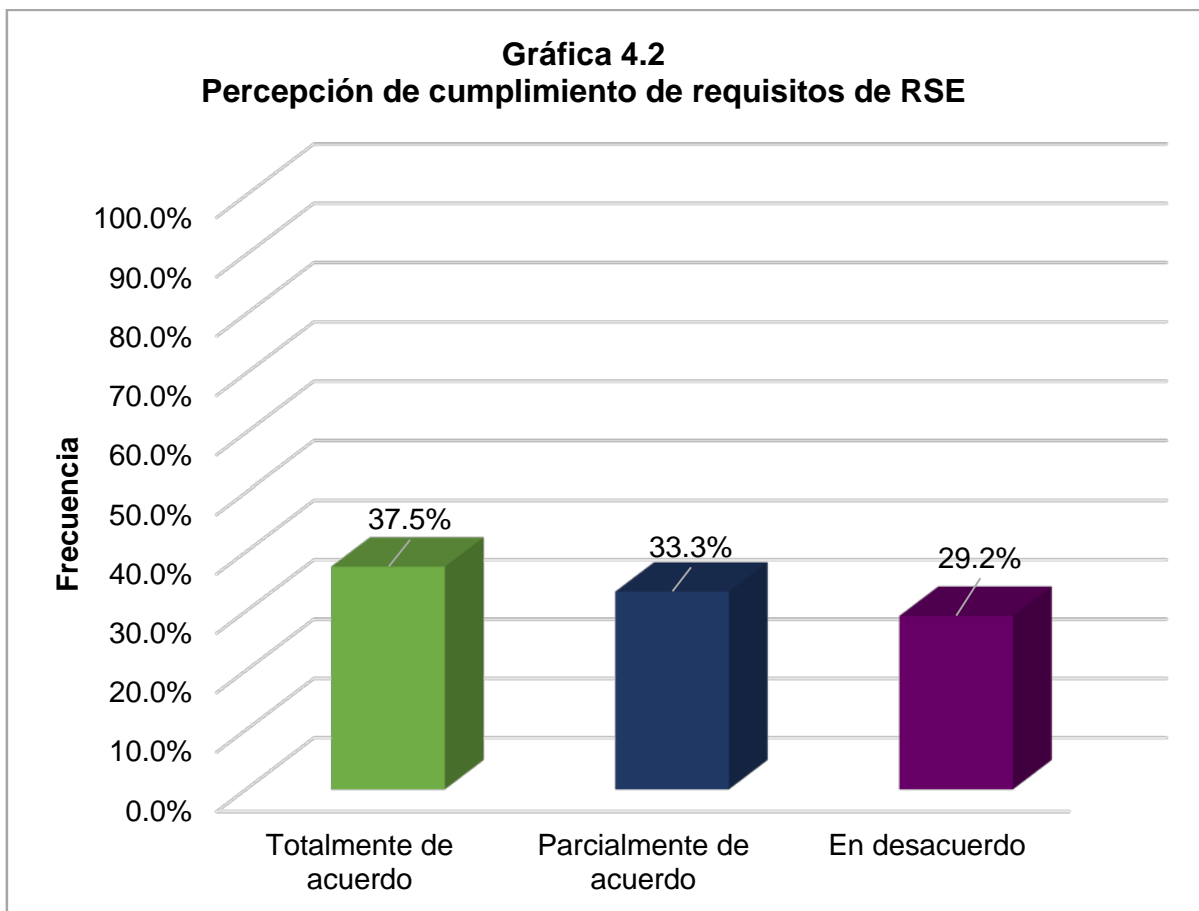
B) Percepción de la responsabilidad social de los empleados.

De igual manera se aplicó una encuesta (ver anexo C) a los empleados para conocer su percepción hacia la responsabilidad social, pues recordemos que éstos se encuentran en el grupo de las partes interesadas.

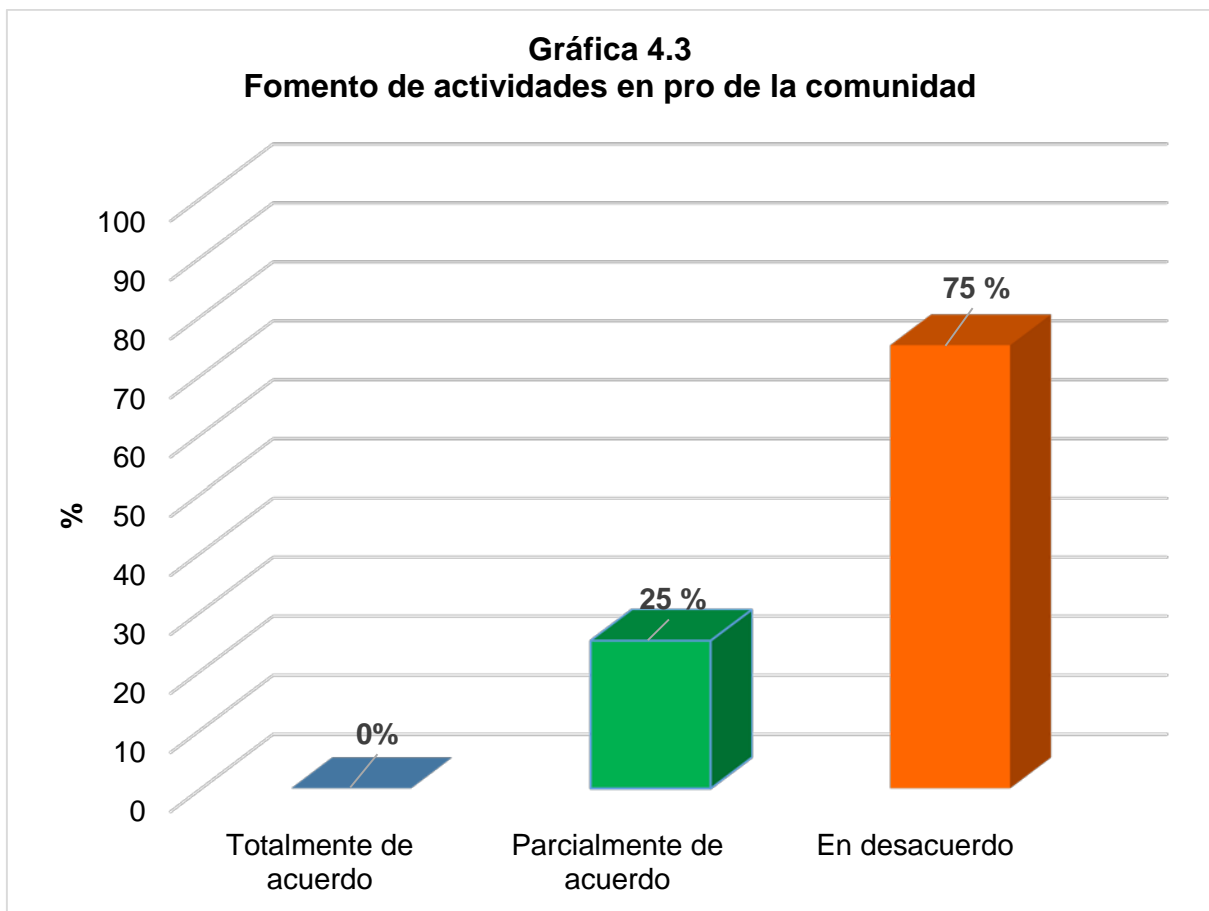
Para realizar el análisis de los resultados obtenidos, debido a la naturaleza de las preguntas del anexo C, se agruparon en las que presentaban similitudes en el tema abordado, para que se identificaran datos representativos.

Por ello y debido a que la empresa cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015, los empleados tienen conocimiento de la misión, visión y valores de la empresa, prueba de ello es que el 96% así lo indica.

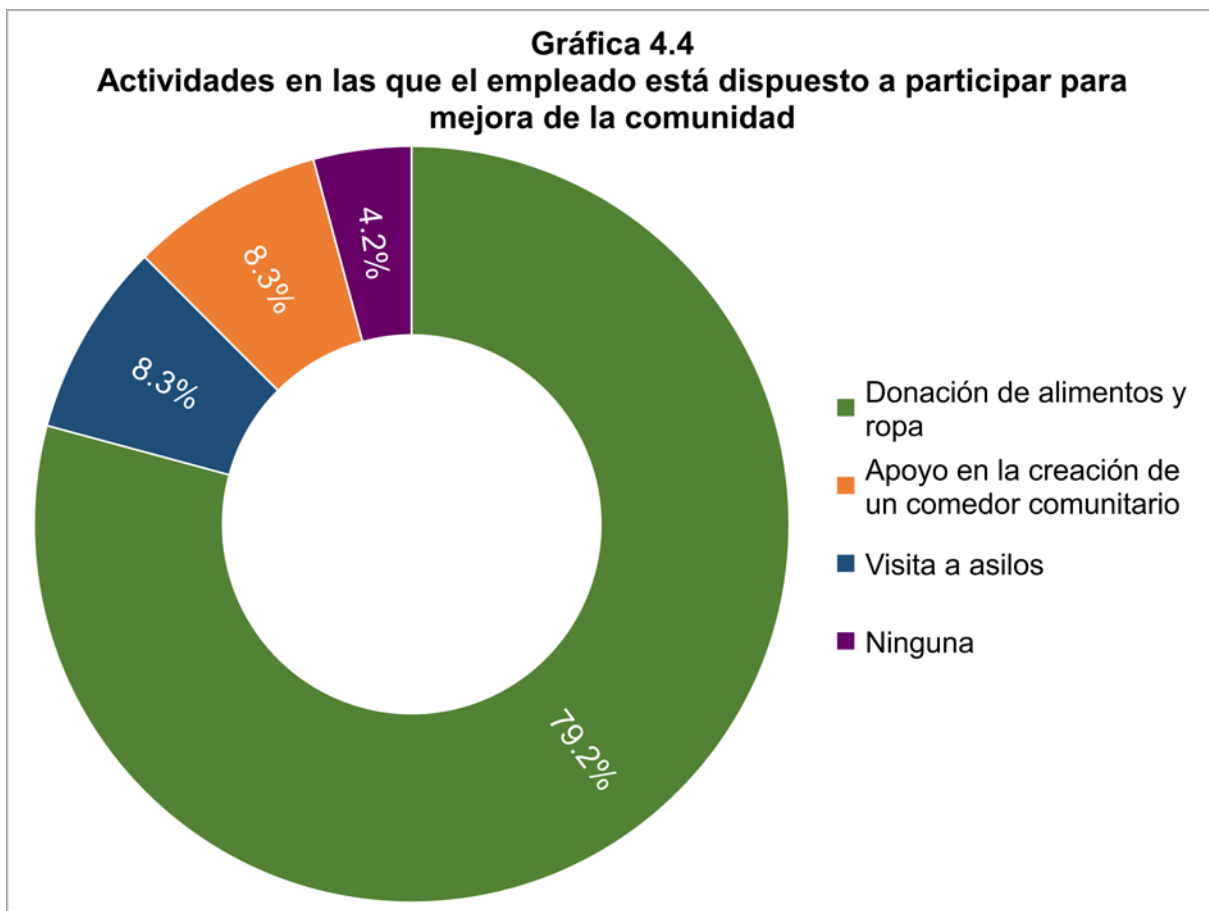
En contraste, el concepto de RSE presentó opiniones divididas ya que el 54% tiene conocimiento de él contra el 46% de los empleados que lo desconocen.



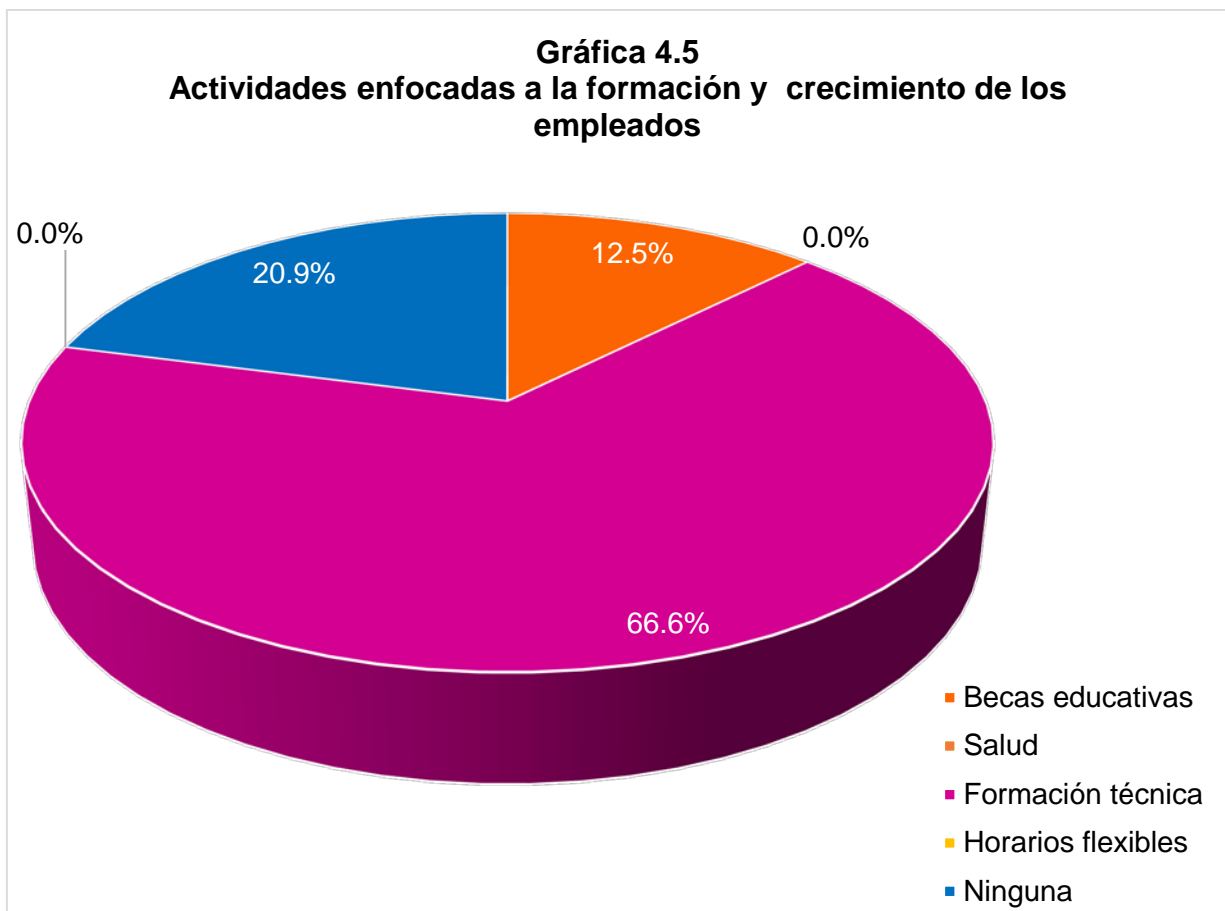
Como se observa en la gráfica 4.2, más del 60% concuerda que la empresa realiza al menos alguna actividad relacionada con la Responsabilidad Social y sólo alrededor del 30% de los empleados considera que no cumple con los requisitos de una Empresa Socialmente Responsable.



En las encuestas aplicadas se obtuvo que alrededor del 90% de los empleados opina que la empresa es consciente de las necesidades de su entorno; sin embargo, el 75% de ellos expresa que no se fomentan actividades que beneficien a la comunidad tal como lo muestra la gráfica 4.3.



Por otro lado, alrededor del 96% de los empleados se encuentran dispuestos a colaborar en el desempeño de estas actividades, dentro de las que se encuentran preferentemente las indicadas en la gráfica 4.4.



En cuanto a la satisfacción de la relación laboral, representada en la gráfica 4.5 cerca del 92% de los empleados calificaron dicha relación por encima de los 8 puntos, en una escala de 1 a 10 puntos. Dentro de esta percepción se encuentran las acciones que se refieren a la formación y crecimiento profesional.

4.4 Propuesta de actividades para la implementación de Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo a la norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011, se muestra una orientación que pretende ayudar a todas las organizaciones, cualquiera que sea su punto de inicio, a integrar la responsabilidad social dentro de su manera de operar (ver Figura 4.1)



Fuente: NMX-SAST-26000-IMNC-2011

La norma indica la necesidad de tomar en cuenta las siguientes recomendaciones al momento de llevar a cabo la implementación en la empresa:

1. La relación de las características de una organización con la responsabilidad social.

Es útil para la organización determinar la manera en que sus características clave se relacionan con la responsabilidad social. Esta revisión también será de

ayuda cuando se determinen los asuntos pertinentes de responsabilidad social, dentro de cada materia fundamental y cuando se identifiquen las partes interesadas de la organización.

2. Comprender la responsabilidad social de una organización.

Un punto importante dentro del contexto de la responsabilidad social, es la debida diligencia, la cual es un proceso exhaustivo y proactivo llevado a cabo para identificar los impactos negativos sociales ambientales y económicos reales y potenciales de las decisiones y actividades de una organización con el propósito de evitar y mitigar dichos impactos.

Otro punto a considerar es determinar la pertinencia, es decir, todas las materias fundamentales, pero no todos los asuntos son pertinentes para cada organización. Asimismo, una vez que la organización ha identificado un amplio rango de asuntos pertinentes respecto a sus decisiones y actividades debería analizar cuidadosamente los asuntos identificados y desarrollar una serie de criterios para decidir para decidir qué asuntos son los más significativos y tienen mayor importancia para la organización.

Una vez hecho esto la organización debería de terminar y comprometerse con sus prioridades para integrar la responsabilidad social en toda la organización y en sus prácticas cotidianas estos deberían establecerse entre los asuntos considerados significativos y pertinentes las partes interesadas debería participar activamente al identificar sus prioridades.

3. Prácticas para integrar la responsabilidad social en toda la organización.

Incorporar la responsabilidad social a cada aspecto de una organización implica compromiso y comprensión en todos los niveles, esto debería comenzar por lo más alto de la organización, por tal razón, las declaraciones y acciones de los líderes de la organización y los propósitos, aspiraciones, valores, ética y estrategias establecerán el rumbo de la organización.

Un medio importante y eficaz de integrar la responsabilidad social en toda la organización la gobernanza de la misma, al tomar e implementar las decisiones para lograr sus objetivos.

4. Comunicación sobre la responsabilidad social.

Muchas de las prácticas relacionadas con la responsabilidad social involucrarán alguna forma de comunicación interna y externa, dicha información deberá ser completa, comprensible, receptiva, precisa, equilibrada, oportuna y accesible.

Para comunicar los avances y resultado se pueden utilizar muchos métodos y medios, por ejemplo, eventos públicos, reuniones, foros, boletines, etcétera.

También es necesario buscar el diálogo con las partes interesadas ya que una organización puede beneficiarse de recibir e intercambiar información directa sobre las perspectivas de ellas.

5. Revisión y mejora de las acciones y prácticas de una organización en materia de responsabilidad social.

Un desempeño eficaz de la responsabilidad social depende en parte del compromiso, de la cuidadosa supervisión, evaluación y revisión de las actividades emprendidas, los progresos realizados, la consecución de los

objetivos identificados, los recursos utilizados y otros aspectos de los esfuerzos de la organización.

Uno de los métodos más comunes es la medición a través de indicadores, los cuales proporcionan información cualitativa o cuantitativa comparable sobre resultados o consecuencias, asociados a la organización y muestra los cambios que se producen con el paso del tiempo.

Además del control y seguimiento para las revisiones de responsabilidad social es pertinente que una organización considere las vías para mejorar su desempeño. Los resultados de las revisiones se deberían utilizar para ayudar a la mejora continua de la responsabilidad social de una organización.

Analizando estas recomendaciones de la norma NMX-SAST-26000-IMNC y con la información recabada durante las encuestas de percepción, a continuación, en la Tabla 4.3 se muestra la propuesta del programa de actividades para una implementación de RS dentro de esta Pyme.

Tabla 4.3
Propuesta de un Plan de Actividades para la Implementación de
Responsabilidad Social Empresarial (ESR) en una MiPyMe

Task Name	Convenios	Duration	Start	End
PROPUESTA DE PLAN DE IMPLEMENTACION DE RSE EN UNA MiPYME		235 days	Mon 07/03/19	Fri 28/11/19
Fase A: Reflexión de alcance e impacto de RS en la empresa		38 days	Mon 07/03/19	Wed 27/02/19
Revisión de la alta dirección	* Compromiso de la alta dirección para la implementación de la RS en la empresa * Revisión de presupuesto * Asesoramiento de expertos en la materia de RS para facilitar el camino de implementación	10 days	Mon 07/03/19	Fri 15/03/19
Designación de un grupo líder en materia de RS	Conformado por miembros de la alta dirección y mandos medios	3 days	Mon 21/03/19	Wed 23/03/19
Capacitación en materia de RS al área de Ingeniería	Pólicas de inducción en temas de responsabilidad social como la "Guía de INOX-SAST-26020-IMNC-2011"	10 days	Thu 24/03/19	Wed 06/02/19
Revisión de misión, visión, valores, principios y reglamento interno de la empresa	Preliminar	10 days	Thu 07/02/19	Wed 20/02/19
Elaboración política en materia de RS y código de ética	Preliminar	5 days	Thu 21/02/19	Wed 27/02/19
Fase B: Elaborar una estrategia RSE		42 days	Thu 28/02/19	Fri 26/04/19
Identificación de grupos de interés o stakeholders	* Complementar análisis de los otros grupos de interés identificados con el objetivo de conocer su opinión, en temas económicos, sociales, ambientales referentes a la empresa, expectativas de desempeño de la empresa en el futuro, cómo evalúa a la empresa	7 days	Thu 28/02/19	Fri 08/03/19
Identificación de la situación actual de la empresa	* Diagnóstico realizado a través de las encuestas de percepción a los trabajadores y la alta gerencia en RS. * Examinar las formas en las que las partes interesadas y los asuntos de RS pueden impactar en las decisiones, actividades y planes de la empresa	30 days	Mon 11/03/19	Fri 19/04/19
Formulación de la estrategia RSE	Alinea de la misión, visión, valores, principios, reglamento interno, código de ética, política en RS	5 days	Mon 22/04/19	Fri 26/04/19
Fase C: Desarrollo de programas		130 days	Mon 29/04/19	Fri 25/10/19
Elaboración de procedimientos		30 days	Mon 29/04/19	Fri 07/06/19
Elaboración de programas		30 days	Mon 29/04/19	Fri 07/06/19
Establecimiento de indicadores		10 days	Mon 10/06/19	Fri 21/06/19
Elaboración de formatos		10 days	Mon 10/06/19	Fri 21/06/19
Implementación en la organización	Desde la implementación de los procedimientos y programas, medición, control y seguimiento	90 days	Mon 24/06/19	Fri 25/10/19
Fase D: Comunicación de resultados		25 days	Mon 28/10/19	Fri 29/11/19
Reuniones y conversaciones con las partes interesadas		10 days	Mon 28/10/19	Fri 08/11/19
Elaboración de informes de sostenibilidad	Basados en Estándares GRI (Global Reporting Initiative)	15 days	Mon 11/11/19	Fri 29/11/19

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones Objetivo General

El objetivo general del trabajo hace referencia a la elaboración de un plan de actividades dentro de una MiPyMe con el objetivo de implementar un Sistema de Responsabilidad Social, para ello entendamos que una planeación puede llevar al éxito o al fracaso de cualquier proyecto; y es indispensable ya que nos permitirá monitorear y controlar los progresos y nos indicará los puntos que se deben ajustar para lograr los objetivos establecidos.

El presente trabajo permitió establecer los tiempos y las actividades claves que la empresa debe considerar si desea establecer un sistema de responsabilidad social.

5.2 Conclusiones Objetivos específicos.

- Identificar los requerimientos necesarios que debe procurar una Empresa Socialmente Responsable, basadas en normatividad vigente. Para este objetivo, los requerimientos se identificaron a través de la norma NMX-SAST-26000-2011-IMNC, mediante la revisión de las materias fundamentales y sus requerimientos.
- Realizar un análisis de la situación actual de la empresa para identificar áreas de mejora en los rubros de medio ambiente, vinculación con la comunidad, ética empresarial y calidad de vida en la empresa. El cumplimiento de este objetivo se logró por medio de la aplicación de los instrumentos de percepción de la alta gerencia y de los colaboradores respecto al tema de Responsabilidad Social.

Cabe mencionar que en el estudio se detectó más de una parte interesada, sin embargo, sólo fue posible realizar el análisis a los empleados quienes forman parte de este grupo, por lo que cuando se desee hacer la implementación habrá que desarrollar un análisis enfocado a las otras figuras pertenecientes a este grupo, el cual podría plantearse de igual forma a través de encuestas con grupos de enfoque.

- Proponer las actividades necesarias para la implementación de un sistema de responsabilidad social. Es de gran ayuda que la empresa cuente con un Sistema de Gestión certificado, pues se encuentra familiarizado con algunos conceptos que son necesarios revisar en el contexto de la responsabilidad social tales como misión, visión, valores, partes interesadas, entre otras.

Tal como se observa en el plan de actividades propuesto, llevar a cabo la implementación de un sistema de Responsabilidad Social se estima en aproximadamente un año, basándose en la referencia que se tiene del Sistema de Gestión de Calidad con el que cuenta actualmente la empresa y de las actividades que ésta realizó para completar el ciclo PHVA (Planear-Hacer-Verificar-Actuar).

5.3 Recomendaciones

A pesar de que la norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011 es una guía para llevar a cabo una implementación y no es de carácter obligatorio ni certificable, ésta requiere de conocimiento en la materia, por lo cual es recomendable acercarse a organismos expertos que puedan encaminar a las empresas que comienzan su incursión en materia de responsabilidad social y así lograr los resultados esperados en los tiempos establecidos, con el objetivo de crear a largo plazo una cultura de responsabilidad social y permita a la empresa beneficiarse por trabajar en el mejoramiento de su entorno de influencia.

También es importante que la empresa evalúe su situación financiera al momento que pretenda realizar una implementación de un sistema de este tipo, pues deberá revisar con detalle el costo-beneficio que esto conlleva. De no ser factible económicamente, se recomienda la revisión de la norma para implementar aquellas actividades que no originen costos externos y realizar adecuaciones de sus operaciones.

El camino de implementación para un sistema de Responsabilidad Social dependerá en gran medida de la disponibilidad de recursos y de la disposición del personal, es por ello que aquel personal que lidere el equipo encargado de que se lleven a cabo las actividades y la vigilancia del mismo, deberá impulsar el cambio dentro de la organización para permear poco a poco todas las áreas de la empresa.

Como aportación a la investigadora, este trabajo deja una experiencia de enriquecimiento en un nuevo conocimiento del que sólo tenía una idea general, siendo también la oportunidad de para futuros trabajos que como este busquen una guía hacia la implementación de la Responsabilidad Social.

ANEXOS

ANEXO A.
RESUMEN DE MATERIAS FUNDAMENTALES Y ASUNTOS DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA NMX-SAST-26000-IMNC-2011

Material fundamental: Gobernanza de la organización

Es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos.

Los procesos y estructuras para la toma de decisiones deberían permitirle a la organización:

- Equilibrar el nivel de autoridad, responsabilidad y capacidad de las personas que toman las decisiones
- Desarrollar estrategias, objetivos y metas, así como crear un ambiente y cultura que reflejen su compromiso hacia la responsabilidad social.
- Promover las oportunidades a grupos minoritarios.

Material fundamental: Derechos humanos.

Son los derechos básicos que le corresponden a cualquier ser humano por el hecho de serlo. Éstos son inherentes, inalienables, universales, indivisibles e interdependientes.

Asunto 1	Debida diligencia	<p>Es el proceso exhaustivo y proactivo para identificar los impactos negativos reales y potenciales de carácter social, ambiental y económico de las decisiones y actividades de una organización a lo largo del ciclo de vida completo de un proyecto o de una actividad de la organización con el objetivo de evitar y mitigar dichos impactos negativos.</p> <p>Este proceso debería incluir los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La organización debería tener una política de derechos humanos y los medios para integrarla. • Medios para evaluar y registrar la manera y el desempeño en que las actividades existentes y propuestas podrían afectar a los derechos humanos, y las acciones para tratar los impactos negativos de sus decisiones y actividades.
Asunto 2	Situaciones de riesgo para los	Existen ciertas circunstancias tales como la pobreza, extrema inestabilidad política, corrupción, desastres naturales, proximidad de las operaciones a comunidades

	derechos humanos.	<p>indígenas que hacen más probable que las organizaciones tengan que enfrentarse a desafíos y dilemas de los derechos humanos.</p> <p>Una organización debería considerar las consecuencias potenciales de sus acciones, de modo que el objetivo deseado de respetar los derechos humanos se cumpla realmente.</p>
Asunto 3	Evitar la complicidad.	<p>Deriva de las expectativas sociales de comportamiento en el sentido amplio. En este sentido, la organización puede considerarse cómplice cuando ayuda a otros a cometer actos condenables.</p> <p>Por tal, una organización debería, evitar las alianzas o relaciones formales o informales y dejar de proporcionar bienes o servicios a una entidad que los utilice para cometer abusos de los derechos humanos.</p>
Asunto 4	Resolución de reclamaciones.	<p>Para cumplir su responsabilidad de respetar los derechos humanos, una organización, debería establecer los mecanismos para que aquellos que crean que se han cometido abusos contra sus derechos puedan llevar el problema ante la organización e intentar obtener una compensación.</p> <p>Para que estos mecanismos fueran eficaces deberían ser: legítimos, accesibles, predecibles, equitativos, compatibles con los derechos, claros y transparentes, basados en el diálogo y la mediación.</p>
Asunto 5	Discriminación y grupos vulnerables.	<p>Implica cualquier tipo de distinción, exclusión o preferencia que tiene el efecto de anular la igualdad de trato o de oportunidades, cuando esa consideración se basa en prejuicios, más que en motivos legítimos.</p>
Asunto 6	Derechos civiles y políticos	<p>Estos incluyen derechos absolutos tales como el derecho a la vida, a una vida digna, a la no tortura, a la seguridad de las personas, a la propiedad, a la libertad, al debido proceso legal, libertad de opinión, a la reunión pacífica, a la práctica de una religión, libertad de pensamiento, al derecho de acceder a servicios públicos y el derecho de participar en elecciones.</p>

		Una organización debería respetar todos los derechos civiles y políticos de todos los individuos.
Asunto 7	Derechos económicos, sociales y culturales	Estos incluyen el derecho a la educación, un trabajo en condiciones favorables y justas, libertad de asociación, un nivel de salud adecuado, alimentación, vestido, vivienda, entre otros.
Asunto 8	Principios y derechos fundamentales en el trabajo	La Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha identificado derechos fundamentales en el trabajo que incluyen: <ul style="list-style-type: none"> • Libertad de asociación y reconocimiento eficaz del derecho a la negociación colectiva. • Eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio. • Abolición eficaz del trabajo infantil, y • La eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación.

Material fundamental: Prácticas laborales

Estas comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo que se realiza dentro, por o en nombre de la organización, incluido el trabajo subcontratado. Incluye reclutamiento y promoción de trabajadores, procedimientos disciplinarios y de resolución de reclamaciones; transferencia y traslado de trabajadores, finalización de la relación de trabajo, formación y desarrollo de habilidades, entre otros.

Asunto 1	Trabajo y relaciones laborales	La relación laboral confiere derechos e impone obligaciones, tanto a empleadores como a empleados, en beneficio, tanto de la organización como de la sociedad. Una organización debería: <ul style="list-style-type: none"> • Asegurar la igualdad de oportunidades para todos los trabajadores. • No beneficiarse de prácticas laborales injustas, explotadoras o abusivas. • Proteger la privacidad y los datos de carácter personal de los trabajadores.
Asunto 2	Condiciones de trabajo y	Las condiciones de trabajo incluyen salarios y otras formas de compensación, jornada laboral, periodos de descanso, vacaciones, prácticas disciplinarias y de

	protección social	<p>despido, protección de la maternidad y aspectos de bienestar.</p> <p>La protección social se refiere a todas las garantías jurídicas y las prácticas de las organizaciones.</p>
Asunto 3	Diálogo social	<p>Incluye todo tipo de negociación, consulta o intercambio de información entre representantes de gobiernos, empleadores y trabajadores, sobre temas de interés común relativos a inquietudes económicas y sociales. Esto ofrece un mecanismo para desarrollar políticas y encontrar soluciones que tomen en cuenta las prioridades y las necesidades de empleadores y trabajadores.</p>
Asunto 4	Salud y seguridad ocupacional	<p>En este se implica promover y mantener el más alto grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores y prevenir daños en la salud provocados por las condiciones laborales, así como a la protección de los trabajadores frente a riesgos para la salud.</p> <p>Para ello, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar, implementar y mantener una política de salud y seguridad ocupacional, analizando y controlando los riesgos y aplicando principios de gestión de la salud y seguridad. • Proporcionar el equipo de seguridad necesario, así como registrar e investigar todos los incidentes y problemas en materia de salud y seguridad
Asunto 5	Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo	<p>Incluye el proceso de ampliar las opciones de las personas expandiendo las capacidades y funciones humanas.</p> <p>La organización puede usar políticas e iniciativas en el lugar de trabajo para aumentar la capacidad, las experiencias, la competencia y calificaciones que incrementas la capacidad del individuo de asegurar y mantener un empleo decente.</p>

Materia fundamental: Medio ambiente

Las organizaciones deberían adoptar un enfoque integrado que considere las implicaciones directas e indirectas de carácter económico, social, de salud y ambiental de sus decisiones y actividades.

Una organización debería respetar y promover principios ambientales en responsabilidad ambiental, enfoque precautorio, gestión de riesgos ambientales y asumir los costos de la contaminación provocada por sus actividades.

Asunto 1	Prevención de la contaminación	Una organización puede mejorar su desempeño ambiental, a través de la prevención de la contaminación incluyendo las emisiones al aire, los vertidos al agua, la gestión de residuos, el uso y disposición de productos tóxicos y peligrosos, así como otras formas de contaminación (ruido, olores, impresiones visuales, vibraciones, etc.)
Asunto 2	Uso sostenible de los recursos	Significa que éstos se utilizan en una medida menor o igual que su tasa de renovación natural. Cuatro áreas clave para mejoras en la eficiencia son: eficiencia energética, conservación, uso y acceso al agua, eficiencia en el uso de materiales y minimización de la exigencia de recursos de un producto. En relación con todas sus actividades, una organización debería: identificar, medir, registrar e informar las fuentes de energía, agua y otros recursos, los usos significativos de los mismos, e implementar medidas de eficiencia en los recursos
Asunto 3	Mitigación del cambio climático y adaptación al mismo.	Todas las organizaciones son responsables de emisiones GEI (Gases de Efecto Invernadero) de manera directa e indirecta y se verán afectados de alguna manera por el cambio climático. Para mitigar los impactos del cambio climático relacionados con sus actividades, una organización debería identificar, medir, registrar e informar las fuentes directas e indirectas de GEI, así como implementar medidas optimizadas para reducir y minimizar de manera progresiva estas emisiones
Asunto 4	Protección del medio	Los aspectos clave de este asunto incluyen: la valoración y protección de la biodiversidad; valoración, protección y

	ambiente, biodiversidad y restauración de los hábitats naturales	<p>restauración de los servicios de los ecosistemas; uso de la tierra y de los recursos naturales de manera sostenible; fomento de un desarrollo urbano y rural ambientalmente sólido.</p> <p>En relación con sus actividades, una relación debería identificar impactos negativos potenciales sobre la biodiversidad y ecosistemas, tomando medidas para preservar las especies endémicas o en peligro de extinción, así como establecer e implementar una estrategia integrada para la administración de agua, terrenos y ecosistemas.</p>
--	--	--

Material fundamental: Prácticas justas de operación

Se refiere a la manera en que una organización utiliza su relación con otras organizaciones para promover resultados positivos.

La observancia, promoción y fomento de normas de conducta ética subyacen en todas las prácticas justas de operación. La prevención de la corrupción y la práctica de una participación política responsable dependen del respeto al principio de legalidad, la adhesión a normas éticas, la rendición de cuentas y la transparencia.

Asunto 1	Anti-corrupción	<p>La corrupción es el abuso de poder otorgado, con el objetivo de obtener una ganancia privada.</p> <p>Para prevenir la corrupción, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar los riesgos de corrupción e implementar y mantener políticas y prácticas que combatan la corrupción y la extorsión. • Asegurar que la remuneración de sus empleados es adecuada y se produce sólo por servicios prestados de manera legítima y asegurarse que sus líderes serán un ejemplo anti-corrupción.
Asunto 2	Participación política responsable	<p>Las organizaciones pueden apoyar procesos políticos públicos y promover el desarrollo de políticas públicas que beneficien a la sociedad en general.</p> <p>Una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la toma de consciencia respecto a la participación política de manera responsable, siendo transparentes y evitando hacer contribuciones políticas que lleguen a suponer un

		intento por controlar o que puedan percibirse como una influencia indebida.
Asunto 3	Competencia justa	<p>La competencia justa y abierta estimula la innovación y la eficiencia, reduce los costos de los productos y servicios, asegura que todas las organizaciones tengan las mismas oportunidades, anima al desarrollo de productos o procesos nuevos y mejores y, en el largo plazo, mejora el crecimiento económico y el nivel de vida.</p> <p>Para promover la competencia justa, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar las prácticas anti-monopolio y anti-dumping, cumpliendo con la legislación en materia de competencia. • Ser consciente del contexto social en el que opera y no aprovecharse de condiciones sociales.
Asunto 4	Promover la responsabilidad social en la cadena de valor	<p>Una organización puede influir sobre otras organizaciones, a través de sus decisiones sobre adquisiciones y compras. Mediante su liderazgo y tutoría a lo largo de la cadena de valor, puede promover la adopción y el apoyo de los principios y las prácticas de responsabilidad social</p> <p>Para promover la responsabilidad en su cadena de valor, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integrar en sus políticas y prácticas de compra, distribución y contratación criterios éticos, sociales y ambientales, igualdad de género, de salud y seguridad para mejorar la coherencia con los objetivos de la responsabilidad social.
Asunto 5	Respecto a los derechos de la propiedad	<p>Estos abarcan tanto la propiedad física como la propiedad intelectual, intereses sobre la tierra, activos físicos de autor, patente, derechos de denominación de origen, fondos, derechos morales y otros derechos.</p> <p>Una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar políticas y práctica que promuevan el respeto de los derechos de propiedad o asegurarse de que cuenta con el título legal que le permite hacer uso y disponer de esa propiedad. • Pagar una compensación justa por la propiedad que adquiere o usa.

Materia fundamental: Asunto de consumidores

El término consumidor hace referencia a aquellos individuos o grupos que hacen uso del resultado de las decisiones y actividades de las organizaciones, sin que implique, necesariamente que tengan que pagar dinero productos y servicios.

Los asuntos de consumidores relativos a la responsabilidad social están relacionados, entre otros temas, con las prácticas justas de marketing, la protección de la salud y la seguridad, el consumo sostenible, la resolución de controversias y la compensación, la protección de la privacidad y de los datos, el acceso a productos y servicios esenciales, el tratamiento de las necesidades de los consumidores vulnerables y desfavorecidos y la educación entre otros.

Asunto 1	Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y prácticas justas de contratación	<p>Las prácticas justas de marketing, la información objetiva e imparcial y las prácticas contractuales justas, proporcionan información sobre los productos y los servicios de una manera que pueda ser entendida por los consumidores.</p> <p>Al comunicarse con los consumidores una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consentir en compartir transparente información pertinente fácilmente accesible y comparable, • Identificar claramente su publicidad (precios, impuestos totales, los términos y las condiciones de los productos y servicios y los costos de entrega). • Probar las declaraciones y afirmaciones proporcionando datos e información relacionados con los mismos cuando se solicite.
Asunto 2	Protección de la salud y la seguridad de los consumidores	<p>Implica la provisión de productos y servicios que sean seguros y que no conlleven un riesgo inaceptable de daño cuando se usen o se consuman.</p> <p>Al proteger la salud y la seguridad de los consumidores una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar productos y servicios que, en condiciones de uso normales y razonablemente previsibles, sean seguros para los usuarios y otras personas, para su propiedad y el medio ambiente • Detener los servicios o retirar todos los productos que todavía se encuentran en la cadena de

		distribución cuando se detecte que constituye un peligro imprevisto.
Asunto 3	Consumo sostenible	<p>Se refiere al consumo de productos y recursos a tasas coherentes con el desarrollo sostenible. El rol de una organización en el consumo sostenible surge de los productos y servicios que ofrece, sus ciclos de vida y sus cadenas de valor y de la naturaleza de la información que proporciona a los consumidores.</p> <p>Para contribuir al consumo sostenible, una organización debería, cuando sea adecuado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promover una educación eficaz que dé poder a los consumidores y les permita entender los impactos en su bienestar y el medio ambiente de las elecciones de productos y servicios que realizan. • Ofrecer a los consumidores productos y servicios beneficiosos, desde el punto de vista social ambiental, considerando el ciclo de vida completo y reducir los impactos negativos para la sociedad y el medio ambiente.
Asunto 4	Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias	<p>Son mecanismos que una organización utiliza para abordar las necesidades de los consumidores después de la venta de los productos o la prestación de los servicios.</p> <p>Para esto, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar las quejas, tomar medidas para prevenirlas y mejorar las prácticas para responderlas. • Ofrecer sistemas adecuados eficientes de apoyo y asesoramiento, mantenimiento y reparación a precios razonables en localizaciones accesibles, así como la forma en que pueden acceder servicios postventa.
Asunto 5	Protección y privacidad de los datos de los consumidores	Estos pretenden salvaguardar el derecho de los consumidores a la privacidad, limitando el tipo de información reunida y las formas en que esta información se obtiene, utiliza y se mantiene segura.

			<p>Para evitar que la recopilación y el procesamiento de datos de carácter personal infrinjan la privacidad, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtener los datos únicamente por medios legales y justos, limitando la recopilación de datos de carácter personal información que sea esencial para la provisión de los productos y servicios. • Proporcionar a los consumidores el derecho a verificar si la organización dispone de datos sobre ellos y cuestionar estos datos, según esté estipulado por la ley.
Asunto 6	Acceso a servicios esenciales		<p>Aunque el Estado es responsable de garantizar que se respete el derecho a la satisfacción de las necesidades básicas, hay muchos lugares o condiciones en las que el Estado no asegura la protección este derecho tal como la electricidad, el gas, el agua, los servicios de aguas residuales, el drenaje, el alcantarillado y la comunicación, no se logran plenamente. Una organización puede contribuir al cumplimiento de derecho.</p> <p>Para esto, debería considerar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No desconectar los servicios esenciales por falta de pago sin darle al consumidor la oportunidad de buscar un plazo razonable para realizar el pago. • Ofrecer cuando esté permitido, una tarifa que proporcione una subvención a las personas necesitadas. • Ampliar la cobertura y proporcionar la misma calidad y nivel de servicio a todos los grupos de consumidores.
Asunto 7	Educación y toma de conciencia		<p>Estos permiten a los consumidores estar bien informados, ser conscientes de sus derechos y responsabilidades, leer mayores probabilidades de asumir un rol activo y ser capaces de tomar decisiones fundamentadas, en cuanto a la compra de productos o servicios, y consumir de manera responsable.</p> <p>Al educar a los consumidores, organización debería abordar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La salud y la seguridad, incluidos los peligros y riesgos relacionados con el uso de los productos.

		<ul style="list-style-type: none"> • El etiquetado de productos y servicios, disposición final adecuada de envoltorios, residuos y productos. • El uso eficiente de materiales, energía y agua.
Materia fundamental: Participación activa y desarrollo de la comunidad		
<p>La participación activa ayuda a fortalecer la sociedad civil. Las organizaciones que se involucran de manera respetuosa con la comunidad y sus instituciones, reflejan valores democráticos y cívicos, y los fortalecen.</p> <p>Comunidad, se refiere a los asentamientos residenciales o sociales de otro tipo, ubicados en un área geográfica se encuentra próximo físicamente sitio se encuentra una organización otro de las áreas de impacto de la misma.</p>		
Asunto 1	Participación activa de la comunidad	<p>Es la ayuda proactiva de una organización a la comunidad, su objetivo es prevenir y resolver problemas, fomentando alianzas con organizaciones locales partes interesadas, y aspirando a ser un buen ciudadano organizacional de la comunidad.</p> <p>Por ello, organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consultar a los grupos representativos de la comunidad determinando las prioridades de la inversión social y las actividades desarrollo de la comunidad. • Participar en asociaciones locales, mantener relaciones transparentes con funcionarios del gobierno local y representantes políticos. • Contribuir a la formación de políticas y al establecimiento, implementación, seguimiento evaluación de programas de desarrollo.
Asunto 2	Educación y cultura	<p>La educación y la cultura constituyen la base del desarrollo social y económico y son parte de la identidad de la comunidad.</p> <p>Una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promover y apoyar la educación en todos los niveles involucrarse en acciones que mejoren la calidad y el acceso a la misma. • Ayudar a conservar y proteger el patrimonio cultural

Asunto 3	Creación de empleo y desarrollo de habilidades	<p>El empleo es un objetivo internacionalmente reconocido, en relación con el desarrollo económico y social, lo que puede hacer una contribución a la reducción de la pobreza.</p> <p>El desarrollo de habilidades es un componente esencial de la promoción del empleo y de la ayuda a las personas a garantizar trabajos decentes y productivos, y primordial para el desarrollo económico y social.</p> <p>Una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el impacto de sus decisiones inversión sobre la creación de empleo. • Considerar participar en programas nacionales y locales de desarrollo de habilidades de la comunidad.
Asunto 4	Desarrollo y acceso a la tecnología	<p>Las tecnologías de la información y la comunicación se caracterizan en gran parte de la vida contemporánea y son una base fundamental para muchas actividades económicas; por lo que, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Considerar contribuir al desarrollo de tecnologías innovadoras de bajo costo que se puedan replicar y tengan un alto impacto positivo. • Considerar involucrarse en alianzas con organizaciones, universidades o laboratorios de investigación el desarrollo científico y tecnológico, así como adoptar prácticas la transferencia y difusión tecnológica.
Asunto 5	Generación de riqueza e ingresos	<p>Las organizaciones pueden contribuir positivamente a la creación de ingresos y riqueza a través de programas que favorezcan el espíritu emprendedor, del desarrollo de proveedores locales, y del empleo para los miembros de la comunidad.</p> <p>Por ello, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Considerar apoyar iniciativas adecuadas para estimular la diversificación de la actividad económica existente en la comunidad, dando preferencia a los productos y servicios de los proveedores locales para contribuir a cadenas de valor.

		<ul style="list-style-type: none"> • Considerar contribuir con programas y alianzas duraderos que apoyan a los miembros de la comunidad, así como contribuir a las jubilaciones y pensiones de los empleados.
Asunto 6	Salud	<p>La salud constituye un elemento esencial de la vida en sociedad y es un derecho humano reconocido. Por tanto, todas las organizaciones, podrían incluir la participación en campañas de salud pública.</p> <p>En este sentido, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar eliminar los impactos negativos en la salud de cualquier proceso de producción, producto o servicio proporcionado por la organización. • Apoyar el acceso duradero y universal a servicios esenciales en materia de salud y agua potable y servicios sanitarios adecuados, como medio para prevenir enfermedades
Asunto 7	Inversión social	<p>La inversión social aparece cuando las organizaciones invierten sus recursos en iniciativas y programas orientados a mejorar aspectos sociales de la vida en la comunidad.</p> <p>Para lograrlo, una organización debería:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener en cuenta la promoción del desarrollo de la comunidad al planificar los proyectos de inversión social. • Evitar acciones que perpetúen la dependencia de la comunidad en las actividades filantrópicas de la organización, continua presencia o apoyo.

Fuente: Norma MNX-SAST-26000-IMNC-2011

ANEXO B.
INSTRUMENTO PARA LA AUTOEVALUACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
(RS)

Nombre: _____

Departamento/Puesto: _____ Fecha: _____

Instrucciones de llenado: Marque con una (X), la opción que considere que corresponde a la situación actual de la empresa en cada una de las categorías. La ponderación es 0= nunca, 1=poco, 2=a veces, 3=siempre

GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN		0	1	2	3
1	Fomenta el trabajo en equipo, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal.				
2	¿Existen órganos de gobierno y dirección en su empresa?				
3	Informa interna y externamente los logros y retos de la empresa - financieros, sociales y medioambientales - en su reporte anual. (Balance Social).				
4	¿La empresa ha identificado sus grupos de interés y los ha priorizado en función de su relevancia para la organización?				
5	¿La dirección empresarial se involucra activamente en las relaciones con los grupos de interés y se integran a las necesidades y expectativas de éstos en los sistemas de gestión de la organización?				
6	¿Se ha adherido su empresa a algún estándar nacional o internacional de RSE? (por ejemplo el Pacto Mundial de la ONU)				
7	¿Proporciona información pública accesible, clara, completa y veraz sobre el funcionamiento de la empresa en términos económicos, sociales y medioambientales a sus grupos de interés?				
DERECHOS HUMANOS					
8	Garantiza con sus políticas procedimientos donde no se discrimine por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión,				

	ideología política, preferencia sexual o discapacidad física.				
9	Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en posiciones ejecutivas o directivas en años recientes.				
10	Mantiene un programa especial para la inclusión y contratación de grupos específicos.				
11	¿Realiza su empresa reuniones periódicas con los sindicatos o comités para escuchar sus sugerencias y realizar consultas?				
PRÁCTICAS LABORALES					
12	Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones de los empleados.				
13	Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o prestaciones superiores a las de ley.				
14	Implementa programas que refuerzan la seguridad y la salud de su personal en el lugar de trabajo.				
15	Cuenta con mecanismos e instrumentos que favorecen el desarrollo de actitudes y habilidades en su personal a través de apoyos educativos y de capacitación.				
16	Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como liquidaciones y despidos				
17	Realiza investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención.				
18	Cuenta con mecanismos a través de los cuales los empleados de mayor experiencia compartan sus conocimientos con aquellos de menor experiencia (sistematización del conocimiento).				
MEDIO AMBIENTE					
19	Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo de energía eléctrica, agua y productos tóxicos sus instalaciones y oficinas.				
20	Opera sistemas o aparatos necesarios que disminuyan las emisiones contaminantes que produce				
21	Realiza acciones que generen entre su personal conciencia sobre el cuidado del medio ambiente y desarrolla campañas de educación ambiental a				

	familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa.				
22	La empresa se ha adherido a alguno de los sistemas comunitarios de auditoría y gestión ambiental (ISO 14.001, EMAS,...)				
23	Adquiere productos y materia prima reciclables, minimizando el uso de materiales no degradables.				
24	Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una empresa sin papel (uso de documentos electrónicos).				
25	Utiliza criterios ambientales para la selección de sus proveedores.				
26	Cuenta con un programa de recolección de residuos y reciclaje post-consumo				
PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN					
27	Cuenta con un código de ética publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma.				
28	Identifica y articula políticas para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas.				
29	Cuenta con un mecanismo para que sus involucrados (grupos de relación e interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos				
ASUNTOS DE CONSUMIDORES					
30	Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones.				
31	Cuando presenta los productos a sus clientes lo hace acompañándolos de toda la información necesaria sobre sus componentes y características				
32	¿Tiene su empresa un sistema de evaluación y seguimiento del nivel de satisfacción de sus clientes con respecto a aspectos como: etiquetado y publicidad, servicio de venta, servicio post-venta, uso seguro del producto/servicio, aspectos ambientales del producto/servicio, aspectos sociales del producto/servicio?				
33	En la empresa existen fórmulas de compensación para el cliente cuando no queda satisfecho/a con nuestros productos o éstos resultan defectuosos				

34	¿Se ha informado a sus clientes sobre las actividades en materia de RSE que ha realizado y viene realizando su empresa?				
PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD					
35	Invierte en conocer las particularidades de la comunidad local para identificar sus expectativas, necesidades y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto de sus costumbres y creencias.				
36	Responde a las expectativas que la comunidad tiene de su empresa e interviene para remediar sus necesidades e impulsar su desarrollo				
37	Establece canales de diálogo sistemático y permanente con los diferentes actores o sectores de la comunidad con los que se relaciona				
38	Contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer apoyo con recursos no financieros (gente, equipo, servicios, facilidades) a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social.				
39	Mantiene alianza con al menos alguna organización social para desarrollar un programa de beneficio a la comunidad.				
40	Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales (mercadotecnia con causa social).				
41	Promueve con acciones específicas la filantropía, participación y responsabilidad social entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona.				

Fuente: Instrumento de Autodiagnóstico para las Empresas, FECHAC.

Cámara Valencia en colaboración con Bancaja e Iberdrola.

ANEXO C.

INSTRUMENTO DE PERCEPCIÓN DE RSE

Instrucciones: Marque con una (X) la opción que se asemeje a su percepción de la situación actual de la empresa.

1. ¿Conoce el concepto de Responsabilidad Social Empresarial?
 Sí No

2. ¿Considera que la empresa tiene conciencia acerca de las necesidades del entorno en el cual realiza sus actividades?
 Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo En desacuerdo

3. ¿Conoce la misión, visión y valores de la empresa?
 Sí No

4. ¿Cree que la empresa realiza sus actividades con ética?
 Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo En desacuerdo

5. ¿Qué tipo de acciones realiza la empresa para garantizar la formación y crecimiento de sus empleados?
 Becas educativas
 Salud
 Formación técnica
 Horarios flexibles
Otras _____

6. Califique del 1 al 10 qué tan satisfactoria ha sido su relación con la empresa.
1__ 2__ 3__ 4__ 5__ 6__ 7__ 8__ 9__ 10__

7. ¿La empresa fomenta en los empleados la participación en actividades de ayuda a la comunidad?
 Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo En desacuerdo

8. Indica cuáles de las siguientes acciones apoya la empresa en la comunidad:
- Educación
 - Salud
 - Mejora de viviendas
 - Renovación tecnológica
 - Medio ambiente
 - Otras _____
9. Califique del 1 al 10 qué tan beneficiada ha sido la comunidad con las actividades mencionadas.
- 1__ 2__ 3__ 4__ 5__ 6__ 7__ 8__ 9__ 10__
10. ¿Estaría dispuesto a trabajar en conjunto con la empresa para realizar actividades de mejora en la comunidad?
- Sí No
11. ¿En qué actividad que beneficie a la comunidad le gustaría participar?
- Donación de alimentos y ropa
 - Apoyo en la creación de un comedor comunitario
 - Visitando un asilo
 - Otras _____
12. ¿Considera que la empresa cumple con los requisitos de una Empresa Socialmente Responsable?
- Totalmente de acuerdo Parcialmente de acuerdo En desacuerdo

Fuente: Elaboración propia

Referencias Bibliográficas

- Cajiga Calderón, J. F. (s.f.). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*. Obtenido de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI]. (s.f.). Obtenido de <http://www.cemefi.org/archivos/mision.pdf>
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos [CNDH]. (s.f.). Obtenido de http://www.cndh.org.mx/Que_son_Derechos_Humanos
- Confederación de la Producción y del Comercio, Fundación Prohumana. (2006). *Manual de RSE para Pymes* (Primera ed.). Santiago, Chile: Prohumana.
- De León González, R. (2015). *Modelo de Responsabilidad Social Compartida* (Segunda ed.). Chihuahua, México: IPADE Publishing.
- De Tigueros, H. (2012). *Guía práctica de RSE para Pymes mejores prácticas para mayor productividad* (Primera ed.). San Salvador, El Salvador: FUNDEMAS.
- Delgado Gallart, R. (19 de diciembre de 2017). *El economista*. Recuperado el 2018, de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-Responsabilidad-Social-Empresarial-mas-alla-de-las-empresas-20171219-0028.html>
- Emprendedores. (s.f.). *Cómo se hace un análisis DAFO*. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/gestion/como-hacer-un-dafo/como-hacer-un-dafo2>
- ESR México. (s.f.). Recuperado el 4 de Marzo de 2018, de <http://www.esrmexico.com/transparencia-y-rendicion-de-cuentas-reportes-gri/>
- Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (FECHAC). (s.f.). Obtenido de <http://www.fechac.org/web/fechac.php>
- Global Reporting Initiative [GRI]. (2011). *GRI e ISO 26000: Cómo usar las Directrices del GRI, en conjunto con la Norma ISO 26000*. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-GRI-ISO-Linkage-Document-Updated-Version.pdf>

- Global Reporting Initiative [GRI]. (2011). *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- IMNC. (2011). *NMX-SAST-26000-IMNC-2011. Guía de Responsabilidad Social*.
- International Standardization Organization [ISO]. (2015). *Sistema de gestión de la calidad-Requisitos*. Norma, Ginebra.
- ISO. (s.f.). Obtenido de <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>
- ISO. (9000:2015). *Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario*.
- IVAP HERRI ARDURALARITAREN EUSKAL ERAKUNDEA. (28 de Mayo de 2004). Obtenido de http://www.ivap.euskadi.eus/r61-vedorok/es/contenidos/libro/s_gestion_empresarial/es_12659/semana_2004_05_28.html
- Izate, Asociación de empresas Vascas por la Sostenibilidad. (s.f.). *Guía para la implementación de la RSE en la empresa*. Obtenido de <http://www.izate.net/principales-iniciativas.php>
- Luis, P., & García de la Torre, C. (2012). Evolución de la responsabilidad social empresarial: nacimiento, definición y difusión en América Latina. En E. Raufflet, L. A. Félix, B. D. Ernesto, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (Primera ed., págs. 1-13). México: Pearson Educación .
- Martínez Ramos, P., Escobedo Cisneros, H. C., & Gacía Bencomo, M. (2012). Responsabilidad Social: aproximación conceptual. En B. E. Montoya Arévalo, & M. R. Pedro, *Responsabilidad Social empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales* (Primera ed., pág. 28). Chihuahua, México.
- Montoya Arévalo, B. E., & Ramos, M. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales* (Primera ed.). Chihuahua, México.
- Naciones Unidas. (2016). Directrices para la Protección del Consumidor. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo* (pág. 3). Nueva York:

- United Nations . Obtenido de
file:///D:/Tesis/Bibliograf%C3%ADa/ditccplpmisc2016d1_es.pdf
- Naciones Unidas-Centro de Información México, Cuba y República Dominicana.* (s.f.).
Obtenido de http://www.cinu.org.mx/ninos/html/onu_n5.htm
- Olmedo Díaz, N. A. (2011). La normalización en materia de Responsabilidad Social en México. *1° Foro Franco Mexicano de Responsabilidad Social 2011*, (págs. 2-6). México.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (s.f.). *Definición.de.* Obtenido de <https://definicion.de/filantropia/>
- Portales, L., & García de la Torre, C. (2012). Evolución de la responsabilidad social empresarial: nacimiento, definición y difusión en América Latina. En E. Raufflet, J. F. Lozano Aguilar, E. Barrera Duque, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (Primera ed., págs. 3-12). México: Pearson Educación.
- RAE. (s.f.). *Diccionario de la Lengua Española.* Obtenido de Recuperado del sitio web: <http://dle.rae.es/?id=EsuT8Fg>
- Sánchez, M. F. (2014). Explorando la RSE y sus fundamentos. En V. Guédez, *La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño, implantación, desarrollo y evaluación* (Primera ed., pág. 67). Caracas, Venezuela: Intenso Offset-Grupo Intenso.
- Sistema de Información Empresarial Mexicano [SIEM].* (s.f.). Obtenido de <https://www.siem.gob.mx/siem/operaciones2008/acuerdostratificacion.asp>

Bibliografía

- Cajiga Calderón, J. F. (s.f.). *El concepto de Responsabilidad Social Empresarial*.
Obtenido de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Centro Mexicano para la Filantropía [CEMEFI]. (s.f.). Obtenido de <http://www.cemefi.org/archivos/mision.pdf>
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos [CNDH]. (s.f.). Obtenido de http://www.cndh.org.mx/Que_son_Derechos_Humanos
- Confederación de la Producción y del Comercio, Fundación Prohumana. (2006). *Manual de RSE para Pymes* (Primera ed.). Santiago, Chile: Prohumana.
- De León González, R. (2015). *Modelo de Responsabilidad Social Compartida* (Segunda ed.). Chihuahua, México: IPADE Publishing.
- De Tigueros, H. (2012). *Guía práctica de RSE para Pymes mejores prácticas para mayor productividad* (Primera ed.). San Salvador, El Salvador: FUNDEMAS.
- Delgado Gallart, R. (19 de diciembre de 2017). *El economista*. Recuperado el 2018, de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-Responsabilidad-Social-Empresarial-mas-alla-de-las-empresas-20171219-0028.html>
- Emprendedores. (s.f.). *Cómo se hace un análisis DAFO*. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/gestion/como-hacer-un-dafo/como-hacer-un-dafo2>
- ESR México. (s.f.). Recuperado el 4 de Marzo de 2018, de <http://www.esrmexico.com/transparencia-y-rendicion-de-cuentas-reportes-gri/>
- Friend, L. (s.f.). *La voz de Houston*. Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/cul-es-el-significado-de-estructura-organizacional-4749.html>
- Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (FECHAC). (s.f.). Obtenido de <http://www.fechac.org/web/fechac.php>
- Global Reporting Initiative [GRI]. (2011). *GRI e ISO 26000: Cómo usar las Directrices del GRI, en conjunto con la Norma ISO 26000*. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-GRI-ISO-Linkage-Document-Updated-Version.pdf>

- Global Reporting Initiative [GRI]. (2011). *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. Obtenido de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- IMNC. (2011). *NMX-SAST-26000-IMNC-2011. Guía de Responsabilidad Social*.
- International Standardization Organization [ISO]. (2015). *Sistema de gestión de la calidad-Requisitos*. Norma, Ginebra.
- International Standardization Organization [ISO]. (2015). *Sistemas de gestión de la calidad-Fundamentos y vocabulario*.
- ISO. (s.f.). Obtenido de <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>
- ISO. (9000:2015). *Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario*.
- Ivap Herri Arduralaritaren Euskal Erakundea. (28 de Mayo de 2004). Obtenido de http://www.ivap.euskadi.eus/r61-vedorok/es/contenidos/libro/s_gestion_empresa/es_12659/semana_2004_05_28.html
- Izaitte, Asociación de empresas Vascas por la Sostenibilidad. (s.f.). *Guía para la implementación de la RSE en la empresa*. Obtenido de <http://www.izaitte.net/principales-iniciativas.php>
- Luis, P., & García de la Torre, C. (2012). Evolución de la responsabilidad social empresarial: nacimiento, definición y difusión en América Latina. En E. Raufflet, L. A. Félix, B. D. Ernesto, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (Primera ed., págs. 1-13). México: Pearson Educación .
- Martínez Ramos, P., Escobedo Cisneros, H. C., & Gacría Bencomo, M. (2012). Responsabilidad Social: aproximación conceptual. En B. E. Montoya Arévalo, & M. R. Pedro, *Responsabilidad Social empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales* (Primera ed., pág. 28). Chihuahua, México.
- Montoya Arévalo, B. E., & Ramos, M. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial: Una respuesta ética ante los desafíos globales* (Primera ed.). Chihuahua, México.

- Naciones Unidas. (2016). Directrices para la Protección del Consumidor. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo* (pág. 3). Nueva York: United Nations . Obtenido de file:///D:/Tesis/Bibliograf%C3%ADa/ditccplpmisc2016d1_es.pdf
- Naciones Unidas-Centro de Información México, Cuba y República Dominicana. (s.f.). Obtenido de http://www.cinu.org.mx/ninos/html/onu_n5.htm
- Olmedo Díaz, N. A. (2011). La normalización en materia de Responsabilidad Social en México. *1° Foro Franco Mexicano de Responsabilidad Social 2011*, (págs. 2-6). México.
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (s.f.). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/filantropia/>
- Portales, L., & García de la Torre, C. (2012). Evolución de la responsabilidad social empresarial: nacimiento, definición y difusión en América Latina. En E. Raufflet, J. F. Lozano Aguilar, E. Barrera Duque, & C. García de la Torre, *Responsabilidad Social Empresarial* (Primera ed., págs. 3-12). México: Pearson Educación.
- RAE. (s.f.). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de Recuperado del sitio web: <http://dle.rae.es/?id=EsuT8Fg>
- Sánchez, M. F. (2014). Explorando la RSE y sus fundamentos. En V. Guédez, *La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño, implantación, desarrollo y evaluación* (Primera ed., pág. 67). Caracas, Venezuela: Intenso Offset-Grupo Intenso.
- Sistema de Información Empresarial Mexicano [SIEM]*. (s.f.). Obtenido de <https://www.siem.gob.mx/siem/operaciones2008/acuerdoestratificacion.asp>