

IMPLEMENTACIÓN DE INICIATIVAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS: CONSTRUCCIÓN DE UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE RSE EN LAS PYMES MEXICANAS

Gabino García Tapia, UNAM
Rocío del Alba Llarena de Thierry, UNAM
María Magdalena Chaín Palavicini, UNAM
Sofía Iлона Contreras Solyomvary, UNAM
Adrián Méndez Salvatorio, UNAM
Eduardo Herrerías Aristi, UNAM
Mauricio Reyna Lara, UNAM

RESUMEN

La construcción de instrumentos de medición en el área de las Ciencias Sociales es claramente susceptible a la evolución de las demandas económicas de la sociedad, lo que obliga a la elaboración de instrumentos cada vez más sensibles y refinados para medir los factores objeto de estudio. La construcción de un instrumento de estas características para medir la RSE en las PYMES mexicanas y su posterior aplicación a una muestra piloto, ha permitido a los autores aproximarse al nivel de conocimiento y compromiso del sector con las prácticas y políticas de RSE. Derivado de los resultados del pilotaje, ha sido posible deducir que, en general, el conocimiento y aplicación de dichas prácticas y políticas se implementa de forma parcial y de un modo más intuitivo que consciente.

PALABRAS CLAVE: RSE, PYMES, Instrumentos de Medición

IMPLEMENTATION OF INITIATIVES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES: DEVELOPMENT OF AN INSTRUMENT TO MEASURE CSR IN THE MEXICAN SMEs

ABSTRACT

The construction of a measuring instruments in the area of social sciences is clearly susceptible to changing economic demands of society. These changes require the development of increasingly sensitive and sophisticated instruments to measure factors under study. We building a tool to measure Corporate Social Responsibility (CSR) features in Mexican SMEs and their subsequent application to a pilot sample. This process allowed the authors to examine the level of knowledge and commitment of the sector with CSR policies and practices. Derived from the results of the pilot, it was possible to conclude that, in general, the knowledge and application of such practices and policies is implemented partially and in a more intuitive than conscious way.

JEL: M4, M14, O40

KEYWORDS: CSR, SMEs, Measuring Instruments

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un factor clave en cualquier organización —incluyendo las mexicanas— deseosa de integrarse en los ámbitos altamente competitivos que predominan en los mercados internacionales. En este contexto, numerosas empresas mexicanas se promueven como socialmente responsables sin contar con los fundamentos que tal categorización requiere; igualmente, existen organizaciones cuya operación cotidiana desarrolla prácticas de RSE aun cuando no hayan aplicado ningún procedimiento de certificación o reconocimiento en la materia y, por último, un tercer grupo de empresas que ni conocen ni aplican —así sea intuitivamente— los principios de RSE y desarrollo sustentable. Ello sucede, de modo particular, en pequeñas y medianas empresas (Pymes) ubicadas en los estados del interior del país, aquejados de problemáticas socioeconómicas complejas, que contribuyen a una cierta relajación del cumplimiento tanto de las directrices como de la normatividad vigente en los aspectos alusivos a la materia aquí tratada. Es el caso de los Estados de México, Morelos, Michoacán, Guerrero, Querétaro y Puebla, mismos que constituyen el universo de aplicación del instrumento de medición de RSE (IMRSE), que aquí se presenta.

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), encargado en México de la concesión del Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (DESR), señala que más que alcanzar dicha certificación, el problema de las organizaciones mexicanas radica en mantenerlo (Bonilla, 2009); así, en el año 2009, el distintivo fue otorgado a 196 empresas —lo que no deja de ser un número reducido en el universo empresarial mexicano—, pero, retomando datos de años anteriores, sólo 42 empresas habían mantenido el DESR 2 años consecutivos; 40, 3 años consecutivos; 24, 4 años consecutivos y, de este modo, las cifras decrecen hasta alcanzar únicamente a 10 empresas capaces de certificarse como socialmente responsables durante diez años consecutivos. Cabe señalar que ninguna de ellas era una MIPyME (Bonilla, 2009). Seis años más tarde, la situación no parece haber experimentado mejoras notables en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas, por lo que la aplicación de un IMRSE, se percibe como fundamental y urgente para delimitar el estatus de la aplicación de prácticas de RSE en el país.

En este contexto, y aun cuando existe un amplio consenso de la literatura sobre la importancia de la RSE como factor prioritario para la generación de un desarrollo sostenible (FCRAN, 2000; Monroy, 2014) de las Pymes mexicanas —asociadas a una imagen de tradición, apego al pasado y resistencia a los cambios— que aún carecen de estrategias claras para su adopción e implementación. Por ello, requieren de instrumentos que posibiliten la incorporación de la RSE a sus procesos de gestión de manera gradual y ajustada a las particularidades individuales de cada empresa, de modo que puedan comenzar la adopción de estrategias de RSE enfocados a mejorar su gestión con vistas a la implantación de procesos de desarrollo ambiental y socio-económico tendentes a generar parámetros de sostenibilidad (Artalejo, 2010; FECHAC, s/f; Meza, 2011; Monroy, 2014).

A lo anterior, debe añadirse que los escasos estudios de diagnóstico de RSE en Pymes se localizan en la zona norte del país, espacio industrial y maquilador por excelencia, por lo que la geolocalización del presente estudio, en estados del centro de México, cercanos al Distrito Federal, cubrirá un área vacía en la literatura y, por ende, será una novedosa contribución a las investigaciones hasta ahora realizadas. Por último, cabe señalar que la investigación se presenta organizada como sigue. En la revisión literaria se recogen los argumentos alusivos a la importancia del diseño y aplicación de IMRSE en las organizaciones empresariales; igualmente, se señala la dificultad de aplicar directrices, lineamientos y herramientas internacionales al contexto regional latinoamericano y, de modo particular, al local de México. Se revisan, IMRSE propios del subcontinente y, también, otros de carácter nacional correspondientes a países con

características similares a México. Por último, se analiza el diseño y aplicación de IMRSE propios del país en que se centra la investigación. En la metodología se describe el procedimiento para el diseño y construcción del IMRSE a ser aplicado en las Pymes de los estados seleccionados para el estudio e, igualmente, el proceso metodológico seguido para el diseño e implementación del pilotaje del mismo. A continuación, se analizan los resultados derivados de la aplicación de la encuesta piloto para, en último término, presentar las conclusiones, limitaciones y pasos a seguir en la investigación.

REVISIÓN LITERARIA

A mediados de la década de los ochenta, la RSE se consolida como foco de investigación y análisis científico, cuyo principal consistía, y aun consiste, en encontrar un modo adecuado de medir las actividades de RSE. Por otra parte, los esfuerzos por resolver el problema de la medición de impactos se ven reflejados en una gran diversidad de indicadores que, de acuerdo a Porter (2007), plantea que la medición de la RSE es una herramienta eficaz para influir en la conducta corporativa, siempre y cuando los índices se midan en forma consistente, los indicadores reflejen el impacto social, los datos sean confiables y exista verificación externa. El recuento de herramientas enfocadas a la medición de la RSE ofrece una ingente y diversa cantidad de opciones de lineamientos e indicadores de implementación y desempeño de la RSE (Meza, 2011; Fernández, 2011; Monroy, 2014), en su mayor parte segmentados de acuerdo a múltiples criterios —por asociaciones o grupos empresariales, por causa, por geolocalización, por tamaño de la economía o de la empresa, entre otros—. Al respecto, Meza (2011), afirma que *las particularidades que han dado relevancia y permanencia a algunos son el enfoque multistakeholder, su orientación hacia la integración de las causas sociales y su flexibilidad para ser aplicados en diversos mercados y tipos de empresas.*

No cabe duda que los IMRSE deben considerarse el eje vertebral de las empresas a la hora de diseñar e implementar políticas de sustentabilidad que apunten la construcción efectiva de la RSE (Tapia & Morales, 2007; Strandberg, 2010; Yfarraguirre, 2014), sin embargo su impacto en dichas organizaciones puede ser minimizado *cuando carecen de indicaciones claras sobre para qué son los diversos instrumentos, sus aplicaciones y usos, y sobre cómo pueden ayudar a mejorar el desempeño de la RSE* (Fernández García, 2011), lo que implica, a la hora de construirlos, priorizar la transparencia sobre la complejidad de sus indicadores o, en otros términos, *tener claros qué estándares medimos, cuáles son de interés* (Fernández García, 2011), de modo que puedan ofrecer a sus usuarios *información coherente, completa y ordenada* (Strandberg, 2010; Tapia & Morales, 2007), al tiempo que *agregan valor a la marca y rentabilidad a la organización, presentándola como una organización comprometida de manera voluntaria con una gestión socialmente responsable como parte de su cultura organizacional y estrategia de empresarial* (Yfarraguirre, 2014), además de legitimar a la organización al incrementar sus niveles de creatividad (Meza, 2011). Adicionalmente, en el contexto particular de las Pymes, debe ayudar a percibir los impactos que la operación de las citadas organizaciones a *nivel local y global* (García de la Torre et. al, 2010) y, Meza (2011) incide en la necesidad de que los citados instrumentos resalten los *resultados y beneficios que estas prácticas reditúan a las empresas* con el fin de evitar la disminución de su impacto debido a la carencia de datos que indiquen *la conveniencia de continuar con ellos* (Meza, 2011) en condiciones de *verdadera transparencia en cuanto al comportamiento social y ecológico* de las organizaciones (Fernández, 2011).

Por lo que respecta a los IMRSE dirigidos directamente a estudios de diagnóstico, la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES, 2010), diseñó una herramienta modelo, *RSECOOP*, aplicable a cualquier empresa —involucrada, o no, en la economía social e independientemente de su tamaño, giro y nivel de implementación de RSE—, cuyo doble nivel de diagnóstico —básico o inicial y complejo— cubre todas especificaciones necesarias para definir con la debida prolijidad *la situación en que se encuentra la empresa usuaria en lo relativo a RSE* (CEPES, 2010) y, por tanto, otorga las bases para el diseño y *planificación de prácticas vinculadas a la RSE* (Tapia & Morales, 2007). En el ámbito internacional, y entre las propuestas que han logrado trascender, destacan el *Pacto Mundial de Naciones Unidas* (Organización de Naciones Unidas, 2001), que no maneja métricas propias aunque promueve e

incentiva el uso de prácticas de RSE y de IMRSE. Otras, como el G3 de la *Global Reporting Initiative* (Guidelines: GRI, 2000) y la AA1000 de *Accountability* (Accountability, 2008), cuentan con directrices y acciones que, por su concreción, se usan también como indicadores. Por último, las certificaciones como la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social de la *International Standard Organization* (International Standard Organization, 2010), requieren además, del cumplimiento de ciertos lineamientos, así como la aprobación de un agente externo para obtenerla (Fernández, 2011; Meza, 2010). Iniciativas que, si bien son conocidas en México, no presentan —a excepción del Pacto Mundial— grandes niveles de implementación debido a su enorme complejidad (Meza, 2010)

La literatura analítica respecto a la estructura y función de los instrumentos de medición de responsabilidad social empresarial (IMRSE) es más bien escasa en la región latinoamericana. Abundan, sobre todo, adaptaciones de teorías e instrumentos aplicados en Europa y Estados Unidos, que no siempre pueden considerarse completamente adecuados al contexto y funcionamiento de las Pymes regionales. En este contexto, quizás la estructura más conocida de medición sea la de los *Indicadores PLARSE* (Instituto Ethos, 2013), adecuación de los *Indicadores ETHOS* (Instituto Ethos, 2011) a la realidad latinoamericana, que *alinean los aspectos centrales de los indicadores base a aspectos específicos del país* donde van a ser utilizados, constituyendo una *guía de autodiagnóstico completa y útil* para las empresas de dichos países, ya que les permite tener una *visión común de su estado de situación antes de dar el salto hacia normas o estándares más globales como la SGE 21 o la GRI* (Legrand, 2009). Considerable éxito en el subcontinente —especialmente en Colombia, Venezuela y Argentina— ha tenido también el *Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable* (SGE21) (Forética, 2012), documento marco que, además de evaluar los compromisos adquiridos por las empresas en materia de RSE, incorpora criterios relativos a las relaciones de la empresa con sus grupos de interés (QAEC, 2015; Legrand, 2009; FECHAH, s/f).

Entre las iniciativas locales, Legrand (2009) señala la importancia de los *Indicadores CABA*, web de indicadores en línea diseñados para empresas de la Ciudad de Buenos Aires, basados en estándares internacionales que el usuario puede completar en función de las características particulares de su empresa, con un nivel de detalle que incluye, incluso, el barrio en el que opera la organización (GCBA, 2010), lo que permite además, construir una excelente *base de datos de geolocalización* sobre la implementación de RSE en la ciudad porteña (Legrand, 2009). Igualmente, en Brasil, el Instituto Brasileiro de Análisis Sociales y Económicos, logró diseñar, en 1997, un modelo único que permite expresar el balance social de las empresas ya sea en forma de datos financieros, ya se sea en forma cuantitativa (Tapia Morales &, 2010). En Chile, por su parte, la Fundación PROhumana y la *Revista Capital*, con el patrocinio de la Confederación de Producción y Comercio, construyeron su propio IMRSE (2005) destinado a la elaboración de un ranking de empresas nacionales socialmente responsables. Por lo que respecta a Paraguay, su IMRSE, *Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial 1.0*, se describe como un compendio de los indicadores del PLARSE comunes a todos los países de la región que forman parte de dicho programa adaptados a la realidad y el contexto legal de Paraguay (ADEC, 2011).

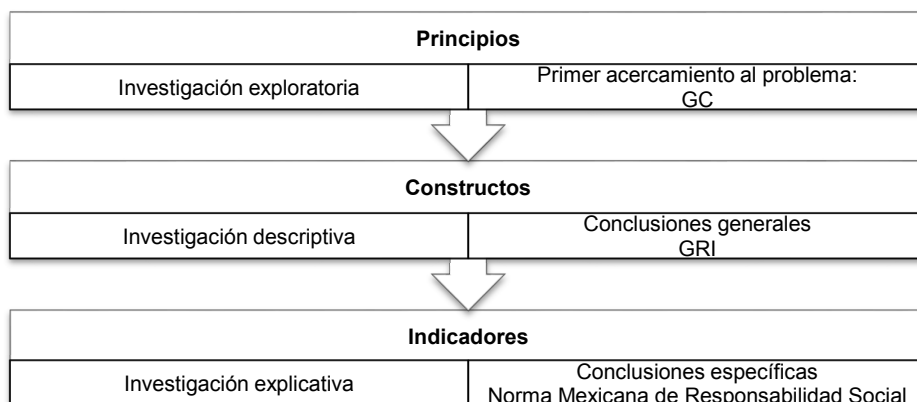
Por lo que respecta a México, los estándares más identificados son el Distintivo ESR de Empresa Socialmente Responsable (Distintivo ESR) del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), la Norma Mexicana NMX-SAST-004-IMNC-2004, para la Implementación de un Sistema de Gestión de Responsabilidad Social, del Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC) (Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, 2012), *que establece procedimientos que determinan la implementación de la RSE como estrategia de negocio, para lo cual exige el uso de índices y se hace una auditoría por parte de un tercero. El IMNC es la única institución en México autorizada para dar dicha certificación* (Meza, 2011) En el contexto mexicano, la Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC, s/f) construyó su *Instrumento de Autodiagnóstico para las Empresas*, como una herramienta capaz de *facilitar el análisis de las fortalezas y debilidades de la empresa para la planeación de su desarrollo institucional*. Dividido en cuatro enunciados —calidad de vida en la empresa, compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del medio ambiente, competitividad de la empresa y su relación con

sus grupos de interés— definidos por determinado número de indicadores, de modo que el usuario pueda identificar a simple vista —el IMRSE se responde iluminando cuadros— *en qué medida la propia empresa cumple con cada enunciado* (FECHAC, s/f). En la misma línea, García de la Torre et al. (2010), añaden que, además, el IMRSE debe permitir que dichas empresas identifiquen los elementos que *facilitarán su permanencia en el tiempo a través del incremento de la competitividad*, la protección del medio ambiente, además de garantizar el desarrollo local y nacional responsable.

METODOLOGÍA DEL DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El propósito de la investigación a la que corresponde el presente artículo es la construcción de un instrumento de medición que pueda utilizarse como métrica para evaluar la RSE en las PyMES de seis estados mexicanos, para lo cual se ha tomado como ejemplo metodológico lo señalado por García de la Torre et al. (2010), FCRAN (2000) y Monroy (2014) en lo referente a la construcción del IMRSE, siempre considerando la conceptualización del instrumento como *una iniciativa que logre influenciar el comportamiento para mejorar el desempeño de las organizaciones y sus colaboradores e incluir estándares medibles y de valor* (Monroy, 2014), es decir, de fácil aplicabilidad independientemente del giro, tamaño, ubicación y características particulares de las organizaciones a las que se dirige. Igualmente, se consideraron tres elementos claves, necesarios para la construcción de conocimiento de RSE: principios, constructos e indicadores (García de la Torre et al., 2010). Ello significa que el IMRSE deberá medir tres tipos de iniciativa RSE que, a su vez, corresponderían a tres tipos de investigación (v. figura 1). Cabe señalar que, cada uno de los niveles de iniciativa se sustenta en instrumentos nacionales e internacionales de evaluación, tal y como a continuación se indica: a) Principios: *Global Compact* (GC) —decálogo de principios dictados por la Organización de Naciones Unidas en 1999—; b) Constructos: *Global Reporting Initiative* (GRI) y, c) Indicadores: *Norma Mexicana de Responsabilidad Social* del Instituto Mexicano de Normalización (IMNC).

Figura 1: Correspondencia Entre el Nivel de Iniciativa de RSE Buscado y el Tipo de Investigación



Esta figura muestra la relación que se establece entre el nivel de iniciativa de RSE buscado a la hora de diseñar el IMRSE y el tipo de investigación que cada nivel requiere; así mismo, muestra la seriación de los niveles, el tipo de conclusión generado por cada uno y los instrumentos nacionales e internacionales de evaluación que los sustentan. Fuente: Elaboración propia basada en García de la Torre et al. (2010).

Cabe señalar que, al tratarse de un estudio de diagnóstico, y tras haber sostenido como parte de la investigación exploratoria, diversas entrevistas —estructuradas y focalizadas— con cuadros directivos de las organizaciones a evaluar, cuyo resultado mostró escaso nivel de conocimiento en cuanto a la implementación de prácticas y políticas de RSE, se optó por incluir un solo instrumento de evaluación de referencia por nivel, con el fin de construir un IMRSE en el que primara la comprensibilidad sobre la profundidad y la prolijidad. Ello, considerando posibles investigaciones posteriores en aquellas empresas que, tras el análisis de diagnóstico, opten por implementar en sus organizaciones, las citadas políticas y

prácticas. Es importante señalar que, en el rubro de indicadores, la primera versión del instrumento se contrastó con la propuesta de PLARSE —adecuación de lo sugerido por el Instituto ETHOS de Brasil— y con la Norma ISO 26,000, con el fin de estructurar ítems bien sustentados para ofrecer a las empresas una herramienta sólida y efectiva a la hora de evaluarse en la materia tratada. Por último, se contrastaron con lo sugerido por CEMEFI, organización encargada en México de otorgar el DESR, de acuerdo a lo expuesto por Monroy (2014), cuando afirma la conveniencia de que para *la asistencia, seguimiento y mejores resultados se recomienda el acompañamiento de las organizaciones encargadas de la RSE en el país sede donde operan dichas empresas.*

Una vez establecido lo anterior, se consideraron las dimensiones y variables del IMRSE, para lo cual se tomó como referencia el cuestionario elaborado por la Comisión Europea —a través de la Dirección General de Empresas—, que dio lugar al documento denominado *Empresas Responsables, Cuestionario de Concienciación* (DGECE, s/f), por considerar que ofrecía el mejor nivel de respuesta a las cuestiones sobre las que se estructura la construcción del IMRSE (v. tabla 1).

Tabla 1: Extracto de Cuestiones a las Que Debe Responder el IMRSE en el Contexto de las Pymes Mexicanas

1.	¿No existe RSE o existe pero carece de estructura y sistematización?
2.	Si no existe RSE, ¿qué barreras lo impiden?
3.	¿Existe conciencia de la necesidad de situar a la RSE como instrumento necesario de gestión empresarial?
4.	¿La falta de estrategias de acción en materia de RSE es un elemento común a todas las empresas del sector?
5.	¿Se considera la necesidad de incluir a los principios de RSE entre las variables que afectan a la toma de decisiones?
6.	¿Existe disposición para implementar cambios en materia de RSE tras el diagnóstico inicial?
7.	¿Es posible que las PyMES establezcan un frente común en materia de RSE tras el estudio de diagnóstico?
8.	¿Es posible implementar un plan único de actuación en materia de RSE para el conjunto de las PyMES o será más conveniente elaborar propuestas individuales de acuerdo a su tamaño y/o giro?

Esta tabla muestra las cuestiones específicas en materia de RSE a las que debe responder el IMRSE una vez aplicado, de modo que puedan extraerse conclusiones que permitan delimitar la situación actual y la intención futura de las empresas analizadas respecto a la problemática tratada. Fuente: Elaboración propia.

La definición del comportamiento socialmente responsable de una empresa implica el conocimiento del grado en que se ha implementado políticas o acciones de RSE en los tres ámbitos fundamentales de toda empresa: social, ambiental y económico (FCRAN, 2000), lo que llevó a estructurar el instrumento en nueve dimensiones capaces de cubrir los aspectos esenciales que deberían considerarse en las PyMES mexicanas en materia de RSE (ver Tabla 2).

Tabla 2: Relación de Dimensiones y Variables Sobre las Que Fue Estructurado el IMRSE

Dimensiones	Variables
Conocimiento previo de la RSE	Transferencia de información entre PyMES y grupos de interés
Estrategia corporativa	Consideración de los grupos de interés a la hora de tomar decisiones en materia de RSE
Política de actuación en el lugar de trabajo	Grado de transparencia en la información en materia de RSE
Política medioambiental	Posicionamiento en materia de RSE en las dimensiones social, económica y ambiental
Política de mercado	Efectos y beneficios generados a partir de la RSE
Política social	Acciones concretas en materia de RSE
Valores de la empresa	Prácticas concretas para fomentar entre sus empleados la RSE
Comunicación eficaz sobre RSE	Prácticas concretas para satisfacer necesidades de clientes y proveedores en materia de RSE
Frecuencia de buenas prácticas en RSE	Integración en la comunidad a partir de prácticas de RSE
	Código ético y mejores prácticas

Esta tabla describe las dimensiones sobre las que se estructuró el IMRSE con sus correspondientes variables, de modo que la aplicación del instrumento pueda cubrir todos los campos de interés que de las PyMES mexicanas en materia de RSE. Fuente: Elaboración propia.

Lo anterior convirtió al IMRSE en una herramienta útil, práctica, comprensible y sencilla, con un tiempo de respuesta breve, aplicable a cuadros medios y altos de las Pymes —directivos, gerentes, propietarios, jefes de área— interesados en iniciar o sistematizar propuestas de RSE en el marco de su empresa de forma fácil y coherente, con el fin de definir puntos de impacto en los que la RSE pueda iniciar o mejorar la

sostenibilidad socioeconómica y ambiental de su organización sin afectar a la generación de riqueza de la misma (FCRAN, 2000). Adicionalmente, a la hora de redactar los ítems, se revisó la propuesta de estructura de RSE implementada por *Forética* en su *Informe 2015* (Forética, 2015), con el fin de que su redacción respondiera tanto a los principios como los objetivos estratégicos y las líneas de actuación de las PyMES objeto de la investigación. El instrumento consta de 74 ítems expresados en forma de pregunta. Los ítems 1, 11, 37, 41 y 43, se subdividen a su vez en [7, 4, 5, 7 y 2 sub-ítems respectivamente], lo que da un total de 99 ítems, distribuidos en 9 dimensiones: 1) conocimiento previo de la RSE; 2) estrategia corporativa; 3) política de actuación en el trabajo; 4) política medioambiental; 5) política de mercado; 6) política social; 7) valores de la empresa; 8) comunicación eficaz sobre RSE. Incluye, además, una sección dedicada a los aspectos sociodemográficos y otra enfocada a medir la frecuencia de buenas prácticas, a partir de la cual se evaluará el estado de la gestión en materia de RSE [v. figura 3]. Los ítems, tal como ya se ha expuesto, están conformados tanto por preguntas de respuesta dicotómica como por cuestionamientos de carácter ordinal (Pérez Pareja, 1996). El instrumento, dirigido a cuadros altos —gerentes, directores, propietarios y jefes de área— se diseñó considerando tanto las características estructurales de las PyMES mexicanas como la falta de información sobre las mismas, dado que en virtud de la legislación vigente, su información financiera no es pública (Solís, 2008). La última sección del cuestionario, enfocada en la frecuencia de buenas prácticas, toca los tres ámbitos de actuación considerados regularmente en este tipo de estudios: a) económico, o funcionamiento financiero capaz de contribuir al desarrollo económico; b) social, entendido como las consecuencias sociales de la actividad de la empresa en todos los niveles —trabajadores, proveedores, clientes, comunidad y sociedad en general— y, c) ambiental o compatibilidad entre la actividad social de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, incluyendo el análisis de los impactos del desarrollo (DESUR, 2011).

Una vez construido el instrumento se procedió a validar su contenido, tanto en lo que se refiere a la representatividad de sus ítems como a la totalidad del campo o rasgo objeto de la evaluación. En otros términos, se comprobó que los ítems incluidos fueran una muestra representativa y amplia de los factores sujetos a medición, para lo cual se sometió al juicio de expertos, para valorar que cada uno de los reactivos de la prueba midiese el constructo en cuestión, lo que se traduce en una evaluación del grado de acuerdo o consistencia existente entre dos o más evaluadores acerca de la validez de contenido de los reactivos presentados (Vera & Oblitas, 2005). Por último, en lo que refiere a la validez del IMRSE, es decir, al grado de concordancia entre los resultados obtenidos al aplicar una prueba y los planteamientos o hipótesis teóricas existentes sobre el campo o rasgo evaluado (Vera & Oblitas, 2005) se efectuó, en abril de 2015, una prueba de pilotaje en 20 PyMES del Estado de Michoacán, con el fin de evaluar el nivel de comprensión de los ítems, las instrucciones de la prueba y el tiempo de respuesta. El individuo promedio a quien se aplicó este cuestionario fue un sujeto masculino, definido como persona física, de entre 31 y 41 años, casado, que está laborando en el área directiva de una microempresa de servicios, permitiendo describir al grupo poblacional como adulto con experiencia en el sector. La construcción del instrumento, consideró prolijamente la triple estrategia de Miguel-Tobal (2001, en Labrador, Cruzado & Muñoz, 2001), para el diseño de este tipo de estructuras, seleccionando la estrategia racional que sustenta la elaboración de los reactivos en el contenido de la teoría en la que se basa el instrumento a evaluar, lo que permitió identificar y generar las dimensiones a evaluar por el instrumento tras efectuar una prolija revisión teórica que permitió redactar adecuadamente los reactivos correspondientes a cada dimensión.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados que a continuación se presentan deben de considerarse con carácter provisional, ya que corresponden a una encuesta piloto dirigida a validar el cuestionario objeto de estudio, a partir de los cuales el citado cuestionario será revisado y reestructurado con vistas a obtener una versión definitiva que pueda ser aplicada al total de la muestra seleccionada (cuestionario completo aparece en el Anexo 1)

Dimensión 1: Conocimiento Previo de la RSE

Los resultados provisionales del estudio señalan, en primer término, que la mayor parte de la población encuestada reconoce la existencia e importancia de la RSE y su impacto benéfico (80%), si bien no es capaz de delimitar los aspectos concretos de dicho impacto, especialmente en los rubros de *equidad e igualdad de oportunidades y combate a la pobreza*, con índices de respuesta dudosa o negativa del 60 y 70% respectivamente. Cabe señalar, que este tipo de respuesta con alto índice de negatividad no se ha encontrado en estudios similares aplicados al contexto mexicano.

Dimensión 2: Estrategia Corporativa

En el primer ítem de la dimensión, (P2) *¿Su empresa cuenta con estrategias para el fomento de políticas de RSE?*, la respuestas se dividen al 50%. Sin embargo, las respuestas correspondientes al ítem 3, (P3) *¿Cuáles fueron los motivos de implantar políticas de RSE en su organización?*, indica un 80% de respuestas afirmativas, es decir, un 30% más de las que deberían de corresponder si existiera congruencia con P2. Igualmente, las respuestas a los ítems P4 y P5, muestran falta de coherencia con P2 (Tabla 3). Debido a ello, se desestimó la totalidad de los ítems que serán sometidos a una nueva redacción en el cuestionario definitivo aun cuando los ítems desestimados habían sido previamente validados por el juicio de expertos (Tabla 4).

Tabla 3: Ítems Desestimados

Estrategia Corporativa			
3 ¿Cuáles fueron los motivos de implantar políticas de RSE en su organización?			
a. Existencia de ayudas públicas	b. Mejorar su posición ante la crisis económica		
c. Alcanzar los beneficios esperados de la RSE	d. Previsión de la implantación legal de la RSE		
4 Indique la dimensión de su empresa que cumple en mayor grado la afirmación respecto a la política de RSE			
a. La dimensión más interesante para las PYMES	Económica	Social	Ambiental
b. La dimensión en la que más trabajo resta por hacer	Económica	Social	Ambiental
c. La dimensión más complicada de abordar y/o mejorar	Económica	Social	Ambiental
d. La dimensión que requiere más trabajo para su mejora	Económica	Social	Ambiental
5 ¿Su empresa tiene intenciones de continuar con el fomento de políticas de RSE?			No
			Sí

Esta tabla contiene la totalidad de ítems desestimados en la dimensión del cuestionario: Estrategia corporativa. Fuente: Elaboración propia.

Dimensión 3: Política de Actuación en el Lugar de Trabajo

La citada dimensión pretendía medir la implementación de algún tipo de estrategia relativa a la RSE en la empresa, aun sin ser formalmente definida como tal. En síntesis, la mayor parte de los encuestados considera, de modo intuitivo más que formal, por influencia de la costumbre o de la legislación más que por convencimiento, que la incorporación de estrategias RSE puede generar algún tipo de ventajas a su empresa. Sin embargo, pudo percibirse que algunas de las respuestas podrían derivarse del tamaño de la empresa más que de las propias estrategias de RSE. Lo que se mostró congruente con la opinión del panel de expertos y sus sugerencias de redacción para los ítems 9 y 10. La cuestión de la aplicación intuitiva de estrategias y/o políticas de RSE no se ha ubicado en estudios similares de RSE aplicados al contexto mexicano.

Tabla 4: Validación: Juicio de Expertos

Encuesta Piloto	Panel de Expertos
<i>P7 ¿Existe un procedimiento para garantizar que se toman las medidas adecuadas contra toda forma de discriminación en el puesto de trabajo y en la contratación (p. ej., contra la mujer, grupos étnicos, discapacitados, etc.)?</i>	Sustitución de la escala por un modelo de respuesta dicotómica, que ofrezca mayor certidumbre, dado que el procedimiento o bien existe o bien no lo hace. En el caso de respuestas afirmativas, debe incluirse el ítem: P7bis . <i>Si dicho procedimiento existe y se produce una situación discriminatoria, ¿con qué frecuencia se implementa?</i>
<i>P9. ¿Ha tomado su empresa las medidas adecuadas para proporcionar suficiente protección a sus empleados en materia de seguridad, salud y protección social?</i>	Inclusión de un nuevo ítem referido al conocimiento de la legislación vigente en las materias descritas.
<i>P10. ¿Ofrece su empresa a sus empleados un buen equilibrio entre la vida privada y el trabajo como, por ejemplo, considerando un horario flexible de trabajo o permitiendo que los empleados hagan el trabajo en casa?</i>	Sustitución de la expresión <i>permitir que los empleados hagan el trabajo en casa por home office</i> , con el fin de evitar posibles ambigüedades de comprensión.

Esta tabla recoge las sugerencias de los expertos respecto a tres ítems de la dimensión 3 del cuestionario: Política de actuación en el lugar de trabajo, mismas que se aplicarán en la versión definitiva del cuestionario. Fuente: Elaboración propia.

Dimensión 4: Política Medioambiental

Por lo que respecta a la relación establecida entre la RSE y las políticas medioambientales, las respuestas obtenidas en el ítem P11 y sus subítems, indican que en la totalidad de las organizaciones, se han implementado prácticas de reducción del impacto medioambiental. Puede especularse que ello, se produce en función de: a) la relevancia que los aspectos ambientales han alcanzado últimamente, por lo que explicitarlos mejora la imagen corporativa de la organización; b) evitar la vigilancia de las autoridades respecto al cumplimiento de las leyes en la materia y, por ende, la penalizaciones para quienes son remisos a cumplirlas. Sin embargo, a petición del panel de expertos, para evitar suposiciones se añadirá al cuestionario definitivo un nuevo ítem sobre los porqués de dichas políticas.

Dimensión 5: Política de Mercado

De las dimensiones contenidas en el cuestionario, la correspondiente a la política de mercado es la que, a juzgar por la frecuencia de las respuestas afirmativas —*siempre y casi siempre*— presenta una mayor solidez tanto en su cumplimiento y como en la ejecución de buenas prácticas de negocio. Sin embargo, los expertos aconsejan sustituir el ítem P19, *¿Dispone su empresa de un procedimiento para garantizar una interacción, consulta y/o diálogo productivos con sus clientes, proveedores y otras personas con las que hace negocios?* por uno de respuesta dicotómica, para obtener mayor certidumbre, lo que se efectuará en el cuestionario definitivo.

Dimensión 6: Política Social

La dimensión de política social presenta muy bajos índices de respuestas positivas —*siempre y casi siempre*—. El 40% de las respuestas al ítem P22, señala que *nunca o casi nunca* las organizaciones participan en programas de integración social; El 30%, que *nunca o casi nunca* ofrece oportunidades de formación a los integrantes de la comunidad (P23) y, otro 30%, que *nunca* alienta a sus empleados a participar en proyectos y actividades de la comunidad ni apoya económicamente dichas actividades.

Dimensión 7: Valores de la Empresa

Por lo que respecta a la implementación y conocimiento de los valores empresariales, las respuestas a los ítems P33 y P34 *¿Cuenta su empresa con una declaración de principios?* y *¿En caso de que su empresa cuente con una declaración de principios, involucre a sus empleados en la redacción de la misma?*, no muestran congruencia. Dado que, o existe o no existe una declaración de principios, no es posible responder

casi siempre o algunas veces. Por ello, el ítem P33 será sustituido por una nueva pregunta de respuesta dicotómica, lo que permitirá al ítem 34 mantenerse sin cambios.

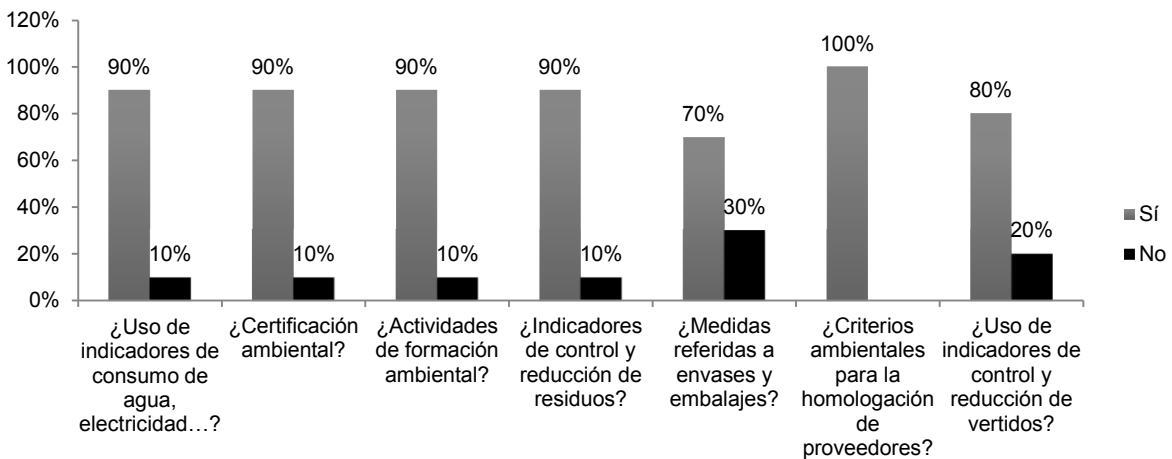
Dimensión 8: Comunicación Eficaz Sobre RSE

En el rubro de comunicación eficaz relativa a la RSE, la frecuencia de las respuestas indica que, en la medida de sus posibilidades las organizaciones comunican, tanto interna como externamente, sus políticas de RSE, dado que, 50% de los encuestados considera que ofrecer información sobre dichas políticas es un buen ejemplo que otras empresas deberían seguir (P35), por lo que puede considerarse una prioridad (70%, P36) ya que proporciona ventajas competitivas (70% P37), especialmente en lo que respecta a: a) la satisfacción del cliente (90%, P37.1); b) la reputación de la empresa (80%, P37.2); c) motivación de los empleados (90%, P37.3); d) relaciones con actores externos (70% P37.4) y, e) reducción de costos (80%, P37.5). Adicionalmente, informar sobre la evolución de su política de RSE da a los encuestados la oportunidad de reflexionar sobre su papel como empresario socialmente responsable (80%, P38) por lo que se asegura que su entorno interno la comprenda (80%, P39). Pese a ello, los encuestados son conscientes de que requieren de mayor retroalimentación en la materia (P40, 60%). En este contexto, los encuestados consideran que su política de RSE contribuye al bienestar de sus empleados (70%, P41), en relación al incremento de su: a) motivación (70%, P41.1); b) orgullo respecto a la empresa (60%, P41.2); c) facilidad en la contratación (60%, P.41.3); d) lealtad (50%, P41.4); e) compromiso y productividad (60%, P41.4); sin embargo, reconocen que no afecta ni a la eficiencia ni a la cooperación entre los empleados (30% cada una, P41.6 y P41.7). El 50% de los encuestados es consciente de que si los empleados conocen la política de RSE de la organización serán capaces de incrementarla (40% P43) trasladarla a los clientes y, por ende, proporcionar a la empresa ventajas competitivas (50%, P42).

Frecuencia de Buenas Prácticas de Negocio

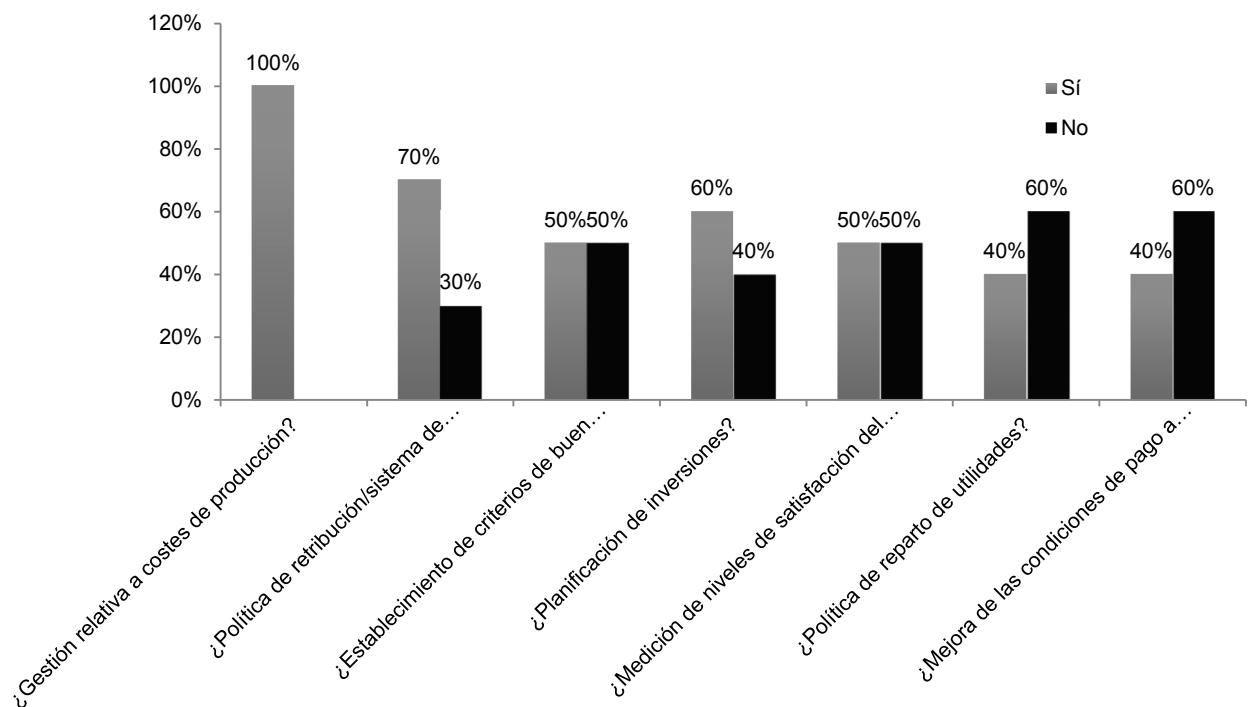
En lo que respecta a la frecuencia de buenas prácticas de RSE, las respuestas analizadas indican que las políticas de RSE impactan benéficamente con un mayor porcentaje en la dimensión económica de la empresa; en segundo lugar, en la dimensión ambiental y, en último término, en la social, que es la que aparece más descuidada (ver Figuras 1, 2, 3)

Figura 1: Dimensión Ambiental



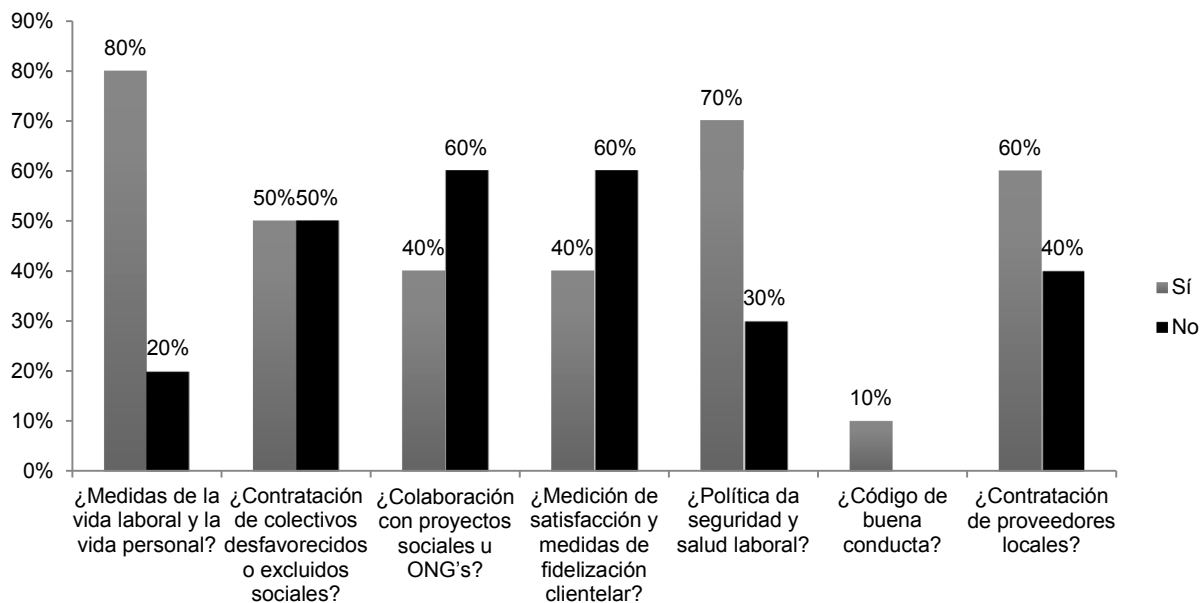
Esta figura permite percibir altos niveles en la frecuencia de buenas prácticas de negocio en cuanto a RSE en la dimensión ambiental. Fuente: Elaboración propia.

Figura 2: Dimensión Económica



Esta figura permite percibir altos niveles en la frecuencia de buenas prácticas de negocio en cuanto a RSE en la dimensión económica. Fuente: Elaboración propia.

Figura 3: Dimensión social



Esta figura permite percibir los niveles en la frecuencia de buenas prácticas de negocio en cuanto a RSE en la dimensión social. Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Es preciso incidir que la ubicación geográfica de las empresas del presente proyecto no ha sido contemplada por investigaciones similares, dado que no se trata de estados en el que el universo empresarial forme parte esencial de su desarrollo económico, lo que constituye una aportación esencial dentro del contexto de la RSE en las Pymes mexicanas. Dadas las características de las empresas seleccionadas en este estudio, es posible concluir que, salvo en lo referente a políticas medioambientales, la RSE puede considerarse un compromiso voluntario y, en numerosos casos no estructurado ni bien delineado. Punto que puede considerarse novedoso respecto a lo concluido por estudios similares. En este contexto, puede señalarse que las políticas /estrategias de RSE son esencialmente individuales, esto es, creadas a la medida de cada una de las empresas, sin que pueda percibirse una estructura de lineamientos comunes al conjunto de la muestra. No se evidencia, tampoco, una toma de conciencia sobre la influencia de las prácticas de RSE en el entorno a través de su impacto —positivo o negativo— y, a partir de las entrevistas realizadas a los sujetos encuestados, se percibe claramente la falta de conocimiento sustentado sobre la citada temática debido a que sus cuadros dirigentes no consideran —debido al tamaño y a las escasas posibilidades de expansión de las citadas empresas— que el impacto derivado de la aplicación de la RSE —en caso de haberlo— pudiera ser relevante en la evolución del entorno.

Problemática que no aparece analizada en investigaciones similares. A ello contribuye también: a) la falta de reglamentación de obligado cumplimiento alusiva a la temática citada, b) el hecho de que los directivos —y por ende sus empresas— no consideren una obligación moral la rendición de cuentas a la sociedad en la que se ubican y, c) el hecho de que no formen parte de cadenas de valor de empresas de primer orden y, por tanto, ningún elemento externo fundamental para su desarrollo exija de ellas la implementación de prácticas y políticas de RSE. En síntesis, la conjunción de instrumentos y metodologías permitirá analizar la implicación social, económica y medioambiental de las Pymes mexicanas y, por ende, obtener el estado actual de conocimiento, información y sensibilización que dichas empresas poseen en materia de RSE. Adicionalmente, se espera que el instrumento ayude a los cuadros gerenciales de las Pymes a reflexionar sobre la necesidad de fomentar el espíritu empresarial responsable, considerándolo como un factor de impacto que afecta beneficiosamente a la mejora continua, sensata y responsable del negocio, así como a la reputación del mismo y a su rendimiento.

ANEXO 1: CUESTIONARIO

Por favor, señale con una **X** la respuesta de su preferencia. Únicamente una respuesta por pregunta

Datos sociodemográficos				
a. Estratificación fiscal				
Persona física			Persona moral	
b. Giro de la empresa				
Comercio	Servicios	Industria	Otro	¿Cuál?
c. Número de empleados de la empresa (Criterios de estratificación acordes a lo establecido por INEGI 2009)				
De 0 a 15 empleados		De 16 a 100 empleados		De 101 a 250 empleados
d. Sexo				
Masculino			Femenino	
e. Estado civil				
Soltero	Casado	Divorciado	U. libre	Otro
f. Edad				
De 20 a 30 años		De 31 a 40 años	De 41 a 50 años	De 51 a 60 años
g. Antigüedad en el cargo				
Menos de un año		Entre 2 y 3 años		Entre 3 y 5 años
Entre 6 y 10 años		Entre 10 y 15 años		Más de 15 años
h. Antigüedad en la empresa				
Menos de un año		Entre 2 y 3 años		Entre 3 y 5 años
Entre 6 y 10 años		Entre 10 y 15 años		Más de 15 años
i. Área de trabajo				
Dirección		Gerencia		Jefatura de área
Conocimiento previo de la RSE				

1. ¿Cree usted que la RSE contribuye a la mejora de la sociedad?			Sí	No
1.1. ¿A reducir el impacto medioambiental en las empresas?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
1.2. ¿A mejorar la ética y la transparencia empresarial?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
1.3. ¿A mejorar la seguridad y la salud laboral?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
1.4. ¿A combatir la discriminación y lograr la igualdad de oportunidades?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
1.5. ¿A fomentar la innovación?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
1.6. ¿A beneficiar a las pequeñas y medianas empresas?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
1.7. ¿A luchar contra la pobreza?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Estrategia corporativa				
2. ¿Su empresa cuenta con estrategias para el fomento de políticas de RSE?			Sí	No
3. ¿Cuáles fueron los motivos de implantar políticas de RSE en su organización?				
e. Existencia de ayudas públicas		f. Mejorar su posición ante la crisis económica		
g. Alcanzar los beneficios esperados de la RSE		h. Previsión de la implantación legal de la RSE		
4. Indique la dimensión de su empresa que cumple en mayor grado la afirmación respecto a la política de RSE				
e. La dimensión más interesante para las PYMES		Económica	Social	Ambiental
f. La dimensión en la que más trabajo resta por hacer		Económica	Social	Ambiental
g. La dimensión más complicada de abordar y/o mejorar		Económica	Social	Ambiental
h. La dimensión que requiere más trabajo para su mejora		Económica	Social	Ambiental
5. ¿Su empresa tiene intenciones de continuar con el fomento de políticas de RSE?			Sí	No
Política de actuación en el lugar de trabajo				
6. ¿Alienta a sus trabajadores para que desarrollen habilidades verdaderas y carreras a largo plazo (p. ej. un procedimiento para la evaluación de la productividad o un plan de formación)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
7. ¿Existe un procedimiento para garantizar que se toman las medidas adecuadas contra toda forma de discriminación en el puesto de trabajo y en la contratación (p. ej., contra la mujer, grupos étnicos, discapacitados, etc.)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
8. ¿Consulta con sus empleados los temas importantes?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
9. ¿Ha tomado su empresa las medidas adecuadas para proporcionar suficiente protección a sus empleados en materia de seguridad, salud y protección social?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
10. ¿Ofrece su empresa a sus empleados un buen equilibrio entre la vida privada y el trabajo como, por ejemplo, considerando un horario flexible de trabajo o permitiendo que los empleados hagan el trabajo en casa?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Política medioambiental				
11. ¿Ha intentado reducir el impacto medioambiental de su empresa en términos de: o ahorro de energía?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
11.1. ¿Reducción y reciclaje de residuos?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
11.2. ¿Prevención de la contaminación (emisiones al aire o al agua, vertido de aguas residuales, ruido)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
11.3. ¿Protección del medio ambiente?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
11.4. ¿Opciones sostenibles de transporte?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
12. ¿Puede su empresa ahorrar dinero mediante la reducción de su impacto medioambiental (reciclaje, reducción del consumo de energía, prevención de la contaminación)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
13. ¿Tiene en cuenta los posibles impactos medioambientales cuando desarrolla nuevos productos y servicios (evaluación del uso de energía, reciclaje o generación de contaminación)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
14. ¿Proporciona su empresa información medioambiental clara y precisa sobre sus productos y actividades a los clientes, proveedores, comunidad local, etc.?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
15. ¿Ha pensado en qué forma podría su empresa utilizar la sostenibilidad de sus productos y servicios para aventajar a la competencia (el reciclaje de productos, la eficacia energética, etc.)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Política de mercado				
16. ¿Aplica su empresa alguna política para garantizar la honradez y calidad en todos sus contratos, tratos y publicidad (una política de compras justa o estipulaciones para la protección de los consumidores, etc.)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
17. ¿Proporciona su empresa información clara y precisa en el etiquetado de sus productos y servicios, que incluyan sus obligaciones postventa?				

Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
18. ¿Paga puntualmente su empresa las facturas de sus proveedores?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
19. ¿Dispone su empresa de un procedimiento para garantizar una interacción, consulta y/o diálogo productivos con sus clientes, proveedores y otras personas con las que hace negocios?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
20. ¿Admite y da solución su empresa a las reclamaciones de sus clientes, proveedores y colaboradores?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
21. ¿Colabora su empresa con otras empresas u organizaciones para abordar las cuestiones planteadas por la responsabilidad empresarial?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Política social				
22. ¿Está su empresa afiliada a algún programa de integración social?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
23. ¿Ofrece su empresa oportunidades de formación a la gente de la comunidad (aprendizajes o experiencia laboral para jóvenes o discapacitados)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
24. ¿Mantiene un diálogo abierto con su comunidad sobre temas delicados, polémicos o negativos en los que esté involucrada su empresa (la acumulación de residuos fuera de sus instalaciones, los vehículos que obstruyen carreteras o caminos)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
25. ¿Compra su empresa productos en el mercado local?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
26. ¿Alienta a sus empleados para que participen en las actividades de la comunidad (poniendo a su disposición el tiempo y la experiencia de sus empleados u otro tipo de ayuda práctica)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
27. ¿Brinda su empresa apoyo económico estable a proyectos y actividades de la comunidad (obras benéficas o patrocinios)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Valores de la empresa				
28. ¿Ha definido de forma clara los valores y las normas de conducta de su empresa?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
29. ¿Hace partícipes a sus clientes, socios empresariales, proveedores y otras partes interesadas de los valores de su empresa (en presentaciones de ventas, material de marketing o comunicados informales)?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
30. ¿Son conscientes sus clientes de los valores y normas de conducta de su empresa?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
31. ¿Son conscientes sus empleados de los valores y normas de conducta de su empresa?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
32. ¿Enseña a sus empleados la importancia de los valores y normas de conducta de su empresa?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
33. ¿Cuenta su empresa con una declaración de principios?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
34. ¿En caso de que su empresa cuente con una declaración de principios, involucro a sus empleados en la redacción de la misma?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
Comunicación eficaz sobre RSE				
35. ¿Considera que proporcionar información sobre los valores de su empresa y sobre los productos o servicios que saca al mercado, supone un ejemplo positivo que otras empresas podrían seguir?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
36. ¿Concienciar a sus empleados y clientes sobre la política de RSE que se lleva a cabo en su empresa es una actividad prioritaria?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
37. ¿Considera usted que dar a conocer su política de RSE le proporciona ventajas competitivas?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
37.1 ¿Mayores niveles de satisfacción y lealtad del cliente?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
37.2 ¿Mejora en la reputación de la empresa, la marca y el producto?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
37.3 ¿Empleados más motivados y productivos?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
37.4 ¿Mejores relaciones con la comunidad que le rodea y los poderes públicos?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
37.5 ¿Mayores reducciones de costes?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
38. ¿Decidir qué mensajes da a conocer su empresa sobre su política de RSE le da oportunidad de reflexionar sobre lo que realmente aporta como empresario socialmente responsable?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
39. ¿Se asegura usted de que el entorno de su empresa reciba y comprenda claramente su política de RSE?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
40. ¿Recibe usted retroalimentación de su entorno sobre la su política de RSE?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
41. ¿La política de RSE que maneja su empresa contribuye al bienestar de sus empleados?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
41.1 ¿Sus empleados están más motivados?				

Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
41.2	¿Se intensifica el sentimiento de orgullo de sus empleados respecto a la empresa?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
41.3	¿La contratación de talento humano resulta más sencilla?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
41.4	¿Se incrementa la lealtad de sus empleados?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
41.5	¿Mejoran el compromiso y la productividad de sus empleados?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
41.6	¿Mejora la eficiencia de sus empleados?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
41.7	¿Se incrementa la cooperación entre sus empleados?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
42.	¿Cree usted que si sus empleados son conscientes de la política de RSE de su organización podrán trasladarla a sus clientes proporcionando de esa manera ventajas competitivas a la empresa?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
43.	¿Cree usted que si sus empleados son conscientes de la política de RSE de la organización contribuirían a incrementarla?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
43.1	¿Aportarían sus empleados sugerencias de mejora a la política de RSE de la empresa?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
43.2	¿Tomaría la empresa en cuenta las sugerencias de sus empleados sobre políticas de RSE?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
44.	¿En las reuniones con sus empleados, informa a éstos sobre la evolución y avances de su política de RSE?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
45.	¿Los empleados de nueva contratación reciben orientación sobre la política de RSE de la organización?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
46.	¿Cuenta su empresa con un buzón de sugerencias sobre política de RSE?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
47.	¿En las instalaciones de su empresa se encuentran visibles carteles, mantas u otro tipo de herramientas similares alusivas a la política de RSE de la empresa?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
48.	¿Emite su empresa boletines internos sobre la política de RSE de la organización?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
49.	¿Emite su empresa memorándums, correos electrónicos u oficios internos sobre la PSE de la organización?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
50.	¿Elabora su empresa videos o guías informativas para empleados y/o clientes sobre su política de RSE?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
51.	¿El embalaje y/o etiquetado de sus productos alude a aspectos de política de RSE de su organización?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
52.	¿Participa su empresa en alguna iniciativa externa de RSE?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
53.	¿El sitio web de su empresa informa sobre la política de RSE de la organización?				
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca	
Frecuencia de buenas prácticas de RSE					
54.	Dimensión económica: ¿Gestión relativa a costes de producción?			Sí	No
55.	Dimensión económica: ¿Política de retribución/sistema de determinación salarial?			Sí	No
56.	Dimensión económica: ¿Establecimiento de criterios de buen gobierno?			Sí	No
56.	Dimensión económica: ¿Planificación de inversiones?			Sí	No
58.	Dimensión económica: ¿Medición de niveles de satisfacción del personal?			Sí	No
59.	Dimensión económica: ¿Política de reparto de utilidades?			Sí	No
60.	Dimensión económica: ¿Mejora de las condiciones de pago a proveedores?			Sí	No
61.	Dimensión ambiental: ¿Uso de indicadores de consumo de agua, electricidad...?			Sí	No
62.	Dimensión ambiental: ¿Certificación ambiental?			Sí	No
63.	Dimensión ambiental: ¿Actividades de formación ambiental?			Sí	No
64.	Dimensión ambiental: ¿Indicadores de control y reducción de residuos?			Sí	No
65.	Dimensión ambiental: ¿Medidas referidas a envases y embalajes?			Sí	No
66.	Dimensión ambiental: ¿Criterios ambientales para la homologación de proveedores?			Sí	No
67.	Dimensión ambiental: ¿Uso de indicadores de control y reducción de vertidos?			Sí	No
68.	Dimensión social: ¿Medidas de la vida laboral y la vida personal?			Sí	No
69.	Dimensión social: ¿Contratación de colectivos desfavorecidos o excluidos sociales?			Sí	No
70.	Dimensión social: ¿Colaboración con proyectos sociales u ONG's?			Sí	No
71.	Dimensión social: ¿Medición de satisfacción y medidas de fidelización clientelar?			Sí	No
72.	Dimensión social: ¿Política da seguridad y salud laboral?			Sí	No
73.	Dimensión social: ¿Código de buena conducta?			Sí	No
74.	Dimensión social: ¿Contratación de proveedores locales?			Sí	No

FUENTES DE REFERENCIA

- Accountability. (2008). Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA, 1000: Accountability. Recuperado el 28 de diciembre de 2014, de Sitio web de Accountability: <http://www.accountability.org/images/content/3/5/357.pdf>
- Artalejo, T. M. (2010). Responsabilidad social empresarial de las pymes en Ciudad Juárez Chihuahua. Factores explicativos: RSE de Ciudad Juárez. Obtenido de Sitio web de RSE en Ciudad Juárez.
- Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC). (2011). Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, 1.0. Asunción: ADEC.
- Asociación Española para la Calidad. (2015). Norma SGE 21: Asociación Española para la Calidad. Recuperado el 15 de junio de 2015, de Sitio web de la Asociación Española para la Calidad: <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/sge-21>
- Bonilla, A. (2009). La responsabilidad social empresarial en México. Tesis de Licenciatura, Universidad Veracruzana, Xalapa.
- Centro Mexicano para la Filantropía. (2012). Programas: Centro Mexicano para la Filantropía. Recuperado el 23 de abril de 2015, de sitio web del Centro Mexicano para la Filantropía: <http://www.cemefi.org/>
- Confederación Empresarial Española de la Economía Social. (2010). Herramienta de medición RSE.COOP. Madrid: CEPES.
- DESUR. (2011). Responsabilidad social empresarial: Buenas prácticas y recomendaciones: Sitio web de DESUR. Recuperado el 2015 de 23 de marzo, de Sitio web de DESUR: <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/DESUR-guia-final.pdf>
- Dirección General de Empresas de la Comunidad Económica Europea. (s/f). Empresas responsables. Cuestionario de concienciación: Sitio web de la Dirección General de Empresas de la CE. Recuperado el 22 de febrero de 2015, de Sitio Web de la Dirección General de Empresas de la CE: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/campaign/documentation/download/questionnaire_es.pdf
- Federación del Empresariado Chihuahuense. (s/f). RSE: Instrumento de Autodiagnóstico para las Empresas: FECHAC. Recuperado el 23 de abril de 2015, de Sitio web de FECHAC: http://www.fechac.org/pdf/instrumento_de_autodiagnostico_de_rse_para_las_empresas.pdf
- Fernández García, R. (6 de mayo de 2011). Instrumentos de gestión de la RSC. Las memorias de sostenibilidad. Diario responsable (edición electrónica).
- Forética. (2012). SGE 21: Forética. Recuperado el 14 de enero de 2015, de Sitio web de Forética: <http://foretica.org/conocimiento-rse/estandares/sge-21>
- Forética. (2015). Informe de Forética sobre RSE en España: Ciudadanos conscientes, empresas sostenibles: Sitio web de forética. Recuperado el 26 de mayo de 2015, de Sitio web de Forética: http://foretica.org/informe_foretica_2015.pdf

García de la Torre, C. P. (2010). Instrumento de evaluación de sustentabilidad y responsabilidad social en Pymes. *Administración y Organizaciones*, 91-103.

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. (2010). Responsabilidad Social Empresarial: Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Recuperado el 24 de junio de 2015, de Sitio web del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: <http://www.rseba.gob.ar/>

Guidelines: GRI. (2000). Recuperado el 14 de enero de 2015, de Sitio web del GRI: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf>

Instituto Ethos. (2011). Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial: Instituto Ethos. Recuperado el 8 de enero de 2015, de Sitio web del Instituto Ethos: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-bbe2011_Indic_ETHOS_ESP.pdf

Instituto Ethos. (2013). PLARSE: la experiencia de un programa por la RSE en América latina. Recuperado el 29 de diciembre de 2014, de Sitio web del Instituto Ethos: http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/05/Publica%C3%A7ao-Plarse_Espanhol_Final_11Jan13.pdf

Instituto Mexicano de Normalización y Certificación . (2012). Catálogo de Normas: IMNC. Recuperado el 22 de febrero de 2015, de Sitio web del IMNC: <http://www.imnc.org.mx/CATALOGO%20DE%20NORMAS%2010-06-2014.pdf>

International Standard Organization. (2010). ISO 26000 visión general del proyecto : sitio web de ISO. Recuperado el 16 de febrero de 2015, de Sitio web de la International Standard Organization: http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf

Legrand, F. (2009). ¿Qué herramientas se usan para medir y gestionar la RSE? : Responsabilidad Social on line: . Recuperado el 30 de junio de 2015, de Responsabilidad Social on line: <http://rseonline.com.ar/2009/11/herramientas-indicadores-para-medir-y-gestionar-rse/>

Meza, A. (2011). Indicadores sobre responsabilidad Social Corporativa: sitio web del ITAM. Recuperado el 23 de enero de 2015, de Sitio web del ITAM: direccionestrategica.itam.mx/wp-content/.../06/IndicadoresRSCOK.doc

Miguel-Tobal, J. (2001). Cuestionarios, inventarios y escalas. En F. C. Labrador, *Manual de técnicas de modificación y terapia de conducta* (pág. 345). Madrid: Pirámide.

Monroy, G. (2014). Metodología para la implementación de acciones de RSE en empresas del sector energético con equidad de género. Organización Latinoamericana de Energía (OLADE).

Navarra, F. C. (2000). Guía para la realización de diagnóstico de RSE en las PyMES de Navarra. Pamplona: Fundación Centro de Recursos Ambientales de Navarra (FCRAN).

Organización de Naciones Unidas. (2001). Red Pacto Mundial de Naciones Unidas. Recuperado el 12 de febrero de 2015, de Red Pacto Mundial de Naciones Unidas: <http://www.pactomundial.org.mx/home/>

Pérez Pareja, F. (1996). Auto informes. Principios psicométricos en la evaluación psicológica. *Manual de evaluación psicológica. Fundamentos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Siglo XXI.

Solis, J. (enero de 2008). Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo. *Análisis económico*, 23(53), 275-288.

Strandberg, L. (2010). La medición y la comunicación de la RSE: Estándares y normas. Barcelona: IESE.

Tapia, M. &. (2007). Análisis Crítico de los Sistemas de Medición de Responsabilidad Social Empresarial y Propuestas de Mejora. Seminario de Sistemas de Medición de Responsabilidad Social Empresarial (pág. 108). Santiago de Chile, 2007: Universidad de Chile.

Vera, P. &. (2005). Manual de Escalas y cuestionarios en Psicología clínica y de la salud. Bogotá: Psicom Editores.

Yfarraguirre, L. (marzo de 2014). Necesidad de Indicadores de Medición de la Responsabilidad Social en las Universidades. Daena: International Journal of Good Conscience, 91(1), 142-157.

RECONOCIMIENTO

Proyecto de investigación financiado por la Universidad Nacional Autónoma de México a través del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica, PAPIIT IN304015.

BIOGRAFÍA

Dr. Gabino García Tapia, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, correo electrónico: gabino@unam.mx

Dra. Rocío del Alba Llarena de Thierry, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, correo electrónico: rllarenat@yahoo.com.mx

Dra. María Magdalena Chaín Palavicini, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, correo electrónico: magalichainpalavicini@gmail.com

Dra. Sofía Iona Contreras Solyomvary, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, correo electrónico: ilonasolyomvary@hotmail.com

Dr. Adrián Méndez Salvatorio, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, correo electrónico: salvatorio@unam.mx

Dr. Eduardo Herrerras Arísti, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, correo electrónico: eha_conta@yahoo.com.mx

Dr. Mauricio Reyna Lara, Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México, correo electrónico: reynalara@yahoo.com.mx