

EVALUACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EMPRESAS CHIHUAHUENSES

Pedro Javier Martínez Ramos, Universidad Autónoma de Chihuahua

Hilda Cecilia Escobedo Cisneros, Universidad Autónoma de Chihuahua

José Gerardo Reyes López, Universidad Autónoma de Chihuahua

Myrna Isela García Bencomo, Universidad Autónoma de Chihuahua

RESUMEN

El movimiento de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surge como contrapeso a las ganancias excesivas de las empresas en detrimento de clases sociales marginadas y el medio ambiente. El objetivo de la investigación se centró en realizar un diagnóstico de las prácticas de RSE realizadas por las empresas de la ciudad de Chihuahua, México y sus áreas de oportunidad. Se planteó la hipótesis de que la variable tamaño de la empresa y la variable nivel de RSE, están correlacionadas. El método se basó en una encuesta aleatoria realizada en 2015 a 455 pequeñas, medianas y grandes empresas en esta ciudad. El instrumento de medición empleado fue el Modelo Pentadimensional de la Sustentabilidad Empresarial (MOPSE), mientras que el problema de investigación fue la escasa literatura sobre la situación de la RSE en las empresas mexicanas. Se encontró que el nivel de RSE del conjunto de empresas fue de 3.006 sobre 5, lo cual corresponde al Nivel 3 del modelo MOPSE. Igualmente, se encontró una correlación positiva entre el tamaño de la empresa y el nivel de cumplimiento de las prácticas de RSE. Se estima que la principal aportación de este estudio es mostrar el grado de avance en las acciones de la RSE en una ciudad del norte de México, para de esta manera identificar sus áreas de oportunidad en dicho campo.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social Empresarial, Empresas Mexicanas, Chihuahua, Modelo MOPSE

EVALUATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN CHIHUAHUENSE COMPANIES

ABSTRACT

The Corporate Social Responsibility (CSR) movement provides a counterweight to excessive profits of companies. The objective of this research was on providing a diagnosis of CSR practices carried out by companies in the city of Chihuahua, México. The hypothesis was that variables size of company and level of CSR are correlated. The methodology was based on a random survey of 455 small, medium, and large companies carried out in 2015. The measurement instrument used was the Pentadimensional Model of Business Sustainability (MOPSE). There exists limited on the situation of the CSR in Mexican companies. Results show that CSR level was 3,006 out of 5. This result corresponds to Level 3 of the MOPSE model. Likewise, positive correlation was found between size of the company and the level of compliance with CSR practices.

JEL: L2, M1, M14

KEYWORDS: Corporate Social Responsibility, Mexican Companies, Chihuahua, MOPSE Model

INTRODUCCIÓN

Dentro del actual contexto global, las empresas han cobrado especial relevancia hasta convertirse en actores protagónicos. El empleo que generan, sus grandes niveles de ventas y utilidades, su uso de recursos naturales, el rol que juegan en sectores estratégicos de la economía y la consiguiente influencia en el ámbito público, denotan la relevancia que han adquirido (Melé, 2007). Sin embargo, este escenario no ha estado exento de controversias, reclamos y exigencias, ya que la generación de riqueza lograda a través de las organizaciones, ha significado que los líderes empresariales enfrenten la disyuntiva de buscar el bien propio o el bien común. En algunas ocasiones (no pocas) se ha optado por el beneficio personal, lo cual ha derivado en situaciones en las que los resultados económicos, sociales y ambientales no benefician más que a unos cuantos (Greaves Lainé, 2006). En manos de economistas y administradores, la economía y las empresas se han convertido en espacios sociales donde la valoración de la persona está solamente en el terreno instrumental. Es por esto que es imperativo ir más allá pensamiento utilitario, a efecto de que a través de las empresas, se logre calidad de vida, bienestar, riqueza, y construcción de espacios sostenibles (Saldaña, 2014).

Con el propósito de lograr los objetivos propuestos de la presente investigación, que fueron: conducir un diagnóstico de las prácticas de RSE realizadas por las empresas de la ciudad de Chihuahua, México e identificar las áreas de oportunidad en cuanto a RSE de las mismas, así como intentar comprobar la hipótesis de que la variable tamaño de la empresa y la variable nivel de RSE son dependientes, es decir, que hay alguna relación entre ellas, se procedió a la revisión literaria de la RSE y la evolución de la misma. Dicha actividad permitió orientar y sustentar esta investigación. A continuación, se hace referencia a la metodología empleada para llevar a cabo este estudio, se especifica el tipo de estudio, el diseño de investigación, la población, la muestra, la descripción del instrumento de recolección de los datos y demás aspectos metodológicos. También se presentan los resultados de la investigación, así como la discusión de los mismos. Finalmente, se destacan las conclusiones derivadas de esta investigación.

REVISIÓN LITERARIA

La RSE ha adquirido enorme relevancia. Las organizaciones impactan profundamente a las sociedades en las que se encuentran inmersas y por lo tanto es tiempo de que adquieran las responsabilidades que les corresponden, las cuales son básicamente económicas, sociales y ambientales (Sotelo & Durán, 2014). En México, como en el resto de Latinoamérica, la mayor parte de las unidades productivas son empresas pequeñas, mismas que representan el 99% del total de las empresas del país (INEGI: Censos Económicos 2009, 2012), razón por la cual en términos sociales, su aportación a la cohesión social es sin duda de alta relevancia. Sin embargo, la estadística oficial no reconoce estas características, por lo que algunos rasgos sustanciales de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son invisibles (Montoya & Martínez, 2012). En suma, para cualquier país las empresas representan un polo de desarrollo vital. En esta tesitura, se debe tener enfoque y seguimiento a la gestión de las mismas, pues de esto depende en gran parte la sostenibilidad de las sociedades modernas (Asociación de Empresarios Cristianos, 2009; Valdés & Sánchez, 2012). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es un fenómeno reciente, sin embargo, es un tema que está siendo muy debatido en el medio académico y empresarial, debido a la necesidad de fomentar más acciones que ayuden a mitigar las enormes desigualdades sociales y económicas que se encuentran cada vez más acentuadas en el mundo (Waddock, 2008; Raufflet, Lozano, Barrera, & García de la Torre, 2012). El concepto de la RSE ha evolucionado en el mundo pasando por diversos momentos a lo largo de la historia. Desde el siglo XIX y la primera mitad del siglo XX se pueden ver sus antecedentes bajo otros nombres, como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1: Evolución de la Responsabilidad Social en el Siglo XIX y Primera Mitad del Siglo XX

Año	Autor(es)	Contribución Más Importante
1889	Andrew Carnegie	En <i>The Gospel of Wealth</i> establece dos principios para los empresarios de la época: <i>el principio de la caridad</i> , según el cual los individuos más ricos deberían ayudar a los más pobres, y <i>el principio de la custodia</i> , que exigía a las empresas y personas más ricas velar por los otros.
1932	Adolf A. Berle y Gardiner C. Means	Publicaron <i>The Modern Corporation and Private Property</i> , donde proponen una visión de empresa que es esencialmente la teoría de los <i>stakeholders</i> . Recomiendan que la mejor postura para la empresa es servir, además de sus propietarios, a la comunidad de su entorno.
1933	Edgard Chamberlain	<i>The Theory of Monopolistic Competition</i> describe el impacto de las grandes empresas en la forma tradicional de competencia.
1936	John Maynard Keynes	<i>The General Theory of Employment, Interest, and Money</i> cuestionó el liberalismo económico, el equilibrio automático de la economía por el mercado, y defendió una mayor intervención del estado.
1938	Chester I. Barnard	<i>The Functions of the Executive</i> resalta la complejidad moral de la actividad empresarial y el papel del ejecutivo.
1945	Herbert A. Simon	En <i>Administrative Behavior</i> reconoce los valores sociales a los que las organizaciones deben responder.

La Tabla 1 nos muestra la evolución de la RSE en el siglo XIX y parte del siglo XX según (Cox & Carlton, 2014).

Como se puede observar en las contribuciones de los diversos autores en la Tabla 1, la evolución de la literatura relacionada con la responsabilidad social cambió en su aspecto central, pasando del concepto meramente filantrópico, al axiológico que hace alusión a los valores morales de los empresarios. Dicho de otra forma, los primeros trabajos que abordaron el actual concepto de la RSE tenían un enfoque predominante filantrópico y había escasa discusión sobre los beneficios que podría traer la responsabilidad social a la empresa (Correa, 2007).

A medida que avanzaba el siglo pasado, teniendo como parteaguas el fin de la Segunda Guerra Mundial, el concepto de la filantropía se fue extendiendo hacia un concepto que incluye a todos los *stakeholders* o grupos de interés: accionistas, empleados, clientes, proveedores, y comunidad, así como el cuidado del medio ambiente. De esta manera se acuña el término de la RSE, tal como se muestra en la Tabla 2 (Cox y Carlton, 2014).

En la Tabla 2, se observa cómo los cambios sociales han definido el comportamiento empresarial con relación a temas de dicha índole. Esto ha obligado a las organizaciones a tener mayor enfoque en la RSE, lo que se refleja en un incremento significativo de la investigación en esta materia. En la década de los ochenta las tendencias incrementaron la sensibilidad e interés social de las empresas. Se inicia entonces el debate en torno a las necesidades de los *stakeholders*, y es posible observar que la literatura acompaña esta evolución aportando modelos teóricos para su mejor análisis y comprensión.

A partir de la década de los noventa, la RSE se erigió como una parte importante de la gestión de empresas y pasó a ser estudiada con más intensidad por los expertos en cuestiones estratégicas empresariales. En esta década el concepto de desarrollo sustentable aportó un alto grado de evolución a la concepción de RSE (Cancino & Morales, 2008). En el presente siglo XXI, el concepto y práctica de la RSE adquieren un nivel internacional. Reconocidas organizaciones internacionales, como son la ONU, la OCDE, la Unión Europea y la ISO, se suman a su normatividad y literatura, tal como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 2: Evolución de la RSE en la Segunda Mitad del Siglo XX

Año	Autor(es)	Contribución Más Importante
1953	Howard R. Bowen	<i>Social Responsibilities of the Businessman</i> , considerado por muchos académicos el primer libro en torno al tema de RSE y el inicio de su concepto moderno. Plantea la idea básica de que las acciones de las empresas impactan la vida de la población en muchos puntos.
1960	William C. Frederick	<i>The Growing Concern Over Business Responsibility</i> , en el cual hace una crítica a la concentración de poder de las empresas. Destaca que es necesario hablar de responsabilidad social del hombre de negocios porque ésta no se dará automáticamente.
1960	Keith Davis	<i>Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities?</i> Si el hombre de negocios no acepta la oportunidad de poner en práctica acciones de responsabilidad social, otros agentes sociales asumirán este papel y él perderá poder.
1960	Joseph W. McGuire	<i>Business and Society</i> puntualiza la responsabilidad social como una cuestión inherente a la actividad empresarial; supone que la empresa tiene cierta responsabilidad con la sociedad.
1967	Keith Davis	<i>Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessman owe to society?</i> La responsabilidad social va más allá de acciones de ayuda hace otras personas, pues se forma por acciones institucionales y afecta a todo el sistema social.
1967	Clarence C. Walton	<i>Corporate social responsibilities</i> acentúa la importancia de practicar de forma voluntaria la RSE.
1975	Jules Backman	<i>Social Responsibility and Accountability</i> afirma que la responsabilidad social aporta a la empresa objetivos y motivaciones que pueden afectar de forma positiva al negocio.
1975	S. Prakash Sethi	<i>Dimensions of Corporate Social Performance</i> plantea un esquema de tres estados de desempeño social de las empresas; distingue entre obligación social, responsabilidad social y sensibilidad social.
1976	H. Gordon Fitch	<i>Achieving corporate social responsibility</i> puntualiza que la empresa debería ocuparse de identificar y seleccionar el problema social a solucionar.
1979	Archie B. Carroll	<i>A three-dimensional conceptual model of corporate performance</i> plantea a la RSE como el conjunto de cuatro partes que abarcan las expectativas económicas, legales, éticas, y filantrópicas de las empresas. Este modelo es el más citado en la literatura, y sobre él se han construido muchos de los modelos de desempeño social empresarial que existen actualmente.
1984	R. Edward Freeman	<i>Strategic Management: A Stakeholder Approach</i> marca el inicio de la teoría de los <i>stakeholders</i> .
1984	Peter Drucker	<i>The new meaning of corporate social responsibility</i> resalta la rentabilidad financiera que la RSE puede traer como una oportunidad de negocio.
1984	Philip Cochran y Donna J. Wood	<i>Corporate social responsibility and financial performance</i> resalta la rentabilidad financiera de la RSE.
1985	Steven Wartick y Philip Cochran	<i>The evolution of the corporate social performance model</i> presenta una versión del modelo de desempeño social corporativo de Carroll.
1992	World Business Council on Sustainable Development	Ante la problemática ambiental, aparece el concepto de desarrollo sostenible. El consejo está formado por una red de 200 empresas internacionales en más de 30 países.
1995	Thomas Donaldson y Lee Preston	En <i>The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications</i> , se distinguen aspectos descriptivos, instrumentales y normativos de la teoría de los <i>stakeholders</i> .
1996	International Organization Standardization (ISO)	Elabora una serie de normas que se refieren a desempeño ambiental de las organizaciones, conocidas como la serie ISO 14000.
1997	Global Reporting Initiative (GRI)	Bajo la protección del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, se ha elaborado un estándar globalmente aceptado para que las empresas presenten reportes anuales sobre responsabilidad social corporativa.
1998	John Elkington	En <i>Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business</i> , aparece el término Triple Bottom Line como referencia a que las empresas deben lograr un equilibrio entre los resultados económicos, sociales, y medioambientales. Este término forma la base del Informe <i>Brundtland</i> , el cual integra las preocupaciones medioambientales y sociales a las tradicionales económicas de la organización.
1999	Pacto Mundial de la ONU	Propone alinear las políticas y prácticas corporativas con valores y objetivos éticos universalmente aceptados. Sugiere que el bienestar global depende de la participación de todos los grupos de interés.

La Tabla 2 nos muestra la evolución de la RSE en la segunda mitad del siglo XX según: (Albarran, Sotelo, & Pérez, 2010); (Cancino & Morales, 2008)(Correa, 2007); (Cox & Carlton, 2014).

Tabla 3: Evolución de la RSE en el Siglo XXI

Año	Autor(es)	Contribución Más Importante
2000	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)	Las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, proponen un marco voluntario y multilateral de normas y principios de buena conducta empresarial. Al mismo tiempo, ofrecen un esquema equilibrado para mejorar el clima internacional de inversiones y fomentar la contribución positiva al desarrollo sostenible.
2000	Organización Internacional del Trabajo (OIT)	La <i>Tripartite Declaration of Principles concerning Multinational Enterprises and Social Policy</i> propone normas relacionadas a la libertad de asociación, la abolición del trabajo forzado, la no discriminación, y la supresión del trabajo infantil.
2001	Libro Verde de la Unión Europea	Propone pautas sobre aspectos relacionados con la RSE. Aborda la elaboración de informes de sostenibilidad, el etiquetado de productos y servicios, así como la inversión socialmente responsable.
2002	Donna Wood y Jeanne Lodgson	En <i>Business Citizenship: From Individuals to Organizations, Society for Business Ethics</i> , plantean un cambio en la mirada de la RSE hacia una de ciudadano corporativo, lo cual permite capturar de mejor forma su contenido moral y social.
2005	Dennis Wilcox	<i>Responsabilidad Social Empresarial. La Nueva Exigencia Global</i> presenta la relación entre RSE, Reputación Corporativa y Relaciones Públicas, además de describir la manera en que influyen en las empresas al momento de hacer negocio.
2007	Nicolas Majluf y Fernando Chomali	En <i>Ética y Responsabilidad Social en la Empresa</i> , indican que las organizaciones juegan un rol en la comunidad como agentes de cambio a nivel social y deben hacerlo enmarcadas en dimensiones éticas.
2010	International Organization for Standardization (ISO)	Desarrolló la <i>Norma ISO 26000</i> que fue publicada en 2010. Esta guía tiene una aspiración de universalidad, es decir, de aplicación igualitaria para todos, en todo tipo de organizaciones, por lo cual se le quitó la "E" a las siglas quedando como sólo Responsabilidad Social (RS), la cual involucra a todos los sectores tanto públicos como privados y a la sociedad civil en general.

La Tabla 3 nos muestra la evolución de la RSE en el siglo XXI según: (Martínez, Escobedo, & Montoya, 2013); (Cancino & Morales, 2008); (Albarran, Sotelo, & Pérez, 2010).

Se observa que el siglo XXI plantea desafíos muy importantes para las organizaciones en lo que a RSE se refiere. La transparencia, rendición de cuentas, calidad del medio ambiente y justicia social, sin duda consolidarán el debate y la investigación (Peinado, 2011). Dada la creciente importancia de la RSE expresada a nivel mundial, México ha avanzado en su adopción, evolucionando gradualmente de un modelo paternalista enfocado en la asistencia, a otro donde se equilibran enfoque social y medioambiental (Moguel, 2012). Sin embargo, dicho modelo es practicado principalmente por las empresas más grandes, frecuentemente en alianzas con el Estado, y con alto impacto comunicacional y proyección de imagen (Reyno, 2006). En la Tabla 4 se muestra la secuencia de la evolución de la RSE en México.

Como se puede observar en la Tabla 4, México no ha permanecido ajeno a la evolución de la RSE. Sin embargo, el avance ha sido lento y debe mencionarse que un gran número de empresarios, principalmente de pequeñas empresas, no se encuentran involucrados ni preparados para gestionar la RSE. Aun así, en términos generales, se podría decir que la RSE ha tenido resonancia en nuestro país; dependencias del sector público, del sector educativo, y organismos del sector privado, han emprendido diversas acciones para promoverla. En el contexto anterior, se puede mencionar que la RSE en Chihuahua se concibe fundamentalmente en términos de la adopción de ciertos principios. Se trata de una visión más pragmática y simplificada que integra tanto la dimensión interna como la externa, sin adoptarse como estrategia del negocio o sistema de gestión. Los empresarios de Chihuahua se caracterizan por su regionalismo, solidaridad y alto nivel de participación en asuntos de interés público. El ejemplo más notorio de esta solidaridad se ve reflejado en la constitución de la Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (FECHAC), fondeada con la aportación del orden de 32,000 empresarios chihuahuenses para hacer llegar su apoyo a la comunidad (Martínez, Escobedo, & Montoya, 2013).

Tabla 4: Evolución de la RSE en México

Año	Autor(es)	Contribución Más Importante
1957	Unión Social de Empresarios de México (USEM)	A través de su lema “Empresas Altamente Productivas y Plenamente Humanas”, lanza el reto a las empresas modernas de mantener su fin económico, pero usando como principio una base social que reduzca la desigualdad y fomente la cohesión de las sociedades en el marco de las leyes.
1988	Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)	Emite la convocatoria para reconocer a las Mejores Prácticas de RSE, y en el año 2001, otorga por primera vez el Distintivo Empresa Socialmente Responsable, mismo que ha impulsado la RSE en el país.
1993	Instituto Mexicano de Normalización y Certificación	Promueve la RSE principalmente a través de la revisión y actualización de la Norma Mexicana NMX-SAST-26000-IMNC-2011.
2001	AliaRSE	Se integra AliaRSE con la participación de organismos empresariales. Ha mostrado el relevante papel promotor de la RSE en las cámaras de comercio y empresas.
2002	Confederación de Cámaras Industriales Mexicanas	Promueve la cultura de ética y valores a través del premio “Ética y valores en la industria” para estimular el avance de la RSE entre las empresas afiliadas.
2005	Fundación del Empresariado en México	Promueve la participación estructurada de los empresarios en la sociedad, con el fin de combatir la pobreza.
2011	Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)	Lanza las convocatorias para obtener los distintivos de “Empresa familiarmente responsable” y “Empresa incluyente”, con el fin de promover la igualdad de oportunidades, el balance trabajo-familia, combatir la discriminación, entre otros.
2014	Observatorio Mexicano de Responsabilidad Social Universitaria (OMERSU)	Creado por las universidades mexicanas. Propone que, como un factor de transformación social, la Universidad puede influir poderosamente en las orientaciones del desarrollo económico, industrial, social, y cultural de las regiones donde está inserta.

La Tabla 4 nos muestra la evolución de la RSE en México según: (Greaves Lainé, 2006); (Peinado, 2011); (Moguel, 2012); (Martínez, Escobedo, & Montoya, 2013); (OMERSU, s/f).

La 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; todo ello con el propósito de elevar la calidad de vida de los chihuahuenses, principalmente aquellos pertenecientes a grupos marginados. La FECHAC promueve la Responsabilidad Social Empresarial, la participación ciudadana y el fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil. Creada en 1996, opera con recursos provenientes de un gravamen adicional al impuesto sobre nómina propuesto por los empresarios del Estado para destinar recursos a obras sociales (De León, 2013). En el año 2012, la FECHAC convocó a la integración de una red para promover la RSE y brindar a las empresas chihuahuenses alternativas de entendimiento, concientización y actualización sobre esta responsabilidad. Dicha red se formó con organismos empresariales, instituciones educativas de nivel superior y organizaciones de la sociedad civil vinculadas al sector empresarial, dando lugar a la Alianza Chihuahuense por la Responsabilidad Social Empresarial, denominada con el acrónimo AliaRSE Chihuahua.

Esta red está formada por las siguientes organizaciones chihuahuenses: Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA), Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO), Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), Industria de Exportación (INDEX), Fundación Social Index, Unión Social de Empresarios Mexicanos (USEM), Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (FECHAC), Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH), Universidad La Salle (ULSA), Centro de Liderazgo y Desarrollo Humano A.C. (CELIDERH) y el Colegio Nacional de Ingenieros Industriales (CONAI). El problema de investigación del presente estudio radica básicamente en la ausencia de literatura sobre la situación que guardan las empresas chihuahuenses en relación con las prácticas de la RSE. En función de ello, el objetivo del estudio es identificar el grado de responsabilidad social y sustentabilidad que guardan

las empresas de la ciudad de Chihuahua, así mismo, identificar áreas de oportunidad y posibles líneas de acción.

METODOLOGÍA

Se trata de una investigación de tipo empírica, aplicada, no experimental, transversal, con enfoque cuantitativo, basada en una encuesta a las empresas de la ciudad de Chihuahua, realizada en el periodo de marzo a julio del 2015 (Martínez , Escobedo, & García, 2017). En cuanto a los sujetos, el marco muestral para identificar a la población de 32,403 empresas registradas en el Estado y obtener su muestra, se basó en los registros de las empresas pertenecientes a las organizaciones de AliaRSE en la ciudad de Chihuahua (Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), 2014). El tamaño de la muestra, considerando el número total de empresas de la ciudad de Chihuahua, con un 95% de nivel de confianza y un 5% de margen de error para poblaciones finitas, fue de 380 empresas, pudiéndose ampliar la muestra a 455 con el fin de tener una mayor representatividad. La distribución de la muestra por sector económico se puede observar en la Tabla 5.

Tabla 5: Distribución de la Muestra Por Sector Económico

Sector	Tamaño de la Empresa					Total
	Organización	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	
Industrial	FECHAC	1	7	1	3	12
	COPARMEX	43	40	21	9	113
	CANACINTRA	77	36	3	8	124
	CMIC	13	16	7	0	36
	CELIDER	2	6	3	2	13
	CONAII	2	4	2	1	9
	INDEX	1	1	4	18	24
Servicios	CANACO	55	36	28	5	124
Total		194	146	69	46	455

La Tabla 5 nos muestra la distribución de la muestra por sector económico. La estratificación del tamaño de la empresa es de acuerdo al (Diario Oficial de la Federación, 2009); las empresas del sector industrial pertenecen a las ramas industrial y de construcción, principalmente; en el sector servicios, la mayoría pertenecen a la rama comercial.

El instrumento de medición empleado fue el Modelo Pentadimensional de la Sustentabilidad Empresarial (MOPSE), el cual permite identificar el nivel de responsabilidad social de las empresas a través de cinco dimensiones que consideran las principales características de la RSE. El nivel de confianza de este instrumento, medido con el alfa de Cronbach, fue de 0.859 para los 79 reactivos (ítems) del cuestionario.

La metodología para el levantamiento de datos fue: entrenar a los encuestadores, visitar a los empresarios, y en caso de ausencia de los mismos, se entrevistó a los responsables de recursos humanos. En algunos casos, por excepción, se envió el cuestionario a través de Internet para un posterior seguimiento. Las cinco dimensiones definidas en el Modelo Pentadimensional de Sustentabilidad Empresarial (MOPSE) para determinar el grado de implementación de la RSE son: Gestión Global, Competitividad, Relaciones, Impactos, y Comunicación/Transparencia. En la Tabla 6, se presentan estas dimensiones y las consideraciones para su medición. Cabe mencionar que para fines del presente estudio se considera que el término de sustentabilidad del modelo MOPSE es equivalente al concepto de la RSE antes definido.

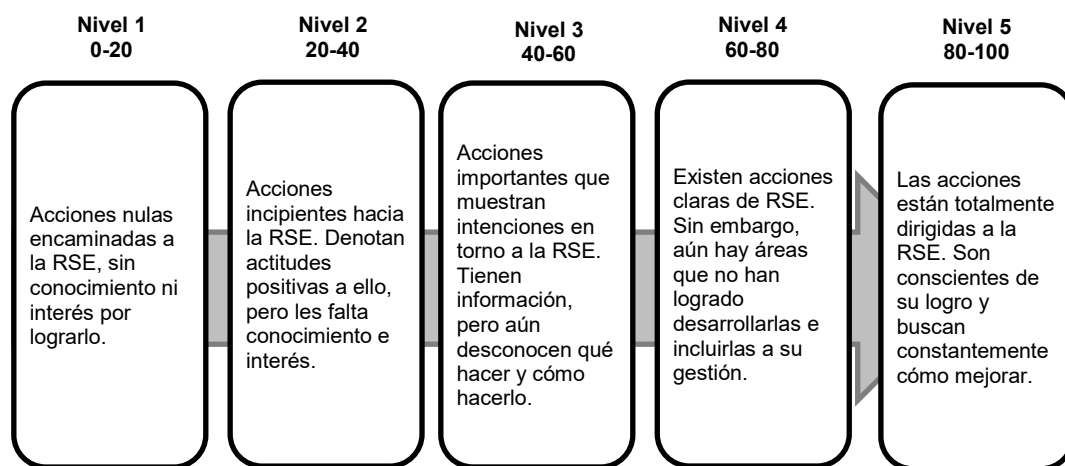
Tabla 6: Dimensiones Contempladas en el Modelo MOPSE y Consideraciones Para Su Medición

Dimensión	Consideraciones en su Medición
Gestión Global: busca que la empresa analice los impactos generados por su operación a nivel local y a nivel global.	Misión y visión. Código de ética. Planeación estratégica. Procesos. Indicadores de desempeño. Presentación de resultados.
Competitividad: tiene que ver con aspectos relacionados con la generación del conocimiento, la eficiencia operativa y la eficiencia productiva.	Mecanismos para desarrollar al personal. Conocimiento en torno a situación de la industria y principales competidores. Aprovechamiento de los recursos. Sistemas de mejora continua. Investigación y desarrollo.
Relaciones con grupos de interés: requieren del conocimiento de éstos, diseño de metas y objetivos, así como estrategias en función de la proximidad de los grupos de interés con la empresa.	Conocimiento de los grupos de interés con los que la empresa interactúa. Relación con los empleados. Mecanismos de comunicación. Evaluación del desempeño de empleados y proveedores. Relación con accionistas y clientes. Desarrollo de la comunidad. Impacto de los procesos de la empresa al medio ambiente.
Impactos: se pretende que la empresa conozca el valor que ésta genera para su entorno, ya sea positivo o negativo, para medirlos a través de la evaluación de los efectos que tienen sobre la comunidad en la que la empresa opera, así como la implementación de las estrategias que sigue la organización.	Relación con empleados, accionistas, proveedores, comunidad. Acciones para que los procesos no dañen al medio ambiente. Desarrollo de la comunidad y la región en la que la empresa opera.
Comunicación/Transparencia: está enfocada a que la empresa comunique las acciones que está realizando, ya sea de manera obligatoria y/o opcional a través de los reportes de los organismos nacionales e internacionales existentes.	Conocimiento de distintas alternativas para reportar información relacionada con aspectos sociales y ambientales. Cumplimiento de obligaciones fiscales y legales. Auditorías. Prácticas anticorrupción.

La Tabla 6 nos muestra Dimensiones contempladas en el modelo MOPSE según: (García de la Torre, Portales, Camacho, & Arandia, 2010); (Martínez, Escobedo, & García, 2017)

La interpretación del instrumento empleado está explicada con detalle en la Figura 1. Se consideró una escala del 0 a 100 dividida en cinco niveles.

Figura 1: Niveles de RSE de las Empresas y su Porcentaje Correspondiente



La Figura 1 nos indica la escala de medición de RSE en niveles y el equivalente en Porcentaje según: (García de la Torre, Portales, Camacho, & Arandia, 2010); (Martínez, Escobedo, & García, 2017).

Como se observa en la Figura 1, el Nivel 1 representa nulo seguimiento a la RSE y el Nivel 5 corresponde a las empresas que cuentan con acciones conscientes para implementar la RSE.

RESULTADOS

Los resultados fueron ordenados de acuerdo a la secuencia lógica de la investigación, con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos y comprobar la hipótesis planteada. A continuación se detallan y analizan: La edad del 50% de los participantes en la encuesta osciló entre 20 y 40 años; el 30% de ellos estaba entre 41 y 50 años, y el restante 20% estaba por encima de los 50 años. El 60% de los encuestados eran hombres y el resto mujeres. En cuanto a nivel de estudios, el 66% había cursado la licenciatura, el 19% maestría y el 2% doctorado, lo que habla de un perfil de preparación muy aceptable; el 11% de los entrevistados contaba con estudios de preparatoria, y el restante 2% sólo contaban con preparación secundaria. En términos generales, el análisis de resultados se obtuvo tomando como base la ponderación de cada una de las preguntas que conforman el instrumento de diagnóstico. Esta ponderación sirvió para establecer el valor mínimo que puede obtener una empresa para cada una de las dimensiones, el cual es cero, mientras que el valor máximo es uno. Esto puede ser extrapolado a porcentajes para obtener el nivel de RSE de la empresa (que como máximo es 5). El nivel general de RSE de las empresas de la muestra fue de 3.0063, conformado por la sumatoria de las dimensiones de: Gestión Global con 0.671; Relaciones con 0.546; Comunicación/Transparencia con 0.552; Competitividad con 0.568, e Impactos con 0.669. A pesar de la diferencia que existe en las dimensiones, vale la pena mencionar que el Nivel 3 de RSE habla de un desempeño regular en términos de las propuestas del MOPSE. Sin embargo, es preciso hacer una revisión a detalle con el fin de conocer cuáles son las áreas que requieren mayor atención. Los resultados en la dimensión de Gestión Global muestran que la visión y la misión no son revisadas periódicamente, ni hay participación de distintos niveles de la empresa en la redacción de las mismas; no se cuenta con un manual de procesos, ni están descritos los procedimientos administrativos; no existe un encargado de monitorear los aspectos éticos; el código de ética no es conocido ni practicado por los trabajadores, y por último, la mayoría de las empresas evaluadas no cuentan con metas y objetivos a cinco años.

La dimensión de Competitividad fue evaluada considerando que las empresas no tienen conocimiento de los recursos financieros, materiales y humanos necesarios para obtener el desempeño deseado; en los perfiles de puesto no se tienen identificadas las competencias necesarias para mejorar la productividad, y los resultados señalan que las empresas evaluadas no cuentan con un presupuesto destinado a la investigación. En lo que a la dimensión de Relaciones se refiere, las empresas chihuahuenses evaluadas no cuentan con un programa de capacitación y plan de vida para sus empleados, no realizan evaluaciones de clima organizacional, ni participan en labores de beneficio social. Con respecto a la dimensión de Impactos, la investigación muestra que no se conoce la tasa de rotación del personal, así como tampoco se tiene conocimiento de cómo afectan al medio ambiente los productos comercializados por las empresas. Por otro lado, no se realizan planes para el cambio generacional y no se han eliminado prácticas poco favorecedoras para la creación de buena reputación. Cuando se trata del medio ambiente, no cuentan con programas de separación de desechos, no se adquieren productos o materia prima reciclable y no se le da un buen seguimiento a quejas relacionadas con la agresión al medio ambiente. Por último, se muestra que los sueldos en un mismo puesto no son iguales cuando éste es desempeñado por un hombre o una mujer. La dimensión de Comunicación/Transparencia arrojó que las empresas evaluadas no incluyen en sus informes las aportaciones relacionadas con lo social y lo medioambiental, así como tampoco se tienen separadas las finanzas de la empresa de las de la familia; no tienen un mecanismo en donde los empleados puedan denunciar situaciones de abuso u hostigamiento y no cuentan con un medio para el acceso a la información. Además, las empresas no realizan auditorías externas, no tienen evidencia de sus declaraciones y no han detectado casos de corrupción.

Es importante destacar como referente una investigación conducida en el estado de Sinaloa, con el modelo MOPSE, en la que participaron 104 PYMES (77% de ellas eran pequeñas; el 23% pertenecían a la clasificación de medianas). Los resultados arrojaron que el nivel de RSE fue de 2.88. En lo que respecta a dimensiones, resultó que el promedio más bajo fue la dimensión de Comunicación/Transparencia con 0.5122, seguido de la dimensión de Relaciones con 0.5334; por otro

lado, la dimensión que presentó el promedio más elevado fue Impactos con 0.6703, seguida por Gestión Global con 0.6018, y finalmente Competitividad con 0.5653 (Hamasaki, Gastélum, Acosta, & Barreras, 2014). Igualmente, como referencia, en el estado de Veracruz se realizó un diagnóstico con el instrumento MOPSE a 138 microempresas. Los resultados fueron: un nivel de RSE de 3.24 en lo que a dimensiones de refiere, donde el promedio más bajo fue en la dimensión de Relaciones con 0.6186, seguido de la dimensión de Comunicación/Transparencia con 0.6262; por otro lado, la dimensión que presentó el promedio más elevado fue Competitividad con 0.6998, seguida por Impactos con el 0.6740 y Gestión Global con 0.6228 (Meza, Berdón, López, & Ortiz, 2014).

Al comparar los resultados con Sinaloa y Veracruz, cabe resaltar que ellos sólo se enfocaron en Micro, Pequeña y Mediana empresa (MIPYMES). Las conclusiones de Chihuahua mostraron resultados para cualquier tipo de empresa, los cuales aportan una visión muy importante a las empresas participantes, ya que los impulsa a gestionar con un enfoque global, de desarrollo de la sociedad con una orientación holística, estableciendo relaciones armoniosas y equilibradas localmente, comunicando y rindiendo cuentas de manera transparente a los grupos de interés, conscientes de los impactos que el quehacer económico de las empresas genera en las comunidades, y con el firme propósito de mantenerse competitivos en el transcurso del tiempo. Así mismo, los resultados compartidos con los empresarios chihuahuenses, fueron útiles porque ellos mismos tomaron conciencia de que las acciones de impulso de la RSE, no sólo obedecen a una lógica de beneficio social, sino a algo más integral que tiene que ver con la sostenibilidad de la empresa y el entorno. Con referencia a la hipótesis planteada, se realizó un análisis estadístico de chi cuadrada, mostrado en la Tabla 7, el cual tenía por objeto determinar si existe dependencia entre el nivel de RSE y el tamaño de la empresa. Lo anterior se realizó en el programa estadístico SPSS.

Tabla 7: Prueba de Chi Cuadrada Entre la Variable Independiente Tamaño de la Empresa y la Variable Dependiente Nivel de RSE

		Nivel De RSE
Tamaño	Chi-cuadrado	82.351
	gl	9
	Sig.	.000*

La Tabla 7, muestra los resultados de la prueba de Chi cuadrada. *El estadístico de chi-cuadrado es significativo en el nivel 0.05. La variable Tamaño de la empresa y la variable nivel de RSE, son dependientes, es decir, hay alguna relación entre ellas.

De las 455 empresas participantes, 194 (42%) eran micro, 146 (32%) eran pequeñas, 69 (15%) eran medianas, y sólo 46 (10%) eran grandes. En la Tabla 8 se observan, en porcentaje, las empresas que participaron en la investigación y en qué niveles de RSE se ubicaron.

A partir de los resultados mostrados en la Tabla 8, se considera que las micro y pequeñas empresas en esta ciudad aún se encuentran en un nivel relativamente bajo de RSE. En este sentido, se encontró que requieren realizar mayores esfuerzos y mejorar la cultura del directivo en materia de RSE, para poder mejorar su posición en cada una de las cinco dimensiones. En la Tabla 8, se observa que las empresas medianas y grandes ya han emprendido acciones importantes, pero aún hay áreas que no han logrado desarrollar e incluir en su administración. Con base a los resultados mostrados en las Tablas 7 y 8, no se encontraron elementos para rechazar la hipótesis propuesta. El estudio de este grupo de empresas revela a la responsabilidad social como expresión del compromiso social y ambiental de empresarios, directivos y colaboradores. A pesar de que en algunos casos se concibe a la RSE de manera informal, puede decirse que este concepto se va constituyendo como una alternativa racional y factible para lograr un mayor involucramiento en torno a aspectos sociales y ambientales en la ciudad de Chihuahua.

Tabla 8: Nivel de Responsabilidad Social Empresarial Por Tamaño de las Empresas de la Muestra

Nivel RSE	Tamaño de la Empresa			
	Micro (%)	Pequeñas (%)	Medianas (%)	Grandes (%)
1	14	3	4	2
2	56	42	28	9
3	28	45	57	72
4	2	10	12	17

En la Tabla 8, se observan, en porcentaje, las empresas que participaron en la investigación y en qué niveles de RSE se ubicaron. Los resultados muestran una correlación positiva entre el tamaño de la empresa y el nivel de RSE: el 89% de las empresas grandes está entre el nivel 3 y 4, mientras que el 70% de las microempresas está en el nivel 1 y 2.

CONCLUSIONES

Se considera que, en nuestro mundo globalizado, las empresas están llamadas a insertarse de mejor manera en su sociedad y responder a las necesidades de las generaciones actuales, sin comprometer a las generaciones futuras. Se condujo una investigación de tipo empírica, aplicada, no experimental, transversal, con enfoque cuantitativo, basada en una encuesta aplicada a 455 empresas, en la que no se encontraron elementos para rechazar la hipótesis y se alcanzaron los objetivos planteados. El primero de ellos fue conducir un diagnóstico de las prácticas de RSE realizadas por las empresas de la ciudad de Chihuahua. En ese sentido, se encontró que, en conjunto, el nivel de RSE de las empresas participantes fue de 3.006 sobre 5, ligeramente arriba del promedio, lo cual corresponde (ver Fig. 1) al Nivel 3 del modelo MOPSE, caracterizado por: “*Acciones importantes que muestran intenciones en torno a la RSE. Tienen información, pero aún desconocen qué hacer y cómo hacerlo*”. En cuanto al segundo objetivo, el de identificar las áreas de oportunidad, se encontraron bastantes aspectos positivos en el cumplimiento de la RSE en las empresas, sin embargo, estas mediciones permitieron también descubrir áreas de oportunidad, mismas que se mencionan a continuación:

En cuanto a la dimensión de Gestión Global, se encontró un incipiente involucramiento de los empleados en las cuestiones éticas de la empresa, lo cual no ha sido promovido formalmente. La misión y visión en muchos casos están definidas, pero su objetivo se pierde en las actividades diarias del negocio. Se observó deficiencia organizacional en la formulación de metas a mediano y largo plazo. Por otra parte, no hay formalidad en la definición de los procesos, ni en la asignación de responsabilidades. Hay carencia de indicadores para la medición del desempeño, y en muchos casos se desconoce cómo utilizarlos.

Referente a la dimensión de Competitividad, se observó desconocimiento de las ventajas competitivas y capacidades de los empleados; y cuando sí logran distinguirlas, éstas no se potencializan. Los recursos con los que operan no son medidos en su eficiencia. La mayoría desconocen mecanismos para conseguir los recursos necesarios para lograr sus objetivos. En general, existe temor al momento de tomar decisiones, debido a la incertidumbre de la competencia, y optan por mantenerse en las condiciones en las que se encuentran. A excepción de las grandes empresas, la cultura de calidad y mejora continua no están dentro de sus procesos. El tema de investigación y desarrollo tecnológico no está presente en la mentalidad de los directivos.

Las relaciones con los grupos de interés se centran en sus empleados, propietarios (accionistas), proveedores y clientes; excluyen a los demás. No se tienen contemplados el plan de vida y carrera de los empleados. No tienen un sistema en donde evalúen la satisfacción de los clientes. Sus relaciones con la comunidad y el ambiente no han sido promovidas y desconocen cómo hacerlo, además de no tener exigencias externas que lo motiven.

En cuanto a los Impactos, no son claros y no preocupan a los directivos; desconocen el grado en que los mismos pueden repercutir en los grupos de interés internos y externos. No se miden, por lo que las acciones de amortiguamiento están limitadas por el desconocimiento de cómo evitarlos. En general, existe poca conciencia de las empresas con respecto al impacto social y ambiental de sus políticas, productos y actividades.

Con relación a la Comunicación/Transparencia, existe desconocimiento sobre la rendición de cuentas, sobre todo de aspectos sociales y medioambientales. En general, las empresas carecen de mecanismos de comunicación para con sus grupos de interés.

Las áreas de oportunidad mencionadas, de ser atendidas, mejorarían el impulso de la RSE. Esto implica vigilancia en el cumplimiento de las leyes ambientales y laborales, así como una sociedad civil con influencia en los sectores públicos y privados.

Al comparar resultados con estudios similares (utilizando el modelo MOPSE), como el realizado en el estado de Sinaloa donde las PYMES obtuvieron un nivel de RSE de 2.88, es posible decir que hay consistencia entre dichos resultados y el nivel 3.17 de las PYMES en la ciudad de Chihuahua (Martínez , Escobedo, & García, 2017); esto denota las mismas áreas de oportunidad. En cuanto a la investigación mencionada en el estado de Veracruz, que fue realizada en microempresas, el nivel obtenido de RSE fue de 3.24, que contrastado con el 2.70 obtenido por las microempresas Chihuahuenses, sigue el mismo patrón que la comparación anteriormente mencionada.

El reto para investigaciones futuras consiste en derivar una investigación comparativa más amplia de las acciones de RSE de las grandes corporaciones en México y las MIPYMES. Algunas limitaciones del presente estudio fueron: la muestra incluyó dos sectores y diversas ramas empresariales, por lo que en el instrumento de medición no se consideran características importantes; así mismo, el instrumento contiene algunos elementos de percepción, en los que los encuestados tienden a responder acorde a la situación ideal y no a lo que realmente sucede. Por otra parte, de manera general, con el fin de avanzar en los compromisos modernos de la RSE, es necesario que: los mercados financieros exijan responsabilidad antes y después de prestar o invertir; los compradores y consumidores sean educados en RSE; los medios de comunicación proporcionen una plataforma de información que favorezca la RSE; se propicie el desarrollo de instituciones que verifiquen el comportamiento socialmente responsable de las empresas, y se promueva la competencia en mercados que exigen responsabilidad. En este sentido los empresarios chihuahuenses, si bien en algunos casos tienen una noción vaga sobre la RSE, en la mayoría de los casos sólo cuentan con una intención genuina basada en valores humanos y el compromiso social de participar en asuntos de interés público. Los empresarios chihuahuenses son un referente nacional en cuanto a participación social, sin embargo, el concepto de RSE es más amplio de lo que en la actualidad muchos de ellos entienden, por lo que es necesario concientizarlos para eliminar esta limitación, y generar el desarrollo que la comunidad chihuahuense está demandando.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albarran, D., Sotelo , E., & Pérez, L. (2010). Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales. Recuperado el 15 de diciembre, 2014 en Mesa No. 8: Organización y Estrategia, Ponencia: Antecedentes Históricos de la Evolución de la RSE.
<http://remineo.org/images/archivos/memorias/ciao/viiciiao/viiciiaot8m8.pdf>

Asociación de Empresarios Cristianos. (2009). Guía de Implementación de RSE para PyMES.1ª. Edición. Asunción, Paraguay: PROYECTARSE. Gabinete de Responsabilidad Social y Comunicación Organizacional.

Cancino, C., & Morales, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado el 13 de enero, 2015 en <http://www.repositorio.uchile.cl/handle/2250/122747>

Correa, J. G. (2007). “Evolución Histórica de los Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial y Balance Social”. *Semestre Económico* , 10 (20), 87-102.

Cox, R., & Carlton, R. (2014). “La evolución de la responsabilidad social de la empresa: Un abordaje histórico”. *Espacios*, 35 (5), 9-23.

De León, R. (2013). *Modelo de Responsabilidad Social Compartida*. 1ª. edición. Chihuahua, Chih.: IPADE Publishing.

Diario Oficial de la Federación. (2009). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Secretaría de Economía. Recuperado el 15 de diciembre, 2014 en http://dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5096849

Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). (2014). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). Recuperado el 15 de diciembre, 2014 en INEGI: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>

García de la Torre, C., Portales, L., Camacho, G., & Arandia, O. (2010). “Instrumento de evaluación de sustentabilidad y responsabilidad social en PyMES”. *Administración y Organizaciones*, 12 (24), 93-103.

Greaves Lainé, P. (2006). *Empresarios Mexicanos ante la Responsabilidad Social*. 1ª. Edición, México: Universidad Iberoamericana.

Hamasaki, R., Gastélum, J., Acosta, A., & Barreras, E. (2014). *Descuido de la PYME Sinaloense por sus Grupos de Interés: Un Riesgo para su Sustentabilidad*. Los Mochis, Sin.: Universidad de Occidente.

INEGI: Censos Económicos 2009. (2012). *Las empresas en los Estados Unidos Mexicanos*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Martínez, P., Escobedo, H., & García, M. (2017). “Medición de la Responsabilidad Social Empresarial en algunas PYMES de la Ciudad de Chihuahua”. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 1-24.

Martínez, P., Escobedo, H., & Montoya, B. (2013). “Análisis de los Avances de la Responsabilidad Social Empresarial en Chihuahua”. *XVII Congreso Internacional en Ciencias Administrativas 2013* , 1-26.

Melé, D. (2007). “Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías”. *Ekonomiaz* (65), 50-67.

Meza, C., Berdón, J., López, L., & Ortiz, I. (2014). *Gestión Global y Relaciones: punto de partida para la mejora de las microempresas de la conurbación Veracruz - Boca del Río*. Veracruz: Universidad Veracruzana.

Moguel, M. (2012). *La responsabilidad social de las empresas: modelo de tres dimensiones para su estudio. Un enfoque organizacional*. 1ª. Ed. Tuxtla Gutierrez, Chiapas: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Montoya, B., & Martínez, P. (2012). La RSE: una Respuesta Ética ante los Desafíos Globales. Recuperado el 11 de mayo, 2015 en Konrad Adenauer Stiftung Oficina México <http://www.kas.de/mexiko/es/publications/37565/>

OMERSU. (s/f). Observatorio Mexicano de Responsabilidad Social Universitaria. Recuperado el 11 de mayo, 2015 en <http://omersu.org/omersu-2/omersu/>

Peinado, E. (2011). La RSE en America Latina. En A. Vives, & E. Peinado, La Responsabilidad Social de la Empresa en America Latina (pp. 65-82). 1ª. Ed. Nueva York: Banco Interamericano de Desarrollo.

Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E., & Garcia de la Torre, C. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. 1ª. Edición, México: Pearson.

Reyno, M. (2006). RSE Como Ventaja Competitiva. Santiago de Chile: Universidad Técnica Federico Santa María.

Saldaña, A. (2014). “Integración regional y sistemas locales de innovación: desafíos para las MIPYMES. Una perspectiva”. Espacio Abierto , 23 (4), 629-642.

Sotelo, J., & Durán, S. (2014). “La Responsabilidad Social Empresarial en la Cd. de León Gto., y su compromiso con la comunidad y el medio ambiente”. XIX Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, 1-17.

Valdés, J. A., & Sánchez, G. A. (2012). “Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México”. Iberóforum, VII (14), 126-156.

Waddock, S. (2008). “Building a New Institutional Infrastructure for Corporate Responsibility”. Academy of Management Perspectives, 22(3), 87-108.

BIOGRAFÍA

Pedro Javier Martínez Ramos es Doctor en Administración por la Universidad Autónoma de Chihuahua. Profesor Asociado en la Universidad Autónoma de Chihuahua, adscrito a la Cátedra de Comportamiento Organizacional y Seminario de Investigación. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Químicas, Universidad Autónoma de Chihuahua, Circuito Universitario s/n, Campus II, Chihuahua, México.

Hilda Cecilia Escobedo Cisneros es Maestra en Administración por la Universidad Autónoma de Chihuahua. Profesor Asociado en la Universidad Autónoma de Chihuahua, adscrito a la Cátedra de Química Analítica y Química Básica. Se puede contactar en la Facultad de Ciencias Químicas, Universidad Autónoma de Chihuahua, Circuito Universitario s/n, Campus II, Chihuahua, México.

José Gerardo Reyes López es Doctor en Administración por la Universidad Autónoma de Chihuahua. Profesor Asociado en la Universidad Autónoma de Chihuahua, adscrito a la Cátedra de Seminario de Investigación. Se puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, Circuito Universitario s/n, Campus II, Chihuahua, México.

Myrna Isela García Bencomo es Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Chihuahua. Profesor Asociado en la Universidad Autónoma de Chihuahua, adscrito a la Cátedra de Administración. Se puede contactar en la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de Chihuahua, Circuito Universitario s/n, Campus II, Chihuahua, México.