

# XIII Asamblea General de ALAFEC

Buenos Aires, Argentina  
del 9 al 12 de Octubre de 2012



**Exploración de acciones de  
Responsabilidad Social en las empresas  
de Aguascalientes, México**

**XII Asamblea General ALAFEC  
Buenos Aires, Argentina 2012**

**Área temática: Ética y responsabilidad social  
Sub área temática: Responsabilidad Social Empresarial**

**“Exploración de acciones de Responsabilidad Social en las  
empresas de Aguascalientes, México”.**

Autores:

**M.C.E.A. Abril Areli Llamas Martínez**

Universidad Autónoma de Aguascalientes, México

[areli\\_x@hotmail.com](mailto:areli_x@hotmail.com)

**Dra. María del Carmen Martínez Serna**

Universidad de Autónoma de Aguascalientes, México.

**Dra. Sandra Yesenia Pinzón Castro**

Universidad de Autónoma de Aguascalientes, México.

**Domicilio del responsable y dirección para correspondencia:**

M.C.E.A. Abril Areli Llamas Martínez

Gilberto López Velarde No. 213 Versalles II sección

Aguascalientes, Aguascalientes, México.

C.P. 20285

Tel. (449) 910 9074

Fax. (449) 910 8461

Fax. ( 662) 218-8586

## **Exploración de acciones de Responsabilidad Social en las empresas de Aguascalientes, México.**

### **Resumen**

Un enfoque de gestión que beneficia a las empresas y a sus públicos, corresponde a la Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, no se conoce con exactitud qué acciones son las que presentan mayor incidencia en las empresas del Estado.

Este proyecto de estudio consistió en indagar la situación de las empresas del estado de Aguascalientes respecto a las actividades que realizan que se enfocan en los diversos aspectos como Responsabilidad Social, Responsabilidad Económica y Responsabilidad Ambiental, considerando los distintos tamaños de las empresas así como el giro en el que se desenvuelven.

Se realizó un estudio descriptivo a través del método cuantitativo de encuesta, el trabajo de campo se realizó en el año 2010, se analizó la información y la conclusión es que el tamaño de las empresas no está relacionado con el grado de RSE pero el sector de la empresa si tiene relación con el grado de RSE que manifiestan las empresas, considerando los principales giros se observa que el sector servicios e industrias realizan más acciones de RSE que el sector de comercio.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social, Responsabilidad Económica, Responsabilidad Ambiental.

## **Exploración de acciones de Responsabilidad Social en las empresas de Aguascalientes, México.**

### **Introducción**

El concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha investigado y estudiado desde distintos puntos de vista, basándose en determinadas teorías, enfoques, perspectivas e incluso ha ido cambiando a través del tiempo, por lo que en ocasiones suele causar confusión cuando se quiere profundizar en su estudio.

La definición de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tiene diversas propuestas, cada una de ellas surgida de las distintas interpretaciones de los emisores y los actores de la misma, existen variedad de estudios que trabajan este concepto, su estudio se está volviendo prioritario para gran parte de las organizaciones por tener la creencia de que es un aspecto clave para otorgar beneficios o ventajas a las organizaciones, esto no es aspecto nuevo, sin embargo, en los últimos tiempos se le ha dado gran relevancia por parte de los empresarios.

Existe la creencia de que los esfuerzos sociales y medioambientales de las empresas serán recompensados por los consumidores, así como que la falta de ellos puede dañar seriamente la reputación de la empresa, esto a conducido a que cada vez sea mayor el número de empresas que formulan y fomentan sus estrategias y acciones de negocios atendiendo a la noción de Responsabilidad Social Empresarial. (Brown y Dacin, 1997, Dacin y Brown, 2006).

La RSE por su parte resalta de manera puntual el lado filantrópico de las empresas, pues hoy en día suele ser incluso un factor de decisión de compra para los consumidores (Alvarado, Bigné, y Aldás, 2007), además de que es una manera responsable por parte de las empresas de fomentar la conciencia social en el

cuidado de los recursos naturales, la preocupación por diversos grupos sociales y la búsqueda de un bienestar común.

Aunado a lo anterior, y considerando la situación económica que experimentan las empresas, dado el entorno en el que se encuentran, en el cual la competencia, las necesidades cambiantes de los consumidores, y las tendencias en enfoques de gestión, incentivan a una búsqueda de estrategias que permitan mejorar el quehacer empresarial su equilibrio entre los aspectos sociales y ambientales.

### **Planteamiento del problema**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una filosofía que beneficia a las empresas, existen diversidad de estudios sobre RSE pero ninguno que permita conocer las actividades de RSE que las empresas de Aguascalientes llevan a cabo, y considerando que es una variable que tiene como fin otorgar beneficios a las empresas a través de un equilibrio entre los intereses de la empresa, sus empleados, diversos públicos y el medio ambiente, es necesario realizar este estudio.

Recapitulando sobre la importancia que tiene la Responsabilidad Social Empresarial, tendencia que tiene con mayor auge en el sector empresarial cada día, se pretende identificar ¿qué tipo de acciones de Responsabilidad Social Empresarial realizan en las empresas del Estado de Aguascalientes? ¿Las acciones de RSE varían según el tamaño de la empresa? ¿Las acciones de RSE varían según el sector al que pertenece la empresa?

El objetivo de este estudio es explorar la situación actual de las empresas en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial, por lo que es necesario determinar qué acciones de responsabilidad económica, responsabilidad social y responsabilidad ambiental llevan a cabo, y también analizar si el tamaño de las empresas así como el sector al pertenecen permite reflejar diferencias entre las acciones de RSE que realizan las empresas.

A partir de la revisión de la literatura acerca de estudios de Responsabilidad Social Empresarial en diferentes ámbitos se tiene la opinión de que las empresas de mayor tamaño realizan más actividades que manifiesten RSE, además las empresas del sector industrial son las que mantienen mayor grado de RSE, comparándolas con el sector comercio y el sector servicios, así como que las actividades de Responsabilidad Económica son las más frecuentes.

Actualmente se le otorga gran relevancia a la investigación sobre RSE para los académicos de las ciencias empresariales, es posible destacar el creciente número de publicaciones científicas al respecto, y la inserción del tema de manera prioritaria en los proyectos académicos de investigación.

### **Metodología**

El estudio es descriptivo pues al final del trabajo los datos recabados nos otorgarán información detallada ya que se podrá reconocer las actividades que realizan las empresas sobre Responsabilidad Social Empresarial, este estudio es considerado de tipo transversal ya que el trabajo de campo de esta investigación, es decir, la recolección de los datos se realiza en un tiempo específico, y por única ocasión, lo que permite medir la Responsabilidad Social Empresarial en un periodo de tiempo determinado. Se utiliza una fuente de datos primaria, sin embargo, el uso de fuentes de información secundarias complementan la información obtenida a través de este estudio.

El método utilizado para obtener la información en este proyecto de investigación, es el método de encuesta, es decir, se trata de un método cuantitativo debido a que es el ideal para alcanzar los objetivos que se plantearon, el instrumento consiste en un cuestionario autoadministrado.

El instrumento de recolección de datos que se emplea en esta investigación es un cuestionario autoadministrado, el cual consta de 3 partes principalmente que

indagan en información sobre el perfil del ejecutivo, el perfil de la empresa, y la Responsabilidad Social Empresarial.

La primer parte se enfoca en conocer el perfil del ejecutivo, contiene preguntas sobre género, edad, escolaridad, años de experiencia a nivel ejecutivo, antigüedad en la empresa y puesto, estos datos nos proporcionan información sobre el sujeto de estudio, es decir, el ejecutivo que contesta el instrumento de medición.

La segunda parte se refiere al perfil de la empresa, incluye preguntas sobre el giro, el origen del capital, la antigüedad de la empresa, mercados atendidos, posición en el mercado y tamaño de la empresa, esta parte nos otorga información sobre las características de las empresas que se consideran en el estudio.

La tercera parte permite medir la variable objeto de este diagnóstico, es decir, la Responsabilidad Social Empresarial, donde están los constructos de Responsabilidad Ambiental, Responsabilidad Social y Responsabilidad Económica (Bigné, Chumpitaz, Andreu y Swaen 2005)..

- ✓ Dimensión Responsabilidad Ambiental. Se enfoca en usar de manera óptima los recursos ambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- ✓ Dimensión Responsabilidad Social. Enfatiza en respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y tolerancia interculturales.
- ✓ Dimensión Responsabilidad Económica. Se refiere a que las empresas sean rentables y que obtengan utilidades mediante la producción y venta de bienes y servicios, con una visión a largo plazo, que aporten beneficios socioeconómicos como oportunidades de empleo estable y la obtención de

ingresos, y servicios sociales para las comunidades, para contribuir en la reducción de la pobreza.

En esta tercera parte, se emplea una escala de Likert la cual maneja 7 opciones de respuesta, que son 1=Totalmente en desacuerdo, 2=Muy en desacuerdo, 3=En desacuerdo, 4=Ni en desacuerdo ni de acuerdo, 5=De acuerdo, 6=Muy de acuerdo y 7=Totalmente de acuerdo, este tipo de escala nos permite obtener información más detallada de los resultados, ya que permite una mayor diversificación de los datos.

Para representar de manera gráfica la composición del instrumento de medición a continuación se encuentra la Tabla 1, donde se presenta información sobre las partes del cuestionario, se puede observar que los primeros 11 ítems consisten en datos clasificatorios, tanto del perfil del ejecutivo como datos sobre el perfil de la empresa, y la Responsabilidad Social Empresarial abarca 25 ítems repartidos en tres dimensiones.

**Tabla 1. Estructura del Instrumento de Medición**

Parte I	Perfil del Ejecutivo		6 ítems
Parte II	Perfil de la Empresa		5 ítems
Parte III	Responsabilidad	Responsabilidad Ambiental	6 ítems
	Social Empresarial	Responsabilidad Social	12 ítems
		Responsabilidad Económica	7 ítems

Fuente: Elaboración propia (2010)

La población objeto de estudio, son las empresas del estado de Aguascalientes, según el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), que existen 7,203 empresas registradas, y se han clasificado de la siguiente manera: 6,616 microempresas, 406 pequeñas, 120 medianas y 61 grandes, divididas en tres sectores principales.



**Tabla 2. Distribución de las empresas por tamaño y sector.**

ESTADO	SECTOR				TAMAÑO
	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS	TOTAL	
AGUASCALIENTES	575	4,813	1,228	6,616	MICRO
	144	160	102	406	PEQUEÑA
	59	45	16	120	MEDIANA
	32	18	11	61	GRANDE
TOTAL	810	5,036	1,357	7,203	

Fuente: Elaboración propia basada en el SIEM (2010).

A través del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) se obtuvo un directorio de las empresas del estado de Aguascalientes, sin embargo, existen empresas que no se encuentran registradas en el SIEM, pero para fines de este estudio utilizaremos como referencia la información proporcionada por el Sistema de Información Empresarial Mexicano ya que se trata de una fuente confiable.

Los elementos muestrales son las empresas del estado de Aguascalientes y las unidades muestrales en este caso están constituidas por los dueños, gerentes o personal de nivel medio.

Se utilizó un método de muestreo no probabilístico de conveniencia y sobre el tamaño de la muestra es necesario contar con una muestra superior a 100, tomando en cuenta las recomendaciones de diversos autores (Hair, Anderson, Tathan, Black (2004).

En el trabajo de campo se realizó un envío de encuestas a 248 empresas del estado de Aguascalientes, el trabajo de campo fue realizado en Febrero de 2010, se tiene una tasa de respuesta del 91% aproximadamente, recuperando 226 encuestas válidas.

Respecto al tratamiento de los datos se realizó un análisis para verificar la fiabilidad de la escala, donde los ítems tuvieron un  $\alpha$  de Cronbach superior a 0.7,

indicador que soporta que este procedimiento provee una buena evidencia de la fiabilidad de la escala.

**Tabla 3. Fiabilidad Escala de RSE**

<b>Variable</b>	<b>Constructo</b>	<b>Item</b>	<b>(<math>\alpha</math>) de Cronbach</b>
Responsabilidad Social Empresarial	Responsabilidad Ambiental	RA42	.896
		RA43	
		RA44	
		RA45	
		RA46	
		RA47	
	Responsabilidad Social	RS48	.877
		RS49	
		RS50	
		RS51	
		RS52	
		RS53	
		RS54	
		RS55	
		RS56	
		RS57	
		RS58	
	RS59		
	Responsabilidad Económica	RE60	.772
RE61			
RE62			
RE63			
RE64			
RE65			
RE66			
<b>Alfa de Cronbach para la escala de RSE</b>			<b>.927</b>

Fuente: Elaboración propia (2010).

Esta tabla muestra los resultados obtenidos para el  $\alpha$  de Cronbach, de la escala de Responsabilidad Social Empresarial, los resultados permiten observar que las

dimensiones alcanzan indicadores mayores a 0.7 (Responsabilidad Ambiental .896, Responsabilidad Social .877, y Responsabilidad Económica .772), esto indica que cada una de las dimensiones de la Escala de RSE goza de una fiabilidad estupenda, y de manera conjunta la escala de RSE ostenta un alfa de Cronbach de .927, es decir, una fiabilidad elevada.

### **Marco de Referencia**

Respecto a la Responsabilidad Social Empresarial podemos encontrar estudios realizados desde hace varias décadas, sin embargo, el marco teórico más aceptado, es el de Carroll (1979, 1991 y 1999), ya que otros estudios carecen de pruebas de validez adecuadas.

Encontramos pues que según Cochran (2007), el inicio del estudio formal de la Responsabilidad Social Empresarial es ubicado hacia la década de 1950-1960, cuando Howard Bowen publicó su libro *Social Responsibilities of the Businessmen*, lo cual permitió que el trabajo de Bowen (1953) se considere la clave de la cual se desprenden múltiples definiciones, él definió Responsabilidad Social Empresarial como la obligación de las empresas hacia la sociedad tomando en cuenta los valores y objetivos, pero enfocándose en el bienestar de la sociedad.

Por otro lado el trabajo de Garriga y Melé (2004) resulta muy útil para analizar de manera teórica la Responsabilidad Social Empresarial, ya que engloba las teorías más relevantes sobre la RSE y establece cuatro categorías y catorce subcategorías claramente definidas en las que agruparon algunas de las contribuciones clave para este proyecto de investigación como lo es la teoría del Desarrollo Sostenible misma que propone un modelo sobre el cual la RSE se compone de tres dimensiones; económica, social y ambiental.

Sin embargo, otras teorías también contienen algunas partes del modelo antes mencionado y que de igual forma fundamentan la utilización de éste modelo, pues

coinciden con al menos una de las dimensiones que lo conforman, otorgando mayor solidez a esta teoría del Desarrollo Sostenible.

**Tabla 4. Clasificación de las Teorías de Responsabilidad Social Empresarial**

Categoría de Teorías	Subcategoría de Teorías
Teorías Instrumentales	1 Maximización del Valor de los Accionistas
	2 Estrategias para lograr Ventajas Competitivas
	3 Marketing Relacionado a alguna Causa
Teorías Políticas	4 Teoría del Constitucionalismo Corporativo
	5 Teoría Integradora del Contrato Social
	6 Ciudadanía Corporativa
Teorías Integradoras	7 Aspectos de Gestión
	8 Principio de Responsabilidad Pública
	9 Gestión de Grupos de Interés
	10 Desempeño Social Corporativo
Teorías Éticas	11 Teoría Normativa de los Grupos de Interés
	12 Derechos Humanos
	13 Desarrollo Sostenible
	14 Enfoque del Bien Común

Fuente. Elaboración propia basada en Garrida y Melé (2004).

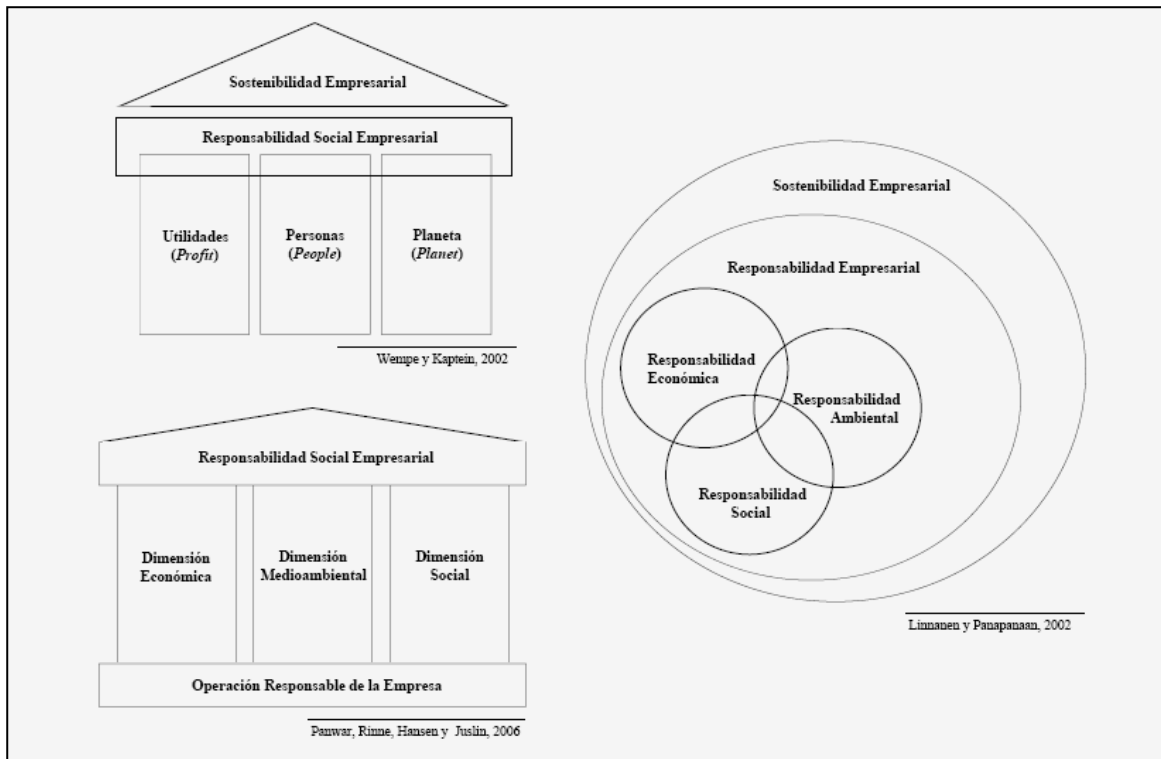
Como era de esperarse, dada la diversidad de teorías, perspectivas teóricas y definiciones existentes sobre RSE, existen varios marcos referenciales para explicar las dimensiones del concepto, un trabajo que ha contado con considerable aceptación y que ha sido usado por los investigadores durante los últimos tiempos para este fin es el desarrollado por Carroll en 1979 y revisado por él mismo en 1991 y 1999 (García de los Salmenes, Herrero y Rodríguez del Bosque 2005).

Finalmente, es posible llevar a cabo la identificación de las dimensiones de la RSE directamente desde el marco conceptual que brindan el modelo de Desarrollo

Sostenible (Panwar, Rinne, Hansen y Juslin, 2006), el cual resulta de entrada más apropiado para esta investigación.

A continuación se muestran distintas concepciones según Alvarado (2007) de la RSE de acuerdo a los planteamientos del Desarrollo Sostenible, y como puede apreciarse, todas ellas se fundamentan en la triple perspectiva.

### Planteamientos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Alvarado (2007)

La dimensión económica se refiere a asegurar las actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los actores beneficios socioeconómicos bien distribuidos, como oportunidades de empleo estable y la obtención de ingresos, y servicios sociales para las comunidades, para contribuir en la reducción de la pobreza. La dimensión medioambiental se refiere a usar de manera óptima los recursos ambientales, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica. Por último, la dimensión social, se refiere a respetar la autenticidad sociocultural de las

comunidades, conservar sus activos culturales arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y tolerancia interculturales (Bigné, Chumpitaz, Andreu y Swaen 2005).

Es difícil establecer una definición para la RSE, considerando la diversidad de teorías y perspectivas con que ha sido abordado el estudio de este concepto a lo largo del tiempo, sin embargo, para fines de este estudio después de una revisión de la literatura encontramos algunas definiciones importantes las cuales serán las bases para entender el concepto de RSE que se utiliza en este estudio.

La Comisión Europea (2001) plantea que la RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Según Van Marrewijk (2003) dice que la RSE se trata de las actividades voluntarias que demuestran la inclusión de preocupaciones sociales y medioambientales en la operación de los negocios y en su relación con sus stakeholders en función de los niveles de ambición de sostenibilidad de la empresa.

Según Panwar, Rinne, Hansen y Juslin (2006) RSE es la forma estratégica y proactiva de hacer negocios en un contexto específico con una filosofía sinérgica. Lo que significa que cuando las corporaciones definen sus estrategias, deben poner atención a los aspectos económicos, ambientales y sociales de una forma equilibrada.

Estas definiciones manejan elementos que se relacionan con la triple perspectiva de la RSE que definen Bigné, Chumpitaz, Andreu y Swaen (2005), es decir, se encuentran presentes la dimensión económica, la social y la medioambiental que conforman el modelo de Desarrollo Sostenible, pues refuerza la idea de

interdependencia entre la empresa, sus stakeholders y su entorno social y medioambiental.

Al realizar una detallada revisión de la literatura se identificaron algunas propuestas de escalas de medida del constructo RSE desde la perspectiva expuesta, sin embargo, solamente una de ellas ha sido sometida a validación a través de análisis factorial confirmatorio (García de los Salmones, Herrero y Rodríguez 2005) y sus hallazgos no confirman las dimensiones propuestas por Carroll (1979 y 1999), modelo que cuenta con considerable aceptación y que ha sido usado por los investigadores durante los últimos tiempos para estos fines.

A pesar de la importancia de la triple perspectiva de la RSE (Bigné, Chumpitaz, Andreu y Swaen 2005), sus dimensiones y las percepciones de los consumidores en torno a las mismas únicamente han sido estudiadas a nivel exploratorio por lo que demandan más atención, y aún es posible aportar a ese campo de conocimiento (Alvarado, 2007).

Estas escalas (Tabla 5) aunque presentan diferencias en las dimensiones que las componen, manifiestan una mayor homogeneidad en sus contenidos donde comparten al menos una dimensión.

El estudio de Alvarado (2007) maneja una escala considerando dentro de la RSE el enfoque de las dimensiones económica, social y ambiental, su escala esta basada en las escalas de García de los Salmones, Herrero y Rodríguez del Bosque (2005), Bigné, Chumpitaz, Andreu, y Swaen (2005) y Maignan y Ferrell (2004), ya que dichos autores son los que han utilizado dimensiones similares además después de realizar un trabajo metodológico exhaustivo también incluye algunos ítems en su instrumento, resultando una escala con tres dimensiones basadas en el modelo de Desarrollo Sostenible, considerando pues las dimensiones social, económica y medioambiental.

**Tabla 5. Escalas de RSE y sus dimensiones**

Autores	Dimensiones de RSE
Zahra y Latour (1987)	Necesidad de regulación gubernamental de los negocios Obligaciones hacia el público Afán materialista de los negocios y la sociedad Optimismo sobre el panorama económico y la participación social de los negocios Importancia de la filantropía Necesidad de políticas ecológicas Necesidad de estándares éticos Religiosidad
Brown y Dacin (1997)	RSE
Sen y Bhattacharya (2001)	Actitudes hacia la implicación de la empresa en aspectos de RSE Actitudes hacia la empresa por su habilidad Relación entre asociaciones de habilidad corporativa y RSE Apoyo personal para la RSE
Lichtenstein, Drumwright y Braig (2004)	Unidimensional
Maignan y Ferrell (2004)	Económica Legal Ética Filantrópica
García de los Salmones, Herrero y Rodríguez del Bosque (2005)	Económica Ética-legal Filantrópica
David, Kline y Dai (2005)	Moral-ética Discrecional Relacional
Bigné, Chumpitaz, Andreu, y Swaen (2005)	Social Económica Medioambiental

Fuente: Elaboración propia basada en Alvarado (2007).

Es posible observar que la Responsabilidad Social Empresarial, han sido tema de estudio de forma amplia y en distintas perspectivas, lo cual permite tener un sólido marco de referencia que de soporte a esta investigación.



## Resultados del estudio

Se realizó un análisis descriptivo sobre los datos que se recopilaron, en la siguiente tabla se concentra la información sobre la media de cada dimensión para la variable RSE.

**Tabla 6. Medias de las Dimensiones**

<b>Variable</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Media</b>
Responsabilidad Social Empresarial	Responsabilidad Ambiental	4.41
	Responsabilidad Social	4.75
	Responsabilidad Económica	5.00
<b>Media Variable RSE</b>		<b>4.72</b>
Escala de 1 a 7, significando 1 Totalmente en desacuerdo y 7 Totalmente de acuerdo		

Fuente: Elaboración propia (2010).

Se puede observar (Tabla 6) que la media de cada dimensión es superior a 4, lo que resulta en una media para Responsabilidad Social Empresarial de 4.72.

La Tabla 7 presenta los resultados que se obtuvieron para cada ítem de la dimensión Responsabilidad Ambiental, donde es posible encontrar con mayor puntuación los ítems RA47 (5.16) y RA45 (4.95) con medias superiores a 5 y 4 respectivamente, lo cual significa que más empresas utilizan de manera racional de los recursos naturales, y además protegen el medioambiente.

**Tabla 7 Medias RSE Dimensión Responsabilidad Ambiental**

<b>Item</b>	<b>Media</b>
RA42 Patrocinamos continuamente actividades en favor del medioambiente	3.83
RA43 Publicamos informes medioambientales al menos una vez al año	3.29
RA44 Realizamos actividades para reducir la contaminación	4.42
RA45 Protegemos el medioambiente	4.95
RA46 Nos aseguramos de reciclar adecuadamente sus residuos	4.79
RA47 Hacemos uso racional de los recursos naturales	5.16
<b>Media Dimensión Responsabilidad Ambiental</b>	
<b>4.41</b>	
Escala de 1 a 7, significando 1 Totalmente en desacuerdo y 7 Totalmente de acuerdo	

Fuente: Elaboración propia (2010).

La Tabla 8 ilustra los resultados obtenidos de cada ítem de la dimensión Responsabilidad Social, dentro de los cuales se puede destacar con mayor puntuación los ítems RS49 (6.03), RS50 (5.99), RS54 (5.92) y RS53 (5.65) con medias superiores a 5, lo cual indica que más empresas tratan justamente a sus empleados, construyen relaciones a largo plazo con sus clientes, respetan los derechos humanos, y cuentan con un código ético de conducta y lo respetan.

**Tabla 8 Medias RSE Dimensión Responsabilidad Social**

<b>Ítem</b>		<b>Media</b>
RS48	Patrocinamos continuamente actividades educativas y de formación	4.15
RS49	Tratamos justamente a sus empleados	6.03
RS50	Construimos relaciones a largo plazo con sus clientes	5.99
RS51	Patrocinamos continuamente actividades de salud pública	3.73
RS52	Patrocinamos continuamente actividades deportivas	3.88
RS53	Contamos con un código ética de conducta y respetarlo	5.65
RS54	Nos aseguramos de respetar los derechos humanos	5.92
RS55	Patrocinamos continuamente actividades culturales	3.89
RS56	Realizamos constantemente donaciones económicas a causas sociales	3.71
RS57	Creamos empleos mejor remunerados que una empresa convencional	4.68
RS58	Contribuimos a mejorar la calidad de vida de las comunidades locales en las que opera	4.39
RS59	Tenemos una política de contratación igualitaria hacia las minorías	5.04
<b>Media Dimensión Responsabilidad Social</b>		<b>4.75</b>
Escala de 1 a 7, significando 1 Totalmente en desacuerdo y 7 Totalmente de acuerdo		

Fuente: Elaboración propia (2010).

La Tabla 9 brinda los datos obtenidos de cada ítem de la dimensión Responsabilidad Económica, en donde es posible resaltar con mayor puntuación los ítems RE63 (5.69) y RE64 (5.45) con medias superiores a 5, lo cual atañe que más empresas mejoran constantemente la calidad de sus productos o servicios ofertados, y obtienen éxito económico a largo plazo.

**Tabla 9 Medias RSE Dimensión Responsabilidad Económica**

Ítem		Media
RE60	Controlamos estrictamente sus costos de producción	5.07
RE61	Invertimos en Investigación y Desarrollo para producir de forma compatible con el medioambiente	3.69
RE62	Obtenemos siempre los mayores beneficios económicos posibles	5.12
RE63	Mejoramos constantemente la calidad de los productos o servicios que ofrece	5.69
RE64	Obtenemos éxito económico a largo plazo	5.45
RE65	Mantenemos una política permanente de precios bajos	4.88
RE66	Mejoramos siempre la rentabilidad económica	5.11
<b>Media Dimensión Responsabilidad Económica</b>		<b>5.00</b>
Escala de 1 a 7, significando 1 Totalmente en desacuerdo y 7 Totalmente de acuerdo		

Fuente: Elaboración propia (2010).

La Tabla 10 presenta la distribución de las frecuencias considerando la media de RSE obtenida por cada una de las unidades muestrales, así como el porcentaje que representa, entonces se puede observar que 85 empresas presentan una media entre 5.1 y 7, esto indica que poseen un elevado nivel de RSE, lo que equivale al 37.60%, 132 empresas obtienen una media entre 3.1 y 5, es decir, manejan un nivel medio de RSE, que representa el 58.40%, y 9 empresas muestran una media entre 1 y 3, lo que expresa un nivel bajo de RSE, esto es igual al 4.00%, lo que refleja que la mayoría de las empresas del estado de Aguascalientes no tienen un alto nivel de RSE.

**Tabla 10 Distribución de Frecuencias de RSE**

Nivel de RSE	Rango Media de RSE	No. de Empresas	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)	No. de Empresas acumulado
Alto	5.1-7.0	85	37.60%	37.60%	85
Medio	3.1-5.0	132	58.40%	96.00%	217
Bajo	1.0-3.0	9	4.00%	100 %	226
	<b>Total</b>	<b>226</b>	<b>100 %</b>		

Fuente: Elaboración propia (2010).

En la Tabla 11 se puede observar el nivel de RSE que obtuvieron las empresas según el giro al que corresponden, destacando que más del 90% de las empresas se encuentran en niveles medio y alto, en los sectores industria, comercio y servicios.

**Tabla 11 Nivel de RSE por sector**

Nivel de RSE	Rango Media de RSE	Industria	%	Comercio	%	Servicios	%	Total
Alto	5.1-7.0	7	35%	13	23%	65	43%	85
Medio	3.1-5.0	13	65%	40	72%	79	53%	132
Bajo	1.0-3.0	0	0%	5	5%	6	4%	9
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>	<b>226</b>

Fuente: Elaboración propia (2010).

En la Tabla 12 refleja el nivel de RSE que obtuvieron las empresas según el tamaño, destacando que las empresas grandes manifiestan un porcentaje de 65% con nivel alto de RSE.

**Tabla 12 Nivel de RSE por tamaño de empresa**

Nivel de RSE	Rango Media de RSE	Micro	%	Pequeña	%	Mediana	%	Grande	%	Total
Alto	5.1-7.0	26	28%	26	37%	11	43%	22	65%	85
Medio	3.1-5.0	62	65%	44	63%	16	53%	10	29%	132
Bajo	1.0-3.0	7	7%	0	0%	0	4%	2	6%	9
	<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>226</b>

Fuente: Elaboración propia (2010).

En la Tabla 14 se presentan los resultados que se tienen en cuanto a Responsabilidad Ambiental (RA), Responsabilidad Social (RS), y Responsabilidad Económica (RE), en los diversos sectores resaltando que la RA tiene porcentajes

altos en el nivel bajo, así como que el sector industrial es donde se presentan niveles más elevados.

**Tabla 14 Nivel de RA, RS, y RE por sector**

Nivel de RSE	Rango Media de RSE	Industria		Comercio		Servicios		Total
			%		%		%	
<b>Responsabilidad Ambiental</b>								
Alto	5.1-7.0	7	35%	12	21%	53	35%	72
Medio	3.1-5.0	9	45%	35	63%	66	44%	110
Bajo	1.0-3.0	4	20%	9	16%	31	21%	44
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>	<b>226</b>
<b>Responsabilidad Social</b>								
Alto	5.1-7.0	9	45%	14	25%	68	45%	91
Medio	3.1-5.0	11	55%	36	64%	73	49%	120
Bajo	1.0-3.0	0	0%	6	11%	9	6%	15
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>	<b>226</b>
<b>Responsabilidad Económica</b>								
Alto	5.1-7.0	11	55%	18	32%	71	47%	100
Medio	3.1-5.0	9	45%	37	66%	76	51%	122
Bajo	1.0-3.0	0	0%	1	2%	3	2%	4
	<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>	<b>226</b>

Fuente: Elaboración propia (2010).

En la Tabla 15 se muestran los resultados que se tienen en cuanto a Responsabilidad Ambiental (RA), Responsabilidad Social (RS), y Responsabilidad Económica (RE), en los distintos tamaños de empresas, sobresaliendo las empresas grandes con porcentajes elevados en el nivel alto, así como enfatizando en la Responsabilidad Económica.

**Tabla 15 Nivel de RA, RS, y RE por tamaño de empresa**

<b>Nivel de RSE</b>	<b>Rango Media de RSE</b>	<b>Micro</b>	<b>%</b>	<b>Pequeña</b>	<b>%</b>	<b>Mediana</b>	<b>%</b>	<b>Grande</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>
<b>Responsabilidad Ambiental</b>										
Alto	5.1-7.0	23	24%	21	30%	8	30%	20	59%	72
Medio	3.1-5.0	47	49%	40	57%	12	44%	11	32%	110
Bajo	1.0-3.0	25	26%	9	13%	7	26%	3	9%	44
	<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>226</b>
<b>Responsabilidad Social</b>										
Alto	5.1-7.0	29	31%	29	41%	11	41%	22	59%	72
Medio	3.1-5.0	55	58%	39	56%	15	55%	11	32%	110
Bajo	1.0-3.0	11	11%	2	3%	7	26%	1	9%	44
	<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>226</b>
<b>Responsabilidad Económica</b>										
Alto	5.1-7.0	37	39%	30	43%	12	44%	21	62%	100
Medio	3.1-5.0	56	59%	38	55%	15	56%	13	38%	122
Bajo	1.0-3.0	2	2%	2	2%	0	0%	0	0%	4
	<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>226</b>

Fuente: Elaboración propia (2010).

## Conclusiones

Las empresas del estado de Aguascalientes tienden a realizar acciones de responsabilidad social empresarial, destacando la dimensión de responsabilidad económica con una puntuación mayor incidiendo las actividades que se relacionan con la mejora de la calidad de los productos y servicios ofrecidos al mercado y apostando al éxito económico a largo plazo. Se observa que los porcentajes del nivel bajo de RE son muy pequeños menores a 2%, por lo que el resto se encuentra en un nivel medio y alto.

Respecto a la dimensión de responsabilidad social destacan las acciones enfocadas en otorgar un trato justo a sus empleados, el construir relaciones a largo plazo con los clientes, el respetar los derechos humanos y el contar con un código de ética y conducta. Además es posible observar que los porcentajes del nivel bajo de RS son pequeños menos de 11%, y mayores al 50% en el nivel medio de RS.

La dimensión con menor puntuación fue la responsabilidad ambiental donde enfatizan el uso racional de los recursos naturales, de esta manera es posible observar que las empresas de Aguascalientes son socialmente responsables en cierta medida, sin embargo, hay acciones que se implementan en mayor medida y son las que permiten manifestarse a las unidades económicas encuestadas como empresas socialmente responsables. Reflejando porcentajes de hasta 26% en el nivel bajo y por ende porcentajes más bajos que otras dimensiones en los niveles medio y alto.

Existen diferencias entre el nivel de RSE que reflejan las empresas según el tamaño, ya que las empresas grandes presentan niveles más altos de RSE; respecto a las diferencias por sector, en los tres sectores se manifestó un mayor porcentaje de empresas con nivel medio de RSE, sin embargo, en los sectores de de servicios e industria se muestran porcentajes en el nivel de RSE ligeramente elevados a los del sector comercio.

## **Bibliografía**

- Alvarado, H.A., Bigné, A.E, y Aldás, M.J. (2007) Responsabilidad Social Empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y en el comportamiento del turista. Universidad de Valencia.
- Bigné, E., Chumpitaz, R., Andreu L. & Swaen, V. (2005). Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural. *Universia Business Review*.

- Brown, T.J. y Dacin, P.A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61 (1), 68-84.
- Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *The Academy of Management Review*, 4 (4), 17.
- Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4), 39-48.
- Carroll, A.B. (1999). Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38 (3), 268-295.
- Cochran, P.L. (2007). The evolution of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 50 (6), 449-454.
- Dacin, P.A. y Brown, T.J. (2006). Corporate branding, identity, and customer response. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34 (2), 95-98.
- David, P., Kline, S. & Dai, Y. (2005). Corporate social responsibility practices, corporate identity, and purchase intention: A dual-process model. *Journal of Public Relations Research*, 17 (3), 291-313.
- García de los Salmones, Herrero A. & Rodríguez del Bosque I. ( 2005). Influence of corporate social responsibility on royalty and valuation of services. *Journal of Business Ethics*. (61). Pp: 369-385.
- Garriga E. & Melé D. (2004). Corporate social responsibility theories: zapping the territory. *Journal of Business Ethics*. (53)m pp: 51-71.
- Guardia Massó R. (2000). La responsabilitat social de les corporacions. Deure o conveniencia. *Medio Ambiente Tecnología y Cultura*. Rev. Electrónica (Núm. 28: diciembre). Pp: 1.8. Recuperado de [www.gencat.cat/mediamb/revista/rev28-2.htm](http://www.gencat.cat/mediamb/revista/rev28-2.htm) el 18 de junio de 2009.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. y Black, W.C. (2004). "Análisis Multivariante" 5º Edición. Editorial Prentice Hall.
- Lichtenstein, D.R., Drumwright, M.E. & Braig, B.M. (2004). The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits. *Journal of Marketing*, 68(4), 16-32.



- Maignan, I. y Ferrel, O.C. (2004). Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32 (1), 3-19.
- Panwar, R., Rinne, T., Hansen E. & Juslin, H. (2006). Corporate responsibility: Balancing economic, environmental, and social issues in the forest products industry. *Forest Products Journal*, 56 (2), 4-12.
- Sen, S., Bhattacharya, C.B. & Korschun, D. (2006). The role of corporate social responsibility in strengthening multiple stakeholder relationships: A field experiment. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34 (2), 158-166.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44 (2/3), 95-105.
- Zahra, S.A. y Latour, M.S. (1987). Corporate social responsibility and organizational effectiveness: a multivariate approach. *Journal of Business Ethics*, 6 (6), 459-467.