



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL E INNOVACIÓN EN EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL ESTADO DE HIDALGO RESPECTO AL TAMAÑO

Área de investigación: Entorno de las organizaciones

María de Lourdes Amador Martínez

Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo
Tecnológico Nacional de México
México
lamador@itesa.edu.mx

Yessica García Hernández

Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo
Tecnológico Nacional de México
México
ygarcia@itesa.edu.mx

Aline Aurora De Lucio Islas

Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo
Tecnológico Nacional de México
México
adelucio@itesa.edu.mx

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL E INNOVACIÓN EN EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL ESTADO DE HIDALGO RESPECTO AL TAMAÑO

Resumen

La presente investigación tiene el objeto de analizar la relación que existe entre la responsabilidad social y la innovación de las empresas manufactureras del estado de Hidalgo, es de tipo básico, con enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y correlacional, se realizó mediante la encuesta por medios electrónicos y presenciales con la recopilación en formularios de Google, el instrumento de medición que se aplicó fue una adaptación que mide ambas variables (RSE e Innovación), el cual fue propuesto por Gallardo, Sánchez y Corchuelo (2013) está constituido en la primera variable RSE con 3 dimensiones, la social, económica y medioambiental con 35 reactivos, la segunda variable Innovación con una 1 dimensión y 13 reactivos para dar un total de 48 se aplicó a 381 empresas seleccionadas mediante muestreo probabilístico estratificado para poder obtener información de todos los subsectores económicos de la industria manufacturera, los resultados indican que la mayoría de las empresas son de tamaño micro y pequeño, de la misma forma que el género que predomina es el masculino, y que la formación profesional que tienen es en nivel licenciatura y el ámbito de operación es regional y local. Respecto a la correlación se pudo identificar que existe una relación positiva moderada y significativa entre la responsabilidad social empresarial y la innovación con un coeficiente de correlación de .684 y nivel de significancia de 0.000 identificando mayor relación entre la innovación y la dimensión medioambiental con 6.82, por el contrario, la relación que existe entre el tamaño de la empresa y la innovación y responsabilidad social empresarial la relación llega a ser positiva pero débil o muy débil con valores inferiores a 0.20, por lo anterior se acepta la hipótesis principal de relación positiva entre responsabilidad social empresarial e innovación y se rechaza la de relación positiva con el tamaño de la empresa. Finalmente se recomienda trabajar con las variables objeto de estudio de manera alineada con la finalidad de obtener mejores resultados para seguir fortaleciendo la relación que existe y en dado caso aumentarla.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, innovación, empresas manufactureras.

Abstract

The present research aims to analyze the relationship that exists between social responsibility and innovation in manufacturing companies in the state of Hidalgo, it is of a basic type, with a quantitative approach, descriptive and correlational scope, it was carried out through the survey by electronic means and face-to-face with the compilation in Google forms, the measurement instrument that was applied was an adaptation that measures both variables (CSR and Innovation), which was proposed by Gallardo, Sánchez and Corchuelo (2013) is constituted in the first CSR variable with 3 dimensions, social, economic and environmental with 35 items, the second variable Innovation with 1 dimension and 13 items for a total of 48 was applied to 381 companies selected through stratified probability sampling in order to obtain information from all economic subsectors of the manufacturing industry, the results indicate that the majority of companies are of micro and small size, in the same way that the predominant gender is male, and that the professional training they have is at the undergraduate level and the scope of operation is regional and local. Regarding the correlation, it was possible to identify that there is a moderate and significant positive relationship between corporate social responsibility and innovation with a correlation coefficient of .684 and a significance level of 0.000, identifying a greater relationship between innovation and the environmental dimension with 6.82, On the contrary, the relationship that exists between the size of the company and innovation and corporate social responsibility, the relationship becomes positive but weak or very weak with values lower than 0.20, therefore the main hypothesis of a positive relationship between responsibility is accepted. social enterprise and innovation and the positive relationship with the size of the company is rejected. Finally, it is recommended to work with the variables under study in an aligned manner in order to obtain better results to continue strengthening the relationship that exists and, if necessary, increase it.

Keywords: corporate social responsibility, innovation, manufacturing companies.

Introducción

Las empresas realizan actividades variadas, pero sin duda alguna siempre van encaminadas a lograr maximizar sus utilidades y minimizar sus costos, sin embargo, también a lo largo del tiempo han buscado tener imagen positiva en el medio en el que se desarrollan, y aunque no existe un concepto único al respecto se ha ido definiendo sin que se alcance a confundir con acciones de beneficencia o caridad.

Bestratén y Pujol (2004) explicaron los antecedentes históricos de la Responsabilidad Social empresarial (RSE) que se remontan a siglos pasados e indican que se encuentran en los orígenes de las organizaciones que unieron capital y trabajo con el fin de generar riqueza y beneficio para ellas, aunque con ello también se dieron abusos sobre los trabajadores mismos que eran latentes y se percibían, por ello fue necesario que se hicieran algunas cuestiones relacionadas con mejorar la imagen a los ojos de la sociedad en general.

Romo (2016) sostiene que el interés por la RSE nace principalmente en Estados Unidos en los años treinta y cuarenta estando en recuperación de la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial, así también con los inicios de la Guerra Fría publica la Organización Internacional del Trabajo (OIT) mostrando los compromisos del sector privado (empresas) con el progreso social calificado como el escrito de donde partía la conceptualización de la RSE.

Aguilera (2012) menciona dos conceptos fundamentales acerca de la responsabilidad social empresarial, los cuales se mencionan a continuación:

1. La Responsabilidad Social Empresarial se define como el compromiso que asumen las empresas hacia la sociedad en beneficio del desarrollo sostenible, es decir, es el equilibrio entre el crecimiento económico y el bienestar social.
2. La Responsabilidad Social Empresarial es una decisión de carácter voluntario, la empresa determina deliberadamente si asume o no ese compromiso. Una vez asumida, la Responsabilidad Social Empresarial debe ir orientada coherentemente con los principios de la empresa y con el cumplimiento integral de la visión que se ha establecido tanto a

nivel interno como a nivel externo; considerando las expectativas de las partes interesadas (stakeholders), demostrando el respeto por los valores éticos, por la gente, por las comunidades, por el medio ambiente, y contribuyendo, de esta manera, con la construcción del bien común.

La responsabilidad social incluye las políticas y las acciones, así como las prácticas que las organizaciones efectúan para beneficio de la población de los lugares en donde se encuentran ubicadas (Jamali et al., 2015), por otra parte, para Porto y Castromán (2006) indican que una empresa socialmente responsable es la que no solamente cumple las obligaciones jurídicas, además de ello invierten en su gente, en el medio que les rodea así como en otras empresas que pueden beneficiarse como externalidad positivas y las estrategias celebradas no son en un solo momento, son constantes y ello hace que la imagen de las empresas mejore ante los ojos de la sociedad, finalmente se considera el concepto del FOMIN - Fondo Multilateral de Inversiones del BID - Banco Interamericano de Desarrollo en el que incluye elementos éticos, ambientales y sociales como partes de la Responsabilidad Social, esta definición incorpora la parte ética que la mayoría de concepciones no lo considera y además se resalta que esta institución indica que entre más prácticas socialmente responsables adoptadas en los países pueden ser determinantes del grado de crecimiento económico.

Retomando el concepto de crecimiento se puede mencionar que aunado a la generación del crecimiento de un país está dado por los niveles de innovación, asimismo es un término escuchado de manera común pero es pertinente poder definir de qué se trata y se refiere a explotar con éxito nuevas ideas o nuevo conocimiento, asumiendo más riesgo que los competidores, para conseguir una posición competitiva superior (Ferrás, 2014), por su parte y desde hace tiempo una conceptualización de más de medio siglo indica que es la introducción de un bien (producto) nuevo para los consumidores o de mayor calidad que los anteriores, o la introducción de nuevos métodos de producción para un sector de la industria (Schumpeter, 1934).

En la última versión el Manual de Oslo (2018) se define a la innovación como el producto o proceso (o combinación de ambos) que difiere significativamente de los productos y procesos previos, y que se han

puesto a disposición de los potenciales usuarios (productos) o implantados en la organización (procesos), resaltando que esto se basa en la idea de que la innovación es un claro impulsor de la productividad, el crecimiento económico y el bienestar. Por lo anterior, se puede establecer que la innovación es un proceso de generación de ideas para la aplicación de nuevas formas de desarrollo de productos y servicios que ayudan a la satisfacción de necesidades. Dicho proceso se encuentra cada día más presente en contexto de la sociedad y es importante contar con herramientas que permitan tener en cuenta un nivel de medida para determinar la relación que existe entre innovación, medios de desarrollo de ésta, y el progreso de mejora continua gracias a la aplicación.

La innovación se resalta como una capacidad para las empresas, en la medida en la que se ha convertido en su motor más importante de transformación y crecimiento, con mejora continua, ya que siempre se piensa en las diferentes soluciones, desarrollo de nuevos productos como proceso que incluye diseño, ingeniería y comercialización con la generación de modelos de negocios (Hirata, 2017).

Con datos de Salinas y Cruz-Álvarez (2020) se puede destacar la información que indica que las pymes siempre han estado a la vanguardia de la innovación, son la columna vertebral de la economía mundial ya que representan el 90% de las empresas y generan el 50% del empleo, situación que indica que deben estar realizando de manera constante estrategias innovadoras.

Del mismo modo, Santamaria (2018) indica que uno de los factores para que las pymes obtengan el éxito es la innovación, siendo esta una herramienta que pueda dar mejores condiciones a estas empresas, ya que al sostener parte importante de la economía deben prevalecer y que esta no sea solamente un elemento momentáneo.

Es así como Hernández, Avendaño y Buitrón (2021) presentan un estudio en donde abordan la parte de innovación social como una estrategia que debe ser contemplada por las empresas para generar ventajas competitivas en las PYMES estrategia que puede generar situaciones de innovación social efectiva que beneficie a la sociedad en general.

Sumando a lo anterior, se puede identificar que uno de los aspectos que suelen limitar la innovación en México es el capital con que cuentan, porque ello las pone en desventaja con grandes empresas que tienen mayor disponibilidad de capital para dicho proceso, por ello se requiere que se pueda visualizar como un área de oportunidad, Cuevas y Cortés (2020) realizaron un estudio en donde terminan demostrado que el financiamiento interno tuvo un mayor impacto significativo en la innovación de este tipo de empresas.

Al paso de los años se le ha dado cada vez mayor importancia a la responsabilidad social empresarial al igual que a la innovación, esto debido a que son dos factores los cuales no únicamente benefician y fomentan el óptimo desarrollo de las empresas sino también el de la sociedad. La responsabilidad social empresarial a grandes rasgos se entiende como el compromiso voluntario por parte de las empresas a fin de mejorar las condiciones económicas y ambientales de la sociedad. Asimismo, la innovación se refiere a modificar lo ya existente con el propósito de mejorarlo.

Son varias las tendencias de la literatura existente en el campo de la innovación que justifican la complementariedad y sinergia entre innovación y responsabilidad social empresarial, incluyendo las obras en materia de sistemas de innovación, en sus ramificaciones tanto nacionales como regionales y sectoriales; así como los estudios sociotécnicos y de economía política comparada (Midttun y Granda, 2007).

La responsabilidad social empresarial es un tema que ha tenido relevancia para las empresas al contemplar aspectos importantes tales como: económicos, sociales y ambientales. Por su parte, la innovación ha tenido gran auge dentro de las empresas manufactureras principalmente, esto debido a que el cambio en los procesos ha modificado y mejorado la percepción que las empresas tienen al momento de llevar a cabo sus actividades productivas, administrativas, publicitarias entre otras. La adquisición de tecnología vanguardista es otro factor que influye en el desarrollo de las empresas. Debido a lo anterior se ha realizado una búsqueda minuciosa a fin de mencionar los estudios en los que se hayan considerado la implementación de la responsabilidad social empresarial y la innovación.

Por lo anterior se puede resaltar que la Agenda 2030 y sus objetivos de desarrollo sostenible, así como también la responsabilidad social empresarial, buscan el cambio de paradigma que conduzca a un progreso sostenible en los ámbitos, social, económico y ambiental (Ormaza et al., 2020). La evidencia empírica indica que las empresas que aplican RSE tienen más ventajas competitivas, posicionamiento (Fong et al., 2020), por su parte, Vallaey (2020) indica que la RSE se utiliza de forma solitaria en prácticas que pareciera que sólo aplican a empresas grandes, la dimensión de innovación sistémica atañe al carácter radical o superficial de la responsabilidad social.

Estado del arte

Muñoz (2015) elabora un modelo contrastado el cual se llevó a cabo en una fase previa en la que se realizó un cuestionario, planteando aquellos aspectos claves para las estrategias de sostenibilidad, la Responsabilidad Social y la Innovación en las pequeñas y medianas empresas. Dentro de su metodología se han agrupado las preguntas del modelo en cinco dimensiones y el cuestionario tiene un total de 238 preguntas, mismos que se aplican a 39 pymes de la provincia de Ávila en España los resultados obtenidos tras la creación, testado y contraste del modelo son que al fijar 500 puntos como la barrera en la que se podía considerar a una organización como responsable e innovadora. Del total de las 39 organizaciones participantes, fueron 7 las organizaciones que superaron satisfactoriamente este nivel.

Por su parte, Saiz y Mendoza (2015) realizan un estudio a fin de conocer el impacto que tendría una mayor implantación de políticas basadas en RSE e innovación en los planes estratégicos de la empresa para lo cual los autores han realizado una encuesta a 70 empresarios de industrias estratégicas de la ciudad de Guayaquil. Dicha encuesta se encuentra estructurada en cuatro secciones, asimismo, se trabaja con la muestra de 70 empresas siguiendo un muestreo no probabilístico. Una vez analizada la información proporcionada por las encuestas los resultados revelaron el interés de las empresas Guayaquileñas por innovar en sus estrategias implementando acciones que implican a la responsabilidad social empresarial lo cual significaría implementar acciones integradas en sus diversos ámbitos como: talento humano, proveedores, sociedad y ambiente. Sin embargo, se pudo observar que pocas son las organizaciones que de manera integrada intentan el esquema de RSE e

innovación. Igual se observó que para los empresarios el cuidado hacia el medio ambiente pasa a tercer término ya que para ellos la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores, así como el bienestar de la sociedad son más relevantes.

Se llevó a cabo un estudio de Responsabilidad social empresarial (RSE) para la competitividad de las organizaciones en México, mismo que fue realizado por Lara y Sánchez (2021) en el estudio se enlaza en primera instancia la relación que existe entre la responsabilidad social y la competitividad de las empresas mexicanas identificando además como generadora de ventaja competitiva en las organizaciones, el estudio es considerado documental tomando información, fortaleciendo dicha hipótesis al ir confirmando que las empresas que llevan a cabo la responsabilidad social se va generando la ventaja competitiva en las organizaciones sumando al cumplimiento de los objetivos.

Pese a lo anterior también es estudio explica que a las empresas mexicanas les hace falta madurar la RSE reafirmando ello con un estudio que indica que el 85% de las personas perciben que le hace falta maduración a la misma.

El estudio concluye que no se trabaja la RSE debido a que: no tienen idea de cómo empezar; falta de presupuesto, falta de interés y metas financieras más importantes, y lo ven más como una estrategia a futuro cuando la empresa logre estar mejor posicionada.

En ese mismo sentido, Meleán et al. (2020) en el trabajo de Innovación y responsabilidad social en organizaciones: reflexiones teóricas, el estudio se llevó a cabo en el contexto venezolano revisando casos puntuales de empresas de tamaño grande a partir de experiencias y resultados de investigaciones realizadas por estudiantes de posgrado, identificando que la innovación no es un proceso de fácil aplicación dado que los miembros de la empresa dependen de factores culturales, las actividades empleadas por las empresas en relación a cuestiones de innovación y responsabilidad social, sobresaliendo los aspectos ambientales que están realizando las empresas (de servicios, la de eléctrica nacional y farmacéutica).

Si bien se estudiaron las tres empresas se pudo identificar que éstas no lograron cumplir en totalidad los procesos de RSE e Innovación, por lo

que los investigadores sugieren se pueda trabajar para lograr la integración generando estrategias en materia de innovación con proyectos internos y externos para que se puedan unir aspectos de responsabilidad social con comportamientos éticos, por ello se les recomienda que se fomenten conductas éticas y relacionadas con el ambiente y la sociedad.

Por otra parte, García y Deas (2018) realizaron un estudio denominado la innovación en los procesos de gestión de la comercialización de combustibles y su impacto social en Ecuador, el estudio identificó se basó en poder identificar los procesos de comercialización que se realizan en las empresas en donde se identificó que existe inexistencia en los procedimientos de gestión en la comercialización de combustibles ya que no son eficientes ni eficaces y no se han ido adaptando a los mercados existentes, por lo que, es pertinente que se pueda trabajar en afrontar los cambios para mejorar la situación económica mediante el uso de procedimientos sumado a las necesidades de los clientes por lo que no están llevando a cabo procesos de innovación y ello les están implicando impactos negativos con la sociedad, que pueden coadyuvar a que las empresas sean más competitivas.

Dada la revisión de estudios anteriores se puede identificar que la innovación y la RSE puede estar ligada y con ello generar competitividad en las organizaciones, por lo que resulta importante poder trabajar en elementos que unan estos procesos para identificar las áreas de oportunidad en las empresas.

De manera reciente, Maldonado, Pinzón y Alvarado (2020) realizaron un estudio en empresas de la industria Automotriz de México, en donde aplicaron un cuestionario en 460 empresas, analizando los datos por medio de análisis factorial confirmatorio y ecuaciones estructurales con el fin de analizar la relación existente entre la responsabilidad social empresarial, la eco-innovación y el rendimiento sustentable, el estudio fue de tipo cuantitativo, los principales resultados fueron que la responsabilidad social empresarial tiene efectos positivos significativos en la eco-innovación y a su vez la eco-innovación tiene efectos positivos significativos en el rendimiento sustentable de las empresas objeto de estudio. Este estudio hace notar demás que la literatura que existe para identificar la relación de estas variables es escasa y por ello dicho estudio

intenta abonar a la generación de conocimiento para tener fortalecer la literatura.

Finalmente, teniendo en cuenta el trabajo realizado por Salaiza, et al., (2020) donde describen la influencia de la RSE en la innovación de las pequeñas y medianas empresas en Sinaloa México, la investigación realizada es de tipo cuantitativa, no experimental y transaccional, se aplicaron 68 cuestionarios a empresas restauranteras, el análisis de datos se realizó mediante el SPSS en donde lograron identificar una correlación de Pearson positiva entre la RSE y la innovación, aunque ciertamente la correlación presentada es moderada porque apenas está por encima del 0.5, el trabajo busca identificar que las variables estudiadas son importantes hoy en día y que con ello pueden efectuarse juntas en una organización.

A partir de la revisión de la literatura antes mencionada se establecen las siguientes hipótesis de investigación:

- H1.* Existe correlación positiva entre la responsabilidad social empresarial y la innovación en las empresas manufactureras del estado de Hidalgo.
- H2.* La innovación tiene una correlación positiva con el tamaño de la empresa manufacturera del estado de Hidalgo.
- H3.* La responsabilidad social empresarial tiene una correlación positiva con el tamaño de la empresa manufacturera del estado de Hidalgo.

Metodología

La presente investigación es un estudio de tipo básico, con enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y correlacional, tiene el objeto de analizar la relación que existe entre la responsabilidad social y la innovación de las empresas manufactureras mediante correlación de Pearson porque mide la fuerza o grado de asociación de escala ordinal, con el fin de identificar la relación que existe entre la innovación y la responsabilidad social y el tamaño de la empresa.

El instrumento de medición que se aplicó fue una adaptación que mide ambas variables (RSE e Innovación), el cual fue propuesto por Gallardo, Sánchez y Corchuelo (2013) está constituido en la primera variable RSE con tres dimensiones, la social, económica y medioambiental con 35

reactivos. La segunda variable Innovación con una una dimensión y 13 reactivos para dar un total de 48 ítems, añadiendo cuestiones sociodemográficas como género, antigüedad, estado civil, puesto, escolaridad y ámbito de operación, utilizando una escala de Likert para las respuestas que van de 1 al 5 por ser una escala más reducida para las respuestas, dado que al hacer prueba piloto del 1 al 10 se encontró confusión con los entrevistados. (Ver Anexo)

La unidad de análisis fue definida con las empresas manufactureras del estado de Hidalgo, considerando los diferentes subsectores económicos en los que los cataloga INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) por lo que en lo que respecta a la investigación cuantitativa se realizó muestreo estratificado. La población total de las empresas se constituyó de $n=13,260$ DENUE (2019) empresas, por lo que se calculó una muestra estadística con un nivel de confianza del 95% con un 5% de error, si la variabilidad es $p=q=0.5$ y como resultado arrojó 374 empresas, aunque se logró obtener resultados de 381 empresas.

De acuerdo con el objeto de estudio es importante enfatizar para poder conceptualizar a la industria manufacturera y según Corvo (2019) considera que la industria manufacturera se refiere a aquellas industrias que están involucradas en la fabricación y procesamiento de artículos, dedicándose a la transformación de componentes, materiales o sustancias para la creación o adición de valor de nuevos productos.

El mismo autor Corvo (2019) indica que la industria manufacturera es el principal sector productor de riqueza de una economía. Esta industria utiliza diversas tecnologías y métodos ampliamente conocidos, tal como la gestión de los procesos de fabricación.

Las industrias manufactureras son esenciales para una economía, ya que emplean una gran parte de la fuerza de trabajo y producen materiales requeridos por sectores de importancia estratégica.

Otro aspecto para considerar es que gracias a las empresas manufactureras se logra una capacidad en masa lo que produce una reducción en los precios y eleva el consumo, ya que los productos se encuentran al alcance del público en general.

La recolección de datos se llevó a cabo en el año 2019, mediante medios electrónicos, por lo que se generó un Formulario de Google, para enviarse vía correo electrónico, una vez que las personas accedían a contestar telefónicamente, además se asistió in situ para que pudieran contestar debido a que no se contó con los datos actualizados de las empresas y muchas no tienen actualizado su número telefónico o correo erróneo.

En cuanto a la clasificación para el tamaño de la empresa, considerando que existen autores o dependencias que utilizan factores variados, se decidió tomarlo a partir de la información de INEGI (2018) que considera la segmentación por el número de trabajadores, así como el monto de los ingresos de la unidad económica y la actividad a la que se dedica, por lo que en la Tabla 1 se presenta solamente la clasificación del tamaño para industria que es la que interesa a la investigación.

Tabla 1
Clasificación de la empresa

Tamaño de la empresa	Rango por personal ocupado en Industria
Micro	0 a 10
Pequeña	11 a 50
Mediana	51 a 250
Grande	251 y más

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (2018).

Las repuestas de la RSE e innovación (48 ítems) se midieron mediante la escala de Likert, en donde: 1=Muy en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Neutral, 4=De acuerdo y 5=Muy de acuerdo, una vez recolectada la información se codificó en Excel y el procesamiento de datos se realizó en el paquete estadístico SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versión 25, con estadística descriptiva y correlacional.

Resultados

En primera instancia se presentan los resultados de las variables sociodemográficas (ver tabla 2) con la información recabada de las encuestas aplicadas, y presentando la relación que tienen respecto al tamaño de la empresa, como a continuación se mencionan:

El género que predomina en los entrevistados de las empresas manufactureras es el masculino, representando el 59.58 por ciento identificando que los hombres son los que tienen más presencia en este tipo de empresas, situación que es igual en cada uno de los tamaños de empresa.

En cuanto al estado civil el 61.4 por ciento está casado, seguido del 28.9 por ciento se encuentra soltero, por lo que se puede decir que, el personal que se encuentra inserto en este tipo de empresas tiene estabilidad en cuanto a la relación de familia que tienen, el menor porcentaje de los entrevistados está en unión libre o viudo.

Respecto al tiempo laborando en la empresa, antigüedad, los resultados indican que la mayoría se encuentra de tres a cinco años con el 34.9 por ciento, situación que se contrasta con el tiempo de vida promedio de las empresas, ya que se puede identificar cierta prolongación de vida de este tipo de empresas, situación que resulta ser favorable para el logro de objetivos y continuidad, además, conforme aumenta la antigüedad va disminuyendo el porcentaje de personas que pertenecen a ese rango.

También respecto al puesto desempeñado por los encuestados, considerando que de manera inicial para poder hacer el enlace con las empresas se buscó a directivos, dueños o personas que ocuparan un cargo importante en las organizaciones, el 69.6 por ciento de la información que se obtuvo fue de los dueños o propietarios, el 22 por ciento de directores o encargados, el 8.1 por ciento de supervisores, situación que se considera relevante, ya que la mayoría de los entrevistados ostentan una posición de jerarquía en la organización y ello puede sumar en la percepción integral del funcionamiento de las empresas.

La escolaridad se considera un factor importante, debido a que se podría decir que la formación profesional suma a mejorar el conocimiento de una empresa y ello puede ayudar en el proceso de llevar a la práctica el conocimiento aprendido, de tal modo que el 45.1 por ciento tiene un nivel licenciatura como nivel educativo, seguido del 31.2 por ciento con preparatoria y el 13.9 con secundaria y solamente el 7,3 por ciento cuentan con un posgrado, y 2.4 por ciento con primaria, identificando que el nivel escolar es aceptable y que el recurso humano que labora en estas empresas tiene preparación para decisiones importantes.

Posteriormente, respecto al ámbito de operación de la empresa, de manera clara se logra observar que este se encuentra entre regional y local con el 86,4 por ciento con ámbito local o regional, lo que indica que la mayoría de las empresas sólo operan en sus áreas de influencia directas, por consiguiente sólo el 11.5 por ciento opera a nivel nacional y solamente el 2.1 por ciento en el ámbito local, con dicha información se puede observar que las empresas manufactureras son de carácter regional.

Finalmente es pertinente mencionar el tamaño de las organizaciones el 54.6 por ciento de las empresas fue de tamaño micro, que tiene solamente de 1 a 10 trabajadores, seguida de la pequeña con 33.6 por ciento, 8.7 por ciento y el 3.1 grande con más de 251 personas laborando en las mismas, dicha situación abona a la evidencia empírica que muestra que la mayoría de las empresas no solamente en el estado de Hidalgo sino en México son micro o pequeñas empresas.

La tabla 2 resume la información sociodemográfica respecto a los tamaños evidenciando que la distribución no es uniforme respecto a todas las dimensiones que se presentan.

Tabla 2
Información sociodemográfica de las empresas encuestadas.

Variable			Tamaño de la empresa				Total
			Micro (1-10 personas)	Pequeña (11-50 personas)	Mediana (51 a 250 personas)	Grande (Más de 50 personas)	
Género	Masculino	Frecuencia	133	68	16	10	227
		Porcentaje	58.6%	30.0%	7.0%	4.4%	100%
	Femenino	Frecuencia	75	60	17	2	154
		Porcentaje	48.7%	39.0%	11.0%	1.3%	100%
Estado civil	Soltero	Frecuencia	56	40	9	5	110
		Porcentaje	50.9%	36.4%	8.2%	4.5%	100%
	Casado	Frecuencia	128	77	22	7	234
		Porcentaje	54.7%	32.9%	9.4%	3.0%	100%
	Unión Libre	Frecuencia	17	8	1	0	26
		Porcentaje	65.4%	30.8%	3.8%	0%	100%
Antigüedad	Viudo	Frecuencia	7	3	1	0	11
		Porcentaje	63.6%	27.3	9.1%	0%	100%
	Menos de un año	Frecuencia	3	3	0	0	6
		Porcentaje	50%	50%	0%	0%	100%
	1-2 años	Frecuencia	21	5	4	3	33
		Porcentaje	63.6%	15.2%	12.1%	9.1%	100%
	2-3 años	Frecuencia	33	21	4	1	59
		Porcentaje	55.9%	35.6%	6.8%	1.7%	100%
	3-5 años	Frecuencia	77	45	7	4	133
		Porcentaje	57.9%	33.8%	5.3%	3.0%	100%

Variable			Tamaño de la empresa				Total
			Micro (1-10 personas)	Pequeña (11-50 personas)	Mediana (51 a 250 personas)	Grande (Más de 50 personas)	
Puesto	5-10 años	Frecuencia	51	39	12	1	103
		Porcentaje	49.5%	37.9%	11.7%	1%	100%
	10-15 años	Frecuencia	14	10	6	1	31
		Porcentaje	45.2%	32.3%	19.4%	3.2%	100%
	Más de 16 años	Frecuencia	9	5	0	2	16
		Porcentaje	56.3%	31.3%	0.0%	12.5%	100%
	Dueño o propietario	Frecuencia	174	74	13	4	265
		Porcentaje	65.7%	27.9%	4.9%	1.5%	100%
	Director de departamento	Frecuencia	4	8	6	2	20
		Porcentaje	20.0%	40.0%	30.0%	10.0%	100%
	Director General	Frecuencia	19	33	10	2	64
		Porcentaje	29.7%	51.6%	15.6%	3.1%	100%
	Supervisor	Frecuencia	11	13	4	3	31
		Porcentaje	35.5%	41.9%	12.9%	9.7%	100%
	Otro	Frecuencia	0	0	0	1	1
		Porcentaje	0%	0%	0%	100%	100%
Escolaridad	Primaria	Frecuencia	8	1	0	0	9
		Porcentaje	88.9%	11.1%	0%	0%	100%
	Secundaria	Frecuencia	42	9	2	0	53
		Porcentaje	79.2%	17%	3.8%	0%	100%
	Preparatoria	Frecuencia	77	37	5	0	119
		Porcentaje	64.7%	31.1%	4.2%	0%	100%
	Licenciatura	Frecuencia	71	68	21	12	172
		Porcentaje	41.3%	39.55	12.2%	7.0%	100%
Posgrado	Frecuencia	10	13	5	0	28	
	Porcentaje	35.71%	46.42%	17.85%	0%	100%	
Ámbito de Operación	Internacional	Frecuencia	0	1	4	3	8
		Porcentaje	0%	12.5%	50%	37.5%	A00%
	Nacional	Frecuencia	5	19	14	6	44
		Porcentaje	11.4%	43.2%	31.8%	13.6%	1005
	Regional	Frecuencia	77	77	14	3	171
		Porcentaje	45.0%	45.0%	8.2%	1.8%	100%
	Local	Frecuencia	126	31	1	0	158
		Porcentaje	79.7%	19.6%	0.06%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de salida de SPSS.

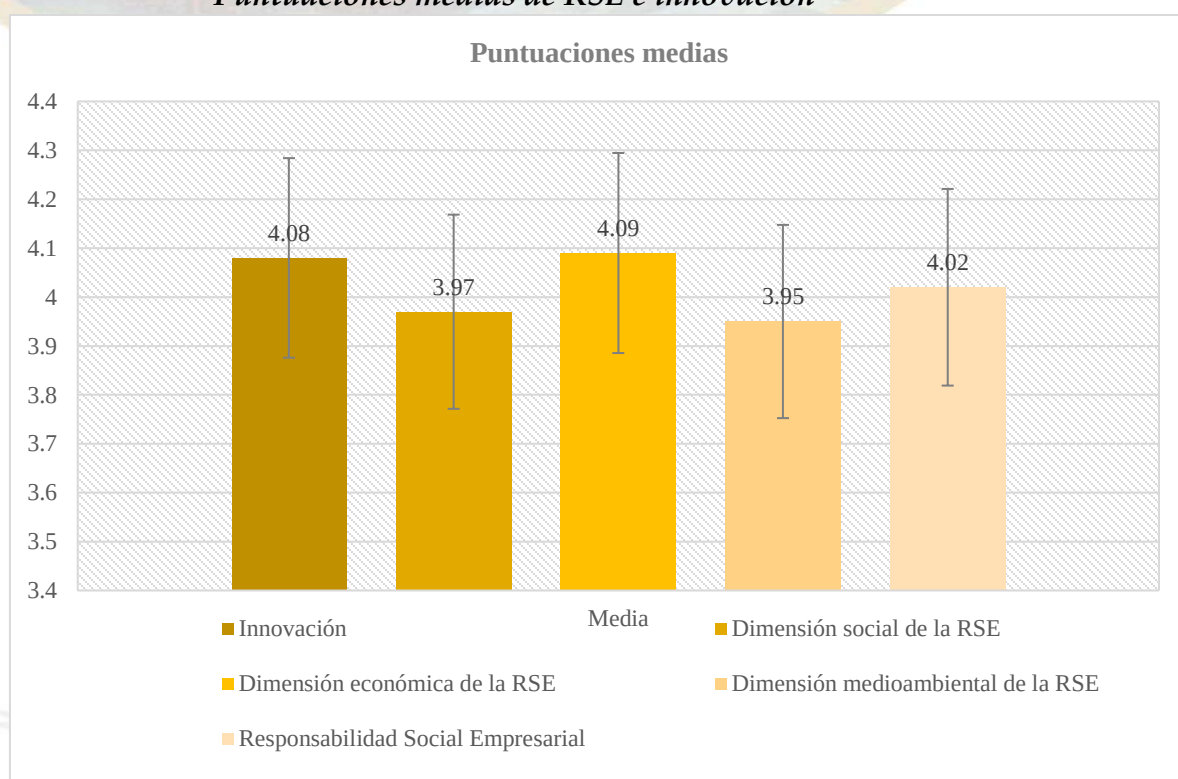
Para el análisis descriptivo de las variables objeto de estudio se puede identificar que los resultados corresponden a 381 respuestas sobre la percepción y/o opinión de los entrevistados, en donde existe un recorrido de los datos del uno al cinco, e identificando las variables estudiadas se puede observar que la dimensión que menor promedio es la dimensión medioambiental de 3.95, seguido de la dimensión social de la RSE con 3.97, después la Responsabilidad social empresarial con 4.02, posteriormente la innovación con un valor de 4.08 y con el valor más alto la dimensión económica de la RSE, situación que visualiza que las cuestiones relacionadas con el beneficio económico o monetario es a la que ponen mayor atención las empresas, tal como se observa en la tabla 3 y gráfica 1.

Tabla 3
Estadística descriptiva de la investigación.

<i>Dimensión</i>	<i>N</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>	<i>Media</i>	<i>Desv. Desviación</i>	<i>Varianza</i>
Innovación	381	1	5	4.08	.848	.719
Dimensión social de la RSE	381	1	5	3.97	.673	.454
Dimensión económica de la RSE	381	1	5	4.09	.678	.459
Dimensión medioambiental de la RSE	381	1	5	3.95	.765	.585
Responsabilidad Social Empresarial	381	1	5	4.02	.628	.394

Fuente: Elaboración propia con datos de salida de SPSS.

Figura 1
Puntuaciones medias de RSE e innovación



Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación

Para realizar el contraste de las hipótesis presentadas en la investigación se procedió a generar las correlaciones de las variables, es por ello por lo que, en relación cada una de las hipótesis planteadas

La hipótesis dice: *H1*. Existe correlación positiva entre la responsabilidad social empresarial y la innovación en las empresas manufactureras del estado de Hidalgo, por lo que se realizó la correlación de Pearson entre la RSE y la innovación de las empresas

manufactureras del estado de Hidalgo, mismas que son objeto de estudio en la presente investigación se obtuvo que la relación entre las variables es positiva, moderada y significativa prácticamente en todos los casos, obteniendo que la correlación entre innovación y RSE es de .684 con un nivel de significancia de .000, identificando que existe mayor correlación con la dimensión medioambiental, con 6.82, seguida de .681 de la dimensión económica y finalmente con .669 de la dimensión social, de la misma manera se puede identificar que existe una relación significativa entre la dimensión medioambiental y la RSE como tal, al igual que la dimensión económica y la social (ver tabla 4 y figura 1).

Por lo anterior procede a aceptarse la primera hipótesis planteada obteniendo que sí existe correlación positiva entre la innovación y la responsabilidad social empresarial en las empresas manufactureras del estado de Hidalgo, situación que resulta efectiva para poder acompañar estas dos prácticas de manera conjunta.

Continuando con la identificación de la correlación que existe entre las RSE y la innovación de las empresas manufactureras del estado de Hidalgo, en la gráfica 2 variables se procedió a realizar una gráfica de dispersión simple tal como se observa en la figura 2 la correlación de forma clara de manera lineal observando que de manera general mientras aumenta la Responsabilidad social empresarial, tiende a aumentar la innovación con un valor de R^2 lineal de 0.614 por lo que se confirma la aceptación de la hipótesis identificando la relación positiva y significativa.

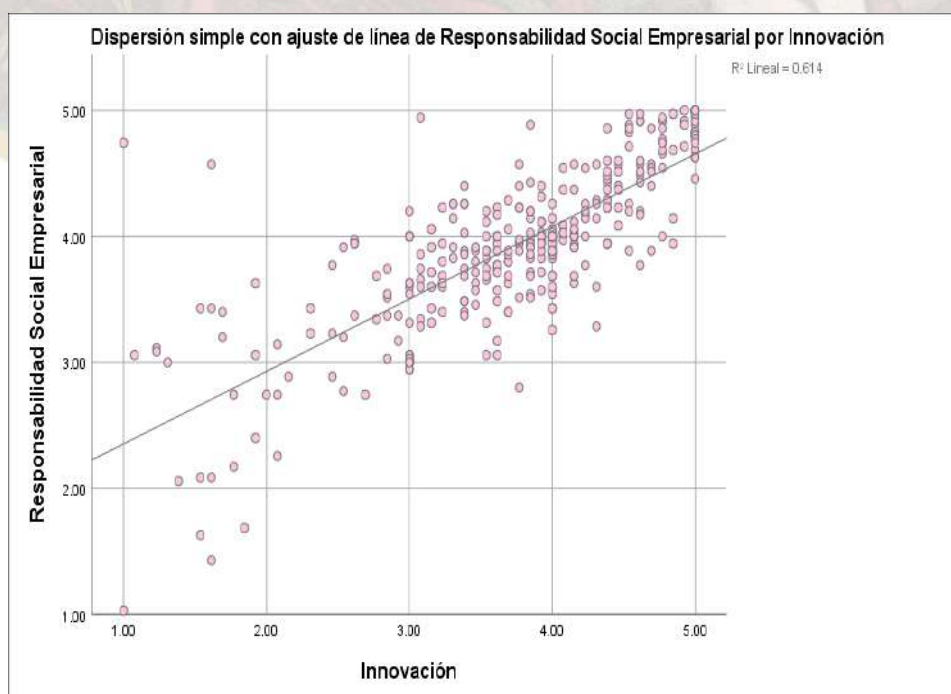
Tabla 4
Correación entre Responsabilidad social empresarial e Innovación

<i>Dimensión</i>		<i>Innovación</i>	<i>Dimensión económica de la RSE</i>	<i>Dimensión social de la RSE</i>	<i>Dimensión medioambiental de la RSE</i>	<i>Responsabilidad Social Empresarial</i>
Innovación	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	1				
Dimensión económica de la RSE	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.681** .000	1			
Dimensión social de la RSE	Correlación de Pearson Sig. (bilateral)	.669** .000	.715** .000	1		

Dimensión medioambiental de la RSE	Correlación de Pearson	.682**	.690**	.715**	1	
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000		
Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Pearson	.684**	.827**	.849**	.769**	1
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	

Fuente: Elaboración propia con datos de salida de SPSS.

Figura 2
Correlación RSE e innovación



Fuente: Elaboración propia con datos de la investigación

Finalmente, respecto a las siguientes hipótesis planteadas H2. La innovación tiene una correlación positiva con el tamaño de la empresa manufacturera del estado de Hidalgo y H3. La responsabilidad social empresarial tiene una correlación positiva con el tamaño de la empresa manufacturera del estado de Hidalgo, se realizó también la correlación obteniendo correlación positiva, débil y no significativa, con los siguientes resultados, respecto a la Innovación y el tamaño de la empresa el valor es de .234 mismo que resulta ser significativo pero al final de cuentas la relación es débil, por otra parte, la relación entre la RSE y el tamaño es de .131 una relación que resulta ser muy débil y en cuanto a las dimensiones de la RSE la social presenta correlación de 0.079, la medioambiental de 0.57 y la económica .158, valores que reflejan que realmente la fuerza de asociación entre estas variables es

positiva pero muy baja, por lo que se podría decir que tampoco existe la posibilidad de que tengan una relación en algún momento.

Tabla 5
Correlación con tamaño de la empresa

<i>Dimensión</i>	<i>Tamaño de la empresa</i>	
Innovación	Correlación de Spearman	.234**
	Sig. (bilateral)	.000
Dimensión económica de la RSE	Correlación de Spearman	.158**
	Sig. (bilateral)	.002
Dimensión social de la RSE	Correlación de Spearman	.079
	Sig. (bilateral)	.122
Dimensión medioambiental de la RSE	Correlación de Spearman	.057
	Sig. (bilateral)	.268
Responsabilidad Social Empresarial	Correlación de Spearman	.131*
	Sig. (bilateral)	.011

Fuente: Elaboración propia con datos de salida de SPSS.

Es pertinente indicar que el resultado de esta correlación es acorde a la percepción y opinión de los entrevistados que contestaron los instrumentos, y que por lo mismo puede tener algún tipo de sesgo, siendo esta una de las principales limitantes del trabajo desarrollado, porque no se tiene certeza absoluta de que las respuestas sean cien por ciento confiables, pero sí da un panorama para poder actuar acorde a los puntos más débiles que presenta la relación entre la innovación y RSE. El alcance de la investigación además se centra solamente a empresas manufactureras que no tienen relación directa con los consumidores, por ello sería interesante replicar este estudio a las empresas de algunos otros sectores.

Los resultados obtenidos son parecidos a las investigaciones registradas por Maldonado, Pinzón y Alvarado (2020), y Salaiza, et al., (2020) que indican que las variables sí se correlacionan y tienen relación pero, esta no es una correlación perfecta o fuerte, es moderada o débil como en el caso de la presente investigación, por ello, se recomienda trabajar con estrategias que logren una relación entre variables que puede posicionar a la empresa con ventaja competitiva tal como se ha demostrado en otras investigaciones.

Conclusiones

Las empresas necesitan cada vez más mejorar la imagen que tienen en el medio en que se desenvuelven, es por ello en los últimos tiempos ha

tomado fuerza la responsabilidad social empresarial con las diferentes dimensiones que se llegan a toma, resaltando la social, la medioambiental y la económica, siempre con el fin de poder coadyuvar en acciones positivas en el medio que las rodea, aunado a ello la innovación se presenta como un camino para las empresas que buscan mantenerse y posicionarse en los mercados.

La presente investigación cumplió con el objetivo de analizar la relación que existe entre la innovación y la RSE identificando que la relación es positiva moderada y significativa, por lo que es importante que se generen estrategias que sumen al proceso de unir dichas variables para fortalecer esa relación y que cada vez que se presente algún proceso de innovación lleve relación directa con cuestiones de responsabilidad social, ya sea en la generación de un nuevo producto o mejora significativa de alguno por mencionar algunos elementos.

Por otra parte, el tamaño de la empresa no tiene relación significativa con la RSE y la innovación por lo que en realidad se puede ver que todas las empresas sean del tamaño que sean pueden innovar y también pueden generar prácticas de responsabilidad social empresarial, situación que se vuelve integradora para la obtención de mejores resultados.

El hecho de conjuntar a la RSE con la innovación es una oportunidad que se presenta en las empresas manufactureras del estado de Hidalgo, para permanecer en el mercado innovando constantemente, además de tener una imagen positiva en el medio que se desenvuelve y con ello se logrará de manera gradual la competitividad, por lo que se recomienda que las empresas puedan utilizarlas en conjunto con vísperas a poder mejorar cada día.

Si bien la RSE y la innovación no son los únicos elementos trabajados en una organización, la presente investigación logra abonar a la generación de conocimiento identificando que la relación es positiva, pero, además es pertinente generar relaciones con algunas otras variables dentro de la empresa como gestión del recurso humano, financiero o cuestiones del mercado para identificar las relaciones que existan y con ello ir fortaleciendo la literatura y dar herramientas a las organizaciones para trabajar en procesos de mejora continua, posicionamiento y competitividad en este mundo tan cambiante.

Referencias

- Aguilera Castro, Adriana y Puerto Becerra, Doria Patricia. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento y Gestión*, (32), 1-26. Obtenido el 29 de junio de 2021 de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002&lng=en&tlng=es.
- Bestratén, M., y Pujol, L. (2004). NTP:643: Responsabilidad social de las empresas (I): conceptos generales". *Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el trabajo*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, España.
- Corvo, H. (2019). Industria manufacturera: características, actividades y productos. Consultado el 20 de junio de 2021. Recuperado de <https://www.lifeder.com/industria-manufacturera/>
- Cuevas-Vargas, Héctor, & Cortés-Palacios, Héctor Abraham. (2020). Efectos de la estructura de capital en la innovación. *Investigación administrativa*, 49(126), 12602. Epub. <https://doi.org/10.35426/iav49n126.02>
- Ferrás, X., (2014). Una definición de Innovación". Consultado el 28 de junio de 2021. Recuperado de <https://xavierferras.com/2014/09/una-definicion-de-innovacion/>
- Fong, Carlos y Parra, Ángeles y Soriano, Luis y Teodoro, Elizabeth (2020). El estado actual de la Responsabilidad Social Empresarial en México. *Revista Academia & Negocios*, 6(1),41-56. [Fecha de Consulta 12 de Marzo de 2021]. ISSN: 0719-6245. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5608/560863786007>
- FOMIN. Fondo Multilateral de Inversiones. (2009). Guía de aprendizaje sobre la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en pequeñas y medianas empresas. Clúster de proyectos. Promover la competitividad a través de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Recuperado de: www.iadb.org/document.cfm?id=35009284

García Párraga, María Salomé, y Deas Albuerne, Julia Ileana. (2018). La innovación en los procesos de gestión de la comercialización de combustibles y su impacto social en Ecuador. *Cofin Habana*, 12(2), 169-178. Recuperado en 30 de enero de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612018000200011&lng=es&tlng=es.

Gallardo-Vázquez, Dolores y Sánchez-Hernández, María Isabel y Corchuelo-Martínez-Azúa, María Beatriz (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Revista de Contabilidad*, 16 (1), 11-23. [Fecha de Consulta 29 de Junio de 2021]. ISSN: 1138-4891. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=359733644002>

Hernández Gracia, J. F., Avendaño Hernández, V., & Buitrón Ramírez, H. A. (2021). La innovación social en las PYMES como estrategia para generar una ventaja competitiva en el mercado empresarial. *Boletín Científico De La Escuela Superior Atotonilco De Tula*, 8(15), 1-8. <https://doi.org/10.29057/esat.v8i15.6678>

Hirata, R.(2017). La importancia de la innovación. Keisen Consultores. Consultado el 29 de enero de 2021. Recuperado de <https://keisen.com/es/la-importancia-de-la-innovacion/>

Jamali, Dima, El Dirani, Ali y Harwood, Ian. (2015). Exploring human resource management roles in corporate social responsibility: the CRS-HRM co-creation model. *Business Ethics: A European Review*, Vol. 24 No. 2, New York, pp. 125-143.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). Encuesta Nacional sobre Competitividad y Productividad de MIPYMES. *Síntesis Metodológica*. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Jamali, Dima, El Dirani, Ali y Harwood, Ian. (2015). Exploring human resource management roles in corporate social responsibility: the CRS-HRM co-creation model. *Business Ethics: A European Review*, Vol. 24 No. 2, New York, pp. 125-143.

Lara Manjarrez, I., y Sánchez Gutiérrez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados Y Negocios* (2594-0163 Línea,1665-7039 Impreso), (43), 97-118. <http://mercadosynegocios.cucea.udg.mx/index.php/MYN/article/view/7546/6670>

Maldonado Guzmán, Gonzalo y Pinzón Castro, Sandra Yesenia y Alvarado Carrillo, Araceli (2020). Responsabilidad Social Empresarial, Eco-innovación y Rendimiento Sustentable en la Industria Automotriz de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25 (89), 189-212. [Fecha de Consulta 28 de junio de 2021]. ISSN: 1315-9984. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062641014>

Meleán, R., Montes de Oca, Y., Salcedo, V., y Jaimes, P. (2020). Innovación y responsabilidad social en organizaciones: reflexiones teóricas. En Corporación Universitaria Americana. (2020). *Ciencias económicas y contables: desafíos y retos para la competitividad*. (pp. 201-222). Sello Editorial Coruniamericana. Medellín Colombia.

Midttun, A. y Granda, G. (2007). Innovación y responsabilidad social empresarial. *Revista corporate governance del emerald group publishing limited*, 4 (7), 7-58.

Muñoz, N. (2015). Estrategias de la sostenibilidad, responsabilidad social e innovación en el plan de negocio de las PYMES. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, 85, 83-108.

Ormaza Andrade, Jorge, & Ochoa Crespo, Juan y Ramírez Valarezo, Fabián y Quevedo Vázquez, Jorge (2020). Responsabilidad Social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), XXVI(3),175-193. [Fecha de Consulta 12 de mayo de 2021]. ISSN: 1315-9518. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=280/28063519009>

Porto, N. y Castromán, J. (2006). "Responsabilidad social: un análisis de la situación actual en México y España". *Contaduría y Administración, Fca-UNAM*. Núm. 220, pp. 67-87.

Salaiza, F., Osuna, L., Joya, I. y Alvarado, L. (2020). Responsabilidad social empresarial en la innovación de pymes en Sinaloa México. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas* núm. ESPECIAL (año 16) 72-84

Salinas, O., Cruz-Alvarez, J. (2020). Innovación en pymes: estrategia para crear economías resilientes. *Vinculatégica EFAN*. Año 6 Volumen 2 Julio - Diciembre 2020 1250-1258

Saiz, J.M. Y Mendoza, M.M. (2015). Innovación y creatividad como motores de desarrollo y RSC. El caso de la empresa de Guayaquil (Ecuador). *Revista de economía pública, social, y cooperativa*, 85.

Santamaria Peraza, Roselin (2018). Las PYMES y factores para obtener el éxito, inicio para el marco referencial. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, VI (21), 131-144
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215058535009>

Schumpeter, J. A. (1939). *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. Primera Edición, McGrawHill, New York.

Vallaey, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios, Revista de Investigación Social*, 17(42), 309-333.
doi:<http://dx.doi.org/10.29092/uacm.v17i42.745>

Anexo. Cuestionario Responsabilidad Social e Innovación en Empresas Manufactureras

Innovación y Responsabilidad Social de las empresas manufactureras.

El siguiente cuestionario forma parte de una investigación respecto a las prácticas de innovación y responsabilidad social en las empresas manufactureras. Se le solicita que por favor conteste lo más apegado a la realidad, puesto que sus respuestas son anónimas y sus respuestas no se exhibirán de manera particular y por ello no repercutirán en su trabajo.

Dirección de correo electrónico: _____

Datos sociodemográficos

Seleccione de acuerdo con los datos de la empresa y los de usted.

Género *

Masculino

Femenino

Edad *

18-25 años

36-45 años

56-65 años

Más de 76 años

26-35 años

46-55 años

66-75 años

Estado civil *

Soltero (a)

Casado (a)

Unión libre

Viudo (a)

Tiempo laborando en la empresa *

Menos de 1 año

2-3 años

5-10 años

Más de 16 años

1-2 años

3-5 años

10- 15 años

Puesto desempeñado *

Dueño o Propietario

Director

de

Supervisor

Director General

Departamento

Otro:

Nivel de escolaridad concluido *

Primaria

Preparatoria

Maestría

Secundaria

Licenciatura

Doctorado

Datos de la empresa

En el siguiente apartado favor de contestar de acuerdo con la información que tiene de la empresa en la cual labora.

Subsector al que pertenece *

Industria alimentaria

Fabricación de productos a base de minerales no metálicos

Industria de las bebidas y del tabaco

Industrias metálicas básicas y fabricación de productos metálicos

Fabricación de insumos y productos textiles y prendas de vestir

Fabricación de maquinaria y equipo

Curtido y acabado de cuero y piel y materiales sucedáneos

Fabricación de equipo de cómputo, comunicación, medición y otros accesorios electrónicos

Industria de la madera

Fabricación de accesorios, aparatos y equipo de generación de energía eléctrica

Industria del papel, impresión e industrias conexas

Fabricación de equipo de transporte

Fabricación de productos derivados del petróleo y del carbón

Fabricación de muebles, colchones y persianas

Industria química

Otras industrias manufactureras

Industria del plástico y el hule

Tamaño de la empresa *

Micro (1-10 personas)

Pequeña

(11-50

Mediana

(51-250

Grande (251 o más

personas)

personas)

personas)

Antigüedad de la empresa

Menos de 1 año

3 - 5 años

11- 15 años

21 - 25 años

1 - 3 años

6 - 10 años

16 - 20 años

Más de 25 años

Ámbito de operación de la empresa *

Local

Regional

Nacional

Internacional

Considera usted que los objetivos estratégicos son consistentes con la misión de la institución *

Totalmente en

En desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de

desacuerdo

Neutral

acuerdo

Considera usted que los objetivos de gestión de las áreas son consistentes con los objetivos de gestión institucional *

Totalmente en

En desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de

desacuerdo

Neutral

acuerdo

Considera usted que el manual de organización funcional establece las funciones de todas las áreas los niveles jerárquico superior *

Totalmente en

En desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de

desacuerdo

Neutral

acuerdo

Considera usted que la institución ha publicado estrategias de fortalecimiento para mejorar la calidad de los servicios

Totalmente en

En desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de

desacuerdo

Neutral

acuerdo

Considera usted que existen procesos administrativos para implementar los sistemas de administración *

Totalmente en desacuerdo En desacuerdo De acuerdo Totalmente de acuerdo
 Neutral

Forma jurídica de la organización *
 Sociedad en comandita simple (S. en C.) Sociedad de responsabilidad limitada (S. de R.L.) Sociedad en nombre colectivo
 Sociedad en comandita por acciones (S. en C. por A.) Sociedad Anónima (S.A.) Persona física
 Sociedad Cooperativa (S.C.)

Ámbito en que se realizan las ventas *
 Local Regional Nacional Internacional

Entorno donde obtiene sus insumos y/o materias primas *
 Local Regional Nacional Internacional

Los objetivos de innovación en la empresa buscan: *
 Diferenciación Abarcar mayor mercado Optimizar recursos financieros Otro:
 Satisfacer al cliente Mejorar proceso

Respuestas de opción Múltiple

A continuación, se le solicita responder a cada afirmación, eligiendo solo la opción que más se acerque al actuar de la organización según su percepción. Para ello considere el siguiente ejemplo:

		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Nº	Ítem	1	2	3	4	5
	Estoy dispuesto a lograr mis objetivos				X	
Nº	Ítem	1	2	3	4	5
1	Estamos a favor de la contratación de personas en riesgo de exclusión social (S). *					
2	Valoramos la contribución de las personas discapacitadas al mundo empresarial (S). *					
3	Nos preocupamos por mejorar la calidad de vida de los empleados (S). *					
4	Pagamos salarios por encima de la media del sector (S). *					
5	El salario de los empleados está relacionado con las competencias y rendimientos que obtienen (S). *					
6	Tenemos niveles de salud y seguridad laboral más allá de los mínimos legales (S). *					
7	Estamos comprometidos con la creación de empleo (S). *					
8	Fomentamos la formación y el desarrollo profesional de los empleados(S). *					
9	Tenemos políticas de flexibilidad laboral que permiten conciliar la vida laboral con la vida personal (S). *					
10	Consideramos las propuestas de los empleados en las decisiones de gestión de la empresa (S). *					
11	Existe igualdad de oportunidades para todos los empleados (S). *					
12	Participamos en proyectos sociales destinados a la comunidad (S). *					
13	Animamos a los empleados a participar en actividades de voluntariado o en colaboración con ONG (S). *					
14	Los mecanismos de diálogo con los empleados son dinámicos (S). *					
15	Somos conscientes de la importancia de contar con planes de pensiones para los empleados (S). *					
16	Nos preocupamos por proporcionar productos y/o servicios de alta calidad a nuestros clientes (E). *					
17	Nuestros productos y/o servicios cumplen con los estándares nacionales e internacionales de calidad (E). *					
18	Nos distinguimos por mantener los mejores niveles de precios en relación con la calidad ofrecida (E). *					
19	La garantía de nuestros productos y/o servicios es más amplia que la de la media del mercado (E). *					
20	Proporcionamos a los clientes información completa y precisa sobre nuestros productos y/o servicios (E). *					
21	El respeto a los derechos de los consumidores es un eje prioritario de nuestra gestión (E). *					
22	Nos esforzamos por potenciar relaciones estables, de colaboración y beneficio mutuos con nuestros proveedores (E). *					

23	Somos conscientes de la importancia de incorporar compras responsables (es decir, preferimos proveedores responsables) (E). *						
24	Fomentamos las relaciones comerciales con empresas de la región (E). *						
25	Disponemos de procedimientos eficaces de gestión de quejas (E). *						
26	Nuestra gestión económica es merecedora de apoyo público regional o nacional (E). *						
27	Somos capaces de minimizar nuestro impacto medioambiental (M). *						
28	Utilizamos consumibles, productos en curso y/o transformados de bajo impacto ambiental (M). *						
29	Consideramos el ahorro de energía para lograr mayores niveles de eficiencia (M). *						
30	Valoramos positivamente la introducción de fuentes de energía alternativas (M). *						
31	Participamos en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural (M). *						
32	Somos conscientes de que las empresas deben planificar sus inversiones en reducción del impacto medioambiental que generen (M). *						
33	Estamos a favor de la reducción de emisiones de gases, residuos y reciclaje de materiales (M). *						
34	Tenemos una predisposición positiva a la utilización, compra o producción de artículos ecológicos (M). *						
35	Valoramos el uso de envases y embalajes reciclables (M). *						
36	Intentamos llevar a cabo proyectos de investigación y desarrollo *						
37	Hemos lanzado nuevos bienes o servicios *						
38	Hemos introducido nuevas prácticas que potencian la captación de nuevos mercados nacionales *						
39	Hemos introducido nuevas prácticas que potencian la captación de nuevos mercados internacionales. *						
40	Somos conscientes de la importancia de trabajar en red y hemos creado nuevas alianzas o asociaciones. *						
41	Hemos llevado a cabo mejoras en nuestros procesos o técnicas de producción y/o distribución. *						
42	Hemos intensificado las tecnologías de la información y la comunicación. *						
43	Hemos potenciado nuestra presencia en Internet. *						
44	Hemos puesto en marcha cambios en el área de marketing (diseño, empaquetado, precios...). *						
45	Nuestra empresa ha introducido nuevos métodos con vistas a atender normas de certificación. *						
46	Hemos llevado a cabo la formación interna o externa del personal con la finalidad de mejorar el conocimiento y el trabajo creativo en la empresa. *						
47	Hemos acometido nuevas prácticas empresariales en la organización del trabajo y en la estructura organizacional. *						
48	Hemos introducido estándares de fabricación o gestión de clientes que contemplan aspectos sociales y ambientales. *						